

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА НАСЛІДКИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

© 2014 АЛЕКСЕЄВ І. В., ТРУСОВА Т. С.

УДК 338.484:332.1

Алексеев И. В., Трусова Т. С. Социально-экономические предумысли та наслідки туристичної діяльності

У статті з позицій теорії управління проаналізовано категорії, що називають «функціями туризму» і показано, що функції притаманні діяльності суб'єктів господарювання, зокрема туристичних підприємств. Запропоновано розглядати вплив туристичної сфери на територіальний розвиток, зокрема відтворення, забезпечення зайнятості, збільшення доходу, згладжування, стабілізація платіжного балансу регіону як соціально-економічні передумови і наслідки туристичної діяльності. Такий підхід надає можливість чіткого розмежування дій, спрямованих на реалізацію певних заходів щодо забезпечення поточного функціонування і розвитку підприємств, і оцінювання результативності діяльності підприємств, завдяки чому створюватимуться передумови для кваліфікованого формування й реалізації державної політики у сфері туризму, здійснення координування та регулювання діяльності суб'єктів цього сектора економіки.

Ключові слова: туризм, область (регіон), туристична діяльність, суб'єкти туристичної діяльності, «функції туризму», соціально-економічні передумови і наслідки туристичної діяльності.

Рис.: 1. Бібл.: 10.

Алексеев Игорь Валентинович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: alexeev@lp.edu.ua

Трусова Тетяна Сергіївна – аспірантка, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: tts1987@ukr.net

УДК 338.484:332.1

UDC 338.484:332.1

Алексеев И. В., Трусова Т. С. Социально-экономические предумысли и последствия туристической деятельности

Aliksieiev I. V., Trusova T. S. Socio-economic Conditions and the Effects of Tourism Activities

В статье с позиций теории управления проанализированы категории, называемые «функциями туризма» и показано, что функции присущи деятельности субъектов хозяйствования, в частности туристическим предприятиям. Предложено рассматривать влияние туристической сферы на территориальное развитие, в частности воспроизводства, обеспечение занятости, увеличение дохода, сглаживание, стабилизация платёжного баланса региона как социально-экономические предумысли и последствия туристической деятельности. Такой подход даст возможность чёткого размежевания действий, направленных на реализацию определённых мероприятий для обеспечения текущего функционирования и развития предприятий, и оценки результативности деятельности предприятий, благодаря чему создаются условия для квалифицированного формирования и реализации государственной политики в сфере туризма, осуществления координации и регулирования деятельности субъектов этого сектора экономики.

In the article the categories called "functions of tourism" were analyzed from the standpoint of control theory and it was shown that the functions are inherent to the activities of business entities, in particular for tourism companies. It was proposed to consider the impact of the tourism sector on regional development, in particular reproduction, employment, increasing income, smoothing, stabilizing the balance of payments of the region as a socio-economic conditions and the effects of tourism activities. This approach will allow a clear demarcation of actions aimed at the implementation of certain measures to ensure ongoing operation and development of enterprises, and the evaluation of the performance of enterprises, so that the conditions for a qualified formation and implementation of the state policy in the sphere of tourism are created, coordinating and regulating the activity of this sector of economy.

Ключевые слова: туризм, область (регион), туристическая деятельность, субъекты туристической деятельности, «функции туризма», социально-экономические предумысли и последствия туристической деятельности.

Key words: tourism area (region), tourism activities, tourism stakeholders, "the function of tourism", the socio-economic conditions and the effects of tourism activities.

Рис.: 1. Библ.: 10.

Pic.: 1. Bibl.: 10.

Алексеев Игорь Валентинович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой финансов, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

E-mail: alexeev@lp.edu.ua

Трусова Татьяна Сергеевна – аспирантка, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

E-mail: tts1987@ukr.net

Aliksieiev Ihor V. – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Finance, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

E-mail: alexeev@lp.edu.ua

Trusova Tetyana S. – Postgraduate Student, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

E-mail: tts1987@ukr.net

Сучасний етап розвитку економіки України та її орієнтація на вимоги європейського ринку диктує особливі вимоги і визначає нові підходи до формування економічного потенціалу конкретної території. Комплексний порівняльний аналіз дозволяє виявити цінність та особливості кожної області та напрями ефективного використання ресурсів у підприємницькій діяльності.

