

Л. В. Григор'єва

СУЧАСНІ ЧИННИКИ НЕБЕЗПЕК ДЛЯ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У роботі проведено науково-практичне узагальнення сучасних чинників небезпек для процесу надання туристичних послуг. Чинники є результатом негативної дії внутрішніх та зовнішніх факторів на підприємство. Основними найбільш суттєвими чинниками небезпек є неефективне управління; незнання керівництвом законодавчої бази, що регулює відносини у сфері туризму та загалом господарювання; нераціональне використання наявних ресурсів; недоліки в системі прийняття управлінських рішень; помилки в організації туристичної діяльності; відсутність використання ефективних комунікацій з партнерами, споживачами; вибір ненадійних суміжників; недостатньо широкий асортимент послуг; неефективне використання фінансових та кадрових ресурсів; відсутність застосування на практиці клієнто-орієнтованого підходу в обслуговуванні споживачів. Небезпеки при наявності відповідних умов перетворюються на загрози, які призводять не тільки до зниження прибутковості, але й банкрутства. Найбільш поширеною загрозою, яка надходить від персоналу туристичних організацій, є непрофесійна діяльність, особливо на низовій ланці виконавців. Загрози можуть утворюватися стихійними лихами, терористичними актами та техногенними аваріями, що виникають поблизу туристичних об'єктів і загрожують безпеці туристів. Дерегуляція діяльності турагентів може призвести до збільшення шахрайства та перекладає відповідальність за їх дії на туроператора. Враховуючи викладене вище, у довгостроковій перспективі очікуємо «кристалізацію» ринку надання туристичних послуг.

Ключові слова: туристичний ринок, туристична послуга, внутрішні фактори, зовнішні фактори, чинники небезпек.

Актуальність проблеми. В умовах глобалізації, інтернаціоналізації та асоціації України з Європейським Союзом швидкими темпами змінюється середовище функціонування туристичного підприємства, що безпосередньо впливає на процес надання туристичних послуг. Це спричиняє необхідність постійного вдосконалення управління туристичним підприємством та обумовлює особливу актуальність відстеження факторів впливу, які утворюють чинники небезпек.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Питання впливу факторів на учасників туристичного ринку досліджені у працях Василюхи Н. В., Індуса К. П., Готько Н. М. [1], Мороза К. О. [3], Рудніченка Є. М. [4] та ін., при цьому аналізується макрорівень, безпосередньо процес надання послуг не розглядається. Праця Цьохли С. Ю. [5] присвячена систематизації факторів розвитку туристичної індустрії та може бути лише частково застосована до визначення чинників небезпек для процесу надання туристичних послуг, адже досліджується макрорівень. Попри високий інтерес дослідників до проблем діяльності туристичних підприємств та розвитку туристичного ринку, сьогодні не вирішеною залишається низка питань щодо аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища з врахуванням сучасних особливостей надання туристичних послуг, що потребує подальшого опрацювання та узагальнення.

Формулювання цілей статті. Фактори – це причини, рушійні сили процесу, а чинники – це умови, дії в самому процесі. Оскільки процесом є надання туристичних послуг, то метою дослідження є визначення основних факторів впливу, чинників небезпек та загроз, що призводять не тільки до зниження прибутковості, але й банкрутства.

Викладення основного матеріалу дослідження. На розвиток індустрії туризму впливає велика кількість факторів: постійних та мінливих [1]. При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати дію факторів впливу. Найчастіше використовується розподіл факторів на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які у туризмі мають специфічні прояви.

Зовнішні фактори впливають на туризм, у першу чергу, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови.

Серед численних зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної індустрії доцільно виділити основні їх групи:

- політичні,
- економічні,

- соціально-демографічні,
- науково-технічні.

