

Ш. К. Абдуганиев

Научный руководитель

Л. К. Климович

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Развитие рынка туристических услуг имеет не только экономическое, но и социальное значение, обеспечивая базу для удовлетворения рекреационных потребностей населения страны и граждан других государств. Социальный эффект туризма выражается в решении проблем оздоровления населения, отдыха, роста его занятости и развития личности. Возрастающая роль туризма в экономике стран мира инициирует изучение особенностей функционирования этой сферы человеческой деятельности и, прежде всего, ее содержательной стороны. Вместе с тем в отечественной структуре поездок пока еще преобладает выездной поток туристов.

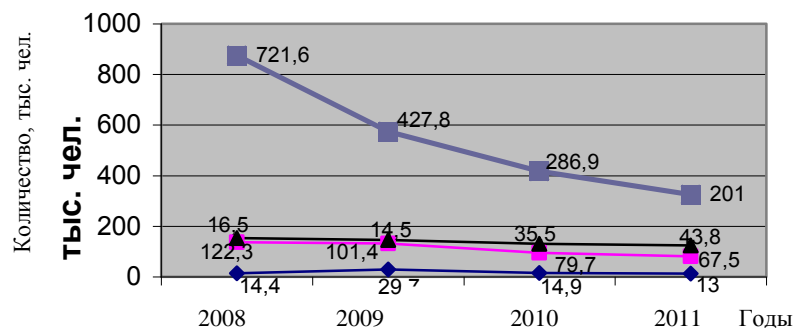
На мировом рынке туристических услуг, несмотря на достаточный потенциал Республики Таджикистан, на долю страны приходится незначительная часть мирового туристического потока (динамика развития приложена в таблице и на рисунке).

Динамика статистики въезда и выезда туристов в Республике Таджикистан
и Республике Беларусь за 2008–2011 гг.

Показатели	Годы								Темпы роста 2011 г. к 2010 г., %		Темпы роста 2011 г. к 2008 г., %	
	2008		2009		2010		2011		Республика Таджикистан	Республика Беларусь	Республика Таджикистан	Республика Беларусь
	Республика Таджикистан	Республика Беларусь	Республика Таджикистан	Республика Беларусь	Республика Таджикистан	Республика Беларусь	Республика Таджикистан	Республика Беларусь				
Количество въезжавших туристов, тыс. чел.	114,4	1122,3	229,7	101,4	14,9	79,7	13,0	67,5	87,24	84,7	90,3	55,2
Количество выезжавших туристов, тыс. чел.	16,5	721,6	14,5	427,8	35,5	286,9	43,8	201,0	123,4	70,05	265,4	27,85

Примечание – Источник: сайты www.stat.tj и www.belstat.ru.

Динамика статистики въезда и выезда туристов в Республике Беларусь и Республике Таджикистан



Условные обозначения:

- количество выезжающих туристов из Республики Беларусь;
- ▲— количество выезжающих туристов из Республики Таджикистан;
- количество въезжающих туристов в Республику Беларусь;
- ◆— количество въезжающих туристов в Республику Таджикистан.

На формирование и развитие рынка туристических услуг оказывает влияние целый ряд факторов, имеющих различные характеристики по природе и среде возникновения, виду и направлению воздействия, степени влияния и т. д. Так, например, российские исследователи И. А. Зорин, В. А. Квартальнов и Л. Г. Агафонова в своих работах концентрируют внимание на воздействии ценообразования при формировании рынка туристических услуг.

Классификация взаимосвязанных между собой основных факторов рынка туристических услуг не только позволяет иметь углубленное представление о рынке, но и создает определенную информационную базу для дальнейшего изучения особенностей рынка и его закономерностей. Совокупность влияния тех или иных факторов определяет характер поведения потребителей туристических услуг, которые могут быть выражены следующими критериями:

- предпочтением в выборе аттракторов и мест путешествия;
- представлением о цене предлагаемых поездок;
- видами и формами организации тура;
- частотой туристских поездок и т. д.

Существенными особенностями приведенной классификации являются имеющиеся ограничения постоянного и временного характера, входящие в группу «Конъюнктура рынка и нормативно-правовые факторы» (факторы, формирующие политический климат, факторы административного воздействия на субъекты экономики, факторы, формирующие правовую среду бизнеса, природоохранные и другие ограничения, факторы организационного плана).