

печення позитивних емоцій, психологічної комфортності від спілкування тощо. Психологічні механізми сприймання й розуміння один одного, міжособистісна привабливість, взаємовплив і рольова поведінка реалізуються в комунікативній культурі, яка є провідним важелем формування й розвитку міжособистісних відносин. Вони ґрунтуються на взаємній готовності суб'єктів до певного типу неформальної взаємодії та спілкування, виникають і розвиваються на основі суб'єктивної потреби у спілкуванні та її задоволенні, регулюються індивідуально-психологічними особливостями людей, що взаємодіють, і супроводжуються станом задоволення чи незадоволення один одним.

Вважаємо, що формування комунікативної культури фахівців сфери туризму можна забезпечити за умов: розроблення та реалізації концепції формування комунікативної культури фахівців сфери туризму; взаємозв'язку професійних, психологічних, естетичних, культурологічних знань і вмій; розвитку в особистості мотивації до вдосконалення власної комунікативної культури.

МАТЕРІАЛЬНЕ УБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТІВ: ПОТРЕБА ТА ПАРТНЕРСЬКІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ

*Г. П. Скляр, д. е. н., доцент;
І. В. Фисун, к. е. н., доцент
ПУЕТ (м. Полтава)*

Доведено, що на розвиток туризму найбільший вплив має сформована специфіка та туристична інфраструктура окремої місцевості. Остання, в свою чергу, визначальним чином залежить від партнерських взаємозв'язків між її основними елементами. До таких елементів доцільно віднести наступні: туристичні бази, санаторно-курортні заклади, мережу закладів харчування, систему транспортного сполучення, кемпінги, готельні комплекси, банки, мотелі, страхові компанії та ін. [1, 2]. Правомірно припустити, що чим тіснішими будуть взаємозв'язки між окремими елементами туристичної інфраструктури в окремому регіоні, тим більш привабливим він буде для туристів. Проте, необхідно з'ясувати, які елементи туристичної інфраструктури є найважливішими для туристів і яке місце в ній відводиться матеріальному забезпеченню туристів, тобто туристичному страхуванню [3].

Щоб дослідити необхідність матеріального забезпечення туристів, скористаємося відомою теорією потреб американського психолога Абрахама Маслоу, який у 1943 р. розбив людські потреби на п'ять категорій і розташував їх у визначеній ієрархії (рис. 1) [4]. Але на теперішній час окремі потреби людей доцільно розглядати в сучасному вимірі.



Рисунок 1 – Піраміда потреб Абрахама Маслоу*

* Джерело [4].

Наприклад, потреба в безпеці в наш час може бути задоволена завдяки високій заробітній платі, що дозволяла б робити заощадження, а також завдяки системам медичного, соціального, комерційного страхування, програмам пенсійного забезпечення і гарантій зайнятості. Ці потреби займають другий рівень в ієрархії потреб А. Маслоу.

Люди також мають потребу у визнанні – їм необхідно відчуття цінності своєї особистості як невід'ємної частини єдиного цілого. Саме на цьому рівні у людини з'являється інтерес до навколишнього світу, потреба у подорожах, а отже потреба у туристичних послугах. Це четвертий рівень у піраміді А. Маслоу.

З погляду споживачів туристичних послуг, спочатку вони прагнуть задовольнити потреби нижчого рівня, потім можуть думати про задоволення наступної за значимістю потреби. Такий підхід забезпечує можливість визначення необхідності проведення туристичного страхування, оскільки, відповідно до теорії А. Маслоу, безпека для людини є першочерговою потребою, аніж потреба в туризмі.

З практичної точки зору, людина, збираючись у туристичну подорож, перш за все, намагається дізнатися, чи безпечною вона буде для неї. Адже раптова хвороба, нещасний випадок, втрата її майна обернуться для неї, в кінцевому рахунку, матеріальними збитками. А отже, важливим для туриста є забезпечення його можливих матеріальних збитків. Крім того, матеріальних збитків можуть зазнати не тільки споживачі, а і надавачі туристичних послуг в силу раптових непередбачуваних подій. А тому ефективні партнерські відносини між організаторами туристичних подорожей та страховими компаніями є одним із дієвих методів забезпечення ризиків як надавачів, так і споживачів туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. Скляр Г. П. Страхування і перестрахування ризиків суб'єктів зеленого туризму як необхідна умова його розвитку / Г. П. Скляр, І. В. Фисун // Науковий вісник ПУЕТ. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 4. – С. 251–257.
2. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / авт. кол. за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.
3. Проблеми розвитку туристичного бізнесу : монографія / авт. кол. за заг. ред. Г. П. Скляра, В. Г. Шкарупи. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 233 с.
4. Піраміда потреб Маслоу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/:Піраміда_Маслоу.svg. – Назва з екрана.

СУЧАСНА ВІЗІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПАРТНЕРСТВО З ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

М. Г. Безпарточний, *к. е. н., доцент*
ПУЕТ (м. Полтава)

В умовах конкуренції та постійної зміни економічної кон'юнктури ринку виникає необхідність обґрунтування та розробки механізмів забезпечення стійкого функціонування та розвитку суб'єктів господарювання. Враховуючи сучасний стан ресурсного потенціалу суб'єктів туристичної діяльності і торговельних підприємств, з метою забезпечення їх подальшого функціонування зростає потреба у застосуванні сучасних засо-