

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ, ПІДХОДИ

Постановка проблеми. З огляду на розрізненість та неузгодженість підходів вчених до методологічних основ та категоріального апарату дослідження ринку туристичних послуг високу значимість набуває уточнення сутнісно-змістовних характеристик дефініції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зв'язку з тим, що економічна категорія «ринку туристичних послуг» у науковій літературі має низку суміжних та дотичних понять, а саме «туризм», «туристична індустрія», «сфера туризму», «сфера туристичних послуг», «сектор туристичних послуг» розкриття їх сутності, смислового навантаження та взаємозв'язку між ними сприятиме більш повному та ґрунтовному дослідженню категорії.

Метою статті є виділити найпривабливіші для туристів місця та регіони, охарактеризувати рекреаційні ресурси, виявити найвідоміші курорти.

Виклад основного матеріалу. Центральним поняттям у запропонованій системі суміжних та дотичних термінів є «туризм». Згідно Закону України «Про туризм» туризм визначається як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає. Згідно з IRTS 2008 «туризм» є підкатегорією поняття «подорож» та відноситься до діяльності відвідувача – мандрівника, «...який здійснює поїздку в якесь основне місце призначення, що знаходиться за межами його/її звичайного середовища, на термін менше року з будь-якою головною метою (ділова поїздка, відпочинок чи інша особиста мета), за винятком мети працевлаштування на підприємство, зареєстроване в країні або місці відвідування». Різні за формулюванням ці обидва визначення мають однаково смислове навантаження та передбачають переміщення особи, що подорожує з місця проживання (звичайного середовища) в інше місце призначення в оздоровчих, пізнавальних, ділових чи інших цілях.

Незважаючи на присутність визначення терміну «туризм» у національному законодавстві та міжнародних документах, які забезпечують теоретичні, концептуальні та прикладні засади розвитку туризму, наукова література перенасичена підходами до тлумачення сутності зазначеного поняття. Так, через множинність функцій, які

виконує туризм, «поліфункціональність туризму і його тісний взаємозв'язок з іншими секторами економіки» діагностика теоретично-практичного базису туризму відбувається за допомогою використання різних підходів.

Аналіз та узагальнення теоретичних напрацювань дозволяє запропонувати основні підходи до трактування терміну «туризм», а саме: системний, соціокультурний, споживчий, комунікаційний, економіко-виробничий, галузевий, інституційний підходи. Слід зазначити, що з огляду на багатогранність поняття «туризм» зазначені підходи не суперечать один одному, а відображають різні сторони цього багатоаспектного явища.

Водночас із поняттям «туризм» досить вживаним та розповсюдженим є термін «туристична індустрія», який «...увійшов у повсякденний та науковий обіг і став звичним як для науковців, так і для практичних працівників туризму» [1, с. 18]. Розкриття його сутнісно-змістовних характеристик пропонується зробити через дослідження існуючих підходів до його трактування, а саме: комплексного, продуцентного, інтегрального та територіального.

Досить поширеними поняттями у науковій літературі є «сектор туристичних послуг», «сфера туризму» та «сфера туристичних послуг», які здебільшого мають тотожне смислове навантаження та як синонім.

Отже, індустрія туризму, сфера туризму забезпечують пропозицію комплексного туристичного продукту та туристичних послуг, вироблених суб'єктами туристичного ринку. Тоді як ринок туристичних послуг є більш комплексним поняттям, тим, що охоплює та поглинає попередні визначення.

Дослідження наукових, робіт присвячених теоретико-методологічним та практичним аспектам аналізу сфери послуг, свідчить, що їх можна поділити на такі групи: сфера послуг як сукупність, система або комплекс галузей; сфера послуг як сукупність, комплекс підприємств, установ, організацій; сфера послуг як сукупність, система або коло видів економічної діяльності; сфера послуг як частина економічної системи; сфера послуг як зведена узагальнююча категорія.

