

УДК 911.3

Чеченя О.В.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ГАЛУЗЬ ТУРИЗМУ

Досліджено умови функціонування галузі туризму. Виявлено фактори впливу на галузь туризму та представлено їх класифікацію.

Ключові слова: галузь туризму, фактори впливу, класифікація.

Исследованы условия функционирования отрасли туризма. Определены факторы влияния на отрасль туризма та предоставлена их классификация.

Ключевые слова: отрасль туризма, факторы влияния, классификация.

The investigated conditions of functioning the tourism sector . Identified factors of influence on the tourism sector and presented their classification.

Key words: tourism sector, factors of influence, classification.

Постановка проблеми. Туристична сфера є однією з найважливіших та найдинамічніших сфер діяльності, і з кожним роком вона набуває все більшого значення. Проте протягом останніх років туризм зазнав змін, що негативно вплинули на його розвиток. До таких змін належить світова економічна криза, з настанням якої у 2008 р. спостерігається зменшення попиту на подорожі. Ця негативна тенденція посилилася у 2009 р., в результаті чого у всьому світі відбулося зниження на 4%, до 880 млн.

міжнародних туристичних прибуттів. Надходження від міжнародного туризму зменшилися на 6% [10]. Дослідження факторів впливу на галузь туризму дозволить не лише попередити та мінімізувати їх негативний вплив та наслідки, а й призведе до позитивних зрушень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Конструктивні схеми систематизації факторів територіальної організації рекреаційної галузі були запропоновані чехословацьким географом П. Маріотом та радянським географом І. В. Зоріним. Вони запропонували розрізняти фактори генеруючі потребу у створенні рекреаційної системи та фактори, що реалізують рекреаційні потреби [2, с. 4]. Генеруючі та реалізуючі фактори можуть бути територіально локалізованими та нелокалізованими.

Досліджуючи питання розвитку системи маркетингу на ринку туристичних послуг, О. М. Азарян та Н. Л. Жукова виділяють фактори, «що обмежують розвиток рекреаційної сфери і туризму в Україні й окремих її регіонах» та наполягають на розробці «антикризових заходів для відновлення рекреаційної сфери з метою подальшого її розвитку і досягнення економічного зростання» [1, с. 22].

В свою чергу, російські вчені під керівництвом І. В. Зоріна, у переліку основних факторів впливу на розвиток регіонального туризму виділяють групи статичних та динамічних, зовнішніх (екзогенних) та внутрішніх (ендогенних) факторів [7, с. 34-35].

Чинники формування національного ринку були розглянуті О. О. Любіцевою. За характером та напрямком дії вони поділяються на стимулюючі формування попиту та відповідної йому пропозиції та лімітуючі – ті, що обмежують попит та пропозицію. Лімітуючі чинники можуть бути як постійно діючими так і тимчасовими та поділяються на такі блоки як рівень соціально-економічного розвитку, якість життя населення, соціально-політична ситуація. Кожен з блоків складається з декількох груп чинників, які в свою чергу складаються з характеристик [5, с. 96]. Подальший розвиток проблема дослідження факторів отримала у праці С. О. Щербакової [9, с. 26-42]. В результаті аналізу геоекономічних проблем розвитку міжнародного туризму, було виділено сім основних груп факторів: соціально-економічні, фактори географічного положення, природно-рекреаційні, історико-культурні, медико-санітарні, політичні та екологічні. Кожна група складається з декількох підгруп, які дають змогу найбільш повно уявити різноманітність факторів, що впливають на розвиток міжнародного туризму.

Жукова М. О. пропонує «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі, поділити на дві групи: 1) фактори, діючі незалежно від діяльності організацій туризму; 2) фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристськими організаціями у своїй діяльності» [4, с. 27].

Дядечко Л. П. при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить «як

позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі»[3, с. 21-22].

Таким чином, питання систематизації чинників, які впливають на діяльність організаторів туризму залишається дискусійним і потребує поглиблення. Щодо дослідження факторів впливу на галузь туризму, то дана проблема залишається недостатньо вивченою. Саме тому метою даної статті є виявлення факторів впливу на галузь туризму та їх класифікація.

Виклад основного матеріалу. Дослідження умов та факторів впливу на формування та розвиток галузі туризму є надзвичайно важливим як з теоретичної так і з практичної точки зору. Це пов'язано з тим, що завдяки дії на умови та фактори можна впливати на динамічні процеси, які відбуваються в галузі.

Як зазначає Л. Ю. Мажар, всі явища, які зумовлюють або утворюють інші явища, називаються причиною. Термін «причина» досить об'ємний та охоплює як явища всередині об'єкта (внутрішні причини) так і поза ним. Фактор є причиною, рушійною силою будь-якого процесу, що виявляє його характер та окремі риси [6, с. 17].