Політичні фактори є одними з найбільш динамічних та різноаспектних. Стабільна політична обстановка в країні – необхідна умова функціонування туристичної індустрії. Крім того, для розвитку туризму в тій чи іншій країні важливий тип міжнародних відносин, що склалися з іншими державами; стан торговельного балансу даної країни та її партнерів; міжнародна обстановка у світі або в окремо взятому регіоні. На кількість туристів у регіоні негативно впливає загострення міжнаціональних питань, ведення бойових дій, терористичні загрози та сепаратизм. Нажаль, зараз Луганська та Донецька області потерпають від наявного воєнного конфлікту, від соціально-гуманітарних проблем мешканців та переселенців з зони АТО. Зокрема, з 18 районів Луганської області свої туристично-рекреаційні ресурси можуть запропонувати тільки 10 районів, а саме: Біловодський, Білокуракінський, Кременський, Марківський, Міловський, Новоайдарський, Новопсковський, Сватівський, Старобільський та Троїцький райони. Ще два райони: Станично-Луганський та Попаснянський хоч і перебувають під контролем Української влади, але безпосередня близькість до «лінії зіткнення» ворогуючих сторін та вже зараз неналежний стан наявної там житлово-комунальної інфраструктури не дають можливості розглядати їх навіть як потенційно привабливі території для розвитку туризму у найближчому майбутньому [2]. Наслідком цього є низький рівень попиту на туристичні послуги з боку мешканців областей. Анексія Криму спричинила переорієнтацію внутрішніх потоків туристів на інші напрямки, але на сьогодні це не може компенсувати втрату такої значної рекреаційної зони.

До економічних факторів належать фінансово-економічні умови, поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації та збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля. Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси глобалізації й інтеграції, що відбуваються в усіх галузях світової економіки. Однак такі явища в економіці, як жорсткість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), економічні страйки, перебої в енерго- і водопостачанні можуть значно стримувати діяльність підприємств туристичної індустрії та зменшувати якісні та кількісні параметри надання туристичних послуг. Незважаючи на збільшення мінімальної заробітної плати, купівельна спроможність населення зменшується.

До соціально-демографічних факторів, що впливають на туристичні послуги, належать: підвищення рівня освіти, культури, задоволення естетичних потреб населення. Як елемент естетичних потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах. Безвізовий режим з ЄС сприяє росту мобільності та контактів за усіма напрямками: туризм, родинні зв'язки, бізнес, наукове співробітництво, міжкультурний діалог. Протягом історії існування України відбувались численні хвилі еміграції у країни Північної Америки та Європи. Починаючи з 2014 року в'їзний потік туристів в Україну на 27 % складається з нащадків емігрантів, які прагнуть познайомитись зі своєю історичною Батьківщиною [7]. Формується діаспорний туризм, значення та потенціал якого досі в Україні не оцінений, оскільки туроператори не пропонують відповідних послуг, а органи державної влади не ведуть системної роботи з діаспорою щодо заохочення до організованих мандрівок. Урбанізація населення України призводить до несистемної забудови та розширення міст, при цьому не враховується туристична привабливість, дуже часто вона втрачається назавжди. Культурна спадщина столичних міст – це місцевий капітал у світовій конкуренції за дохід від туризму, а також суспільне надбання та символ національної ідентичності. Розвиваючи культурну спадщину як туристичний ресурс, територіальна громада отримує комерційні образи [6]. Туристичне планування має постійно враховувати різноманітні фактори в комплексному, диференційованому та відкритому підході до міського розвитку. Набирають популярності урбаністичні екскурсії, які ознайомлюють туристів з промисловою історією міст, особливостями їх інфраструктури та розвитку, не зосереджуючись на традиційних історичних принадах.

Науково-технічні фактори. Науково-технічні фактори дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для надання нових видів туристичних послуг та удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури. Стрімкий розвиток мережевих технологій дозволяє швидко бронювати квитки, місця у готелях, переглядати карти та плани місцевості, читати та створювати відгуки про туристичні послуги, розширювати агентську мережу. Туристичні агенти мають можливість використовувати онлайн-сервіси, безпосередньо пов'язані

з базою даних туроператора. Це дозволяє мати активний доступ до інформації про наявність місць на рейсах туроператора, інформацію по стоп-сейлах в готелях та бачити ціни по турах в реальному часі.

Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму, тобто це матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, торгівлі. До внутрішніх факторів належать:

- процеси попиту, пропозиції (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму;

- зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо-регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікулярного дозвілля дітей і т.д.;

- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристичного бізнесу і т.д.);

- зростання ролі засобів масової інформації та зв'язків із громадськістю у просуванні, рекламі й реалізації туристичних послуг;

- зростання ролі працівників у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно-кваліфікованої структури і т.д.);

- сезонність туристичної діяльності;

- зростання представників туристичного бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні туристичні послуги).

На теперішній час особливе місце серед факторів, що впливають на туристичний ринок в Україні, займає фактор сезонності. Залежно від сезону обсяг наданих туристичних послуг може мати сезонні коливання. Туристичні фірми вживають ряд заходів, спрямованих на зменшення сезонних спадів, наприклад, уведення сезонної диференціації цін, розвиток тих видів туризму, які не мають сезонної залежності – лікувальний, діловий тощо, а також вивчають зарубіжний досвід диверсифікації туристичної пропозиції. Розвиток зеленого туризму міг би вирівняти сезонність та стати альтернативою виїзному туризму. Перешкоджає цьому низький рівень інформованості сільського населення щодо перспектив розвитку зеленого туризму. Наразі в Україні зареєстровано близько 1600 садиб, які надають послуги зеленого туризму [9]. Універсальних моделей не існує, тому туристичний розвиток будь-якого регіону повинен опиратися на внутрішній потенціал кожного села чи містечка. Громаді потрібно знайти свою «родзинку» та сформуванати унікальну пропозицію для туристів. Більшість власників облаштованих сільських помешкань навіть не підозрюють, що вони можуть заробляти не тільки на вирощуванні сільськогосподарських культур або домашніх тварин, але й на тимчасовому перебуванні у їхній оселі міських відвідувачів, для яких саме сільське життя може бути у дивину. Наприклад, у Карпатах одночасно розвиваються одразу два види зеленого туризму. Перший – це садиби, у яких турист проживає і має можливість наблизитись до українського побуту. Другий – це тури на контактні ферми, виноробні, сироварні, де можна брати участь у виробничому процесі та дегустувати продукцію. Так, на Гуцульщині роблять акцент на свою унікальну гастрономічну складову, адже саме там збереглися технології домашнього виробництва карпатських сирів – будзи, бринзи, вурди. Туристи з цікавістю відвідують «Селиську сироварню» в Нижньому Селищі Хустського району, де з ними діляться тонкощами та особливостями створення сиру, розповідають етапи його дозрівання.

Взаємодія внутрішніх та зовнішніх факторів формує кон'юнктуру ринку та створює середовище бізнес-діяльності, впливає на попит (його обсяг, структуру, ритмічність), який забезпечується діяльністю національної індустрії туризму зі створення відповідного кон'юнктури туристичного продукту. Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги.

Національний ринок туристичних послуг є наслідком загального соціально-економічного розвитку і формування потреби населення в туризмі як в формі проведення дозвілля в подорожі. Попит на туристичні послуги формується як в країні (на послуги внутрішнього та міжнародного зарубіжного туризму), так і за її межами (послуги міжнародного іноземного туризму), а задовольняється він пропозицією, яку створюють і реалізують суб'єкти національного туристичного ринку.