Для розвитку туристичного напрямку економіки регіональні відмінності областей України мають ключове значення. Туризм у кожній окремій області України суттєво

відрізняється за показниками розвитку. Аналіз діяльності суб'єктів туристичної діяльності за областями України вказує на те, що у 19% областей спостерігається висока рентабельність (від 145% у Львівській області до 665% у Київській), у той час як в інших 19% областей діяльність здійснюється збитково. У решті 62% областей показник рентабельності коливається від 0 до 86%. Такі дані свідчать про недоліки у роботі як суб'єктів туристичної діяльності, так і місцевих органів самоврядування, зокрема неврахування ними регіональних аспектів, які можуть бути

цікавими для розвитку туристичної сфери. Водночас слід зауважити на недостатній розробленості теоретичних засад обґрунтування діяльності туристичних підприємств і їхньої взаємодії з державними та місцевими органами влади та управління.

Зростання уваги до територіальних аспектів економічного і соціального розвитку в даний час привело до помітного розширення теоретичних досліджень у цій галузі. Дослідженнями питань розвитку туристичного ринку на територіальному рівні займалися такі вчені, як В. Данильчук [1], О. Ксифілінова [2], Л. Ковинева [3], М. Мальська, В. Худо [4], С. Мархонос, Н. Турло [5], Л. Транченко, Р. Лопатюк [6], В. Хаустова, Є. Горбатова [7] та інші. У роботах [1, 3, 4, 7] дослідники розкривають теоретичні основи особливостей розвитку туризму на територіальному рівні, у дослідженні [5] представлено класифікацію туристичних ресурсів на територіях, зокрема у публікації [2] – про необхідність узгодження туристичної діяльності із збереженням довкілля, в роботі [6] – рекомендації щодо розвитку туристичної інфраструктури конкретно у Чернівецькій області. Проте недостатньо уваги приділяється теоретичним підходам до комплексної оцінки внутрішнього туристичного потенціалу окремих областей. Застарілими залишаються погляди на туристичну галузь, на чинники її розвитку, на взаємодію суб'єктів туристичного бізнесу з органами державного управління.

Метою даної статті є виявлення соціально-економічних передумов і наслідків туристичної діяльності для окремих регіонів і держави в цілому. Для досягнення мети визначені такі завдання:

1. Аналіз сучасного стану туристичної галузі України.
2. Дослідження змісту та взаємозв'язку понять «соціально-економічні передумови», «соціально-економічні наслідки» і «туристична діяльність».

Під час дослідження використано статистичний та якісний аналіз, метод порівняння.

Розвиток туризму визначається ступенем сформованості ринку туристичних послуг, що відображає систему економічних відносин між виробниками та споживачами. Ядром туристичного продукту, що є потужним мотиваційним джерелом, слугує дестинація. Термін «туристська дестинація» був введений Лейпером в середині 1980-х років. Сьогодні Всесвітня туристична організація пропонує тлумачити дестинацію як територію, що відвідується туристом і відіграє основну роль при виборі напрямку подорожі. Дестинація являє собою по суті основу первинного ринку, пов'язаного з розвитком туристичних центрів, тобто це та база, на якій будуються національні та регіональні інтереси щодо розвитку туристичної галузі [1, с. 47]. Визначальною в регулюванні відносин на туристичному ринку є державна політика. Державна політика України в галузі туризму має базуватись на територіальних особливостях, визначаючи індивідуальні механізми розвитку для кожної області. Тому головна роль у цьому питанні відводиться місцевим органам влади.

