

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

К. О. Бондаренко, студентка спеціальності Туризм, група Т-42;

І. В. Жушман, студент спеціальності Туризм, група Т-41

О. О. Тараненко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Туризм є прибутковим перспективним видом діяльності, що виконує у суспільстві низку важливих функцій. Його розвиток здатен задовольнити не лише потреби туристів та економічні інтереси туристичного регіону, але й забезпечити збереження та відновлення екологічного стану навколишнього середовища, підтримку культурної та національної самобутності населення регіону.

На розвиток туристичної діяльності в регіоні впливає значна кількість чинників. Розробка управлінських заходів для ефективного використання цього впливу потребує використання відповідних підходів до їх класифікації.

Більшість дослідників туризму вирізняють дві групи чинників розвитку туристських ресурсів – соціально-економічні й природні. У свою чергу, соціально-економічні розподіляються на антропогенні (процеси зміни довкілля, зумовлені діяльністю людини) та природні (чинники, що діють незалежно від людини) [1].

Чинники, що впливають на розвиток туристських ресурсів, відповідно до масштабу туристського ринку, поділяють на:

- глобальні, фактори, які діють у міжнародному чи світовому масштабі;
- національні – фактори, які виявляють свій вплив на рівні держави;
- регіональні – фактори, що впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів в межах окремого регіону [2].

За ознакою змісту впливу на стан та розвиток туристських ресурсів чинники пропонують поділяти на економічні (пов'язані з рівнем розвитку, темпами, масштабами, територіальною струк-

турою економіки та станом туристських організацій), соціальні (пов'язані з рівнем, якістю та традиціями життя, потреб, культурною свідомістю населення, ставлення до туристів тощо), екологічні (визначають умови, можливості та стан туристських ресурсних комплексів та окремих туристських об'єктів) та правові (відіграють провідну роль у підвищенні ефективності використання та охорони туристських ресурсів) [3].

Також використовують розподіл чинників на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які у туризмі мають специфічні прояви.

Основні зовнішні чинники розвитку туристичної індустрії:

- політичні (політична стабільність, участь у міжнародних організаціях, стан торговельного й платіжного балансу, міжнародна обстановка);

- економічні (економічна стабільність, фінансова ситуація, доходи населення, зовнішньоекономічна діяльність держави, ступінь інтегрованості в світогосподарську систему);

- соціально-демографічні (чисельність та вік населення, рівень складності й інтенсивності праці, зміна персонального доходу, гнучкий графік робочого часу, туристична активність);

- науково-технічні (рівень наукових розробок, сучасні технології обслуговування, технологізація й комп'ютеризація туристичної індустрії).

До внутрішніх чинників належать: процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму; зростання ролі сегментації ринку, збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул і т. д.; зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації; зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблик рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів; зростання ролі фахівців у туризмі; зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги) [4].

Таким чином, складність та інтегрованість туристичної діяльності зумовлює різноманіття чинників, що на неї впливають. Для комплексної характеристики цього впливу доцільно використовувати кілька підходів до класифікації чинників, що дозволить розробляти деталізовані та максимально обґрунтовані управлінські рішення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Писарева І. В. Дослідження чинників впливу на формування стратегії розвитку туристських ресурсів [Електронний ресурс] / І. В. Писарева // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_48. – Назва з екрана.
2. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. Школи І. М. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 292 с.
3. Матвійчук Л. Ю. Аналіз чинників впливу на стан та розвиток туристських ресурсів / Л. Ю. Матвійчук // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Економіка. – 2012. – Вип. 19. – С. 172–175.
4. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії / С. Ю. Цьохла // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61). № 2. – С. 373–380.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

А. О. Василевська, студентка спеціальності Туризм, група Т-21
О. О. Тараненко, науковий керівник, к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Туризм є багатогранною різноплановою діяльністю, що ґрунтується на використанні різноманітних природних ресурсів. До найбільш популярних водних видів туризму належить круїзний туризм.

Упродовж останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає (в середньому) 7,4%. Кількість круїзних туристів щорічно збільшується на 1 млн осіб [1]. На сьогоднішній день круїзи є одним із найбільш швидкозростаючих секторів туристичного ринку у світі. За оцінками експертів кожний круїзний пасажир витрачає в середньому до 1 700 дол. США, найбільшу частку з яких складає вартість квитка. Споживачі круїзної послуги бізнес-, середнього та економ-класу щодня впродовж подорожі витрачають близько 500, 300 і 100 дол. США відповідно [2].

Круїз – це незабуття та цікава подорож. Обираючи круїзний лайнер, турист не просто подорожує водним простором, а й знайомиться з культурою, традиціями різних країн та континентів.