

УДК 332.1;338.4

Підвальна О. Г.

pog@vsau.vin.ua, ORCID ID: 0000-0002-8779-5867

*к.е.н., доцент, доцент кафедри аграрного менеджменту,
Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця*

Богуславська С. І.

boguslavskaya1980@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6834-9765

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси*

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІНДУСТРІЄЮ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ: СИСТЕМНИЙ ПІДХІД

Анотація. У статті розвиток регіонального туризму розглядається як соціально-економічний феномен єдиної, цілісної соціально-економічної системи, де економіка і соціологія є її основними підсистемами. Під час дослідження організаційно-економічного механізму управління індустрією туризму в регіонах застосовано системний підхід. Визначено, що організаційно-економічні процеси в туристичній індустрії в регіонах є рухом елементів соціальної системи, її підсистем, будь-якого соціального об'єкта та здійснюються під дією внутрішніх і зовнішніх умов; на побудову організаційно-економічного механізму управління в туристичній індустрії регіону впливають соціальні зміни в динаміці. Кожен організаційно-економічний механізм у туристичній індустрії регіону складається з декількох стадій, що розрізняються за змістом і механізмами, способами взаємозв'язку компонентів, що визначає його напрям і темпи на даній стадії. Означено характерні риси організаційно-економічних процесів у туристичній індустрії регіону, які дають змогу вважати його ядром, центральним моментом соціокультурної ситуації в регіоні. У теоретичному аспекті якісні зміни, вироблені організаційно-економічними процесами в туристичній індустрії регіону, розмежовано на горизонтальні і вертикальні рівні. На підставі розглянутої методології організаційно-економічних процесів у туристичній індустрії регіону сформовано визначення організаційно-економічних процесів у туризмі та розглянуто систему чинників впливу організаційно-економічних процесів (соціальної системи) на розвиток туристичної індустрії і туристичної галузі регіону в цілому. Обґрунтовуючи туризм як категорію соціальної та масовості, визначено основні численні чинники, вплив яких може визначати рівень туристичного попиту: загальноекономічні (добробут суспільства і збільшення вільного часу); соціально-демографічні (вікова структура, структура сім'ї, рівень доходів та освіти населення, співвідношення міського і сільського населення); чинники культурного і суспільно-психологічного характеру.

Ключові слова: соціум, індустрія туризму, регіон, система, чинники впливу, механізм управління, організаційно-економічні процеси.

Pidvalna Oksana

pog@vsau.vin.ua, ORCID ID: 0000-0002-8779-5867

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor
at the Department of Agricultural Management,
Vinnitsa National Agrarian University, Vinnitsa*

Boguslavskaya Svitlana

boguslavskaya1980@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6834-9765

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor
at the Department of Management and Economic Security,
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Cherkasy*

FACTORS OF INFLUENCE ON THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF TOURISM INDUSTRY MANAGEMENT IN THE REGION: SYSTEM APPROACH

Abstract. The article considers the development of regional tourism as a socio-economic phenomenon of a single, integrated socio-economic system, where economics and sociology are its main subsystems. In the study of the organizational and economic mechanism of management of the tourism industry in the regions, a systematic approach is applied. It is determined that organizational and economic processes in the tourism industry in the regions are the movement of

elements of the social system, its subsystems, any social object and are carried out under the influence of internal and external conditions; the construction of organizational and economic management mechanism in the tourism industry of the region is influenced by social changes in the dynamics. Each organizational and economic mechanism in the tourism industry of the region consists of several stages, which differ in content and mechanisms, ways of interconnection of components, which determines its direction and pace at this stage. The characteristic features of organizational and economic processes in the tourist industry of the region are determined, which allow to consider it as the core, the central moment of the socio-cultural situation in the region. In the theoretical aspect, qualitative changes produced by organizational and economic processes in the tourism industry of the region are divided into horizontal and vertical levels. Based on the methodology of organizational and economic processes in the tourism industry of the region, the organizational and economic processes in tourism are defined and a system of factors influencing organizational and economic processes (social system) on the development of tourism industry and tourism in the region as a whole is considered. Substantiating tourism as a category of social and mass, the main numerous factors, the impact of which can determine the level of tourist demand, are identified, namely general economic factors (welfare of society and increase of free time), socio-demographic factors (age structure, family structure, income and education level of the population, the ratio of urban and rural population), factors of cultural and socio-psychological nature.