Чинники небезпек – це потенційні або реальні умови чи дії фізичних та юридичних осіб, що порушують процес надання туристичних послуг, негативно впливаючи на стан суб'єктів туристичної

галузі. Чинники є результатом негативної дії внутрішніх і зовнішніх факторів на підприємства туристичної індустрії. Небезпеки характеризують явища, в результаті яких виникає можливість зниження конкурентоспроможності туристичного продукту, що призводить до зниження прибутковості. Основними чинниками небезпек для процесу надання туристичних послуг є наступні:

1. неефективне управління, використання керівництвом застарілих або недієвих методів та інструментів управління;
2. незнання керівництвом законодавчої бази, що регулює відносини у сфері туризму та загалом господарювання та свідоме порушення законодавства;
3. нерациональне використання наявних туристичних ресурсів;
4. недоліки в системі прийняття управлінських рішень щодо надання туристичних послуг;
5. відсутність використання ефективних комунікаційних технологій з партнерами, споживачами та державними органами;
6. вибір ненадійних партнерів та інвесторів;
7. низька конкурентоспроможність туристичних підприємств та недостатньо широкий асортимент туристичних послуг;
8. відсутність ефективного контролю з боку керівництва, що зумовлює неефективне використання фінансових ресурсів;
9. неефективна маркетингова та рекламна діяльність;
10. негативний імідж туристичної фірми серед партнерів та клієнтів;
11. порушення режиму збереження конфіденційної інформації;
12. відсутність застосування на практиці клієнто-орієнтованого підходу в обслуговуванні споживачів;
13. відсутність внутрішніх резервів для швидкої адаптації до змін (фінансові, кадрові, інформаційні);
14. відтік кваліфікованих кадрів, неправильна оцінка їх кваліфікації, низька обізнаність у специфіці туристичних послуг;
15. відсутність прогнозування факторів організації туристичної діяльності;
16. зростання індивідуалізації подорожей;
17. повільне оновлення екскурсійних програм та асортименту туристичних послуг;
18. відсутність довгострокового планування надання туристичних послуг;
19. відсутність зворотного зв'язку зі споживачами туристичних послуг щодо якості надання.

Небезпеки при наявності відповідних умов перетворюються на загрози, які можуть призвести не тільки до зниження прибутковості, але й банкрутства суб'єктів господарювання туристичної галузі (рис. 1).

Загрози впливають не тільки на якість конкретне туристичне підприємство, але здійснюють негативний вплив на значну кількість суб'єктів господарювання туристичної галузі, а відтак, загрожують і національній економічній безпеці. Це твердження підтверджується виникненням такого явища як банкрутство суб'єктів туристичної діяльності не тільки в Україні, але й інших країнах Світу. За останні три роки три туроператори України не витримали негативний вплив факторів та оголосили про вихід з ринку («Гарячі тури», «News Travel», «Travel Dreams»).

Найбільш поширеною загрозою, яка надходить від персоналу суб'єктів туристичної діяльності, є непрофесійна діяльність, особливо на низовій ланці виконавців. Крім того, значне місце тут займає шахрайство з фінансовими ресурсами зокрема пластиковими платіжними засобами. Слід звернути увагу, що за обсягами завданої шкоди шахрайство, як загроза у діяльності суб'єктів підприємництва, знаходиться на першому місці. Причому схеми шахрайських дій, як правило, кожного разу застосовують більш досконалі, а то і зовсім нові.

Особливий вид загроз для процесу надання туристичних послуг може утворюватись через певну політичну ситуацію як у країні, так і в окремих її регіонах. Бездіяльність органів державної влади на всіх рівнях управління впливає на рівень злочинності та корупції, може створювати ситуації з підвищеним ступенем ризику, як для туристичних підприємств, так і туристів. Останнім часом особливо високою є імовірність здійснення терористичних актів, тому зі сторони влади та суб'єктів туристичної діяльності особлива увага повинна приділятися упередженню та забезпеченню безпеки туристів. Визначимо основні загрози, що впливають на діяльність туристичних підприємств:

– жорстка конкуренція, поява нових конкурентів на ринку з оновленим асортиментом туристичних послуг;

