

Україні, потребує від уряду зважених законотворчих, організаційних і господарських заходів в сфері демографічної політики, спрямованих на створення нових робочих місць з належною заробітною платою та відповідною соціальною захищеністю, вдосконалення існуючої системи освіти, підвищення рівня охорони здоров'я та якості життя населення. [3].

1. http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,143/id,51
46. 2. <http://library.net/component> 3. http://iom.org.ua/ua/pdf/Facts&Figures_b5_ua_f.pdf

Лега О.С.

студ. групи МЕ-32

Науковий керівник – к.е.н.,ст.. викл..каф ММП Дорошкевич К.О.

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

В умовах ринкової економіки вітчизняні підприємці виявилися поза межами звичного середовища, де єдиним товаром була матеріальна продукція, чи, точніше, вузька її частина – товари народного споживання. Нові відносини вимагають освоєння нових сегментів ринку, таких як ринок капіталу, робочої сили, послуг і т. п. За кордоном сфера послуг є однією із економіки, які швидко розвиваються галузеві. У розвинутих країнах світу частка послуг у ВВП перевищує 70 %.

Для вивчення й розвитку ринку туризму в Україні насамперед варто визначити сутність туристичної послуги.

Послуга – це результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності виконавця щодо задоволення потреби споживача. Це поняття включає взаємодію виконавця і споживача послуг (обслуговування); процес надання послуги (тобто виконання визначеної роботи) самим виконавцем; результат цих дій у вигляді "перетвореної продукції" чи "результату послуги".

Туристична послуга – результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота турпідприємства полягає як у організації всієї подорожі і в організації окремих послуг.

Туристичним послугам, як і будь-яким іншим послугам, властиві особливі риси, які можна позначити як "три Н":

- невідчутність. Туристичні послуги – не матеріальні. Вони належать до соціально-культурних (нематеріальних), оскільки визначаються діяльністю виконавця послуги по задоволенню соціально-культурних послуг споживача: фізичних, етичних, інтелектуальних, духовних та ін. їх неможливо побачити та оцінити в момент купівлі. Об'єктом таких послуг є власне споживач (турист);

- нерозривність виробництва і споживання. Оскільки послуга є результатом безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, то процес надання туристичної послуги (виробництво) відбувається паралельно зі споживанням. Виробництво ж товарів у матеріальній формі, як відомо,

передусе його продажу, лише після цього настає споживання;

- неможливість збереження туристичної послуги. Життєвий цикл туристичної послуги істотно відрізняється від матеріального товару, зокрема відсутністю етапу збереження. Незбережуваність туристичної послуги потребує ретельного вивчення кон'юнктури ринку, точної відповідності попиту та пропозиції, оскільки послуги не можуть "полежати" на складі до їх використання.

У структурі туристичних послуг розрізняють основні і додаткові послуги.

Основні послуги, що пропонуються туристичним підприємством, включають послуги по організації перевезення; розміщення; харчування туристів.

До додаткових послуг відносяться послуги по організації екскурсій; послуги по страхуванню туристів; послуги гідів-перекладачів; послуги по перевезенню туриста від місця його прибуття в країну (місце його тимчасового перебування) до місця розміщення і назад (трансфер), а також будь-якому іншому перевезенню в межах країни (місця тимчасового перебування), передбаченої умовами подорожі; послуги з ремонту техніки; послуги з прокату; обмін валюти; телефон; пошта; послуги побутового обслуговування; право користування пляжем т. п.

Такий розподіл умовний, оскільки істотних відмінностей, з погляду споживчих властивостей, між ними немає. Послуги, включені в основну програму й оформлені путівкою, відносять до основних. Додаткові послуги турист здобуває самостійно в місці перебування, вони не входять у вартість путівки.

У більшості випадків туристичні основні послуги складаються з транспортних послуг, послуг розміщення і харчування. Однак при організації подорожей з пізнавальними, професійно-діловими, спортивними, релігійними цілями послуги, що традиційно відносяться до додаткових, можуть бути основою туру. Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами полягає в їхньому співвідношенні із придбаним пакетом послуг. Крім нематеріальних послуг, туристу можуть бути надані специфічні товари чи матеріальні послуги, зокрема, плани міст, карти метро, сувеніри, туристичне спорядження і т. п.

Отже, туристичні послуги бувають двох видів основні і додаткові. Вони мають такі особливості як невідчутність, – нерозривність виробництва і споживання, неможливість збереження туристичної послуги