Key words: society, tourism industry, region, system, factors of influence, management mechanism, organizational and economic processes.

JEL Classification: R11, R13, R50, Z10

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-29-08>

Постановка проблеми. Туризм – це особлива сфера підприємницької діяльності, яка відрізняється інтегрованим характером економічних відносин взаємодії і взаємної залежності об'єктів продуктивних та непродуктивних сил, що і робить її однією з провідних і найбільш динамічних галузей світової економіки. У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм чинить величезний вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та ін., тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку регіону. Своєю чергою, на розвиток туризму впливають різні чинники: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні і політико-правові.

Розглядаючи туризм як соціальний чинник відпочинку, оздоровлення, взаєморозуміння між людьми, доступу до історичних і культурних цінностей розвитку особистості, політичної стабільності, необхідно не забувати про соціальний розвиток суспільства як специфічної форми організаційно-економічних процесів, що розкриває потенціал соціальної та економічної системи в туризмі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми становлення та розвитку туристичної діяльності, механізмів управління даною індустрією, впливу на соціально-економічний розвиток вивчали чимало вчених: М. Біль, Л. Василькевич, І. Головчан, Л. Гелей, О. Гулич, А. Гукалюк, Я. Дубенюк, І. Жук, Л. Кондрацька, О. Ковалюк, В. Кравців, С. Лобозинська, Р. Магійович, М. Макаренко, І. Маркіна, М. Мальська, Н. Мельник, І. Михасюк, Т. Мойсеєнко, В. Мотолика, О. Паламарчук, А. Панасюк, О. Пилип'як, Е. Попова, Ж. Поплавська, В. Руденко, Д. Стеченко, О. Трохимець, Хоронжий, А. Цегельник, Л. Шевчук, В. Шиманська, Т. Шелеметьєва, С. Шкарлет та ін.

Актуальність теми дослідження зумовлена чималою кількістю проблем в обґрунтуванні теоретичних і

методичних основ, концептуальних підходів та розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення стратегії управління розвитком туристичної галузі. Існуючі наукові результати щодо належного розвитку туристичної інфраструктури, некомерційного просування областей України як туристичного напрямку на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках, а також відсутністю створення умов для підвищення туристичної активності населення, управління розвитком туристичної галузі країни залишають невирішеними питання щодо відсутності відповідних законодавчих заходів, сприятливої податкової політики та інвестиційного клімату для інтенсивного розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в регіонах. Гострою проблемою постає визначення «індустрії туризму» з погляду її соціального характеру, тому що в сукупності індустрія туризму являє собою велику кількість суміжних галузей економіки, де соціальна спрямованість і рівень її постають у різних аспектах і наборі функцій, що ставлять вимоги до побудови дієвого організаційно-економічного механізму управління.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу системи чинників на організаційно-економічний механізм управління туристичною індустрією в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організаційно-економічні процеси в туристичній індустрії в регіонах як рух елементів соціальної системи, її підсистем, будь-якого соціального об'єкта відбуваються під дією внутрішніх і зовнішніх умов. Вони носять характер функціонального відтворення і соціального саморуку об'єкта, переходу його до нової якості.

У широкому сенсі поняття «соціальний розвиток» суспільства являє собою сукупність економічних, соціальних, політичних, духовних процесів, а у вузькому – розвиток соціальної сфери або сфери соціальних відносин у туристичній індустрії [1, с. 127].

Соціальні явища в туризмі, структури, їх елементи знаходяться в постійному русі, а саме змінюються взаємозв'язки і відносини між ними. Для соціальних змін у туристичній індустрії характерні виникнення

або зникнення певних елементів, трансформація зовнішніх або внутрішніх зв'язків.

Соціальні зміни в туристичній індустрії регіону можуть бути викликані розвитком даного явища, структури, але можуть і не мати такого зв'язку.