- недостатнє фінансування проектів у сфері туризму, що значно обмежує розвиток туристичної діяльності;
- недосконалість нормативно-правового забезпечення туристичної діяльності, несприятлива туристична політика держави;
- ненадійність партнерів (підприємств і організацій, що надають послуги з розміщення, харчування та транспортування туристів тощо);
- загрози природного, техногенного характеру, що несуть ризики для життя та здоров'я туристів під час подорожі;
- загроза виходу з ринку;
- недостатній розвиток транспортної та ринкової інфраструктури;
- політична нестабільність всередині держави та бездіяльність влади;
- низька кваліфікація працівників, небажання працювати вповні;
- відсутність дієвих засобів регулювання діяльності турагентів.

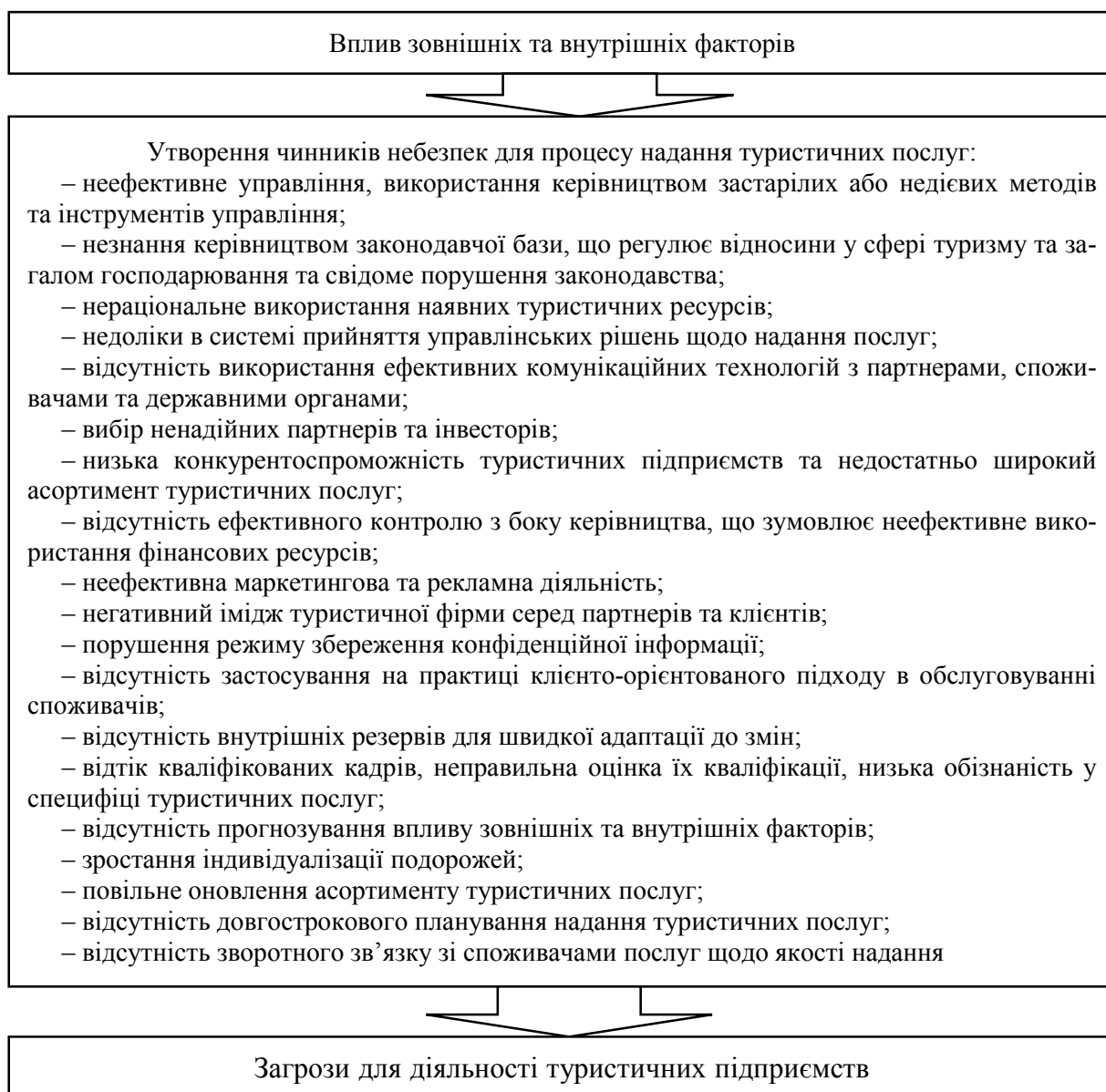


Рис. 1. Взаємодія факторів, чинників небезпек та загроз для діяльності туристичних підприємств (створено на основі [5])

Дерегуляція зі сторони держави та не контрольованість на ринку кількості туристичних агентів може призвести до збільшення випадків шахрайства – виникнення турагенцій-одноденок, головною

метою діяльності яких може бути заволодіння коштами туристів, а не надання якісних туристичних послуг. Відповідальність за якість наданих послуг і можливі ризики покладається на туроператора, але скасування ліцензії на діяльність туристичного агента не дозволяє туроператору перевірити його надійність. Діяльність таких суб'єктів туристичного ринку доцільно розглядати як потенційну загрозу державним інтересам, оскільки це сприятиме формуванню негативного іміджу України як туристичної держави, що, у свою чергу, збільшить недовіру вітчизняних та іноземних споживачів туристичних послуг.

