

переміщення у просторі до більш духовного переживання дороги.

У випадку, коли йдеться не про релігію, а про одну з форм світогляду, у сучасному світі названу *spiritual*, мова може йти про читання мантр. У мантрах вже нема контексту перебування з Богом, але є елемент прославлення, оспівування того, що існує. Якщо ж поглянемо на це з точки зору побутової психотерапії, то йтиметься про набуття здатності радіти існуванню та тому, що існує. І, знов-таки, навчитись бачити щось за межами себе і своїх проблем. Пісні, власне, призводять до того ж звільнення особистості (зокрема, звільнення від фрустрацій, комплексів, проблем).

Зустрічі у дорозі найчастіше дають можливість виходити за межі звичного кола спілкування, розширити світоглядний діапазон, допустити до свого простору тих, хто звичайно не мав би жодного шансу якось вплинути на особу.

Перешкоди – закономірна частина життя, і така сама закономірна частина дороги. Певний парадокс перешкод дороги якраз і полягає на тому, що вони є основою розмаїття, а трагедією, яка забирає сили та ламає життя.

Підсумовуючи сказане, відмітимо, що повернення до усвідомлення значущості дороги піз час мандрівки є певним психотерапевтичним засобом, актуальним для всіх часів, а особливо ж – для сучасності. Практики розміреності, тиші, мовчання, речитативу, пережиття зустрічей, зрештою, розвитку здатності до споглядання є певною альтернативою калейдоскопу вражень, поверхневій констатації подій, подальшій фрустрації людини. І тому необхідним є розвиток духовного туризму як альтернативи туризму масовому.

*Д. О. Яценко, студент
Науковий керівник – О. О. Тараненко, к. е. н.
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет
економіки і торгівлі», м. Полтава
stivrum@gmail.com*

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Туристична сфера є міжгалузевим соціально-економічним комплексом, який складається із взаємопов'язаних галузей гос-

подарської діяльності. Туризм позитивно впливає на розвиток інших секторів економіки, об'єднуючи в один туристичний ринок, зокрема, готельне господарство, ресторанне господарство, транспорт і комунікації, будівництво, роздрібну торгівлю, виробництво сувенірів і торгівлю ними, будучи каталізатором їх розвитку.

Під туристичним ринком розуміють сукупність економічних відносин, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення купівлі-продажу специфічних туристичних товарів і послуг у даний час і у даному місці [1, с. 31].

До характерних особливостей туристичного ринку належать:

- основним предметом купівлі-продажу є послуги;
- крім покупця і продавця у механізм туристичного ринку включається значне кількість посередницьких ланок, які забезпечують зв'язок попиту і пропозиції;
- попит на туристичні послуги відрізняється рядом особливостей: великим розмаїттям учасників поїздок за матеріальними можливостями, віком, цілями і мотивами;
- віддаленість за часом і місцем від туристського пропозиції;
- виникнення ринкових відносин як у власній країні покупця, так і в подальшому в іншій країні на місці знаходження туристичного об'єкту;
- сильно виражена суб'єктивна оцінка очікувань споживачів або отриманого ефекту від туристичної подорожі;
- активна участь посередників у забезпеченні попиту і пропозиції туристичних послуг;
- висока ступінь змінюваності одних туристичних послуг і товарів на інші [1, с. 31].

Суб'єктами туристичного ринку є юридичні та фізичні особи, задіяні в виробництві та організації споживання туристичного продукту туристами-споживачами. Об'єктом туристичної діяльності суб'єктів ринку є туристи-споживачі турпродукту, уподобання та мотивації яких лежать в основі маркетингових стратегій виробника. Звідси поділ туристичного ринку на ринок споживачів-туристів (ринок попиту) та ринок виробника (ринок

пропозиції), оскільки ці дві складові є ключовими в функціонуванні ринку.

Роль туристичного ринку в економіці різного рівня зводиться до наступного: зрівноваження та збалансування попиту і пропозиції туристичних продуктів; інформування підприємств сфери туризму щодо туристичних продуктів, в якому обсязі та в якій структурі слід виробляти; очищення туристичної індустрії від неконкурентоспроможних виробників, заміни застарілих туристичних продуктів новими.

Ефективна діяльність ринку туристичних послуг є значущим фактором соціально-економічного розвитку регіону загалом, що дає можливість постійного розвитку людського суспільства, а також покращення міжнародного співробітництва. Туризм є найбільш перспективною сферою діяльності, що має велике значення як для економічного росту, так і для екологічного, культурного і соціального.

Ефективність функціонування ринку туристичних послуг визначається за допомогою багатьох показників, які можна об'єднати у декілька груп: показники соціально-економічного потенціалу туризму; виробництва та реалізації туристичних послуг; показники розвитку інфраструктури туристичних підприємств; показники, що характеризують результати функціонування туристичного ринку; витрати на виробництво туристичних послуг; показники соціально-економічної ефективності туризму [2, с. 102].

Отже, регіональний туристичний ринок є складною соціально-економічною системою, що має низку специфічних особливостей, які слід враховувати під час розробки заходів щодо його розвитку.

Список використаних джерел

1. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка ; авт. кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2013. – 335 с.
2. Давиденко І. В. Стан і фактори розвитку регіонального ринку туристичних послуг / І. В. Давиденко // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков ; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2007. – Вип. 27. – С. 101–107.