Чинниками, що визначають соціальні зміни в туристичній індустрії, є:

– об'єктивні передумови та умови (у першу чергу економічні, але також і політичні, географічні, соціально-психологічні);

– особливі життєві обставини, які формують свідомість і волю кожного окремого індивіда, тобто активність особистості в даній ситуації.

Соціальні зміни в туристичній індустрії регіону, розглянуті в динаміці, являють собою організаційно-економічний механізм.

Такі процеси відбуваються під впливом внутрішніх і зовнішніх умов, зумовлені стійким порядком взаємодії складових їх компонентів, тривалістю в часі і спрямованістю до того чи іншого стану об'єкта туристичної діяльності регіону.

Кожен організаційно-економічний механізм у туристичній індустрії складається з декількох стадій, що розрізняються за змістом і механізмами, способами взаємозв'язку компонентів, що визначає його напрям і темпи на даній стадії.

Більшість організаційно-економічних механізмів управління в туристичній індустрії є парними, мають симетричні за структурою механізми, відрізняються спрямованістю. Парними організаційно-економічними механізмами в туризмі виступають, наприклад, інтеграція і дезінтеграція соціальної системи [4–6].

Соціальна інтеграція туризму – встановлення оптимальних зв'язків між соціальними інститутами, групами людей, ешелонами влади й управління; розвиток просторово-територіальних комунікацій між різними регіонами; вироблення суспільством єдиної ідеології.

До парних організаційно-економічних процесів у туризмі відносяться згуртування і конфлікти в групі. Парними організаційно-економічними процесами є також стабільність і плинність персоналу в туристичній організації.

Розглядаючи просторово-часову характеристику організаційно-економічного механізму управління в індустрії туризму, слід відзначити подвоєння події за його поширення як у часі, так і в просторі. Таке подвоєння набуває великого значення в останні десятиліття, оскільки це пов'язано з використанням засобів масової інформації, електронної техніки, комп'ютерів, що породжують якісно нові умови формування події, участі в ньому, його реалізації. Відзначимо характерні риси організаційно-економічних процесів у туристичній індустрії регіону, які дають змогу вважати його ядром, центральним моментом соціокультурної ситуації в регіоні [2, с. 143]:

1. Організаційно-економічний процес є поворотною точкою і змінює ставлення до світу, тобто має модальність.

2. Він тягне за собою інші процеси і встановлює зв'язок у дискретно хаотичному соціокультурному бутті.

У характеристиці організаційно-економічних процесів у туризмі важливі їх неоднорідність і різноманітність, множинність. І чим більше відмінностей, тим більше процес має можливість зібрати масу нео-

днорідного знання, включити його багатовимірність й істотну різницю в єдине об'ємне поле [3, с. 342]. Це наділяє процес у туристичній діяльності важливим якісним значенням. Він виконує функцію, з одного боку, випрямлення деяких моментів нелінійного буття на одному рівні або в тимчасовому відрізку, водночас не змінюючи суті нелінійності. З іншого боку, процес може сприяти уособленню і посиленню нелінійності соціокультурних процесів, прискорюючи і зміщуючи деякі моменти соціокультурної ситуації і, таким чином, змінюючи її напрям, перебіг і результат.

Якщо щось оцінюється як процес, то це складається в ситуацію. Таким чином, організаційно-економічний процес у туристичній індустрії можна також визначити як структуровану систему подій, оскільки події не можна вибудувати в єдину просту послідовність, а хронологія є лише власне способом викладу системи подій.

Якісні зміни, вироблені організаційно-економічними процесами в туристичній індустрії, можна теоретично розмежувати на горизонтальний і вертикальний рівні. Вертикальний рівень звертається до глибинних змін, що стосуються структурного змісту, якісного наповнення тих чи інших процесів, що відбуваються в сучасному соціумі. Горизонтальний рівень звернений до характеристики якості поширення, широти впливу й охоплення соціальними процесами туристичної діяльності регіону. Але обидва рівня визначають аспекти якісної зміни, стану суспільства на сучасному етапі, тому можуть бути віднесені до єдиної системи осмислення сьогоденних змін.