Висновки. Проведене науково-практичне узагальнення сучасних чинників небезпек для процесу надання туристичних послуг доводить, що чинники є результатом негативної дії внутрішніх та зовнішніх факторів на туристичне підприємство та є джерелом загроз для нього. Аналіз чинників небезпек надання туристичних послуг зумовлює зміни в управлінні туристичним підприємством, тому перспективою подальших досліджень є вивчення якості надання туристичних послуг та якості роботи турагентів. Велика кількість чинників небезпек примушує оптимізувати бізнес-процеси та оновити асортимент туристичних послуг, або ж вийти з ринку. Як наслідок у довгостроковій перспективі очікуємо на «кристалізацію» ринку туристичних послуг за рахунок того, що залишаться найефективніші суб'єкти туристичної діяльності.

Список використаної літератури

1. Василюха Н. В., Индус К. П., Готько Н. М. Концептуальні засади ефективності функціонування ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. Вип. 1 (49). Т. 2. С. 177–181.
2. Зеленко О. О. Перспективи розвитку туризму Луганщини в умовах воєнно-політичної нестабільності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2015. Вип. 2 (4). Ч. 2. С. 138–143.
3. Мороз К. О. Фактори впливу на функціонування ринку туризму. *Вісник Національного транспортного університету*. 2015. Вип. 33. С. 213–219.
4. Рудніченко Є. М. Загроза, ризик, небезпека: сутність та взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. 2013. № 25. С. 188–195.
5. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. 2009. № 2. С. 373–380.
6. De Frantz M. Tourism marketing and urban politics: cultural planning in a European capital. *Tourism Geographies*. 2017. Vol. 19. P. 11–23.
7. Iarmolenko S., Kerstetter D. Potential predictors of diaspora tourism for Ukrainian immigrants in the USA. *World Leisure Journal*. 2015. Vol. 57. P. 221–234.
8. Sinclair-Maragh G., Gursoy D. A Conceptual Model of Residents' Support for Tourism Development in Developing Countries. *Tourism Planning & Development*. 2016. Vol. 13. P. 11–22.
9. Wilkes K., Reddy M. V. *Tourism in the Green Economy*. Routledge: Chapman & Hall, Incorporated, 2017. 388 p.

