

Гуслев А.П.*

ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯК ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНОГО ЯВИЩА В ЕКОНОМІЦІ

В статті розглянутий теоретичний аспект функціонування туристичної галузі, зроблена спроба дати оцінку туристичної галузі в розрізі поліфункціонального впливу на економіку країни.

Ключові слова. Рекреація, туристичний продукт, полі функціональність, економічний вплив.

В статье рассмотрен теоретический аспект функционирования туристической отрасли, предпринята попытка дать оценку туристической отрасли в разрезе полифункционального влияния на экономику страны.

Ключевые слова. Рекреация, туристический продукт, полифункциональность, экономическое влияние.

The article is devoted to the theoretical aspect of the functioning of the tourism industry, it is tried to assess the tourism industry in the context of multifunction impact on the economy.

Key words. Recreation, tourism product, multifunctionality, economic impact.

Постановка проблеми. Туризм є однією з найбільш прибуткових та динамічних галузей світової економіки, що розвиваються. Він стимулює піднесення народного господарства країни, дозволяє збільшувати валютні надходження за рахунок розвитку в'їзного туризму ефективного використання природного, історійко-культурного потенціалу. Дослідження і вивчення туризму набуває особливої актуальності та важливості у сучасних умовах у зв'язку з кардинальними соціокультурними змінами, що відбулися в світі. По-перше, на розвиток туристичної тенденції впливає дві протилежні тенденції: глобалізація як універсалізація товарів, послуг, ринків та регіоналізація як прагнення народів захистити свою ідентичність, культурно-історичні цінності та мову. По-друге, туризм став прибутковою діяльністю, що становить важливий економічний ресурс розвитку багатьох держав у різних куточках світу. По-третє, туризм є ефективним засобом виховання у людини толерантності, поваги до інших культур і у кінцевому підсумку змінює світогляд людини, збагачуючи його новими цінностями та враженнями.

Наукові дослідження, присвячені розробці методики розрахунку впливу туризму на розвиток промислових галузей економіки регіону, як і всієї економіки в цілому в сучасній вітчизняній літературі практично відсутні. Вищевикладене зумовило вибір теми статті.

Метою статті є теоретичне обґрунтування оцінки перспектив розвитку туристичної галузі як полі функціонального явища в економіці.

* аспірант кафедри фінансів та кредиту Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Науковий керівник: проф. Сідоров В.І

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу на питаннях поліфункціональності туризму зосереджували у своїх працях вітчизняні вчені О.О.Любіцева, О.Г.Топчієв, Л.Т.Шевчук. Як важливий чинник міжіндивідуальної та кроскультурної комунікації туризм розглядають І.Ф.Курас, Г.І.Горак, М.М.Кисельов, В.С.Пазенок та ін.

Виклад основного матеріалу. Як соціально детерміноване явище, туризм потребує наукового пізнання, теоретичного осмислення. Саме тому сформувалась низка географічних дисциплін – рекреаційна географія, географія туризму, туризмологія, які займаються розробкою теоретико-методичних засад територіальної та функціональної організації відпочинку та оздоровлення, спираючись на рекреаційну функцію як необхідну складову суспільного відтворення. Отже, рекреаційна діяльність є наслідком подальшого поглиблення суспільного поділу праці.

