



# ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

- На сучасному етапі розвитку соціально-економічних і суспільних відносин туризм є феноменальним явищем, якому притаманні певні характеристики – безліч понятійних означень, сильний вплив на економіку та політику, дуалістичність у внутрішній природі явища.
- У сучасних умовах туризм як унікальне соціальне явище доступний широким верствам населення, він виступає засобом оздоровлення, забезпечення душевного комфорту людей.
- Туристична індустрія в економіці багатьох країн світу посідає важливе місце, а в деяких навіть – вирішальне.

Туризм в Україні характеризується як галузь, яка динамічно розвивається і прагне більш активно включитися в суспільно-економічні процеси сучасного світу.

Туризм як важливе соціально-економічне явище сучасності тісно пов'язаний з розвитком суспільства та підпорядковується його об'єктивним законам.

Через свої функції він активно впливає на життєдіяльність суспільства і в той же час залежить від нього, стану розвитку його продуктивних сил і виробничих відносин, об'єктивних умов.

За даними Всесвітньої туристичної організації, туризм вийшов на перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг.

Розвиток туризму став можливим завдяки науково-технічному та соціально-економічному прогресу суспільства, тобто створенню інфраструктури туризму.

Розширюється мережа готелів, ресторанів, з'являються автопрокатні фірми. Мандрівників приваблюють історично-архітектурні пам'ятки, театри, музеї, курорти, що пропонують лікування, катання на лижах і тощо.

Розвитку туризму сприяє реклама, політика уряду, загальні економічні умови, курси валют, конкурентоздатність продукту, безпека і репутація місця подорожі, мода на поїздки та інші чинники.

Основними причинами бурхливого розвитку туризму ХХ ст. і сьогодні є: політичні, економічні, соціальні, культурні чинники, розвиток транспортної інфраструктури і засобів інформації.

Підвищення ролі послуг у сучасній економіці, в першу чергу, пов'язане з диверсифікацією виробництва, насиченням ринку товарами повсякденного попиту, підвищенням рівня життя та пропагандою здорового способу життя.

Все це є поштовхом позитивного впливу на розвиток туризму і туристичних послуг. Ринок туристичних послуг або туристичний ринок є об'єктивним підґрунтям формування суспільних потреб, суспільного поділу праці.

Він є частиною світового ринку послуг. Туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі

Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. І сьогодні туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрям розвитку цього ринку. Україна посідає одне з помітних місць у світі щодо наявності унікальних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів.

Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для поїздки бере до уваги такі чинники, як політична та економічна стабільність, ціни, рівень сервісного обслуговування, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, характер транспортних зв'язків, реклама, географічні, природні, кліматичні, культурні й релігійні характеристики території.

За оцінками експертів, основними мотивами для туристичних мандрівок в Україну є її культура, можливість оздоровлення, краси природи, спорт і відпочинок. Отже, ці чинники є найбільш вагомими складовими туристичного продукту нашої країни, які потребують особливої уваги з боку фахівців туристичного бізнесу

АВТОРИ ЕНЦИКЛОПЕДИЧНОГО СЛОВНИКА-ДОВІДНИКА ТЕРМІН  
—ФАКТОРИІ (ЧИННИК) У ТУРИЗМІ ТРАКТУЮТЬ ТАК: МОМЕНТ,  
СУТЄВА ОБСТАВИНА ТУРИСТИЧНОЇ ПРАКТИКИ.  
РОЗРІЗНЯЮТЬ ЧИННИКИ ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ



Рис. 2.6. Чинники впливу на ринок туристичних послуг [46]



Зовнішні (екзогенні) чинники впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку;

змін політичного та правового регулювання; технологічних змін;

торгового розвитку;

транспортної інфраструктури і безпеки подорожей.

До них можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах тощо

Внутрішні (ендогенні) чинники – це, насамперед, чинники ринку (попит, пропозиція і розповсюдження);

сегментація ринку: (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);

власне маркетинг (туристичний приватний сектор і людський чинник)

Так, ВТО виділяє екзогенні чинники, які розвивають туризм і формують направленість туристичних потоків, це:

демографічні та соціальні зміни;

розвиток торгівлі;

зміни в політиці, законодавстві та регулятивних сферах;  
економічні й фінансові зміни;

стан транспортної інфраструктури і сфери інформаційного забезпечення;

безпека подорожі.

- Отже, важливим зовнішнім чинником формування та функціонування туристичного ринку можна вважати політичну стабільність держави, а також фінансово-економічну підтримку туристичної галузі.
- Процес взаємодії зовнішніх та внутрішніх чинників сприяє розвитку конкуренції на ринку туристичних послуг і сприяння розвитку суб'єктів туристичного бізнесу, які вивчають ринок і розподіляють його на окремі сегменти, вивчають пропозиції споживачів туристичного ринку.

- Туристична галузь, на відміну від інших, найбільш чутлива до впливу багатьох як прогнозованих чинників зовнішнього і внутрішнього середовища діяльності підприємств, так і непередбачуваних обставин.
- Тобто частина чинників мають як екзогенний, так і ендогенний характер. Це характерно тоді, коли підприємства туристичної галузі обирають одну й ту саму стратегію.
- За таких умов на діяльність підприємств будуть впливати як внутрішні, так і зовнішні чинники.

