

УДК 658.11

Лахманюк М.-ст.гр. БМ-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЯКІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Гринчуцька С.В.

Проблема забезпечення якості продукції має в сучасному світі універсальний характер. Показники якості, а також проблеми, пов'язані з випуском якісної продукції специфічні для кожної галузі, в тому числі і для сфери туризму. Здатність організаторів (виробників) турів оцінити відповідність послуг, що пропонуються окремими виконавцями різних видів туристичного обслуговування, вимогам, уподобанням, очікуванням і сприйняттю якості з боку клієнтів є невід'ємною умовою ефективного туроперейтинга - якості, як категорії, нормоване і визначається стандартами. Стандарти встановлюються щодо виробництва і споживання туристичного продукту за окремими складовими : туристичними послугами. Специфіка сфери туризму полягає в тому, що її продукт повністю або частково невідчутний, а ефект сервісу оцінюється споживачами в умовах певного емоційного стану, який залежить від великої кількості факторів, зокрема суб'єктивних характеристик туриста.

Діяльність в сфері туризму має декілька специфічних проблем, які суттєво позначаються на створенні якісного турпродукту - ефективного туроперейтинга:

1. Дискретність (перервність) виробництва туристичних послуг та цілісність їх споживання. Незначні недоліки, припущені хоч одним із співробітників готелю або ресторану в дотриманні технології обслуговування, можуть стати причиною незадоволення туриста в цілому. У забезпеченні якості турпродукту неможливо виділити більш важливу, або менш головну складову обслуговування — всі вони мають працювати однаково чітко і якісно. Туроперейтинг враховує специфічні технологічні і гуманітарні особливості якості будь-якого з видів обслуговування, що надається тим чи іншим підприємством туристичної індустрії, обраним для надання послуг за конкретним туром.

2. Можливість повторного виробництва турпослуг на однаково високому рівні, або тривалість якості.

3. Відсутність у персоналу підприємства, що працює в туризмі, можливості виправлення браку і, як наслідок (враховуючи жорстку конкуренцію на ринку турпослуг), немає шансу на повернення гостя.

Світова практика напрацювала певні правила організації ефективного сервісу, дотримання яких і дозволяє залучати по відношенню до конкретного туристичного продукту весь накопичений у сфері сервісу досвід.

Існує два модельних шляхи забезпечення якісного обслуговування на високому рівні вимог комфортності. Перший напрямок - подорожуючий за допомогою туроператора може обирати з чисельної кількості підприємств і отримувати якісне і різноманітне обслуговування там, де він вважає за потрібне. Другий напрямок створення якісних послуг використовується в основному незалежними підприємствами сфери туризму. Чітке дотримання параметрів комфортності, які вироблені практикою туристичного бізнесу і є універсальними як для готелю, так і для роботи підприємства харчування або туристської фірми.

Запорукою ефективного туроперейтинга є управління і контроль якості сервісного забезпечення турпродукту: передбачення точок зіткнення, встановлення вимог якості до виконавців окремих послуг, аналіз і перевірка їх дотримання тощо.