

issledovaniy). – 2012. – Vol. 4, No. 1. – P. 25–42. 27. Nisbett R. The geography of thought: How Asians and Westerners think differently... and why / R. Nisbett. – N. Y. : The Free Press, 2003. – 288 p. 28. Lypov V. Motyvatsiia instytutsionalnykh zmin u transformatsiini ekonomitsi / V. Lypov. – Kh. : NFaU, 2004. – 184 p. 29. Ingkharth R. Modernizatsiya, kulturnye izmeneniya i demokratiya / R. Ingkharth, K. Veltsel. – M. : Novoe izdatelstvo, 2011. – 464 p. 30. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede. – N. Y. : McGraw-Hill, 2010. – 576 p. 31. Latov Yu. *Otkrytiya i paradoksy etnometricheskogo analiza rossyskoy khozyaystvennoy kultury po metodike G. Khofsteda* [Discovery and paradoxes of ethnometric analysis of the Russian economic culture based on the methods of G. Hofstede] / Yu. Latov, N. Latova // Mir Rossii. – 2007. – No. 4. – P. 43–72. 32. Delbanco A. College. What It Was, Is and Should Be / A. Delbanco. – Princeton : Princeton University Press, 2012. – 248 p. 33. Smit A. Teoriya moralnykh chuvstv / A. Smit. – M. : Respublika, 1997. – 351 s. 34. Lypov V. Ot arkhaiiki k postekonomike. Evolyutsiya form khozyaystvovaniya i razvitie ekonomicheskoy teorii / V. Lypov. – Kh. : INZhEK, 2008. – 290 p. 35. Albert M. Capitalism vs Capitalism / M. Albert. – N. Y. : Four Wall Eight Windows, 1993. – 291 p. 36. Lypov V. *Institutsionalnaya komplektarnost, formirovanie globalnogo obrazovatel'nogo prostranstva i vybor modeli obrazovaniya dlya Ukrainy* [Institutional complementarity, forming the global educational space and selection of the model of education for Ukraine] / V. Lypov // Sotsialnaya ekonomika. – 2014. – No. 1–2. – P. 115–122. 37. Chang H.-J. Understanding the Relationship between Institutions and Economic Development. Some Key Theoretical Issues : Discussion Paper / H.-J. Chang. – United Nations University. – 2006. – No. 2006/05, July. – 14 p. 38. Lypov V. *Komplektarnost institutsionalnykh blokov kak instrument analiza sotsialno-ekonomicheskikh system* [Complementarity of institutional blocks as an instrument of analysis of

the socio-economic systems] / V. Lypov // Ekonomika rozvytku. – 2013. – No. 3. – P. 8–12. 39. Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity / F. Fukuyama. – L. : Free Press, 1995. – 480 p. 40. Dialogue on Institutional Complementarity and Political Economy / C. Crouch, W. Streeck, R. Boyer et al. // Socio-Economic Review, 2005. – No. 3. – P. 359–381.

Information about the author

V. Lypov – Doctor of Sciences in Economics, Professor of the Department of International Economy and Foreign Economic Activity of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Lenin Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: Lypov_vl@mail.ru).

Інформація про автора

Липов Володимир Валентинович – докт. екон. наук, професор кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Леніна, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: Lypov_vl@mail.ru).

Информация об авторе

Липов Владимир Валентинович – докт. екон. наук, профессор кафедры международной экономики и менеджмента внешнеэкономической деятельности Харьковского национального экономического университета имени Семёна Кузнеця (просп. Ленина, 9-А, г. Харьков, Украина, 61166, e-mail: Lypov_vl@mail.ru).

Стаття надійшла до ред.
17.09.2015 р.

УДК 338.486.2:005.93

JEL Classification: L83

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Тараненко О. О.

Тенденції розвитку туризму на міжнародному рівні свідчать про його належність до найприбутковіших та найперспективніших видів діяльності. Він не лише забезпечує доходами бюджети багатьох країн світу, але і виконує низку важливих функцій, що потребує ефективного управління підприємствами індустрії туризму та відповідної державної підтримки.

Сучасна індустрія туризму є складною соціально-економічною системою, що містить підприємства різних видів діяльності та галузей економіки. Тому на її функціонування та розвиток впливає значна кількість зовнішніх і внутрішніх чинників.

Проаналізовано сучасні методичні підходи до класифікації чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму та формування на основі виявлених обмежень комплексного підходу для якісного інформаційного забезпечення процесів управління на підприємствах сфери туризму.

Використано методи аналізу, синтезу, логічного узагальнення, причинно-наслідкового зв'язку, групування.

Здійснений аналіз сучасних вітчизняних та зарубіжних методичних підходів до класифікації чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму свідчить про те, що в них більшу

увагу приділено дослідженню сутності та групуванню самих чинників, а наявні підходи до їх класифікації потребують доповнення для якіснішого інформаційного забезпечення управління підприємствами індустрії туризму.

Запропоновано підхід до класифікації чинників впливу на підприємства індустрії туризму, що ґрунтується на комплексі класифікаційних ознак та видів за кожною з них. Розроблений підхід характеризується досить широким, комплексним охопленням ознак класифікації з обґрунтуванням доцільності використання кожної з них, що забезпечує детальний аналіз досліджуваних чинників. Додатково обґрунтовано табличну форму подання результатів аналізу впливу чинників, що забезпечує їх зручне опрацювання та використання в управлінні підприємством.

Використання запропонованого підходу під час планування діяльності підприємств індустрії туризму, формування програм розвитку туризму на державному та регіональному рівнях забезпечує ефективність цих процесів на основі повної, актуальної та своєчасної інформації.

Ключові слова: індустрія туризму, класифікація, підприємство, чинник, управління.

.....

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Тараненко А. А.

