

ОСНОВНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

В статті визначено економічну суть поняття факторів в туризмі, приведено їх класифікацію, розглядаються особливості розвитку ринку туристичних послуг під впливом різних видів факторів.

Ключові слова: туризм, ринок туристичних послуг, фактор, туристичний продукт.

Постановка проблеми. Туристична індустрія це одна з найбільш динамічних галузей, що швидко розвиваються в світовому господарстві. Туризм входить до трьох найбільш експортних галузей, поступаючи нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню. На даний час туризм є найрентабельнішою сферою світового господарства [3].

Основу розвитку туристичної індустрії формують такі суттєві моменти:

- збільшення частки в'їзного туризму;
- зменшення диспропорції між ресурсним забезпеченням і ступенем його використання;
- пропагування національного туристичного продукту;
- державна підтримка вітчизняного туризму.

Індустрія туризму функціонує як міжгалузевий комплекс завдяки налагодженим зв'язкам із чи не усіма державними управліннями та службами. Зокрема, існують зв'язки з такими структурами як правова (охоплює законодавчу та нормативну базу, митну та консульську служби), фінансово-економічна (системи оподаткування і страхування, фінансові взаємовідносини), кадрова (підготовка кадрів для туризму, наукові дослідження тощо). Державна підтримка полягає в стимулюванні потреб населення в послугах туризму. Виявом ефективності державної туристичної політики є прибутковість індустрії туризму та її внесок в національну економіку [6].

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню проблем та особливостей розвитку ринку туристичних послуг під впливом різних видів факторів присвячені наукові праці таких вітчизняних і зарубіжних учених як О.Любцевої, В.Куценко, В.Пуцентейло, Ю.Забалдіної, Т.Сокол, Н.Чорненької, В.Кифяка, О.Заруцької та інших. В своїх працях науковці приділяють увагу методології розробки і реалізації державної та регіональної туристичної політики, визначають економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму, передумови виникнення та принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, класифікації їх форм і видів, плануванню фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної сфери, прогнозуванню розвитку регіонального ринку туристичних послуг, механізму економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території.

Вивчення виданих робіт з проблеми розвитку ринку туристичних послуг дозволяє зробити висновок, що питання впливу факторів в туристичній індустрії досліджені недостатньо, що негативно впливає на розвиток туризму в цілому та робить питання вирішення даної проблеми досить актуальним.

Метою статті є дослідження основних засад розвитку ринку туристичних послуг завдяки впливу різних видів факторів.

Виклад основного матеріалу. Розвиток туризму в цілому залежить від комплексу умов: природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві і факторів, які їх визначають. Фактори розвитку ринку туристичних послуг прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні.

Фактор у туризмі – це момент, суттєва обставина туристської практики [4].

Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулю-

вання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей [4]. До зовнішніх факторів можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах тощо.

Визначальними є внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Серед них – природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств та установ; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя в суспільстві, освітній та культурний рівень населення.

З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на фактори залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни).

З точки зору механізму впливу на розвиток туризму можна визначити фактори об'єктивні, що вже сформовані історичним розвитком суспільства, і такі, що цілеспрямовано регулюють саме туристичну діяльність – фактори першої групи. До другої належать державна політика в туризмі, наявність і зміст туристичного законодавства, туристична освіта в суспільстві тощо [5].

Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країни у світовому туризмі, і навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні.

Статичні мають незмінне в часі значення (природно кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори). До динамічних факторів відносяться:

- демографічні (загальне зростання народонаселення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів, зміна вікової структури населення (збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя призводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм здійснювати закордонні подорожі);
- соціальні (зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно приймають участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня, збільшення числа працюючих жінок і збільшення доходу на кожну родину (домогосподарство), зростання частки самотніх людей, тенденція до більш пізнього шлюбу і створення родини, надзвичайно швидке зростання числа бездітних пар у складі населення, зменшення імміграційних обмежень, більш ранній вихід на пенсію, зростання усвідомлення туристських можливостей.);
- економічні (полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних);
- культурні (зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями);
- науково-технічний прогрес (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму);
- міжнародні фактори (пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу.