Загалом, на українському туристичному ринку спостерігаються позитивні тенденції. Так, у 2012 р. українська мережа суб'єктів туристичної діяльності (юридичні та фізичні особи – підприємці) становила 5347 одиниць, що на 12 % більше, ніж у 2011 р. Дохід від надання туристичних послуг становив 6991,3 млн грн, що на 42 % більше, порівняно з попереднім роком [8]. Рентабельність підприємств збільшилася на 33,7 %. Проте цей показник є неоднаковим в

областях України. Наприклад, такі області, як Закарпатська, Івано-Франківська, Тернопільська, Черкаська, Чернівецька та Чернігівська на початок 2012 р. мали збитки [9]. Це вказує на те, що існують проблеми в діяльності підприємств туристичного бізнесу. В умовах обмежених фінансових ресурсів одним із основних недоліків державної політики координування і регулювання діяльності підприємств, що здійснюють туристичну діяльність, є недостатня увага до особливостей кожної області. Адже туризм більше, ніж будь-яка галузь залежить від територіальних особливостей. Водночас і розвиток територій певною мірою залежить від туризму, який є однією зі сфер економічної діяльності. Відтак, сукупність факторів розвитку туристичного бізнесу і розвитку територій можна розглядати як обопільно спрямовані, тобто вони є такими, що одночасно визначають і розвиток туристичної діяльності, і розвиток територій.

Загальноприйнятою є думка, що розвиток туризму на кожній окремій території залежить від факторів:

- ★ *природно-географічних* (клімат, рельєф місцевості та інші);
- ★ *культурно-історичних* (пам'ятки архітектури, історії і т. п.);
- ★ *демографічних* (вік населення регіону, збільшення числа працюючих жінок, зростання питомої ваги самотніх людей);
- ★ *соціально-економічних* (підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення, зміна структури вільного часу);
- ★ *матеріально-технічних* (розвиток інфраструктури – транспорту, закладів розміщення, підприємств громадського харчування, рекреаційної сфери, роздрібної торгівлі та інші);
- ★ *політичних* (стабільність у регіоні, економічна і фінансова ситуація, рівень безпеки подорожей у регіоні).

Поширеним підходом до аналізу багатьох явищ, у тому числі й до аналізу змісту діяльності підприємств, сфер економіки, є формування системи деяких функцій, що приписуються не суб'єктам господарювання, а цілому виду економічної діяльності. Зокрема такий підхід використовують і дослідники туристичної сфери. Ряд науковців вважають, що вплив туризму на територію здійснюється через ряд функцій туризму, зокрема до них належить Ковинева Л., яка виділяє у своїх дослідженнях п'ять економічних функцій: відтворення, забезпечення зайнятості, збільшення доходу, згладжування, стабілізація платіжного балансу регіону. Не заперечуючи права зазначеної дослідниці на формування певної системи функцій, що відображають вплив туризму як сфери національної та регіональної економіки на загальноекономічні та фінансові показники відповідних територій і бюджетів, значимо певні дискусійні аспекти наведеної пропозиції. Дискусійний характер кожної з функцій наведемо поряд з авторським тлумаченням Л. Ковиневої. Проте розглядатимемо ці категорії з інших позицій, вважаючи, що функції притаманні не сферам діяльності, а певним суб'єктам такої діяльності. Натомість категорії, що називають «функціями», будемо диференціювати на соціально-економічні передумови і наслідки туристичної діяльності. Такий підхід надає можливість чіткого розмежування дій, спрямованих на реалізацію певних заходів щодо забезпечення поточного функціонування і розвитку підприємств, і оцінювання результативності діяльності підприємств.