Тенденции развития туризма на международном уровне свидетельствуют о его принадлежности к самым прибыльным и перспективным видам деятельности. Он не только обеспечивает доходами бюджеты многих стран мира, но и выполняет ряд важных функций, что требует эффективного управления предприятиями индустрии туризма и соответствующей государственной поддержки.

Современная индустрия туризма является сложной социально-экономической системой, включающей предприятия различных видов деятельности и отраслей экономики. Поэтому на ее функционирование и развитие влияет большое количество внешних и внутренних факторов.

Проанализированы современные методические подходы к классификации факторов влияния на деятельность предприятий индустрии туризма и формирования на основе выявленных ограничений комплексного подхода для качественного информационного обеспечения процессов управления на предприятиях сферы туризма.

Использованы методы анализа, синтеза, логического обобщения, причинно-следственной связи, группировки.

Проведенный анализ современных отечественных и зарубежных методических подходов к классификации факторов влияния на деятельность предприятий индустрии туризма свидетельствует о том, что в них большое внимание уделяется исследованию сущности и группированию самих факторов, а существующие подходы к их классификации требуют дополнения для более качественного информационного обеспечения управления предприятиями индустрии туризма.

Предложен подход к классификации факторов влияния на предприятия индустрии туризма, который основывается на комплексе классификационных признаков и видов по каждому из них. Разработанный подход характеризуется достаточно широким, комплексным охватом признаков классификации с обоснованием целесообразности использования каждого из них, что обеспечивает детальное исследование факторов. Дополнительно обоснована табличная форма представления результатов анализа влияния факторов, что обеспечивает их удобную обработку и использование в управлении предприятием.

Использование предложенного подхода при планировании деятельности предприятий индустрии туризма, формировании программ развития туризма на государственном и региональном

уровнях обеспечивает эффективность этих процессов на основе полной, актуальной и своевременной информации.

Ключевые слова: индустрия туризма, классификация, предприятие, фактор, управление.

MODERN APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF THE FACTORS OF INFLUENCE ON THE ACTIVITY OF TOURISM ENTERPRISES

A. Taranenko

Trends of tourism development on the international level indicate its belonging to the most profitable and promising activities. It does not only provide revenue to the budgets of many countries in the world, but also performs many important functions which requires effective management of tourism enterprises and appropriate government support.

The modern tourism industry is a complex socio-economic system which includes companies of different activities and sectors of the economy. Therefore, its functioning and development is influenced by a number of external and internal factors.

The current approaches to the classification of the factors influencing the activity of tourism enterprises have been analyzed to reveal their drawbacks and develop an integrated approach to quality information support of management processes in the tourism industry.

The methods of analysis, synthesis, logic synthesis, causality, grouping have been used.

The analysis of the current domestic and foreign methodological approaches to the classification of the factors influencing the activity of enterprises of the tourism industry shows that they focus on the study of the nature and grouping of the factors themselves, and the current approaches to their classification should be complemented for higher quality information support of management of tourism enterprises.

An approach to the classification of the factors influencing the tourism enterprises has been proposed, based on a set of classification features and types on each of them. The developed approach is characterized by a rather broad, comprehensive coverage of the classification features with justification of the use of each of them, which provides a detailed analysis of the studied factors. Additionally a table form of the presentation of the results of analysis of the factors of impact has been proposed to facilitate their processing and use in enterprise management.

Using the proposed approach in the corporate planning of tourism enterprises, the formation of tourism development programs at the state and regional levels ensures the efficiency of these processes on the basis of full, relevant and timely information.

Keywords: tourism industry, classification, enterprise, factor, management.

Розвиток туризму в різних країнах свідчить про важливе соціально-економічне значення цього виду діяльності. Наявність відповідних ресурсів та ефективна державна підтримка перетворює туристичну індустрію окремих країн на вагоме джерело надходжень до бюджетів різних рівнів, чинник зростання рівня зайнятості населення та забезпечує попит на продукцію підприємств різних видів діяльності. Сучасний розвиток індустрії туризму відбувається в умовах поглиблення глобалізаційних процесів, нестабільності економічного середовища, зростання рівня конкуренції на всіх сегментах ринку. Забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери туризму в таких умовах потребує врахування низки чинників у процесі розроблення та реалізації управлінських рішень.

Дослідженню різних аспектів розвитку туризму як складного соціально-економічного явища присвячено праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як: Л. Агафьова, Г. Алейникова, Л. Дваєр, Л. Дядечко, І. Балабанов,

В. Герасименко, Т. Каверіна, В. Кифяк, Е. Котляров, О. Любичева, М. Мальська, О. Осипова, У. Теобальд, С. Цьохла, А. Шаблій та інші. Незважаючи на те, що результати їх досліджень охоплюють широке коло питань теоретичного та практичного характеру, проблема врахування впливу чинників в управлінні діяльністю підприємств індустрії туризму потребує детальнішого вивчення. Тому метою статті є аналіз сучасних методичних підходів до класифікації чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму та формування на основі виявлених обмежень комплексного підходу для якісного інформаційного забезпечення процесів управління на підприємствах сфери туризму.

Індустрія туризму є складною соціально-економічною системою. Вона містить підприємства різних видів діяльності та галузей економіки, функціонування та розвиток яких залежить від значної кількості чинників. Урахування дії цих чинників в управлінні підприємствами індустрії туризму потребує їх детальної класифікації з оптимальним

набором ознак для якісного інформаційного забезпечення процесу ухвалення управлінських рішень.

Сучасна індустрія туризму є сукупністю різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів [1, с. 22]. На підприємства цієї галузі впливають різні чинники, зокрема нерозробленість нормативно-правової бази, економічна та політична нестабільність країни, обмеженість асортименту запропонованих послуг, відсутність в органів державного управління комплексного бачення напрямів розвитку туризму [2, с. 60], неврахування яких негативно впливає на фінансово-економічні результати діяльності підприємств сфери туризму.

У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі наведено низку результатів досліджень чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму.