## НАУКОВЦІ ВИДІЛЯЮТЬ П'ЯТЬ ГРУП ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТРЕБ, А ОТЖЕ, І НА УСПІШНЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ І ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА:

1. Природні чинники – природні багатства, доступні для туристів (географічні позитивні місця відпочинку, клімат, флора, фауна, комфортабельні та привабливі, гарні природні об'єкти та ін.).
2. Соціально-економічні чинники – розвинуті місця відпочинку (мова, економічний і культурний рівень країни).
3. Матеріальна база туристичної індустрії – основні будівлі для задоволення потреб туристів з точки зору зручностей і естетичного сприйняття.
4. Інфраструктура місць відпочинку – комунікації, дороги, стоянки та ін.
5. Туристична пропозиція – ресурси гостинності

- З точки зору впливу на туристичну діяльність усі чинники поділяють 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).

ОСНОВНІ ЧИННИКИ, 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 ВІДНОСЯТЬ:

- □ демографічні (загальне зростання народонаселення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів, зміна вікової структури);
- □ 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 матеріальнотехнічної 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).

- Щодо привабливості туристичної активності Західного регіону до розвитку туристичного ринку, об'єктивно вважати, що регіон має всі передумови для інтенсивного розвитку міжнародного і внутрішнього туризму.
- Це підтверджують такі аргументи: наявність історичних пам'яток культури, вигідне геополітичне розташування, наявність санаторно-курортних закладів, мінерально-лікувальні води, кліматичні умови

- Всі перераховані аспекти є реальним підґрунтям для успішного розвитку туризму в Західному регіоні, який має такі позитивні наслідки: зростання економіки регіону і країни;
- створення нових робочих місць; розвитку готельного та курортного бізнесу;
- збільшення доходів сільського населення завдяки розвиток сільського туризму, що надає можливість зберегти українські традиції та звичаї, розвивати туризм усіх видів.

Таблиця 2.4

**Чинники впливу на рівень туристичної активності  
Західного регіону України \***

<b>№ зп</b>	<b>Область</b>	<b>Чинники привабливості західних областей на туристичному ринку</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1.	Закарпатська	бальнеологічні курорти; історичні пам'ятки культури, мінеральні води, унікальні природно-кліматичні умови
2.	Львівська	історично-архітектурні заповідники, пам'ятки фольклору, лікувально-мінеральні води
3.	Тернопільська	старовинні замки, унікальні природні печери, релігійні споруди паломницького характеру
4.	Івано-Франківська	унікальні та естетично привабливі природні ландшафти; етнографічні туристичні центри, унікальні гірські краєвиди; своєрідна культура і побут гуцулів
5.	Чернівецька	заказники, історичні та архітектурні пам'ятники, релігійні споруди

# ЗАВДАННЯ

Проаналізувати заданий регіон України щодо чинників привабливості на туристичному ринку.

Оформити у вигляді таблиці (як на попередньому слайді)

ВРАХОВУЮЧИ МІСЦЕ УКРАЇНИ В ЗАГАЛЬНОМУ РЕЙТИНГУ ІНДЕКСУ  
 ТУРИСТИЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ І СТАН РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ  
 ПОСЛУГ ЗА 2012-2016 РР., НАМИ ВИЗНАЧЕНО НАЙБІЛЬШ СТРИМУЮЧІ І  
 НАЙБІЛЬШ СТИМУЛЮЮЧІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ДАНОЇ СФЕРИ

Таблиця 2.5

Найбільш стримуючі та стимулюючі чинники  
 розвитку туристичного ринку України\*

№ зп	Найбільш стримуючі чинники	%	Найбільш стимулюючі чинники	%
1	2	3	4	5
1	Нестабільна політична ситуація та небезпека тероризму	15,5	Наявність культурно-історичних пам'яток	18,3
2	Низька купівельна спроможність населення України	14,6	Рівень освіти та культури населення країни	17,2
3	Слабо розвинута інфраструктура в'їзного туризму	11,6	Розвиток креативних галузей (сувенірна продукція, мистецтво, книги)	16,5
4	Якість доріг та інфраструктура повітряного транспорту	11,8	Наявність природно-ресурсного потенціалу	14,2
5	Захист прав власності суб'єктів туристичного ринку	11,3	Зручне розташування України в центрі Європи	10,1
6	Рівень кваліфікації спеціалістів туристичного ринку	10,2	Впровадження новітніх CRM систем	9,8
7	Недобросовісна поведінка суб'єктів туристичної діяльності	7,6	Оптимальна цінова політика в наданні туристичних послуг	8,4
8	Правова база, що регулює ринок туристичних послуг	6,8	Широкий спектр туристичних маршрутів (індивідуальні, одноденні)	5,5
9	Ефективність маркетингу для залучення туристів	5,7		
10	Впровадження і розвиток інформаційних порталів	4,9		
Всього, %		100		100

- Визначення можливостей і перешкод для розвитку туристичної галузі, дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку туристичної інфраструктури, ремонті доріг, гарантій безпеки туристів, підвищення рівня життя населення та забезпечення доступу до інформаційних сервісів в туризмі.
- Подолання негативних тенденцій на ринку туристичних послуг можливо шляхом її стратегічного розвитку за рахунок становлення туризму, як високоприбуткової галузі економіки та формування конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку.
- Врахування чинників розвитку ринку туристичних послуг в Україні сприяють розвитку туристичної індустрії і тим самим пропонують туристичний продукт, здатний задовольняти потреби людей в проведенні дозвілля, в подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення.