

Проблеми та перспективи реформування системи освіти

ВПЛИВ ПОЗИТИВНИХ ТА НЕГАТИВНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

*Мирослава Анатоліївна Базака
студентка бакалаврату кафедри туризм
Алла Володимирівна Кравченко
канд. екон. наук кафедри туризму
факультету природничо-географічної освіти та екології
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова,
м. Київ, Україна*

Сфера туристичних послуг - один з секторів світової економіки, який найбільш інтенсивно розвивається, що забезпечує зайнятість населення і дає значний мультиплікативний ефект для суміжних галузей, що зумовлює інтерес до даної галузі як з наукової, так і з практичної точок зору.

Основні положення розвитку РТП висвітлено у таких теоріях як: теорія конкурентних переваг А.Смітом; теорія абсолютних Д. Рікардо; теорія порівняльних переваг Шведських економістів Е.Хекшера і Б. Оліна.

Розвиток ринку туристичних послуг (РТП) має не тільки економічне, а й соціальне значення, забезпечує базу для задоволення рекреаційних потреб населення країни і громадян інших держав.

Фактори розвитку ринку туристичних послуг: демографічні; соціальні; економічні; науково-технічний прогрес; міжнародні фактори.

Фактори розвитку ринку туристичних послуг прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей. 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.

Позитивних фактори 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.

Негативні фактори розвитку ринку туристичних послуг відносять: напруженість у міжнародних відносинах; нестабільність політики та закритість економіки; стагнація економіки та падіння добробуту населення; невпорядкованість туристичних ресурсів; нераціональне використання культурно – історичної і культурної спадщини й довкілля; низькій 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 і світових стандартів; недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету.

Систематизація факторів РТП:

- природно-кліматичні (використання природних і кліматичних ресурсів, техногенні фактори, якість води, рівень шуму, стан атмосферного повітря та інші);
- політичні (глобалізація, військові конфлікти, візові формальності тощо.);
- соціально-економічні (демографія, зайнятість населення, грошові доходи населення, прожитковий мінімум, купівельна спроможність, інвестування);
- культурно-історичні чинники.

Характер поведінки споживачів туристичних послуг: переваги у виборі атракторів і місць подорожі; уявлення туриста про ціну пропонованих поїздок; види і форма організації туру; частота туристських поїздок і т.д.

Туристичний продукт є об'єктом прояву рівноправних економічних відносин між виробниками і покупцями на ринку, а сам ринок характеризується наявністю головних його суб'єктів, тобто споживачів (попит) і виробників, що пропонують свій продукт (пропозиція).

Кон'юнктура ринку характеризує економічну ситуацію, сформовану на певний момент часу внаслідок сукупної дії різних факторів і умов, що встановлюють співвідношення і силу впливу попиту і пропозиції, а також рівні і динаміку цін на туристські послуги.

Важливим обмеженням у розвитку РТП є врахування допустимого рекреаційного навантаження на DESTИНАЦІЮ та туристичний об'єкт. Це

навантаження може виступати у фізичній (механічній), економічній, екологічній, психологічній, біологічній та інших формах.

Умови для формування туристичних послуг: формування нового споживчого попиту на основі потреби людини в подорожі (природно-географічні та соціально-економічні умови); поява нового виду послуг-туристичних - на основі наявного природно-географічного та культурно-історичного потенціалу (природно-географічні та культурно-історичні умови); готовність ряду компаній у задоволенні сформованих у населення потреб у подорожі і збільшення їх кількості при забезпеченні державою вигідних організаційно-економічних умов.

Розвиток ринку туристичних послуг залежить від факторів, що впливають на нього, які можна розділити на дві групи: стимулюючі і лімітуючі.

До демографічних факторів належать: зростання населення світу, процес урбанізації, що приводить до концентрації населення, формування стереотипу рухомого способу життя, відсутність мовного бар'єру.

Факторами, які впливають на розвиток світових туристичних ринків останнім часом: зростання світових доходів; збільшення інвестицій у розвиток сфери послуг та інфраструктуру; збільшення інвестицій у маркетинг та рекламу; лібералізація повітряного транспорту РТП; зростання міжрегіонального співробітництва та державно-приватних партнерств.

Отже, Україна має високий потенціал для розвитку національного ринку туристських послуг. У нашій країні створені умови, необхідні для формування туристичного ринку, природно-кліматичні, культурно-історичні, соціально-економічні, організаційно-економічні фактори розвитку.

На прикладі діяльності Парку природи «Беремицьке» бачимо, які можливості в наявності при правильній, злагодженій командній роботі фахівців високо рівня, які організовують та надають послуги одноденних турів, дводенних турів, триденних турів, тури на чотири та більше днів та ін. послуги.

Список використаних джерел

1. https://tourlib.net/statti_ukr/momont4.htm ;
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3. /Редкол.:С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 952 с.
3. http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/24.pdf
4. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
5. <https://tamtour.com.ua/beremytske>