

УДК 338.486.5: 658.8

Бабін О.С.¹

Бут Т.В.²

¹студ. гр. МТУ-114м ЗНТУ

²канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Ринок туристичних послуг задовольняє потреби населення у відпочинку та змістовному проведенні дозвілля і функціонує за загальними законами світового ринку. Він є складовою ринку послуг, його видовим компонентом.

Значення ринку туристичних послуг у економічній діяльності постійно зростає, а сам ринок набуває нових тенденцій та особливостей.

В дослідженні ринку можна виділити два основних підходи. За першим ринок розглядається як поняття і його дослідження носить переважно філософський та політико-економічний характер. Основна увага концентрується на таких аспектах як: ринок як спосіб мислення та поведінки; ринок як спосіб організації суспільного виробництва. За другим підходом ринок розглядається як явище, що має конкретний економічний зміст і є формою організації споживання на певній території, в межах якої збалансовується попит та пропозиція товарів і послуг [1].

У фаховій літературі наявна значна кількість визначень ринку туристичних послуг (туристичного ринку). Туристичний ринок – це «суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення процесу купівлі-продажу турпродукту у даний час у даному місці» [2, с.61].

Можна виділити три визначальні положення щодо сутності ринку туристичних послуг.

По-перше, товаром на ринку туристичних послуг виступає туристичний продукт – об'єкт ринку, що обмінюється на гроші.

Туристичний продукт – це «комплекс туристичних послуг, благ та товарів, що забезпечують реалізацію мети подорожі» [1, с. 38].

По-друге, ринок туристичних послуг являє собою систему відносин між суб'єктами – виробниками туристичних продуктів, платоспроможними споживачами та посередниками. Споживачами туристичних послуг є туристи. Чистими посередниками між туристами та виробниками послуг виступають туристичні агентства, клуби, асоціації. Одночасно виробниками та посередниками є туроператори. Виробниками первинних туристичних послуг є готелі, транспортні компанії, заклади харчування, екскурсійні бюро, музеї, театри, заклади дозвілля тощо.

По-третє, механізм функціонування ринку туристичних послуг полягає у постійному узгодженні попиту і пропозиції туристичних продуктів в умовах зростаючої конкуренції та зовнішнього (міжнародного) регулювання.

Попит – це «кількість туристичного продукту на ринку, яку платоспроможні туристи готові купити за певною ціною протягом певного періоду часу». Пропозиція – це кількість туристичних продуктів на ринку, які «можуть або мають намір продати за певною ціною протягом певного періоду часу виробники».

Ринок туристичних послуг постійно прямує до стану рівноваги – повного задоволення платоспроможного попиту на туристичні продукти пропозицією відповідної якості. Але з появою нових вимог споживачів, нових регіональних сегментів, нових турів, нових форм менеджменту і маркетингу та ін. він переходить до стану дисбалансу. Таким чином, ринок туристичних послуг постійно відхиляється від урівноваженого стану. Це передусім пов'язано з тим, що попит є мобільнішим за порівняно нерухому, негнучку пропозицію.

Сприяти наближенню ринку туристичних послуг до стану рівноваги покликани держава та різноманітні регулятивні організації [3]. Дослідження перспектив розвитку історико-культурних ресурсів України контексті розвитку туризму [4] є ключовим завданням майбутніх досліджень.

Ринок туристичних послуг або туристичний ринок об'єктивним підґрунтям формування якого є зростання та урізноманітнення суспільних потреб і відповідне йому поглиблення суспільного поділу праці. Він є частиною світового ринку послуг, його видовим компонентом. Туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. **Мальська, М.П.** Організація туристичного обслуговування: підручн. [Текст] / М.П. Мальська, В.В. Худо, Ю.С. Занько; К.: Знання, 2011. – 275 с.
2. **Лотиш, О.Я** Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні [Текст] / О.Я. Лотиш // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету; К.: КМГУ, 2016. – С. 134 – 138.
3. **Горіна, Г.О.** Концептуальні засади формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України [Текст] / Г.О. Горіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Екон. науки: зб. наук. праць. – 2016. – № 5(77). – С. 261 –270.
4. **Бут, Т.В.** Дослідження історико-культурних ресурсів України: проблеми та перспективи розвитку [Текст] / Т.В. Бут, О.С. Бабін // Економічний вісник ЗНТУ. Наук.ж/л – 2018. – № 1. – С. 86 – 96.