

ROLUL SERVICIILOR TURISTICE ÎN CADRUL PRODUSULUI TURISTIC PENTRU SATISFACEREA NEVOILOR CONSUMATORILOR

Autor:
Prof. dr. Singureanu Nicoleta
Colegiul Economic "Hermes", sector 2, București

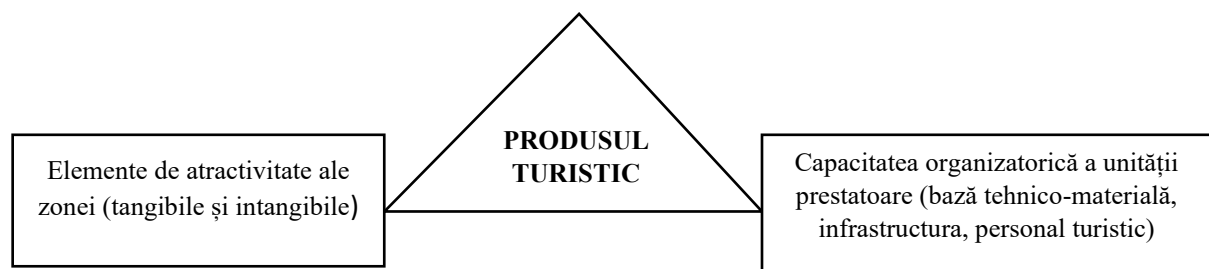
Pentru a avea o imagine clară asupra complexității rolului serviciilor turistice, pentru satisfacerea nevoilor consumatorilor, trebuie să analizăm importanța acestora în cadrul produsului turistic.

Produsul turistic reprezintă o combinație armonizată a elementelor de atractivitate naturale, a capacității organizatorice a unității prestatoare și a serviciilor turistice care determină vizitarea anumitei zone de către turiști, în scopul satisfacerii nevoilor exprimate sau implicite.

Produsul turistic reprezintă o combinație de elemente tangibile și intangibile, de activități și aranjamente concentrate într-o activitate specifică, care se adresează clientului, în scopul satisfacerii nevoilor sale. Oferta turistică a unei anumite zone este formată din totalitatea produselor turistice din zona respectivă.

Un produs turistic este cu atât mai atractiv, cu cât combinația de activități și aranjamente este mai diversificată, pentru a permite clientului să aleagă varianta care-i satisface cel mai bine nevoile.

Pornind de la definiția produsului turistic, se poate spune că serviciile turistice pot fi considerate subproduse turistice.



Din figura prezentată, rezultă că relația dintre serviciile turistice și produsul turistic este, de fapt, o relație de la parte la întreg.

Rolul serviciilor turistice rezultă și din funcțiile principale ale produsului turistic:

- *Funcția obiectivă (concretă)* dată de performanțele sale de a răspunde nevoilor multiple ale turismului și care depinde, în special, de elementele de atractivitate componente, respectiv de elementele mediului natural și a celor create de om;
- *Funcția subiectivă (psihologică)* dată de satisfacțiile pe care le oferă consumul său clientului și care depinde, în special, de calitatea serviciilor turistice oferite .

Aceste funcții sunt iseparabile și complementare.

Serviciile turistice sunt cele care măresc valoarea generală a produsului turistic.

Astfel, acestea asigură un cadru instituțional pentru punerea în valoare a elementelor patrimoniului turistic natural și a capacității organizatorice a unității prestatoare de servicii turistice, respectiv a bazei materiale și infrastructurii turistice, în scopul satisfacerii unor motivații generale și specifice ale consumatorilor.