

широком смысле к понятию «структурная политика».

При более узкой трактовке данного термина принято понимать воздействие лишь на изменения отраслевых и производственных пропорций. Региональные аспекты деятельности государства получают самостоятельное лексическое обозначение «региональная политика». Меры по отношению к организационно-институциональным пропорциям не получили в литературе специального термина. Смысл структурной политики государства состоит, естественно, не в том, чтобы заменить или продублировать роль частной экономики. Основная побуждающая сила структурных сдвигов — рынок. Однако государство помогает ему, поскольку процесс формирования новых пропорций порой необходимо интенсифицировать (например, под влиянием внешней конкуренции) или обеспечить ликвидацию социальных издержек, вызванных структурными переменами. Национальная экономика — совокупность всех экономических процессов, совершающихся в обществе, на основе действующих в нем отношений собственности и организационных форм хозяйственности; экономическая деятельность всех хозяйственных субъектов в масштабе государства, направленная на удовлетворение потребностей нации; это так же сложное хозяйственная система, развивающаяся по своим специфическим законам. Структура национального хозяйства представляет собой совокупность пропорций и отношений, которые сложились в данный момент, и включает экономическую структуру и структуру обрамления; является результатом развития общего разделения труда в производстве.

Экономическая структура характеризует отношения домашних хозяйств, фирм, сфер, отраслей, а также соотношение национального и мирового хозяйства. Структура обрамления характеризует окружающую среду экономической деятельности, прежде всего социальную, политическую, демографическую структуру.

Любая национальная экономическая система состоит из совокупности отраслей — определенных областей экономической деятельности.

**УДК 338.48**

### **ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

*Дикань О.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

В туристичному підприємстві якість — інтегральна складова процесу створення

туристичного продукту, який забезпечує задоволення очікувань і потреб туристів. Якістю є не тільки сукупність ознак, які характеризують туристичний продукт і відрізняють його від інших ознак. Це також здатність продукту до задоволення очікувань туристів і заспокоєння їх певних потреб. Вміле управління якістю гарантує, що пропонований продукт знайде покупців і задовольнить їх потреби.

Згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) під якістю розуміють елемент рівня під час тимчасового перебування туристів поза місця постійного проживання.

При цьому якість залежить не тільки від рівня послуг, але і від людського фактора, і середовища. Згідно UNWTO якість — це виконання за певною прийнятною ціною будь-яких завдань і сподівань клієнта, які не заборонені законодавством, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни та доступності туристичних послуг, гармонії людського і природного середовищ. У цьому визначенні простежується прагнення до збалансованого розвитку туризму.

Якість туристичних послуг є категорією суб'єктивною і відносною, її можна трактувати як відповідність ознак туристичних благ і послуг вимогам та очікуванням споживачів, які сплачують за них певну ціну.

Якість туристичних послуг, як і якість продуктів, є поєднанням якості, типу і якості виконання. В туризмі тип якості стосується різних його видів і одночасно відображає стандарт об'єктів і оточення. Тому згідно концепції суті туристичного продукту, яка визначається в широкому і вузькому сенсі, можна аналізувати:

- якість одиної (окремої) послуги або однорідної асортиментної групи туристичних послуг;

- якість туристичного продукту як комплексу послуг, які надаються за посередництва всіх благ і послуг, які купують туристи у зв'язку з виїздом за межі постійного місця проживання як перед, так і під час подорожі, а також після її завершення.

Крім якості туристичних послуг, важлива проблема якості обслуговування клієнта (туриста). Покупці туристичних послуг стають все більш прискіпливими та вимогливими до стандартів обслуговування. Цей елемент набирає вагу у функціонуванні суб'єктів туристичного підприємства в умовах гострої конкурентної боротьби. Діяльність, пов'язана з обслуговуванням туристів, охоплює дії перед, під час і після закінчення угоди. На якість туристичної послуги, яку замовляють покупці, впливають як їх надії, так і реальний досвід, отриманий внаслідок відносин з працівниками обслуговування туристичного руху. Надії визначаються обіцянками і зобов'язаннями,

які фірма надає своїм клієнтам за допомогою різних засобів комунікації. Додатково необхідно врахувати вплив таких факторів, як вислуховування думки, рекомендацій, відгуків.