Отже, Л. Ковинева пише, що функція відтворення реалізується через використання основних факторів виробництва – праці (діяльність органів управління, турагентів і туроператорів), землі (всі природні ресурси), капіталу (гроші, активи, туристична інфраструктура), підприємництва (організація та управління) – для отримання нового туристичного продукту. Зрозуміло, що вона інтерпретує загальновідомі речі для туристичної галузі. Цілком слушними можна вважати: 1) визначення суб'єктів туристичного ринку у складі «праці» як фактора виробництва; 2) туристичної інфраструктури у складі капіталу. Не викликає сумніву значення усіх природних ресурсів (землі) для реалізації туристичної діяльності, оскільки саме такі ресурси найчастіше й викликають у людей потребу щодо подорожей, відпочинку, ознайомлення з іншими країнами чи областями своєї держави. Підприємництво також справедливо віднесено до інструментарію функції відтворення. Однак щодо включення до його складу організації та управління слід зробити певні зауваження. По-перше, організація як структура, організування як вид діяльності вочевидь притаманні суб'єктам туристичної галузі – турагентам і туроператорам, про яких вже згадано у зв'язку з фактором виробництва – «працею». Це означає, що порушується принцип системності у запропонованій «системі функцій туризму», оскільки тлумачення цих функцій допускає деяке дублювання. По-друге, організування на мікрорівні є функцією менеджменту або управління, через що ставити їх в одному ряду є некоректним. Натомість Л. Ковинева не називає управління щодо туристичної сфери з боку держави, або місцевих (у т. ч. муніципальних) органів влади, що було б абсолютно доречним у зв'язку з тим, що саме від владних структур залежить формування необхідної туристичної інфраструктури, починаючи від будівництва готелів і ресторанів і закінчуючи реставрацією пам'яток архітектури та приведенням у відповідний стан транспортних магістралей, рекреаційних зон, місць відпочинку тощо. Можливо, не завжди слід говорити про безпосередню участь влади у заходах щодо налагодження туристичної інфраструктури, в їхньому фінансуванні. Натомість виконавча влада просто зобов'язана координувати діяльність зацікавлених суб'єктів господарювання і навіть заохочувати тих, хто дотичний до вирішення зазначених проблем. Нарешті, зазначене «відтворення» є не функцією туризму, чи економічною функцією, а соціально-економічною передумовою здійснення туристичної діяльності, про що свідчать наведені вище аргументи.

Отже, вважаємо, що «відтворення» слід віднести, згідно з прийнятою нами точкою зору, до соціально-економічних передумов туристичної діяльності. Щодо забезпечення зайнятості, збільшення доходу, згладжування, стабілізації платіжного балансу регіону, то їх ми відносимо до соціально-економічних наслідків туристичної діяльності. Проте слід уточнити зміст і висхідні передумови щодо отримання зазначених наслідків від діяльності туристичних підприємств.

Забезпечення зайнятості («функція» за Л. Ковиневою) у туризмі виражається в тому, що населення отримує роботу на туристичних підприємствах (готельних, транспортних та ін.) Зростання туризму створює в регіонах, незалежно від рівня їх розвитку, нові робочі місця, тому такий вплив туризму на зайнятість може стати визначальним для тих регіонів, які суттєво залежать від цього сектору економіки. Варто підкреслити, що робочі місця внаслідок мульти-

плікативного ефекту створюватимуться не лише безпосередньо у підприємствах, зайнятих у туристичному бізнесі. Робочі місця також будуть створюватись у суміжних галузях, тих, які продукують сировину для харчових продуктів, виробляють меблі, елементи інтер'єру для готелів та ресторанів, надають ремонтні послуги тощо. Отже, забезпечення зайнятості слід вважати соціально-економічним наслідком туристичної діяльності, а показники зміни зайнятості населення відображають у певній своїй частині розвиток туризму, як в області (регіоні), так і в державі.

Економічна діяльність у туризмі робить внесок у створення доходу («функція» *збільшення доходу*). Мультиплікатор туризму визначається як відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництва, зайнятості або доходу) до зміни витрат туристів. Мультиплікаційний ефект виражається в тому, що дохід, отриманий в одній галузі, сприяє виникненню нового доходу в іншого суб'єкта господарської діяльності.

Ефект збільшення доходу в туризмі має насамперед територіальне значення. Істотне збільшення доходу відбувається тоді, коли первинна виручка від туризму переходить в регіональну торгівлю, промисловість, сільське господарство і т. ін. Значення мультиплікатора є різним залежно від характеру регіональної економіки і ступеня взаємопов'язаності різних секторів її економіки. Зазначене цілком відповідає змісту соціально-економічних наслідків туристичної діяльності, а наведені показники дають змогу кількісно виміряти отримувані ефекти.