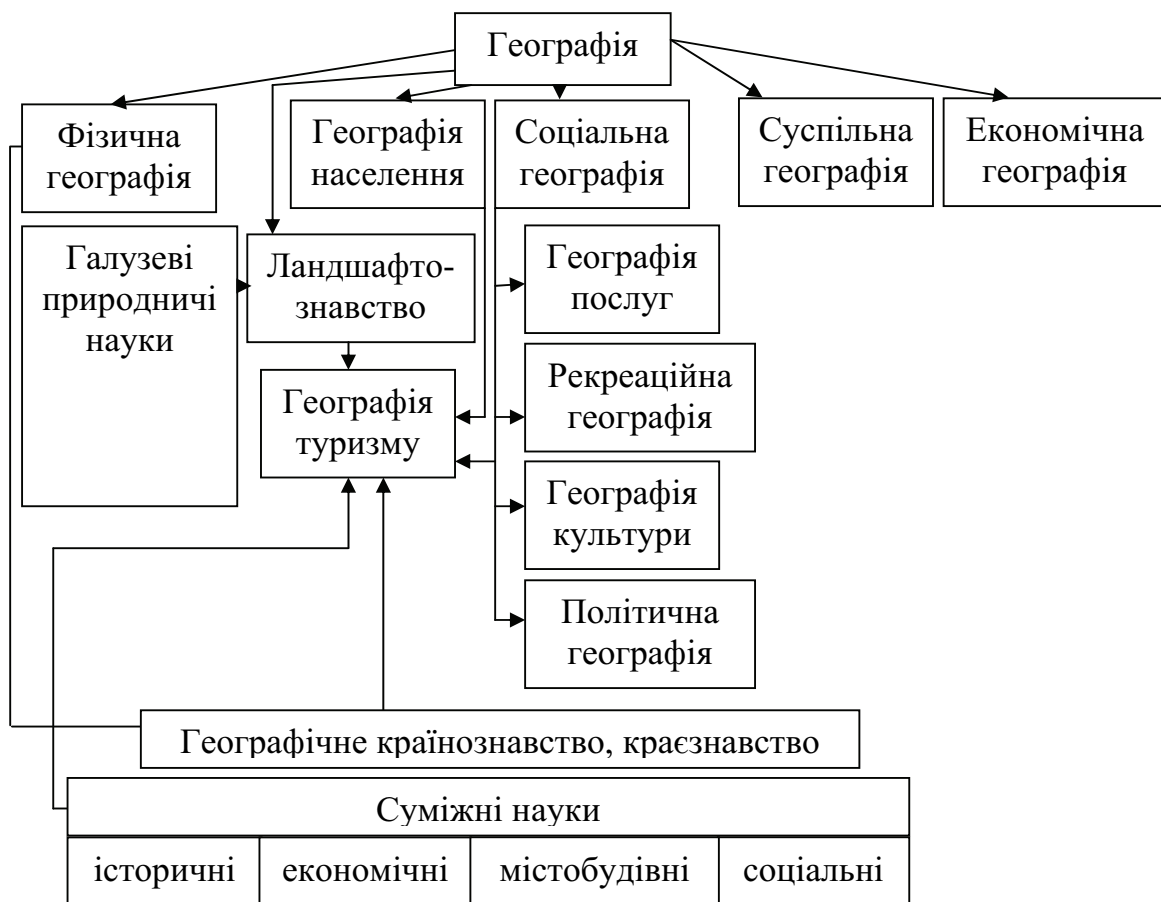


Рис. 1.1. Зв'язок географії туризму з географічними та негеографічними науками

Сучасна індустрія туризму - одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства і розглядається і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі - в ній зайнято понад 260 млн. чол., тобто кожний 10-й працюючий. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. доларів США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США. У країнах з розвинутою ринковою економікою останнім часом приділяється велика увага розрахунку показників, що характеризують вплив туризму на економіку країни. Наприклад, у Швей-

царії подібні розрахунки показали, що туризм є другою за значенням галуззю в економіці країни після банківської справи.

Туризм є поліфункціональним видом людської діяльності. Поліфункціональність туризму, за О.Любіцевою, відображається комплексним характером мотивації, що спонукає людину до подорожі, і комплексністю в організації подорожей та обслуговуванні туристів [2, с.10].

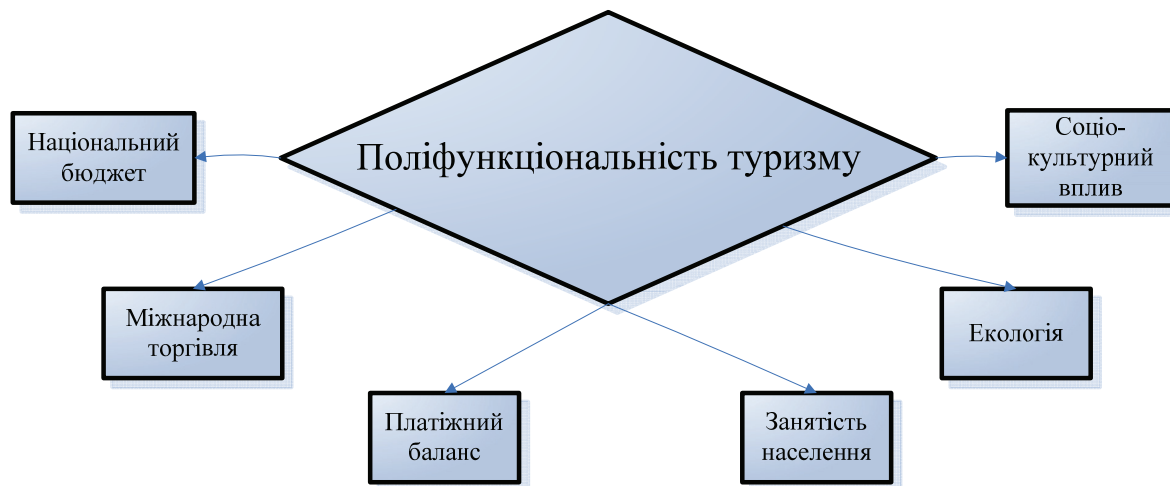


Рис. 1.2. Вплив туризму на економіку

В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. За чисельністю працівників індустрія туризму також стала однією з найбільших у світі - в ній зайнято понад 260 млн. чол., тобто кожний 10-й працюючий. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. доларів США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), на початку XXI ст. обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %.