Цьохла С. Ю. пропонує класифікувати чинники впливу на розвиток туризму за такими ознаками: ступенем впливу (статичні, динамічні); напрямом впливу (зовнішні, внутрішні); характером впливу (екстенсивні, інтенсивні); результатами впливу (позитивні, негативні) [3, с. 376]. Також автор підтримує необхідність у розподілі чинників на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх він зараховує: політичні чинники (політичну стабільність, участь у міжнародних організаціях, стан торговельного й платіжного балансу, міжнародну обстановку); економічні (економічну стабільність, фінансову ситуацію, доходи населення, зовнішньоекономічну діяльність держави, ступінь інтегрованості у світогосподарську систему); соціально-демографічні (чисельність та вік населення, рівень складності й інтенсивності праці, зміну персонального доходу, гнучкий графік робочого часу, туристичну активність); науково-технічні чинники (рівень наукових розробок, сучасні технології обслуговування, технологізацію й комп'ютеризацію туристичної індустрії). До внутрішніх чинників автор зараховує процеси попиту, пропозиції, зростання ролі сегментації ринку та фахівців у туризмі, зростання кількості представників туристського бізнесу та інші [3, с. 378]. Отже, розглядаючи чинники впливу на розвиток туризму, Цьохла С. Ю. проаналізував значний їх обсяг, але запропоновані ознаки класифікації потребують доповнення для детальнішої характеристика кожного чинника.

Досліджуючи розвиток туристичної індустрії України, Величко В. В. виділяє такі групи рушійних чинників цього процесу: політичні (стабільність внутрішньої політики та зовнішньополітичних відносин; розширення міжнародних політичних, економічних, наукових, культурних зв'язків та співробітництва; спрощення паспортного і митного режимів; соціальну політику держави); соціально-економічні (характер суспільно-економічного ладу, ступінь розвитку продуктивних сил, індустріалізацію та науково-технічну революцію; обсяг і структуру вільного часу; матеріальний добробут; трудову діяльність, культурний рівень, професійну та освітню структуру населення); демографічні (чисельність, територіальний розподіл населення і його вікову структуру, урбанізацію); природні (різноманітність кліматичних, ландшафтних умов; екзотичність флори і фауни; наявність джерел мінеральних вод, родовищ лікувальних грязей та інші); культурно-історичні (наявність об'єктів та пам'яток архітектури, історії, культури); матеріально-технологічні (рівень техніки й технології в галузях транспорту, будівництва, зв'язку, комунікацій; у засобах масової інформації; системі комунально-побутових служб, торгівлі та громадського харчування); екологічні та медико-біологічні чинники (якість середовища постійного проживання та стан здоров'я населення); соціально-психологічні чинники (ціннісну орієнтацію, вплив традицій та наявність певних стереотипів поведінки, релігії, підвищення престижу і зростання соціального статусу індивіда, інформаційні засоби й рекламу) [4]. Автор пропонує розподіляти ці групи чинників на селективні, які визначають необхідність у розвитку туристської індустрії і її доцільність

(соціально-економічні, демографічні, політичні та соціально-психологічні); реалізаційні, які сприяють найбільш повному задоволенню потреб у туризмі (матеріально-технічні); локалізаційні, які визначають межі туристичної діяльності на конкретній території в регіоні або Україні загалом (природні, екологічні та медико-біологічні, культурно-історичні). Запропонований Величко В. В. підхід до класифікації чинників розвитку індустрії туризму дозволяє охопити їх значну кількість, але обмеженням щодо практичного використання запропонованого підходу у практиці діяльності підприємств індустрії туризму є незначна кількість ознак для класифікації цих чинників, що зменшує інформативність результатів їх аналізу для потреб управління.

Бакало Н. В., Черниш І. В. та Куценко А. В. виокремлюють такі групи чинників розвитку туристичної індустрії: соціальні (демографічні тенденції та соціальні зміни), політико-економічні (спрощення туристичних формальностей), культурно-екологічні (потяг до здорового способу життя та прагнення до відновлення організму), технологічні (використання новітніх технологій). Головним чинником розвитку туристичної індустрії в Україні автори вважають розвиток готельної інфраструктури з паралельним залученням інвестицій різного характеру [5, с. 236].

Балабанова А. О., розглядаючи розвиток туризму в умовах глобалізації, основними проблемами цього процесу вважає кризу ідентичності туристських атракторів, утрату культурної ідентичності. Тому визначальними чинниками розвитку сучасної індустрії туризму має бути збереження культурної ідентичності кожного народу та автентичності як відчуття істинності, достовірності або оригінальності турпродукту в історичному контексті [6, с. 20].

Боголюбов В. С. та Севаст'янова С. А. для сталого розвитку індустрії туризму як системи на регіональному рівні обґрунтовують необхідність у диверсифікації зв'язків між елементами індустрії; наявності достатнього рівня зв'язності як стійких взаємозв'язків між елементами туризму в регіоні, видами діяльності, проблемами, які визначаються просторово-часовими, наочно-речовими та інформаційними характеристиками; забезпечення синергетичного ефекту як перевищення сукупного ефекту декількох чинників над простою сумою часткових ефектів окремих чинників, що діють незалежно [7, с. 45–47]. Разом із цим автори наголошують на необхідності у врахуванні у процесі розвитку туризму дії негативних чинників (антистимулів), які зменшують можливості диверсифікації, дезорганізують систему, посилюють дію чинників негативної синергії, прагнуть стримати або замінити позитивні стимули [7, с. 47].

