I. ПОНЯТТЯ ПРО ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ

Тимчасове перебування людини поза місцем її постійного проживання обумовлює специфічний набір потреб, відмінний від потреб, що виникають у звичних для неї умовах. Формування цих потреб визначається наявністю вільного часу і особливостями його використання. До цих потреб пристосований відповідний комплекс послуг і товарів, які розробляються в розрахунку на цю категорію споживачів.

Туристичний продукт являє собою комплекс послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для туристичного споживання, що реалізуються на ринку туристичних послуг. Він є здебільшого вузькоспеціалізованим, має складну, динамічну структуру, пристосовану до зміни попиту, і здатен забезпечити задоволення різноманітних потреб людини, що подорожує.

Туристичний продукт виробляється спеціалізованими підприємствами, що є суб'єктами туристичного ринку. За характером діяльності їх можна поділити на продуцентів, тобто тих, що виробляють певний компонент турпродукту - певну послугу (наприклад, екскурсію) чи їх комплекс (послуги гостинності) і посередників (туристичні підприємства), що об'єднують окремі послуги виробників у комплексний турпродукт, пропонований на ринку.

Суб'єкти ринку виробника можуть бути класифіковані з огляду на комплексність створення ними турпродукту та інтегрованість у туризм, (табл. 1).

Таблиця 1

Суб'єкти ринкової діяльності на ринку виробника турпродукту

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ступінь інтегрованості | Продуценти основних видів послуг: | Виробники комплексного продукту |
| Розміщення та харчування | Транспортування | Дозвілля |
| Безпосередньо задіяні в туризмі | Готельні та ресторанні мережі; Окремі готелі та підприємства харчування; Котеджі та апартаменти; інші засоби розміщення | Транспортні підприємства 3 усіх видів пасажирських пе­ревезень, що здійс­нюють регулярні та чартерні рейси | Підприємства з організації екскурсій; видовищ; спортивних міроприємств; шоу; заклади культури; парки; спеціалізовані видання | Туроператори;турагенти |
| Опосередковано задіяні в туризмі | Місцеві підприємства соціальної інфраструктури; агентства з продажу нерухомості; виробники продуктів харчування; виробники обладнання для готелів і ресторанів; земельні власники; будівельні компанії | Підприємства транспортної інфраструктури (вокзали, аеропорти); виробники транспортних засобів; виробники пального та мастила | Виробники спортивного обладнання та спорт­товарів; виробники аудіо-, відеотехніки та продукції; засоби масової інформації | Фірми- консультанти з дизайну, реклами, маркетингу |

Суб'єкти ринку виробника, що надають конкретні послуги (послуги гостинності, транспортне, екскурсійне обслуговування, організація дозвілля), можуть самі представляти на ринку свій продукт, рівень якого залежить від обсягів діяльності конкретного виробника. Але ринкова реалізація цього продукту здійснюється, як правило, опосередковано - через туристичне підприємство. Це дозволяє розширити ринок збуту.

Туристичні підприємства представлені двома типами: туроператори і турагенції, що відрізняються характером і масштабом діяльності.

Туроператори - це потужні туристичні фірми, що спеціалізуються на розробці комплексного турпродукту і його оптовій реалізації. Діяльність туроператорів полягає у складанні з окремих туристичних послуг комплексних турів, що пропонуються споживачеві за фіксованою ціною. Інакше кажучи, туроператор на основі маркетингового дослідження ринку формує пакет туристичних послуг і в цьому випадку виступає виробником комплексного турпродукту - туру. За нормами ВТО туроператором вважається туристичне підприємство, яке самостійно комплектує туристичний продукт у складі як мінімум трьох послуг: розміщення, транспортування туристів і надання їм ще якоїсь послуги, не пов'язаної з першими двома (екскурсійне обслуговування, прокат автомобіля тощо). Туроператор завжди виступає як "оптовик", здійснюючи масову закупівлю туристичних послуг, необхідних для формування турів. Це дозволяє йому застрахуватись від коливання цін на окремі послуги. Туроператор є також індустріалізованим виробником із широкою спеціалізацією і значними обсягами виробництва.

За характером діяльності, територіальним рівнем і формою організації туроператори поділяються на ініціативних і рецептивних.

Ініціативні туроператори - це ті, що спеціалізуються на міжнародному туризмі, орієнтовані переважно на зарубіжний туризм і здійснюють свою діяльність на основі прямих угод з продуцентами послуг (готелі, транспортні компанії тощо) або з рецептивними туроператорами. Класичним турпродуктом ініціативних туроператорів є складні маршрутні тури, що включають послуги рецептивних туроператорів, які працюють на місцевих ринках (за маршрутом), із забезпеченням транспортування в початкову точку маршруту і з кінцевої його точки до місця постійного проживання, а також з організацією транспортного обслуговування на маршруті.

Рецептивні туроператори спеціалізуються на іноземному туризмі, комплектуючи тури і програми обслуговування п місцях прийому туристів на основі прямих угод з продуцентами послуг (готелі, підприємства харчування, дозвіллєві заклади тощо).

Діяльність у сфері туризму, що полягає у створенні комплексного туристичного продукту і оптимізації умов його споживання як зарубіжними, так і вітчизняними тури-сіами, здійснюється на основі розробки пакету програм їх обслуговування на маршруті і є формою туристичного пі.інесу, що отримала назву туроперейтингу. Необхідність його розвитку пов'язана, з одного боку, із зростанням вимог туристів до змістового аспекту дозвілля, який перед-оачає, крім розміщення і харчування, цілий комплекс додаткових послуг відповідно до індивідуальних запитів, а з пішого - із зростанням і розширенням номенклатури потуг гостинності, пропонованих туристичними і курортними центрами, що ущільнює ринок пропозиції і вимагає професійної зорієнтованості (мал. 1).



Мал. 1. Схема туроперейтинга.

Туроператорів поділяють за сферою діяльності на туроператорів, діяльність яких спрямована в сферу міжнародного туризму з орієнтацією на експорт турпослуг (іноземний туризм) чи їх імпорт (зарубіжний туризм) та і туроператорів, які діють на внутрішньому ринку країни. За рівнем спеціалізації туроператорів поділяють на тих, що діють на масовому ринку та спеціалізованих (мал. 2).



Мал. 2. Класифікація туроператорів за рівнем спеціалізації.

Туроператори здійснюють оптовий продаж своєї продукції на ринку турагентів. У залежності від організаційних засад турагенти можуть бути складовими збутової мережі туроператора, тобто входити в його структуру, або самостійними підприємствами, які працюють на основі відповідних угод з одним або кількома туроператорами. Різновидом такого типу турагенцій є екскурсійні бюро, що спеціалізуються на наданні разових екскурсійних послуг у певний термін і за певною програмою.

Турагенція - це суб'єкт туристичного ринку (юридична чи фізична особа), діяльність якого полягає в придбанні певних турів, розроблених туроператором, та їх роздрібній реалізації. Турагенції переважно здійснюють роздрібну торгівлю турами та окремими складовими турпродукту.