



МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ

ТУРИЗМ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

ТУРИСТИЧНИМ ПОСЛУГАМ ПРИТАМАННІ ТАКІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- **Невідчутність.** Послуги невловимі. Їх неможливо побачити, спробувати на смак, почути чи понюхати до моменту придбання.
- **Невіддільність від джерела.** Послуга невіддільна від свого джерела, будь-то людина чи машина, тоді як товар у матеріальному виді існує незалежно від присутності чи відсутності його джерела.
- **Мінливість якості.** Якість послуг коливається в широких межах у залежності від їхніх постачальників, а також від часу і місця надання.
- **Незбереженість.** Послугу неможливо зберігати.

У ЗВ'ЯЗКУ З ЦИМ

1. Попит на туристські послуги надзвичайно еластичний щодо рівня прибутку і цін, але багато в чому залежить також від політичних і соціальних умов.
2. У зв'язку з сезонними коливаннями попиту присутній так званий феномен насичення. Унаслідок цього можуть бути виділені чітко окреслені туристські зони.
3. Пропозиція туристських послуг відрізняється не гнучким виробництвом. Цими послугами можна скористатися безпосередньо на певному і ні на якому іншому місці в певний час.
4. Туристський продукт створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби, різну комерційну мету.
5. Не можна досягнути високої якості туристичних послуг навіть з дрібними недоліками, оскільки обслуговування туристів складається із дрібниць.

СУБ'ЄКТИ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ВИРОБНИКА ТУРПРОДУКТУ

- туристичні оператори
- туристичні агенти
- суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг
- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу

ТУРОПЕРАТОРИ

це потужні туристські фірми, що спеціалізуються на розробці комплексного турпродукту і його оптовій реалізації. Діяльність туроператорів полягає у складанні з окремих туристських послуг комплексних турів, що пропонуються споживачеві за фіксованою ціною. Інакше кажучи, туроператор на основі маркетингового дослідження ринку формує пакет туристських послуг і в цьому випадку виступає виробником комплексного турпродукту - туру.

ТУРАГЕНТИ МОЖУТЬ БУТИ

- самостійними підприємствами, які співпрацюють з однією або декількома фірмами-туроператорами на основі взаємних угод;
- частиною збутової сітки великої фірми туроператора;
- турбюро-турагенти, які забезпечують переважно екскурсійне обслуговування і за попередніми формами взаємодіють з туроператорами і турагентами інших видів.