До найважливіших факторів, що зумовлюють розвиток туризму закордоном відносять:

- підтримка з боку державних органів (досвід різних країн показує, що успіх розвитку туризму прямо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця галузь, наскільки вона користується державною підтримкою);
- зростання суспільного багатства;
- скорочення робочого часу;
- урбанізація (концентрація населення в містах, відрив від природи викликає необхідність проведення вільного часу поза зонами постійного проживання);
- рівень суспільної свідомості [3].

На думку західних фахівців, основними факторами, що визначають привабливість туристського регіону, є: доступність регіону; його природа і клімат; відношення місцевого населення до приїжджого; інфраструктура регіону; рівень цін; стан роздрібної торгівлі; спортивні, рекреаційні й освітні можливості; культурні і соціальні характеристики. Останній фактор, у свою чергу, залучає туристів з наступних причин: робота, національний одяг, архітектура, ремесла, історія, мова, релігія, освіта, традиції, відпочинок, живопис, музика, гастрономія.

Сукупність факторів визначає виникнення і характер поведінкових особливостей споживачів туристичних послуг, які можуть бути виражені такими показниками, як:

- частотність туризму;
- переваги у виборі туристичного центру і географія туризму;
- форма організації туру, якому віддається перевага;
- уявлення туриста про ціну туру;
- уявлення про торгівлю марку турфірми;
- комунікативна поведінка туриста;
- роль зовнішніх подразників в процесі ухвалення рішення про покупку туру.

Ще одним видом факторів, що впливають на розвиток ринку туристичних послуг є особистісно-поведінкові фактори. Слід зазначити, що серед всіх факторів, що впливають на розвиток туризму, особистісно-поведінкові фактори відіграють провідну роль в сучасному світі. Вони складаються із мотивів, які забезпечують бажання споживачів подорожувати, при цьому відповідати вимогам туриста. Аналізуючи роль психологічних факторів у формуванні ринку туристичних послуг доведено, що тільки небагато туристів приїжджають знову в ті місця, де вони вже були раніше, виключаючи випадки присутності економічних, лікувально-профілактичних або сентиментальних мотивів. У міру зростання доходів людина починає віддавати перевагу психологічним мотивам при виборі нової подорожі. Думка про якість спожитого туристичного продукту формується через деякий час після поїздки, оскільки до поїздки споживач може тільки змоделювати свої очікування на основі наявної інформації. Тому важливість ситуації полягає в тому, що уявлення про продукт породжує у споживача певні очікування, і якщо вони не виправдані реальною якістю продукту, споживач легко в нім розчарується. Метою туризму є раціональна організація вільного часу споживача. Відповідно цього, розвиток туризму може бути обумовлений наявністю двох основних моментів: вільного часу і фінансових коштів для його раціональної організації.

Висновки. Отже, на нашу думку, на розвиток туризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі. До позитивних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку;
- спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;

- стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- нерозвинутість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно – історичної і культової спадщини й довкілля;
- низький рівень доходів населення та нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища і екологічна небезпека;
- недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;
- відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів;
- недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету.

Наведені фактори впливу на розвиток ринку туристичних послуг України повинні визначати цілі державного регулювання та пріоритетні напрями розвитку туристичного бізнесу [2].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про туризм» в редакції від 18.11.2003р.№1282 – IV.
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства. Навч. пос. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
4. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму/Передмова В.М.Литвина. – Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372 с.
5. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник / За заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
6. Чорненко Н.В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.

МОМОНТ Т.В. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В статье определено экономическую сущность понятия факторов в туризме, их классификацию, рассматриваются особенности развития рынка туристических услуг под влиянием разных видов факторов.

Ключевые слова: туризм, рынок туристических услуг, фактор, туристический продукт.

MOMONT T.V. THE MAIN FACTORS OF MARKET DEVELOPMENT OF TOURIST SERVICES

The article is noticed the economic main point of factors conception in tourism, shown their classification, considered the peculiarities of market development of tourist services influenced by the different kinds of factors.

Keywords: tourism, market of tourist services, factor, tourist product.