Братюк В. П. пов'язує дослідження туризму із двома групами чинників: екзогенними змінними (демографічними, соціальними, політичними й екологічними трендами, торгівлею, технологією, транспортом) та трендами, пов'язаними з розвитком туризму, що визначають потреби, пропозицію та розподіл. Автор зазначає такі тенденції розвитку туризму:

витрати на подорожі, зокрема витрати на транспорт, зростатимуть швидше, ніж інші статті витрат туристів; подорожі стануть частішими, але менш тривалими; кількість поїздок туристів зростатиме за рахунок міжконтинентальних подорожей;

сезонні зміни ринкової кон'юнктури не будуть проблемою для туризму, оскільки маркетинг зможе забезпечити їх вигідне використання;

стан довкілля стане одним із основних чинників у залученні туристів;

маркетингова сегментація ринку стане більш вираженою [8, с. 67].

Ястремська О. О. відзначає посилення світової тенденції інтернаціоналізації та концентрації капіталу у сфері туризму, що потребує від вітчизняних підприємств адаптації до складних конкурентних умов на українському та зарубіжному ринках туристичних послуг [9, с. 64].

Дехтяр Н. А. наводить такі тенденції розвитку туризму та чинники, що на них вплинуть:

за умов сталого розвитку відійдуть у минуле ті види туризму, які завдають найбільшої шкоди довкіллю (наприклад, пов'язані з масовим використанням транспортних засобів на традиційних видах палива);

зменшуватиметься інтенсивність ділових подорожей за рахунок упровадження нових і вдосконалення наявних засобів комунікації;

розбудова зручної транспортної інфраструктури, проте орієнтована лише на отримання прибутку, теж можуть зникнути соціальні види туризму;

скорочуватиметься суспільний вільний час і надалі забруднюватиметься довкілля;

у разі глибокого розмежування суспільства унеможливить подорожі для незаможних верств населення;

віртуалізація реальності призведе до заміни сприйняття деяких сторін життя людини, у тому числі зменшить кількість фізично здійснюваних подорожей. Стратегічними чинниками впливу на розвиток туризму автор вважає розвиток ринку інноваційних технологій і глобальні зрушення соціально-демографічного стану суспільства [10, с. 42].

Смиреникова О. В. та Коновалова Н. В. для дослідження туристичного потенціалу регіону пропонують використовувати 20 чинників, об'єднаних у п'ять груп: гідрометеорологічну (температура повітря, кількість атмосферних опадів, висота снігового покриву та інші), геолого-геоморфологічну

(розчленованість рельєфу і наявність унікальних геолого-геоморфологічних об'єктів), біологічну (наявність лісів і їх порідний склад, чисельність мисливських тварин, рідкісних видів рослин і тварин та інші), культурно-історичну (об'єкти культурної спадщини, народні ремесла, культурні заходи й події та інші) та інфраструктурну (місця для розміщення й мешкання, підприємства харчування, соціальні та транспортні послуги) [11, с. 21]. Авторами запропоновано та згруповано низку чинників, які визначають потенціал туристичної індустрії та впливають на його розвиток.

Розвиток туризму на регіональному рівні також досліджено Осиповою О. Е., яка виділяє такі чинники цього розвитку: унікальні природні й культурні пам'ятки регіону, сучасну туристичну інфраструктуру, активне просування регіонального турпродукту на національному та міжнародному ринках [12, с. 364].

Здійснений аналіз підходів до дослідження чинників впливу на розвиток туризму дозволяє зробити висновок, що більшість із них зведено до формування набору таких чинників, а сучасні підходи до їх класифікації потребують удосконалення для якіснішого інформаційного забезпечення управління підприємствами індустрії туризму.

Для детальної класифікації чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму доцільно використати комплекс ознак як сукупність різносторонніх характеристик кожного чинника для детального оцінювання їх впливу на підприємства індустрії туризму (рисунок).