Однією з перших особливостей, що активно впливали на формування суспільства ХХ–ХХІ ст., слід назвати соціальні процеси, що змінили вигляд світової спільноти і тим самим вплинули на розвиток туризму. До них можна віднести світові війни, великі національно-визвольні рухи, різного роду соціальні революції. Горизонтальний рівень цього явища лежить на поверхні. Вертикальний рівень впливу соціальних потрясінь полягає у тому що змінилася дійсність, розірваність соціального світу спричинила за собою нове ставлення до життєво важливих питань. Уперше людство відчуло загрозу своєму існуванню, і це внесло тривожність і напруженість не тільки в рішення державних проблем, а й у повсякденне життя звичайних людей. Другою особливістю якісних змін, викликаних організаційно-економічними процесами, є «специфіка участі мас у соціальних процесах, що впливають на туристичну діяльність». Природно, маси приймали участь у соціальному житті в усі часи. Вертикальний рівень даного чинника визначається тим, що маси є не лише об'єктом творчості окремих осіб, а й суб'єктом більшості організаційно-економічних процесів у туризмі. У рамках вертикального рівня даної особливості можна відзначити якісну рівноправність регіонів. Кожен із них розглядається як самостійне явище, яке має свої коріння, специфіку і тенденції розвитку. У силу впливу глобальних проблем люди просто змушені співвідносити специфічні визначення і традиційні погляди для того, щоб виробити єдиний підхід до збереження людства на Землі і, відповідно, культури. Саме життя вимагає з'єднання культур різних соціумів в єдине ціле. У зв'язку із цим вертикальний рівень даної особливості охоплює створення цілісних

концепції розвитку сучасного суспільства як першого ступеня культури майбутнього [7; 8, с. 63].

На підставі розглянутої вище методології організаційно-економічних процесів у туристичній індустрії регіону необхідно дати визначення організаційно-економічних процесів у туризмі і розглянути систему чинників впливу організаційно-економічних процесів (соціальної системи) на розвиток туристичної індустрії і туристичної галузі регіону в цілому.

Організаційно-економічні процеси в туристичній індустрії регіону – це послідовна зміна станів або рух елементів соціальної системи та її підсистем, будь-якого об'єкта туризму. Оскільки туризм є категорією масовою та соціальною, то він формується на основі численних чинників, вплив яких може визначати рівень туристичного попиту.

Найбільш важливими і значними чинниками, що впливають на зміну рівня попиту на туристичному ринку, є:

1. Загальноекономічні (добробут суспільства і збільшення вільного часу).

2. Соціально-демографічні (вікова структура, структура сім'ї, рівень доходів та освіти населення, співвідношення міського і сільського населення).

3. Чинники культурного і суспільно-психологічного характеру (основну тенденцію розвитку суспільної психології споживання в сучасному світі можна позначити як трансформацію суспільства продуктивності і добробуту в «суспільство вільного часу»). А оскільки це саме «вільний час» є необхідним і найважливішим компонентом існування і процвітання туристичної галузі, то паралельно цій тенденції проходить й інша, не менш значуща – збільшення кількості подорожуючих.)

4. Особистісно-поведінкові чинники.

Сформована система чинників необхідна для правильного розуміння організаційно-економічних процесів у туристичній індустрії регіону та вимагає виділення таких принципів:

1. Споживач незалежний.

2. Поведінка споживачів досягається за допомогою досліджень.

3. Поведінка споживачів соціально закономірна.

Ефективний вплив на поведінку споживача досягається за умови, що запропонований туристичний продукт дійсно є засобом задоволення потреб клієнта, тоді стає можливим надавати досить сильний вплив на мотивацію і поведінку споживачів.

Чинники середовища не піддаються безпосередньому контролю з боку туристичного підприємства. Однак вони чинять досить істотний вплив на поведінку клієнтів, тому їх слід постійно враховувати, не тільки приймаючи будь-яке серйозне управлінське рішення, а й у повсякденній діяльності.

Особливо сильний вплив на прийняття рішень споживачем про покупку того чи іншого туристичного продукту чинять численні референтні групи.