Фактор є рушійною силою процесів, що відбуваються в туризмі, завдяки власній специфіці, що обумовлює прискорення або гальмування, істотний вплив на їх характер та зміст. Його розглядають як передумову змін у туризмі та причину їх виникнення. Умовами є зовнішні причини, які впливають на процеси та явища, але не визначають їх характер та властивості [6, с. 17].

Дослідження умов функціонування галузі туризму та факторів, що впливають на її розвиток знаходиться на початковому етапі, саме тому запропонована класифікація факторів впливу на галузь туризму є досить необхідною та актуальною для її успішного розвитку. (Рис. 1.). Запропонований варіант поєднує в собі досвід попередників та власне бачення факторів впливу на галузь. В основу підходу автора до відбору факторів, що впливають на діяльність організаторів туризму, лягли характер дії факторів на галузь (ззовні або «з середини»), виникнення та задоволення рекреаційних потреб, характер впливу на галузь та її територіальну організацію, тривалість дії фактора.

Під галуззю туризму розуміємо сукупність підприємств, що створюють комплексний туристичний продукт, організовують його просування на ринку та споживання, тобто організаторів туризму (туроператорів та турагентів).

Розвиток туристичної галузі відбувається під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Зовнішні фактори здійснюють вплив на галузь туризму через фінансово-економічні умови, а також за допомогою соціальних, демографічних та змін політичного і правового регулювання.

Серед зовнішніх факторів впливу доцільно виділити основні групи: політичні, економічні, соціально-демографічні та науково-технічні.



Рис. 1. Фактори впливу на галузь туризму та їх класифікація

Політичними факторами, що впливають на галузь туризму є політична ситуація в країні або в окремому регіоні, інструменти державного регулювання у галузі туризму.

До зовнішніх факторів також належать фінансово-економічні умови: стан розвитку економіки країни, її галузева структура, поліпшення (погіршення) економічної та фінансової ситуації зумовлює збільшення (зменшення) особистого доходу громадян. Збільшення (зменшення) доходів призводить до більш високої (низької) туристської активності залежно від виділеної на відпочинок частини доходів.

На розвиток галузі туризму серед соціально-демографічних факторів впливають динаміка чисельності та вікова структура населення. Позитивний вплив здійснюють підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб

населення (прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах).

Науково-технічні фактори дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту та вдосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки, інновації сприяють технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури тощо.

Фактори внутрішнього впливу можна розділити на наступні групи: фактори кадрового забезпечення (освітньо-кваліфікаційний рівень працівників галузі), економічні (джерела фінансування підприємств), матеріально-технічні (розвиток інфраструктури галузі), організаційно-управлінські (ступінь взаємодії туристичних фірм в регіоні, рівень конкурентної боротьби в межах галузі, адміністративно-управлінський механізм).

Взаємодія зовнішніх та внутрішніх факторів утворює середовище бізнес-діяльності та впливає на структуру, величину та ритмічність попиту. Попит забезпечується створенням турпродукту суб'єктами галузі туризму.

Розвиток галузі туризму впливає на індустрію туризму, на її здатність задовольнити різноманітні потреби споживачів різних вікових та соціальних категорій, на якість виробленого галуззю турпродукту. Від стану галузі залежить стан і рівень розвитку індустрії туризму.

Фактори, за характером впливу поділяються на екстенсивні та інтенсивні. До екстенсивних належать зростання чисельності працівників галузі, збільшення кількості залучених до господарського обороту матеріальних ресурсів тощо. Іntenсивними факторами є технічне вдосконалення матеріальної бази на основі впроваджень досягнень та результатів науково-технічного прогресу, підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня працівників галузі, раціональне використання наявних матеріальних ресурсів.

За впливом на розвиток галузі фактори можна поділити на лімітуючі, стимулюючі, стабілізуючі. До факторів, що стимулюють розвиток та ефективно функціонування галузі туризму можна віднести науково-технічний прогрес; рівень розвитку транспорту та транспортної мережі; рівень розвитку сфери послуг; демографічну ситуацію та структуру населення, зайнятість; рівень доходів населення та їх розподіл, екологічні, житлово-побутові та соціально-культурні умови життя; суспільний устрій, правове забезпечення соціальних та економічних свобод; розвиток громадсько-політичного життя; рівень розвитку інформаційної сфери та засобів масової інформації тощо [5, с. 97]. Ці групи факторів можуть бути як стимулюючими так і лімітуючими, в залежності від того чи іншого вектору їх розвитку.

Стабілізуючі фактори впливу на галузь туризму залежать від конкретної ситуації, процесу, що відбувається в її зовнішньому або

внутрішньому середовищі та дозволяють знівелювати негативні наслідки таких процесів.