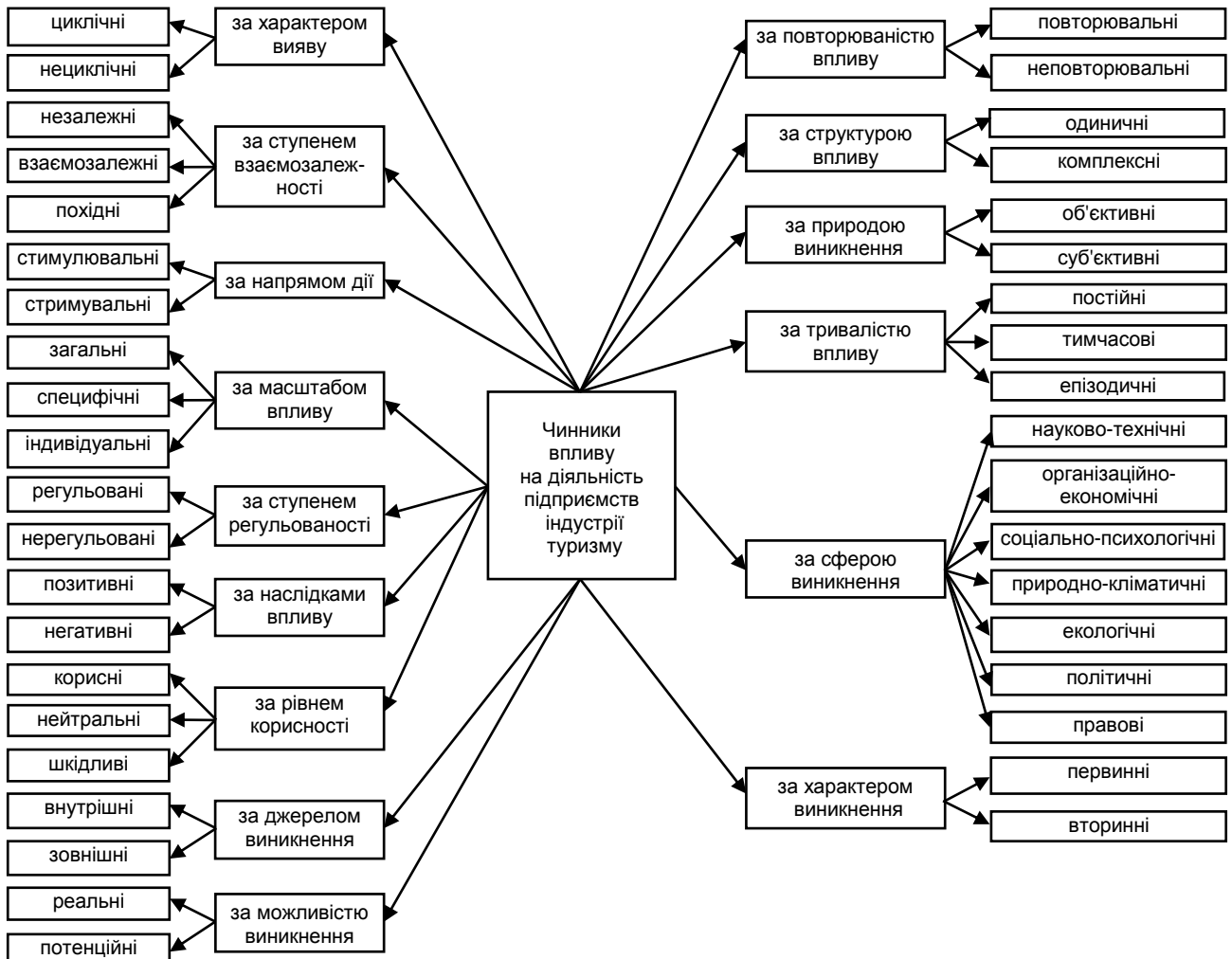


Рис. Класифікація чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму (розроблено автором)
 [Classification of the factors of influence on the activity of enterprises of the tourism industry (developed by the author)]

За характером вияву чинники розподіляють на циклічні, які мають певні стадії свого виникнення та зникнення, і нециклічні, які мають одномоментний характер виникнення. Використання цієї ознаки дозволяє виявити чинники, які мають певний життєвий цикл та на кожному етапі цього циклу з різною інтенсивністю впливають на підприємства індустрії туризму.

За ступенем взаємозалежності чинники розподіляють на незалежні від інших чинників, взаємозалежні, які пов'язані з іншими, але можуть діяти самостійно, та похідні, які не можуть існувати без чинника, що став його першопричиною. Використання цієї ознаки дозволяє враховувати взаємозв'язки між чинниками, характер їх спільного впливу на підприємства індустрії туризму.

За напрямом дії чинники розподіляють на стимулювальні, які позитивно впливають на розвиток підприємств індустрії туризму, та стримувальні, які його уповільнюють. Використання цієї ознаки дозволяє обрати відповідні заходи для використання можливостей, що дають одні чинники, та зменшення негативного впливу інших.

За масштабом впливу чинники розподіляють на загальні, що впливають на всю індустрію туризму; специфічні, що впливають на підприємства індустрії туризму певного виду діяльності; індивідуальні, що впливають на конкретні підприємства. Ця ознака дозволяє визначити вплив певного чинника безпосередньо на конкретне підприємство чи опосередковано, через контрагентів, із якими воно співпрацює.

За ступенем регульованості чинники можуть бути регульовані, на дію яких підприємство може впливати, та нерегульовані, без можливості впливу на їх дію. Використання цієї ознаки дозволяє правильно реагувати на дію кожного чинника, адже за неможливості впливу безпосередньо на сам чинник та його дію, підприємство має хоча б посилювати чи послаблювати наслідки такого впливу, залежно від напрямку дії чинника.

За наслідками впливу чинники розподіляють на позитивні та негативні. Такий розподіл зумовлює розроблення відповідних заходів для використання або уникнення впливу чинників.

Важливим доповненням до попередньої ознаки є класифікація чинників за рівнем корисності, згідно з яким вони можуть бути корисні, наслідки дії яких позитивно впливають на підприємство, є своєчасними та доцільними для використання підприємством; нейтральними, які жодних прямих чи опосередкованих наслідків для підприємства не мають; шкідливими, результати впливу яких на підприємство необхідно мінімізувати. Спільне використання цієї та попередньої ознаки є необхідним, оскільки окремі чинники можуть мати негативний вплив на підприємство, але бути корисними для його діяльності. Наприклад, зростання рівня конкуренції на певному сегменті ринку є негативним чинником для підприємства, але він може бути корисним, якщо його використати як стимул для підвищення ефективності діяльності підприємства.

За джерелом виникнення чинники впливу на підприємства індустрії туризму розподіляють на зовнішні, що виникають у зовнішньому середовищі діяльності підприємства, та внутрішні, що виникають та діють у межах внутрішнього середовища підприємства. Ця ознака дозволяє визначити чинники, які потребують першочергової уваги та розроблення заходів для зниження ймовірності їх виникнення.

За повторюваністю впливу чинники можуть бути повторювальними, дія яких поновлюється через певні проміжки часу, та неповторювальними, що мають одноразову

дію. Використання цієї ознаки дозволяє підприємству вирішувати питання про доцільність витрат часу і коштів на моніторинг та формування інформаційної бази за чинниками неповторюваного впливу.

За структурою впливу чинники розподіляють на одиничні, що самостійно впливають на підприємство, та комплексні, що впливають на підприємство, взаємодіючи з іншими чинниками. Це важливо враховувати, оскільки взаємодія окремих чинників може посилити їх спільний вплив, порівняно із впливом кожного чинника окремо.

За природою виникнення чинники впливу на індустрію туризму можуть бути об'єктивними, на виникнення яких підприємство не впливає, та суб'єктивними, що виникають під впливом підприємства. Ця ознака класифікації дозволяє підприємству визначити низку чинників, процес виникнення яких воно може певною мірою контролювати.

За тривалістю впливу чинники розподіляють на постійні, що безперервно діють протягом періоду дослідження і планування; тимчасові, дія яких має сезонний характер; епізодичні, вплив яких в індустрії туризму є короткочасним. Використання цієї ознаки дозволяє встановлювати пріоритети у процесі розроблення заходів для регулювання наслідків впливу чинників на діяльність підприємства.