Висновки з проведеного дослідження. Організаційно-економічний механізм управління в туристичній індустрії регіону – це послідовна зміна станів або рух елементів соціальної системи й її підсистем, будь-якого соціального об'єкта. Такі процеси відбуваються під впливом внутрішніх і зовнішніх умов, відзначаються стійким порядком взаємодії складників, тривалістю в часі і спрямованістю до того чи іншого

стану соціального об'єкта на основі численних чинників, вплив яких може визначати рівень туристичного попиту. Найбільш важливими і значними чинниками, що впливають на зміну рівня попиту на регіональному туристичному ринку, є загальноекономічні, соціодемографічні, чинники культурного та суспільно-психологічного характеру, особистісно-поведінкові чинники. Усі перераховані групи чинників є, так чи інакше, системами. Зміни параметрів даних систем безпосередньо впливають на розвиток і процеси, що виникають у суспільстві. Туризм як соціальне явище залежить від змін у структурі системи під дією організаційно-економічних процесів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василькевич Л. О. Організаційно-економічний підхід до визначення сутності і структури механізму формування моделі поведінки споживачів в умовах туристичної сфери. *Інноваційна економіка*. 2012. № 3. С. 126–129.

2. Кондрацька Л. Організаційно-економічний механізм використання курортно-рекреаційних зон Тернопільської області. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Географія*. 2010. № 2. Вип. 28. С. 140–147.

3. Паламарчук О. М. Сутність та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економічний вісник університету*. 2011. № 17/2. С. 333–342.

4. Шиманська В. В. Конкурентоспроможність туристичного комплексу Житомирщини. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 2. URL: http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10_shvvtkzh.pdf.

5. Гелей Л. О. Шляхи підвищення якості управління підприємством. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. 2011. № 2. С. 35–38.

6. Трохимець О. І., Шелеметьєва Т. В. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2018. № 4(103). С. 70–78.

7. Щепанський Е. Програмно-цільовий метод державного регулювання розвитком туристично-рекреаційної сфери. URL: <http://www.univer.km.ua/visnyk/1616.pdf> (дата звернення: 16.01.2019).

8. Швеє І. Ю. Пространственно-региональная клас-теризация туристического комплекса. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 65–73.

REFERENCES

1. Vasylykevych, L. O. (2012), “Organizational and economic approach to determining the nature and structure of the mechanism of forming a model of consumer behavior in the tourism sector”, *Innovatsiina ekonomika*, № 3, s. 126–129.

2. Kondratska, L. (2010), “Organizational and economic mechanism of using resort and recreational areas of Ternopil region”, *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu: heohrafiia*, № 2(28), s. 140–147.

3. Palamarchuk, O. M. (2011), “The essence and formation of organizational and economic mechanism for managing the competitiveness of the enterprise”, *Ekonomichnyi visnyk universytetu: zb. nauk. prats uchenykh ta aspirantiv, Pereiaslav-Khmelnytskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Hryhoriia Skovorody*, № 17/2, s. 333–342.

4. Shymanska, V. V. (2010), “Competitiveness of the tourist complex of Zhytomyr region”, *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii: elektronne naukove fakhove vydannia* [Online],

№ 2, available at: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10_shvvtkzh.pdf. (accessed 4 April 2021).

5. Helei, L. O. (2011), “Ways to improve the quality of enterprise management”, *Visnyk Lvivskoho instytutu ekonomiky i turizmu: zb. nauk. Statei*, № 2, s. 35–38.

6. Trokhymets, O. I. and Shelemetieva, T. V. (2018), “The practice of strategic planning in the management system of tourism development in Ukraine”, *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpryemnytstvo*, № 4 (103), s. 70–78.

7. Shchepanskyi, E. (2016), “Program-target method of state regulation by the development of the tourist and recreational sphere”, available at: <http://www.univer.km.ua/visnyk/1616.pdf> (accessed 4 April 2021).

8. Shvets, Y. Yu. (2011), “Spatial-regional clustering of the tourist complex”, *Marketynh i menedzhment innovatsii*, № 2, s. 65–73.

Стаття надійшла до редакції 14 березня 2021 р.