References

1. Vasylykha, N. V., Indus, K. P., Hot'ko, N. M. (2017) Kontseptual'ni zasady efektyvnosti funktsionuvannya rynku turystychnykh posluh. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu*. Vyp. 1 (49). T. 2. S. 177–181.
2. Zelenko, O. O. (2015) Perspektyvy rozvytku turyzmu Luhanshchyny v umovakh voyenno-politychnoyi nestabil'nosti. *Naukovyy visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu*. Vyp. 2 (4). Ch. 2. S. 138–143.
3. Moroz, K. O. (2015) Faktory vplyvu na funktsionuvannya rynku turyzmu. *Visnyk Natsional'noho transportnoho universytetu*. Vyp. 33. S. 213–219.
4. Rudnichenko, Ye. M. (2013) Zahroza, ryzyk, nebezpeka: sutnist' ta vzayemozv'yazok iz systemoyu ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva. *Ekonomika. Menedzhment. Pidpryyemnytstvo*. № 25. S. 188–195.
5. Ts'okhla, S. Yu. (2009) Systematyzatsiya faktoriv rozvytku turystychnoyi industriyi. *Uchenye zapysky Tavrycheskoho natsional'noho unyversyteta im. V. I. Vernadskoho*. № 2. S. 373–380.
6. De Frantz, M. (2017) Tourism marketing and urban politics: cultural planning in a European capital. *Tourism Geographies*. Vol. 19. S. 11–23.
7. Iarmolenko, S., Kerstetter, D. (2015) Potential predictors of diaspora tourism for Ukrainian immigrants in the USA. *World Leisure Journal*. Vol. 57. S. 221–234.
8. Sinclair-Maragh, G., Gursoy, D. (2016) A Conceptual Model of Residents' Support for Tourism Development in Developing Countries. *Tourism Planning & Development*. Vol. 13. S. 11–22.
9. Wilkes, K., Reddy, M. V. (2017) *Tourism in the Green Economy*. Routledge: Chapman & Hall, Incorporated. 388 s.

L. V. Hryhorieva

MODERN FACTORS OF THE DANGERS FOR THE PROCESS OF PROVIDING TOURIST SERVICES

The development of tourism is influenced by a large number of factors that can be divided into external and internal.

External factors influence the process of providing tourist services primarily through demographic and social changes, as well as through financial and economic conditions. Internal factors have direct influence in the field of tourism, namely, these are the material-technical factors that are of major importance for the development of tourism. The main ones are the following: processes of demand and supply of tourist services; the growth of individual tourism; the emergence of new inter-regional tourist segments, the increase in travel distances, a variety of forms of spending holidays; the growth of the role of social communications in promoting and implementing tourist services; the growth of the role of employees; seasonality of tourism activity; the increase in the number of travel agents.

Factors are the result of negative effect of internal and external influences on the company. The most significant factors of dangers are the following: inefficient management; leadership ignorance of the legislative base, that regulates relations in the field of tourism and, in general, management; irrational use of available resources; shortcomings in the system of managerial decision-making; mistakes in the organization of tourism activities; the lack of usage of effective communication with partners, consumers; the selection of unreliable substitutes; not so wide enough assortment of services; inefficient use of financial and personal resources; the lack of application of a customer-oriented approach at customer service in practice.

Dangers in the presence of appropriate conditions turn into threats, which lead not only to lower profitability, but also bankruptcy. The most widespread threat that comes from the staff of tourist organizations consists in unprofessional activity, especially at the lowest chain of performers. Threats can be caused by natural disasters, terrorist acts and man-made accidents that arise near tourist sites and threaten the safety of tourists. Deregulation of travel agents' activities can lead to increased fraud and transfer responsibility for their actions to the tour operator.

Taking into account the above mentioned, in the long term we expect the «crystallization» of the market for the provision of tourist services

Keywords: *tourist market, tourist service, internal factors, external factors, factors of dangers.*