У рамках територіального підходу важливу роль відіграє «функція» *згладжування*, яка виявляється в тому, що туризм за певних умов може сприяти економічному розвитку депресивних, слабких у структурному відношенні регіонів. Створення туристичних підприємств у віддалених, малонаселених або індустріально слабкорозвинених областях частково нейтралізує деякі негативні явища. У такому випадку туризм виконує функцію, що вирівнює економічний стан регіонів, оскільки багато привабливих у природному або культурному відношенні регіонів, що втратили за певних обставин потенціал промислових або/і сільськогосподарських підприємств, стають здатними за допомогою туризму забезпечити собі темпи економічного зростання, що перевершують середньостатистичні показники, а це означає створення додаткового доходу і робочих місць. Це може позитивно впливати на *стабілізацію платіжного балансу регіону* (також «функція» згідно з [3, с. 5 – 6]). Хоча дві зазначені останні «функції туризму» є радше функціями фінансової діяльності і безперечно соціально-економічними наслідками діяльності туристичної.

Автори [4, с. 43] виділяють ще «*політичну функцію*», суть якої полягає у формуванні іміджу регіону за кордоном; «*містоформуючу функцію*», що виникає з процесу туристичної урбанізації і розвитку міст; «*етнічну функцію*», яка супроводжується приїздом осіб (емігрантів, або їх нащадків) до країни предків. Не викликає сумніву, що сформований туристичний імідж, розвиток міст та інших населених пунктів, консолідація представників закордонної діаспори з мешканцями країни їхнього походження є соціально-економічними наслідками туристичної діяльності. Саме наслідками, а не комплексом певних (відмінних від самого туризму) дій, який слід було б називати функціями.

Таким чином, туристичний комплекс виникає внаслідок наявності певних факторів на території та через свої

функції впливає на територіальний розвиток, який, у свою чергу, впливає на туристичний комплекс. Цей кругообіг має координуватися і регулюватися державними важелями на мікро-, мезо- та макрорівнях (рис. 1).

ВИСНОВКИ

Таким чином, проведене дослідження виявило дискусійний характер категорії «функція туризму». Нами показано, що цю категорію слід розглядати радше як соціально-економічні передумови і наслідки туристичної діяльності. Такий підхід дозволить у подальшому чіткіше окреслювати функції суб'єктів туристичного ринку, а не «функції самого туризму», а також правильно визначати складові економічного ефекту від провадження туристичної діяльності. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Данильчук В. Ф. Туристичний бізнес у збалансованому розвитку економіки регіонів України / В. Ф. Данильчук // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. Серія «Економіка, організація та управ-

ління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому», – Донецьк, 2013. – № 17. – С. 46 – 51.

2. Ксифілінова О. М. Проблеми забезпечення стійкого розвитку регіонального туризму та шляхи їхнього рішення / О. М. Ксифілінова // Бізнес Інформ. – 2011. – № 9. – С. 96 – 98.

3. Ковычева Л. В. Региональный туризм : монография / Л. В. Ковычева. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2005. – 111 с.

4. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія і практика : підручник. – 2-вид. перероб. і доп. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 368 с.

5. Мархонос С. М. Діагностика забезпечення туристичними ресурсами регіонів України / С. М. Мархонос, Н. П. Турло // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 3 (11). – С. 86 – 90.

6. Транченко Л. В. Соціально-економічна ефективність функціонування туристичних підприємств / Л. В. Транченко, Р. І. Лопатюк // Бізнес Інформ. – 2014. – № 4. – С. 230 – 235.

7. Хаустова В. Є. Проблеми розвитку туристичної галузі в Україні / В. Є. Хаустова, Є. Ф. Горбатова // Проблеми економіки. – 2010. – № 2. – С. 28 – 33.

8. Мережа суб'єктів туристичної діяльності у 2012 році / Державна служба статистики (Експрес-випуск) № 05.4-119/73 від 11.04.2013.

9. Статистичний щорічник України за 2011 р. / За ред. О. Г. Остапчука ; Державна служба статистики України. – К : ТОВ «Август Трейд», 2012. – 559 с.