За сферою виникнення чинники впливу на підприємства індустрії туризму розподіляють на науково-технічні, організаційно-економічні, соціально-психологічні, природно-кліматичні, екологічні, політичні, правові. Характеристика чинників за цією ознакою дозволяє визначити природу ресурсів, необхідних для впливу на них.

За характером виникнення вплив чинника може бути первинним, тобто початковим після виникнення чинника, та вторинним, який виникає внаслідок неефективної реакції на первинний вплив чинника. Цю класифікацію призначено для визначення причинно-наслідкових зв'язків між окремими чинниками.

За можливістю виникнення чинники класифікують на реальні, що вже існують і продовжуватимуть свій вплив у плановому періоді, та потенційні, що можуть виникнути з різним ступенем ймовірності. Оцінити таку ймовірність можна за допомогою економіко-математичних, статистичних методів та методів експертного оцінювання, залежно від чинника, що оцінюють.

Запропонований підхід містить достатню кількість ознак для детальної характеристики чинників впливу на підприємства індустрії туризму, що потребує значних витрат часу, коштів та праці для збирання та аналізу інформації. Тому кожне підприємство може самостійно сформувати власний набір необхідних ознак із запропонованого комплексу, ураховуючи вид, масштаб діяльності, стратегію підприємства, фінансові та техніко-технологічні можливості для здійснення такого аналізу. Але мінімальний набір ознак має містити такі: за ступенем регульованості; рівнем корисності; напрямом дії; тривалістю впливу; джерелом та можливістю виникнення. Використання цього набору ознак забезпечує мінімальний обсяг інформації, що необхідний для розроблення та реалізації відповідних управлінських рішень.

Результати аналізу впливу чинників на підприємства індустрії туризму доцільно розміщувати в табличній формі (табл. 1).

У таблицю занесено інформацію про обрані підприємством чинники та ознаки, за якими їх будуть аналізувати. Під час аналізу чинника за кожною ознакою в таблиці роблять відповідні позначення (наприклад: "+" – у разі відповідності та "-" – невідповідності).

Таблиця 1

Характеристика чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму (складено автором)
Characteristics of the factors of influence on the activity of enterprises of the tourism industry (compiled by the author)

Класифікаційні ознаки	Види чинників	Чинники				
		1	2	3	...	n
За характером вияву	циклічний					
	нециклічний					
За ступенем взаємозалежності	незалежний					
	взаємозалежний					
	похідний					
m	...					

Примітка: n – номер та назва чинника; m – назва класифікаційної ознаки.

Запропонована таблиця дозволяє детально характеризувати різні чинники впливу на діяльність підприємств індустрії туризму, урахувавши, що кожен чинник можна одночасно аналізувати за всіма ознаками.

У 2011 – 2013 рр. туристичний бізнес в Україні розвивався. Про це, зокрема, свідчить збільшення кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України за цей період, із 2,2 до 3,45 млн осіб, тобто на 56,1 %. Але у 2014 р. стан вітчизняного туристичного бізнесу погіршився. Порівняно з 2013 р., загальна кількість туристів у 2014 р. зменшилася на 29,8 %, у тому числі: іноземних туристів – на 92,7 %; туристів – громадян України, які виїжджали за кордон – на 16,2 %, внутрішніх туристів – на 54,1 %. Унаслідок цього мережа суб'єктів туристичної діяльності України у 2013 – 2014 рр. скоротилася на 31,8 % – із 5 692 до 3 885 одиниць [13].

Основною причиною такої ситуації є нестабільне соціально-економічне становище у країні, що негативно впливає на індустрію туризму через соціально-політичну напруженість, коливання валютного курсу, інфляційні процеси на споживчому ринку, реорганізацію виконавчих органів управління у сфері туризму. Характеристику цих чинників впливу на діяльність туристичних підприємств здійснено за допомогою запропонованого підходу до їх класифікації на основі таких ознак: за ступенем регульованості; рівнем корисності; тривалістю впливу; джерелом та можливістю виникнення (табл. 2).

Таблиця 2

Характеристика чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму в Україні, 2014 р. (складено автором)
Characteristics of the factors of influence on the activity of enterprises of the tourism industry in Ukraine, 2014 (compiled by the author)

Класифікаційні ознаки	Види чинників	Чинники			
		соціально-політична напруженість	коливання валютного курсу	інфляційні процеси на споживчому ринку	реорганізація виконавчих органів управління у сфері туризму
За ступенем регульованості	регульовані	-	-	-	-
	нерегульовані	+	+	+	+
За рівнем корисності	корисні	-	-	-	-
	нейтральні	-	-	-	-
	шкідливі	+	+	+	+
За тривалістю впливу	постійні	-	-	+	-
	тимчасові	+	+	-	+
	епізодичні	-	-	-	-
За джерелом виникнення	внутрішні	-	-	-	-
	зовнішні	+	+	+	+
За можливістю виникнення	реальні	+	-	+	+
	потенційні	-	+	-	-

Соціально-політична напруженість, зумовлена військовими діями у східних регіонах країни, спричинила зменшення потоку туристів загалом та іноземних туристів зокрема, оскільки чинник безпеки є головним у розвитку туризму. Підприємства індустрії туризму не можуть регулювати негативний вплив цього чинника, але його тимчасовий

характер та сучасні дипломатичні зусилля на національному та міжнародному рівнях дозволяють сподіватися на вирішення цієї складної проблеми.

Колівання валютного курсу негативно вплинуло на розвиток вітчизняного туризму, зокрема виїзного. Унаслідок дії цього чинника в I кварталі 2015 р. державний

кордон України перетнуло 4,8 млн українців, що на 4 % менше, ніж у I кварталі 2014 р. [14]. Це скорочення більшою мірою спричинено зростанням валютного курсу, хоча разом із ним відбувалося підвищення вартості послуг у країнах прибуття. Стабілізація валютного курсу у другому кварталі 2015 р. свідчить про тимчасовий характер впливу цього чинника та необхідність у його регулюванні на державному рівні.