Туризм як форма організації дозвілля доступна лише певній частині населення, яка має вільний час та матеріальні можливості для подорожей. Тобто, подорожування виступає ознакою певного способу життя, фіксатором соціального статусу [2, с.9]. Доступність туристичних послуг для масового споживача, залучення нових категорій населення до туризму посилює його соціальну функцію.

Все більшого значення набуває екологічна функція туризму. З одного боку, туризм споживає природно-рекреаційні блага і напряму зацікавлений в їх збереженні. З іншого боку, зростання попиту призводить до збільшення антропогенного тиску на територіальні рекреаційні системи [2, с.9]. Саме тому захист довкілля є невід'ємною складовою розвитку туризму, однією з ключових засад його сталого розвитку.

Істотною є економічна функція туризму. Індустрія туризму – це міжгалузевий комплекс, спрямований на задоволення туристичних потреб населення, це ефективна галузь гос-подарства, що відіграє дедалі більшу роль як в національних економіках, так і в світовій торгівлі послугами [2, с.10]. Щоправда, зараз все більше говорять про переосмислення ролі туризму в житті людини, переорієнтацію від його розуміння як економічного явища з отри-манням великих прибутків та задоволення потреб платоспроможних споживачів до трактування туризму як соціокультурного явища, яке є складовою суспільних глобалізаційних процесів.

Зростає помітний вплив туризму на суспільне життя і культуру багатьох країн. Л.Шевчук наголошує на таких функціях туризму: інтегративна (об'єднання людей за інтересами

у процесі відпочинку); комунікативна (можливість спілкування людей під час відпочинку); регулятивна (забезпечує поведінку людини за наперед визначеною схемою у період відпочинку); світоглядна (дає змогу уявити картину світу завдяки новим враженням, здобутим під час відпочинку) [4, с.289].

Туризм, як і більшість галузей нематеріальної сфери економіки, має власну виробничу базу і виробничий цикл, де в результаті поєднання засобів виробництва з робочою силою виробляються певний продукт, певні споживчі вартості, які, як правило, мають нематеріальне походження і мають форму послуги. У той же час виникає проблема віднесення окремих видів економічної діяльності в туризмі до виробничої чи комерційної сфери підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що до теперішнього часу в законодавчих та нормативних документах, спеціальній літературі з питань розвитку туризму відсутнє єдине розуміння змісту названих вище термінів. Часто усі поняття ототожнюються, що пов'язано з неоднозначністю трактування понять «туризм» та «товар» у широкому і вузькому їх розумінні. Так, наприклад, на думку відомого вченого з США Котлера Ф. «продукт – це сукупність всього того, що можливо запропонувати на ринку увазі споживача для придбання, використання чи споживання, що здатне задовольнити потребу або бажання. Він включає в себе фізичні об'єкти, послуги, місця, організації та ідеї» [1].

Як форма міжнародної торгівлі, туризм став одним з основних категорій міжнародних економічних відносин. Загальний дохід експорту, породжений в'їзним туризмом, в тому числі перевезення пасажирів, перевищив \$ 1 трлн. дол. США в 2009 р. або близько 3 млрд. дол. США в день. На експорт туристичних послуг припадає до 30% від експорту комерційних послуг в світі та 6% від загального обсягу експорту товарів і послуг. Глобально, як експортна категорія, туризму на четвертому місці після палива, хімікатів та автомобільної продукції. Внесок туризму в зростання господарської діяльності у всьому світі оцінюється приблизно в 5%.

Традиційними лідерами Старого світу залишились Франція, Іспанія та Італія. Значні темпи зростання демонструють США (8,7 % в порівнянні з 2007 р.). Вийшов у лідери і Китай, який з 12-го місця в 1990 році перемістився на 5-ге у 2009 році.

