

Кобченко А. А.
старший викладач
Дніпровський національний університет імені О. Гончара

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток туристичної галузі за сучасних умов безпосередньо впливає на розвиток інфраструктури країни, яка виконує функції забезпечення: сфера послуг, соціальна сфера, транспорт. Туристична галузь – одна з найдинамічніших галузей національної економіки. Дослідженню впливу різних видів факторів на розвиток ринку туристичних присвячені наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, але в цих роботах увага сконцентрована на визначенні економічних та організаційних важелів регуляторної політики розвитку туристичної галузі.

Існує декілька підходів до визначення факторів, що впливають на діяльність туристичних підприємств, так Т. Бартон виокремлює три групи факторів, що впливають на характер проведення дозвілля та відповідно і на модель туристського відпочинку: технологічні (засоби масової комунікації); інституційні (законодавчі); соціально-економічні (демографічні, величина доходу, професія)[1].

Попит на туристичні послуги залежить від сукупності факторів, які можна поділити на декілька груп: загальноекономічні, природно-географічні, демографічні, соціальні, політичні, інституціональні, культурно-етнічні, поведінкові та психологічні. З точки зору впливу на ефективність діяльності туристичних підприємств, всі фактори можна поділити на: фактори залучення, що спонукають до подорожі (природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) і фактори диференціації попиту, що впливають на вибір місця подорожі (туристичні ресурси, розвиток інфраструктури країни, рівень соціально-економічного розвитку країни та якість життя) [2]. Найбільш важливими факторами, що впливають на попит туристичного ринку є: наявність вільного часу у населення; ціни на пасажирські перевезення; наявність нових туристичних напрямків; якість життя населення. Також серед факторів, що впливають на розвиток туристичних підприємств, особливе значення має сезонність попиту.

Сукупний вплив факторів та пріоритетність їх впливу залежить від стадії функціонування підприємства, етапу розвитку суспільства та внутрішнього середовища туристичного підприємства. Внутрішня група чинників в теорії управління включає: цілі, завдання, оргструктуру,

технологію, персонал підприємства. З нашої точки зору, для оцінки впливу на розвиток туристичних підприємств необхідно ще додати якість обслуговування. Всі зазначені фактори є динамічними характеристиками, тому у періоди вплив одних посилюється, інших – зменшується. Здатність підприємства перемагати в конкурентній боротьбі та долати кризи залежить від впливу внутрішньої групи чинників. Фактори зовнішнього середовища мають різні рівні та спрямованості впливу, їх за рівнями поділяють на: регіональний, національний і міжнародний рівні та визначають стабілізуючий або дестабілізуючий вплив. Отже, ефективне функціонування туристичних підприємств, з одного боку залежить від чинників надання туристських послуг, ресурсної бази та елементів інфраструктури, а з іншого боку від результатів діяльності суспільства в цілому.

Для визначення значущості впливу кожного фактора на розвиток підприємства більшість науковців Використовують метод експертних оцінок і спользован метод експертних оцінок та вимірювання ефективності діяльності туристичного підприємства на основі оцінювання ефективності шляхом віднесення прибутку організації до факторів, що зумовили її отримання. За сучасних умов динамічного середовища оцінювання та прогнозування впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища є важливим інформаційним джерелом при розробці стратегії підприємства. Е. Елбінг ще на початку 70-х років зробив висновок ,що: «Зовнішнє оточення організації все більше стає джерелом проблем для сучасних керівників ... Керівники ділових, освітніх, державних організацій під впливом недавніх подій в світі були змушені зосередити увагу на швидко мінливому середовищі і її впливах на внутрішню будову організації» [3]. Розвиток туристичних підприємств можливо забезпечити лише за умов прагнення керівництва та співробітників підприємства до впровадження інновацій у діяльність. При цьому інновації можуть бути як продуктові так і технологічні, та інноваційні бізнес-процеси. Головним завданням керівництва туристичного підприємства є моніторинг зміни факторів зовнішнього середовища та адаптація його діяльності до цих змін. Механізм ефективної діяльності туристичних підприємств має бути сформований на основі реалізації концепції прискореного розвитку туристичних підприємств, що забезпечить кваліфікований людський фактор; підвищення інвестиційної привабливості і вдосконалення інфраструктури галузі туризму; підвищення якості наданих туристських послуг; підвищення прибутковості діяльності та підвищення добробуту населення.

Список літератури

1. Barton T.(1994) Power and Knowledge: Astrology, Physiognomics, and Medicine under the Roman Empire. Ann Arbor: University of Michigan Press,. 254 p.
2. Главные факторы влияющие на развития туризма URL: <http://tourfaq.net/travel-business/glavnye-factory-vliyayushhie-na-razvitiya-turizma/> (дата звернення 18.03.2020 р.).
3. Elbing, Alvar O. (1974) On the Applicability of Environmental Models / Alvar O. Elbing, J.W. McGuire, ed. // Contemporary Management. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall. 283 p.
4. Ковшова І.О. Формування рекламної діяльності на ринку туристичних послуг : автореф. дис. На здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами” / І.О. Ковшова. – К., 2008. – 18 с.
5. Гринько Т.В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т.В. Гринько // Економіка, фінанси, право, 2013. – №5. – С. 13-15.