Інфляційні процеси, зумовлені коливанням курсу валют, також негативно вплинули на розвиток туризму. Зростання цін на споживчі товари відбувалося протягом 2014 р. та особливо загострилося у 2015 р., зокрема в розрахунку до відповідного місяця попереднього року із січня до квітня 2015 р. індекс споживчих цін на товари та послуги зріс із 128,5 до 160,9 % [13]. Разом із цим відбулося підвищенням вартості комунальних послуг, що не супроводжувалося відповідним зростанням доходів населення і спричинило зменшення витрат на туристичні послуги. Це негативно вплинуло на доходи суб'єктів туристичної діяльності в I кварталі 2015 р., про що свідчить зменшення надходжень податків та зборів до зведеного бюджету на 7,4 млн грн, порівняно з аналогічним періодом 2014 р. [14]. Інфляційні процеси постійно відбуваються на споживчому ринку України з різною інтенсивністю, що необхідно враховувати туристичним підприємствам в асортиментній та ціновій політиці.

Реорганізація виконавчих органів влади у сфері туризму полягає у ліквідації Державного агентства України з туризму та курортів і передаванні його функцій Міністерству економічного розвитку і торгівлі. Функцію контролю за якістю туристичних послуг та дотриманням ліцензійних вимог покладено на новостворену Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Такі дії можуть негативно вплинути на розвиток туризму, оскільки замість централізованого управління індустрією туризму окремим спеціалізованим органом державної влади, відбувається розпорощення функцій управління між окремими департаментами міністерства. Досвід більш ніж 160 країн світу підтверджує необхідність у створенні центрального органу виконавчої влади у сфері туризму для забезпечення його стабільного розвитку [15].

Названі чинники створюють загальну невизначеність майбутнього економічного становища у країні та сфері туризму, що змушує населення заощаджувати кошти на товарах і послугах, які не задовольняють потреби першої необхідності. У таких умовах зменшується попит на туристичні послуги через обмеження витрат на ці послуги або взагалі відмову від їх споживання до поліпшення економічного становища у країні. Розглянуті чинники негативно впливають на діяльність туристичних підприємств. Вони мають зовнішнє джерело виникнення, що потребує розроблення та реалізації відповідних заходів на державному рівні. Підприємства індустрії туризму мають враховувати їх дію у процесі планування та реалізації операційної діяльності.

Отже, індустрія туризму є складною міжгалузеву соціально-економічною системою, на функціонування якої впливає низка чинників. Здійснене узагальнене оцінювання сучасних підходів до класифікації чинників впливу на діяльність підприємств індустрії туризму дозволило сформулювати підхід, що дозволяє комплексно характеризувати кожен чинник. Його використання забезпечує якісну інформаційну підтримку розроблення управлінських рішень для мінімізації та ліквідації негативного впливу на діяльність підприємств та ефективного використання наявних можливостей.

Це потребує подальших досліджень процесів прогнозування та планування діяльності підприємств індустрії туризму.

Література: 1. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму / М. П. Бондаренко // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 3–4. – С. 19–22. 2. Саух І. В. Державне регулювання розвитку туризму: сутність поняття та проблеми визначення / І. В. Саух // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 59–66. 3. Цюхля С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії / С. Ю. Цюхля // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия "Экономика и управление". – 2009. – Т. 22 (61), № 2. – С. 373–380. 4. Величко В. В. Дослідження факторів розвитку туристської індустрії України / В. В. Величко // Комунальне господарство міст. – 2012. – № 102. – С. 470–475. 5. Бакало Н. В. Стан туристичного та рекреаційного бізнесу під впливом світової економічної ситуації / Н. В. Бакало, І. В. Черниш, А. В. Куценко // Экономика Крыма. – 2010. – № 2 (31). – С. 235–238. 6. Балабанова А. О. Факторы развития сельского туризма: "Идентичность" и "аутентичность" / А. О. Балабанова // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – № 4 (27). – С. 20–22. 7. Боголюбов В. С. Самоорганизация в системе управления туризмом в регионе / В. С. Боголюбов, С. А. Севастьянова // Экономическое возрождение России. – 2005. – № 4. – С. 44–53. 8. Братюк В. П. Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму / В. П. Братюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 9. – С. 63–71. 9. Ястремська О. О. Міжнародний туризм: аналіз, тенденції, менеджмент / О. О. Ястремська // Економіка розвитку. – 2014. – № 4. – С. 61–65. 10. Дехтяр Н. А. Вплив інноваційних технологій на розвиток світового ринку туристичних послуг / Н. А. Дехтяр // Економіка розвитку. – 2014. – № 3. – С. 37–43. 11. Смиреникова Е. В. Сравнительный анализ факторов, влияющих на развитие туристического потенциала Архангельской области / Е. В. Смиреникова, Н. В. Коновалова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Естественные науки. – 2010. – № 3. – С. 20–24. 12. Осипова Е. Э. Туристский потенциал Архангельской области и его влияние на социально-экономическое развитие региона / Е. Э. Осипова // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1 (41). – С. 363–364. 13. Туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 14. Статистичні показники сфери туризму у I кварталі 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ru/news/27681>. 15. Козлова Т. Антитуристическая операция в Украине [Електронний ресурс] / Т. Козлова. – Режим доступу: http://novosti-turbiznesa.info/article/antituristicheskaya_operatsiya_v_ukraine.html.