Таким чином, визначивши лідерів з приймання іноземних туристів, можна впевнено констатувати той факт, що саме в цих країнах найбільший вплив на економіку мала туристична індустрія. Надходження валюти в % розподіляються так: в європейські країни - 62,4 %, країни Північної Америки - 16,4 %, Латинської Америки - 11,7 %, африканські країни - 2,5 %, Близькій Схід - 2,5 %, Азію та Австралію - 4,5 %. В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та інші. Цей бізнес приваблює підприємців з багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності та мінімальний термін окупності витрат [3].

Вплив туризму на економіку країни перебування можна дослідити за допомогою оцінки прямого і побічного впливу. Оцінка економічного впливу туризму ґрунтується на витратах туристів. Тут важливо розглядати різні аспекти економіки, які відчувають на собі вплив витрат туристів. Розрахунок економічного впливу цих витрат проводиться за допомогою мультиплікатора. Оскільки місцеві підприємства залежать від інших підприємств-постачальників, будь-які зміни витрат туристів у туристичній місцевості приведуть

до змін на виробничому рівні економіки, доходів, зайнятості. Мультиплікатор туризму - це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змін витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитись витрати туристів.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів.

Оцінка економічного впливу туризму ґрунтується на витратах туристів. Тут дуже важливо розглядати різні аспекти економіки, які відчувають на собі вплив витрат туристів. Розрахунок економічного впливу витрат туристів здійснюється за допомогою мультиплікатора. Так як місцеві підприємства залежать від інших підприємств-постачальників, будь-які зрушення витрат туристів у туристській місцевості приведуть до змін на виробничому рівні економіки, доходу, зайнятості, обмінного курсу. Мультиплікатор туризму - це відношення змін одного з ключових економічних показників, скажімо, виробництва (зайнятості, доходу) до зміни витрат туристів. Визначення мультиплікатора базується на Кейсіанському аналізі. Існує певний коефіцієнт, на який повинні множитися витрати туристів. Для оцінки загальної зміни виробництва їм є мультиплікатор виробництва. Для оцінки змін загального доходу використовується інший коефіцієнт, на який також повинні множитися витрати туристів.

Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає.

Важливе значення має вклад туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном.

Таким чином, ми визначили економічні функції туризму та їх вплив на економіку.

Висновки. Туризм, як явище суспільного життя, є похідною суспільного розвитку. Своєю появою він завдячує індустріальній стадії розвитку людства, якій був притаманний прискорений розвиток продуктивних сил, поглиблення поділу праці, розвиток урбанізаційних процесів. Прискорені інноваційні зміни, пов'язані з науково-технічним прогресом, сприяли загальному соціально-економічному розвитку певних країн, підвищенню рівня життя їх населення, змінювали характер праці, спосіб та стиль життя.

Об'єктивне підґрунтя туризму як явища суспільного життя робить його складним, багатогранним об'єктом наукового пізнання.

Теоретико-методологічні положення туризмології повинні включати розробку філософських засад, принципів та підходів до різнобічного вивчення туризму як явища, спираючись на наявні досягнення галузевих наукових дисциплін, які займаються розробкою певних напрямків (аспектів) функціонування туризму.

Саме комплекс туристичних послуг, благ та товарів, що забезпечують реалізацію мети подорожі, є туристичним продуктом (турпродуктом). Турпродукт в формі тура виступає товаром на туристичному ринку. Таким чином, ринок туристичних послуг можна розглядати як сферу реалізації туристичного продукту та товарів туристського призначення.

Національний туристичний ринок структурується відповідно до умов розвитку індустрії туризму згідно дії закону абсолютних і відносних переваг (наприклад, концент-

рація природних та культурно-історичних пам'яток світової спадщини та регіонального значення при наявності прямого транспортного зв'язку, прийняттого рівня комфорту та цін на турпродукт, різноманітність його пропозиції). Його комплексно-пропорційний розвиток є результатом збалансованості між внутрішнім і міжнародним туризмом та його складовими, а також між місцевими туристичними ринками.

Таким чином, ринок туристичних послуг - система багатоаспектна, поліструктурна, поліформна та поліфункціональна, що функціонує за законом врівноваження попиту і пропозиції, який відтворює об'єктивно обумовлену необхідність відповідності в часі і просторі вартісних та натурально-речових форм платоспроможного попиту і товарної пропозиції, і діє на основі коливань виробництва та споживання турпродукту.

Література

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. Под ред. Ноздревой Р.Б. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 420 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)-К.: «Альтерпрес», 2002. – 436 с.
3. Боголюбов В.С., Орловская В.П. // Экономика туризма. М.: Академия, 2009. - 192 с.
4. Бейдик О.О. Українсько-російський словник термінів і понять з географії туризму і рекреаційної географії. - К.: РВЦ «Київський університет», 1997. - С. 99.