Визначення якісного рівня туристичного підприємства є складним і неоднозначним завданням з огляду на особливості туристичного продукту, який вирізняється:

- комплексністю комплементарних послуг (наприклад, розміщення, харчових, транспортних, страхових, екскурсійних послуг тощо);
- нематеріальним характером (відсутність відчуття, форми, кольору, можливості транспортування);
- нерозривністю виробництва й споживання (присутність споживача під час надання послуги);
- тісним зв'язком послуги з її виконавцем (суспільне значення в економіці продукту - розуміння потреб, гостинність, відчуття безпеки);
- суб'єктивністю оцінки продукту (складність об'єктивізації);
- сезонністю потреб туристичних послуг;
- часовою різницею між купівлею і споживанням;
- впливами зовнішніх чинників (політичних, суспільних, економічних тощо).

Вимір якості послуги у багатьох випадках є найбільшою проблемою, яка постає перед підприємствами з надання туристичних послуг.

Складність поняття якості туристичного продукту обґрунтовує потребу аналізу багатьох складових елементів, які впливають на якість. Їх вибір становить суттєву проблему в дослідженні та оцінці якості. Визначення кількості змінних, які описують якість туристичного продукту, вимагає досліджень стосовно:

- сподівань туристів щодо продукту (наприклад, інформаційних, екскурсійних послуг);
- підходу до проблематики якості послуг суб'єктів їх надання;
- знань, які у цій сфері надають експерти зі сфери туризму, маркетингу, теорії якості, психології тощо.

До основних параметрів оцінки якості та споживчої цінності туристичних послуг належать показники, що визначають технічну, функціональну та етичну цінність окремих видів послуг і комплексного туристичного продукту та показники їхньої суспільно необхідної вартості.

Визначення якості туристичних послуг полягає у проведенні аналізу багатьох аспектів взаємопов'язаних елементів туристичного продукту. Ступінь відчутого задоволення залежить, з одного боку, від властивостей ознак придбаної послуги, а з іншого – від сподівань клієнтів. Необхідно намагатися, аби різниця між очікуваною та отриманою послугою була щонайменшою. У процесі дослідження якості

варто враховувати пізнання потреб і вимог, а також пропозиції й думки клієнтів. Лише за таких умов можна говорити про ознаки створеного продукту виробником послуг та про ідентифікатори якості, які сприймає клієнт.

УДК 339.9(477+55)

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З ІСЛАМСЬКОЮ РЕСПУБЛІКОЮ ІРАН

*Диколенко О.Г., к.е.н., ст.викладач (УкрДАЗТ)*

На сьогоднішній день економічні відносини України з Іраном обмежуються незначними обсягами експортно-імпортних операцій. Україна є експортером енергетичного устаткування, електродвигунів і телерадіоапаратури, чорних металів і виробів з них, цукру і кондитерських виробів, а з Ірану до України імпортується деякі види (у дуже невеликих обсягах) харчових продуктів, взуття і одягу. Звичайно, це не відповідає реальним експортним потенціалам обох країн.

При належній активізації державної політики і діяльності підприємницьких структур, при відповідній ініціативі вчених, наші країни могли б у взаємних інтересах розвивати належне партнерство, причому не тільки вузько обмежено - лише в торговельній сфері, - але й у ширших масштабах - у спільній інвестиційній та інноваційній діяльності, у виконанні тих чи інших технічних засобів, у науково-технічному і гуманітарному співробітництві. В умовах послідовної лібералізації зовнішньоекономічної діяльності це може стати цілком реальним.

Так, наприклад, на взаємовигідній основі можливо було б розробити спільний проект газопроводу з Ірану до України, дослідити за єдиною програмою місткість і кон'юнктуру внутрішніх ринків обох країн з визначенням напрямів ефективного товарообміну, а також можливості створення тих чи інших спільних компаній і фірм, підготовки кадрів, розробки і реалізації технологічних нововведень, налагоджування обміну економічною інформацією.

У бідь якому разі, поряд з розвитком торговельних зв'язків України з Іраном, слід було б пошукати сфери для ширшого взаємовигідного економічного і гуманітарного співробітництва включаючи створення спільних виробництв, транспортних та деформаційних систем, енергопроектів, ресурсо- та енергозберігаючих технологій, підготовку кадрів).