Стимулюючі фактори дозволяють визначити напрямок розвитку галузі, тобто інтенсивний (за рахунок нових технологій, удосконалення управління, підготовка кадрів тощо) чи екстенсивний (за рахунок нарощування потужностей, залучення нових територій, додаткових трудових ресурсів тощо), що в свою чергу визначає напрямок розвитку туризму [5, с. 96].

За виникненням та задоволенням рекреаційних потреб фактори впливу поділяються на генеруючі та реалізуючі. Фактори генеруючі потребу у створенні турпродукту охоплюють рівень соціально-культурного (потреби людей у відновленні фізичних та духовних сил організму, у спілкуванні, потреби у фізичному, духовному та інтелектуальному самовдосконаленні, потреби у подорожуванні) та економічного розвитку (рівень життя населення у країнах, регіонах, що генерують туристичні потоки), якість життя населення (рівень доходів та заощадження населення, наявність вільного часу, забезпеченість житлом тощо). Реалізуючі фактори охоплюють безпеку регіону, країни (політична стабільність, ймовірність виникнення стихійних лих та природних катаклізмів, відношення місцевого населення до туристів, криміногенна ситуація в регіоні) умови, кліматичні умови (річна кількість опадів, кількість сонячних днів у році, середньорічна та середньодобова температура повітря, сезонні особливості клімату), пам'ятки природи, бальнеологічні ресурси, естетичні властивості ландшафтів, рельєф території, унікальність флори та фауни характерної для даної території), історико-культурні (пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, етнографічні пам'ятки та пам'ятки народної творчості, сучасне мистецтво) ресурси, а також розвиток інфраструктури регіону (транспортна інфраструктура, комунікаційні системи та засоби зв'язку, комп'ютерні системи бронювання, засоби розміщення та харчування).

Як генеруючі так і реалізуючі фактори можуть бути територіально-локалізованими та нелокалізованими. Нелокалізовані фактори здійснюють вплив на галузь туризму не залежно від місця їх розташування, а дія локалізованих факторів територіально диференційована та закріплює територіальний розподіл трудових ресурсів у туризмі. Поєднання цих двох груп факторів викликає не рівномірне, а територіально-диференційоване розташування галузі туризму [8, с. 75]. Розмежування факторів на локалізовані та нелокалізовані є досить умовним, оскільки нелокалізовані фактори також мають певну територіальну властивість, виражену в тій чи іншій мірі. Тобто всі фактори впливають на територіальну організацію та розвиток галузі туризму.

Факторами позитивного впливу, що визначають перспективний розвиток галузі туризму є збільшення інвестицій в інфраструктуру, розвиток внутрішнього ринку країни, зростання міжрегіонального

співробітництва та міжгалузевих партнерств. На розвиток галузі туризму впливають не лише фактори, а й умови, в яких вона функціонує.

Умовами розвитку галузі туризму є рівень розвитку національного господарського комплексу, особливо суміжних з туризмом галузей, що створюють можливості для розвитку галузі туризму та відповідної туристичної інфраструктури. До туристичної інфраструктури належать заклади розміщення та харчування різні за типом та рівнем обслуговування, заклади відпочинку та розваг, тощо. Крім розвитку туристичної інфраструктури до умов можна віднести рівень розвитку транспорту, що складається з транспортної мережі, транспортних засобів та їх технічних характеристик (місткість, швидкість, комфортність тощо), транспортної інфраструктури (аеропорти, вокзали та інші засоби, що забезпечують транспортну роботу, включаючи автоматизовані системи управління) [5, с. 99]. Транспортна складова є важливою передумовою розвитку як галузі туризму так і національного ринку туристичних послуг.

Висновок. Галузь туризму, як і будь-яка інша система, зазнає впливу факторів, різних за своїм напрямком впливу та силою і функціонує в певних умовах. Використання запропонованої класифікації дозволить згрупувати фактори та виявити їх вплив на галузь, регулювати динаміку та напрямок розвитку галузі туризму.

1. Азарян О. М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
2. География туризма и экскурсий в СССР: Учеб. пособие/ И. В. Зорин, И. И. Пирожник, Ю. М. Пряхин и др. – М.: Центр. рекл.-информ. бюро «Турист», 1985. – 87 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
4. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организаций / М. А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти. - К.: «Альтерпрес», 2002. – 436 с.
6. Мажар Л. Ю. Теоретические основы анализа условий туристско-рекреационных систем // Региональные исследования. 2008. № 3. – С. 17-28.
7. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: Учебник/ [И. В. Зорин, А. И. Зорин, А. Ирисова и др.]. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.
8. Мироненко Н. С., Твердохлебов И. Т. Рекреационная география. – М., Изд-во Моск. ун-та, 1981 г. – 207 с.
9. Щербакова С. А. Геоэкономика международного туризма. – Смоленск: Универсум, 2004.
10. Tourism. Online available at: <http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>