References: 1. Bondarenko M. P. *Teoreticheskiye zasady razvitiya industrii turizmu* [The Theoretical Basis for the Development of the Tourism Industry] / M. P. Bondarenko // *Ekonomichnyi chasopis-XXI*. – 2012. – No. 3–4. – P. 19–22. 2. Saikh I. V. *Derzhavne rehulivannia rozvytku turizmu: sutnist poniatia ta problemy vyznachennia* [State Regulation of Tourism Development: The Essence of the Concept and Problems of Definition] / I. V. Saikh // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2014. – No. 4. – P. 59–66. 3. Tsokhla S. Yu. *Systematyzatsiia faktoriv rozvytku turystychnoi industrii* [Systematization of the Factors of Tourism Industry Development] / S. Yu. Tsokhla // *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya "Ekonomika i upravlenie"*. – 2009. – Vol. 22 (61), No. 2. – P. 373–380. 4. Velychko V. V. *Doslidzhennia faktoriv rozvytku turystskoi industrii Ukrainy* [Investigation of the Factors of Development of the Tourism Industry of Ukraine] / V. V. Velychko // *Komunalne*

hospodarstvo mist. – 2012. – No. 102. – P. 470–475. 5. Bakalo N. V. *Stan turystychnoho ta rekreatsijnoho biznesu pid vplyvom svitovoi ekonomichnoi sytuatsii* [The Position of Tourism and Recreation Business Under the Influence of the Global Economic Situation] / N. V. Bakalo, I. V. Chernysh, A. V. Kutsenko // *Ekonomika Kryma*. – 2010. – No. 2 (31). – P. 235–238. 6. Balabanova A. O. *Faktory rozvitytia selskogo turizma: "Identichnost" i "autentichnost"* [Factors of the Development of Rural Tourism: "Identity" and "Authenticity"] / A. O. Balabanova // *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta*. – 2013. – No. 4 (27). – P. 20–22. 7. Bogolyubov V. S. *Samoorganizatsiya v sisteme upravleniya turizmom v regione* [Self-Organization in the System of Tourism Management in the Region] / V. S. Bogolyubov, S. A. Sevastyanova // *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii*. – 2005. – No. 4. – P. 44–53. 8. Bratiuk V. P. *Analiz dosvidu zakhidnykh krain shchodo formuvannia derzhavnoi polityky spryiannia rozvytku turyzmu* [The Analysis of the Experience of Western Governments Regarding the Formation of the State Policy to Promote the Development of Tourism] / V. P. Bratiuk // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2012. – No. 9. – P. 63–71. 9. Iastremska O. O. *Mizhnarodnyi turizm: analiz, tendentsii, menezhment* [International Tourism: Analysis, Trends, Management] / O. O. Iastremska // *Ekonomika rozvytku*. – 2014. – No. 4. – P. 61–65. 10. Dekhtiar N. A. *Vplyv innovatsiinykh tekhnolohii na rozvytok svitovoho rynku turystychnykh posluh* [The Influence of the Innovative Technologies on the Development of the World Market of Tourist Services] / N. A. Dekhtiar // *Ekonomika rozvytku*. – 2014. – No. 3. – P. 37–43. 11. Smirennikova E. V. *Sravnitelnyy analiz faktorov, vliayushchikh na razvitie turisticheskogo potentsiala Arkhangel'skoy oblasti* [Comparative Analysis of Factors Influencing the Development of the Tourist Potential of Arkhangel'sk Region] / E. V. Smirennikova, N. V. Konovalova // *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federalnogo universiteta. Seriya: Estestvennye nauki*. – 2010. – No. 3. – P. 20–24. 12. Osipova E. E. *Turistskiy potentsial Arkhangel'skoy oblasti i ego vliyanie na sotsialno-ekonomicheskoe razvitie regiona* [The Tourist Potential of Arkhangel'sk Region and its Impact on Socio-Economic Development of the Region] / E. E. Osipova // *Problemy sovremennoy ekonomiky*. – 2012. –

No. 1 (41). – P. 363–364. 13. *Tourism* [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 14. *Statystychni pokaznyky sfery turyzmu u I kvartali 2015 roku* [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.tourism.gov.ua/ru/news/27681>. 15. Kozlova T. *Antituristiceskaya operatsiya v Ukraine* [Antitourist operation in Ukraine] [Electronic resource] / T. Kozlova. – Access mode : http://novosti-turbiznesa.info/article/antituristiceskaya_operatsiya_v_ukraine.html.

Інформація про автора

Тараненко Олександр Олександрович – канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі" (вул. Ковалю, 3, м. Полтава, Україна, 36014, e-mail: aleksandr-taran@bk.ru).

Информация об авторе

Тараненко Александр Алексеевич – канд. екон. наук, доцент кафедры туристического и гостиничного бизнеса Высшего учебного заведения Укоопсоюза "Полтавский университет экономики и торговли" (ул. Ковалю, 3, г. Полтава, Украина, 36014, e-mail: aleksandr-taran@bk.ru).

Information about the author

A. Taranenko – PhD in Economics, Associate Professor of Tourist and Hotel Business Department of Higher Educational Establishment of Ukoopspilka "Poltava University of Economy and Trade" (3 Koval St., Poltava, Ukraine, 36014, e-mail: aleksandr-taran@bk.ru).

*Стаття надійшла до ред.
16.10.2015 р.*

УДК 330.88:316.42:304.5

JEL Classification: A14; O21; Q01

СУСПІЛЬСТВО, ЕКОНОМІКА, ІНФОКОМУНІКАЦІЇ ТА СТАЛІЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ (у двох частинах)

Гребенніков В. О.

Унесено системне уточнення основних суспільствознавчих термінів ("суспільство", "економіка", "інфокомунікації", "сталій розвиток"), яке необхідно для застосування системного підходу до визначення і реалізації шляхів майбутнього розвитку України. Наявна різноманітність визначень цих термінів у численних публікаціях і офіційних документах веде до несистемних поставлень цілей і завдань розвитку не тільки окремих країн, але й міжнародної політики розвитку.

У першій частині статті шляхом узагальнювального аналізу публікацій удалося конкретизувати визначення термінів "суспільство", "економіка" та "інфокомунікації". Конкретизацію