Систематичне узагальнення теоретичних напрацювань та застосування методик конструювання категоріального апарату наддало можливість визначити дійсні підходи до трактування сутності поняття «ринок туристичних послуг», встановити, що найбільш вживаними та теоретично обґрунтованими є системний та комунікаційний.

Наявність широкого кола визначень в рамках кожного підходу спонукає до аналітичного опрацювання їх термінологічного апарату.

Узагальнення різноманіття визначень в рамках *системного підходу*, дозволяє трактувати ринок туристичних послуг як: систему світових господарських зв'язків, як соціально-економічну систему, як багаторівневу систему взаємовідносин між суб'єктами ринку, як систему внутрішніх і зовнішніх зв'язків, як кінцеве розмаїття функціональних елементів та відносин між ними, як багатоаспектну, поліструктурну, поліформну та багаторівневу систему.

В рамках *комунікаційного підходу* ринок туристичних послуг розглядається як сукупність економічних відносин та зв'язків.

Власну просторово-територіальну диференціацію ринку туристичних послуг пропонують провідні міжнародні організації у сфері подорожей і туризму, зокрема, UNWTO, WTTC, WEF, які є об'єктивним та достовірним джерелом міжнародних статистичних даних з туризму. Ці класифікації засновані на регіональному підході - групуванні країн за географічною ознакою. Узагальнені підходи до туристського районування макро- та мезо- ринків згруповано та представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Просторово-територіальна диференціація ринків туристичних послуг міжнародними організаціями (складено автором за даними [2-4])

UNWTO				
Європа	Азія і Тихоокеанський регіон	Американський регіон	Африка	Близький схід
Північна Європа; Західна Європа; Центральна/ Східна Європа; Південна/ Середземноморська Європа	Північно-Східна Азія; Південно-Східна Азія; Океанія; Південна Азія.	Північна Америка; Карибський басейн; Центральна Америка; Південна Америка	Північна Африка; Регіон пустелі Сахари	
WTTC				
Європа	Азія і Тихоокеанський регіон	Американський регіон	Африка	Близький Схід
Європейський Союз; інші країни Європи	Північно-Східна Азія; Південно-Східна Азія; Океанія; Південна Азія.	Північна Америка; Латинська Америка; Карибський басейн.	Північна Африка; Регіон пустелі Сахари	

WEF				
Європа і Кавказ	Азія і Тихоокеанський регіон	Американський регіон	Регіон пустелі Сахари	Близький Схід і Північна Африка
Південна і Західна Європа; Північна та Східна Європа	Східна Азія та Океанія; Південно-Східна і Південна Азія	Північна Америка і Карибський басейн; Південна Америка	Східна і Південна Африка; Центральна і Західна Африка	

Окреслена просторово-територіальна диференціація наочно відображає застосування запропонованого підходу щодо розподілу світового ринку туристичних послуг, а також ринків макро- та мезорегіонів, тоді як його використання на рівні національних ринків безпосередньо залежить від територіального устрою держави, атракційності її локальних ринків та регіонів.

Список використаних джерел

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
2. The World Tourism Organization [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www2.unwto.org>.
3. The World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.wttc.org>.
4. The World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.weforum.org/world-economic-forum>.

Лахманюк В.

*магістрант II курсу спеціальності 106 Географія
Науковий керівник – доц. Флінта Н. І.*

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ОКРЕМИХ СКЛАДОВИХ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Страхування в міжнародному туризмі – це основна форма гарантування страховими компаніями безпеки туристів у країні тимчасового перебування, покликана при настанні страхових випадків компенсувати можливу шкоду, заподіяну здоров'ю чи майну туристів, за рахунок страхових внесків, що сплачуються ними. Тому питання безпеки українських туристів є доволі актуальним.

Виклад основного матеріалу. В Законі України «Про туризм» є стаття 13 «Безпека в галузі туризм», у якій сказано «Органи державної