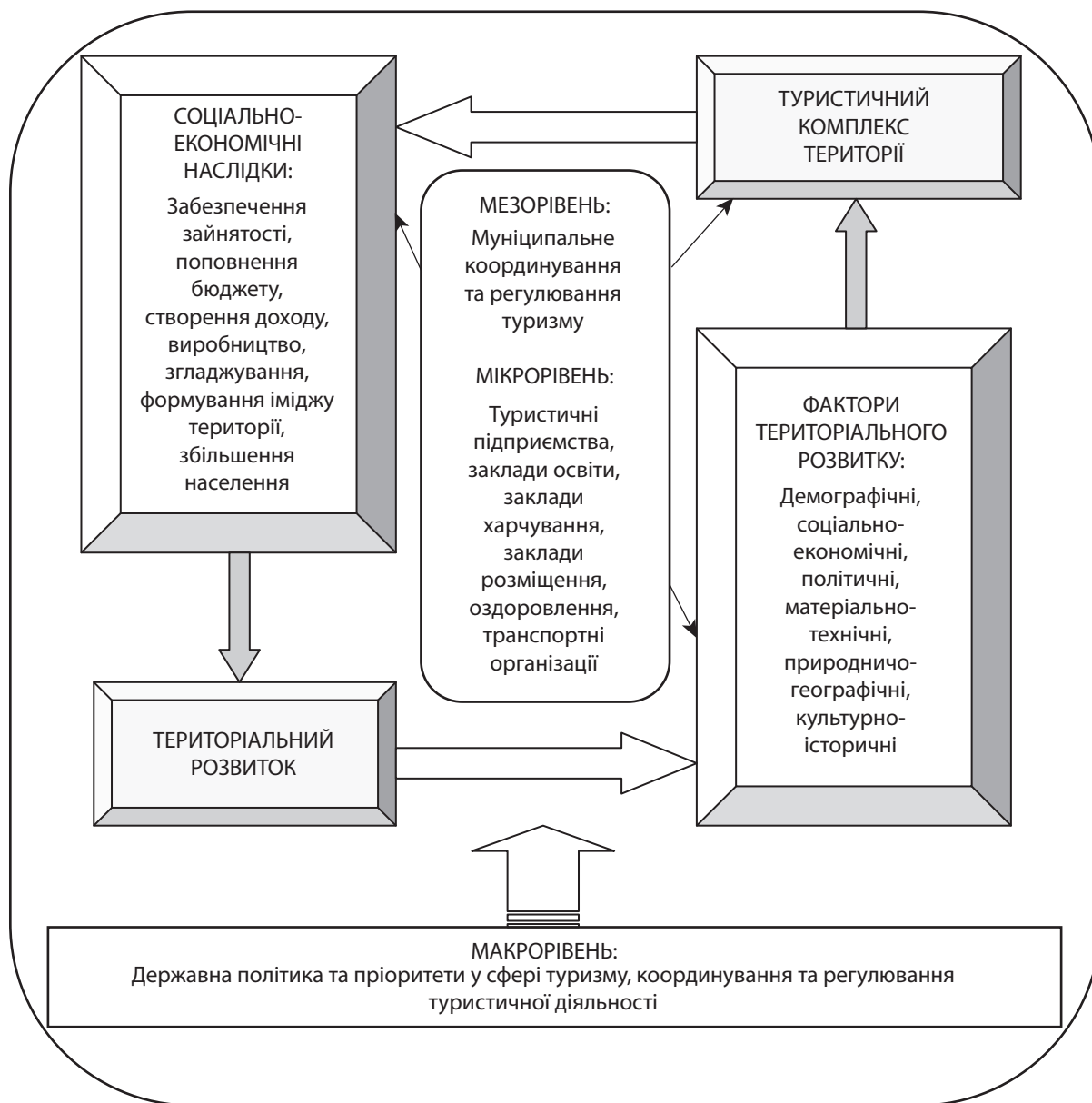


Рис. 1. Взаємозв'язки туристичного комплексу і територіального розвитку

Джерело: розроблено авторами.