

ЯКІСТЬ ЯК ОДИН З ФАКТОРІВ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Сфера послуг є однією з найважливіших сфер суспільного життя і робить помітний вплив на всі аспекти людської діяльності. Упродовж багатьох століть туризм відігравав велику роль у житті людини, виступаючи насамперед як форма активного відпочинку і спосіб пізнання людиною навколишнього світу. У туризмі розвиток послуг залежить від динаміки туристичної галузі в різних регіонах, розвитку інформаційних технологій, соціальних і демографічних факторів тощо. Управління якістю туристичних послуг це складний процес, що інтегрує діяльність різних суб'єктів господарювання, метою якої є задоволення потреб туристів.

Послуга є результатом прямої взаємодії виконавця і споживача (замовника), а також власної діяльності виконавця щодо задоволення потреб людини. Послуга – це діяльність по задоволенню потреб і потреб людей.

Послуга – це будь-яка подія або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій, і які в основному не матеріальні і не призводять до придбання чого-небудь. Виробництво послуг може (або не може) бути пов'язане з продуктом у його матеріальній формі

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є одним із найважливіших складників ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості.

Думки сучасних науковців та джерел щодо тлумачення поняття «якості» різняться, наприклад:

– «якість» – сукупність характеристик об'єкта, що стосуються його здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби [1].

– «якість» – це виконання за певною прийнятною ціною будь-яких завдань і сподівань клієнта, які не заборонені законодавством, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг, гармонії людського й природного середовища [2].

– «якість» – сукупність характеристик об'єкта, які стосуються його здатності задовольнити установлені та передбачувані потреби [3].

Саме тому поняття «якісної туристичної послуги» містить у собі ряд факторів від яких залежить якість послуг. Фактори якості – якісні або кількісні характеристики однієї або декількох властивостей послуги.

Серед чинників, які впливають або можуть впливати на якість послуг можна виділити наступні: показники функціонального призначення; показники соціального призначення; ергономічні показники; естетичні показники; показники безпеки; екологічні показники; патентно-правові показники; показники стандартизованості

На практиці якість послуги визначається:

- оперативністю роботи по підборі і організації турів по запитам клієнтів, швидкість обслуговування в комплексі визначає ступінь задоволення кожного клієнта;
- термінами отримання довідкової інформації;
- ввічливістю обслуговування, яке виражається в привітності співробітників туристичної фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту;
- відповідністю пропонованого туру реальному змісту;
- наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування [3].

Необхідно, щоб надання туристичних послуг забезпечувало можливість отримання не тільки основних, але і додаткових послуг, що створюють нормальні умови життєзабезпечення споживачів. Отже, щоб своєчасно реагувати на зниження задоволеності клієнтів наданими послугами, організація не повинна нехтувати оцінкою такого важливого показника, як якість надаваних туристичних послуг. Діяльність керівників туристичних підприємств має бути спрямована на постійний пошук нових методів забезпечення та підвищення якості туристичних послуг, зростання уваги щодо дослідження, стратегічного планування та прогнозування, аналізу впливу людського та різноманітних соціально-культурних чинників щодо проблеми якості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шаповал М.І. Менеджмент якості. - К.: Знання, 2019. 475 с.
2. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання / І.О. Сидоренко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. 2019. Вип.3(46). С. 78-80.
3. Мельниченко С.В. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах / С.В.Мельниченко // Вісник КНТЕУ. 2020. №1. С. 24-32.