

УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

НТУ «Дніпровська політехніка»

Ваганян Рената Тігранівна

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бондаренко Людмила Анатоліївна

Розвиток туристичних послуг залежить від динаміки туристичної галузі в багатьох регіонах, розвиненості ІТ, соціальних, економічних та демографічних факторів. Управління якістю туристичних послуг це складний багатогранний процес, що інтегрує діяльність різних суб'єктів господарювання, метою якої є максимальне задоволення потреб споживачів. Тому проблема якості сервісу в туризмі є актуальним питанням. Більш того, на міжнародному туристичному ринку якість туристичних послуг виступає найефективнішою зброєю в конкурентній боротьбі, адже якість в кінцевому результаті сприяє підвищенню економічної ефективності туризму загалом [1].

За даними UNWTO, кількість міжнародних прибуттів за період з 2010 по 2030 рік в середньому підвищиться на 3,3% за рік. З часом, швидкість зростання кількості міжнародних прибуттів будуть поступово уповільнюватися, у 2011 з 3,8% а у 2030 р. до 2,5%. В абсолютних величинах кількість міжнародних прибуттів на рік збільшиться на 43 млн., в порівнянні з збільшенням на 28 млн. з 1995 по 2010 роки. За прогнозами в 2030 році темпи зростання міжнародних прибуттів в усьому світі досягне 1,809 млрд. (рис. 1).

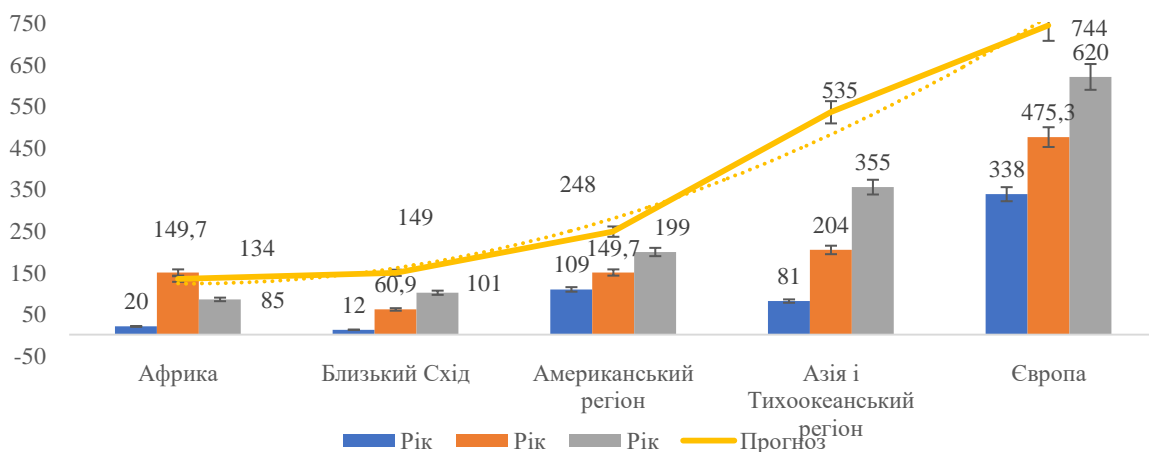


Рис. 1 Прогноз міжнародних прибуттів до 2030 р., млн. осіб
Джерело: складено автором за [2]

Система удосконалення якості туристичних послуг має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення їх рівня, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Крім того, необхідно врахувати низку факторів, які значною мірою вплинуть на створення якісного туристичного продукту, а саме:

1) Дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання. У забезпеченні якості туристичного продукту всі служби повинні працювати однаково чітко та якісно.

2) Можливість повторного виробництва туристичних послуг на однаково високому рівні, або тривалість якості. Рішення даної проблеми для багатьох виробників туристичного продукту виявляється непосильним завданням, що, в свою чергу, часто стає причиною різкого зниження конкурентоспроможності підприємства.

3) Сфера туризму відноситься до такого виду діяльності, де вироблений продукт, будучи невідчутним, споживається одночасно з виробництвом. У персоналу підприємства немає шансу на виправлення браку, а також на повернення гостя. Це дуже важливий момент, оскільки якість роботи персоналу суттєво впливає на якісні характеристики самого туристичного продукту [1].

На практиці якість послуги визначається перш за все оперативною роботою з підбору 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 (рис. 2).

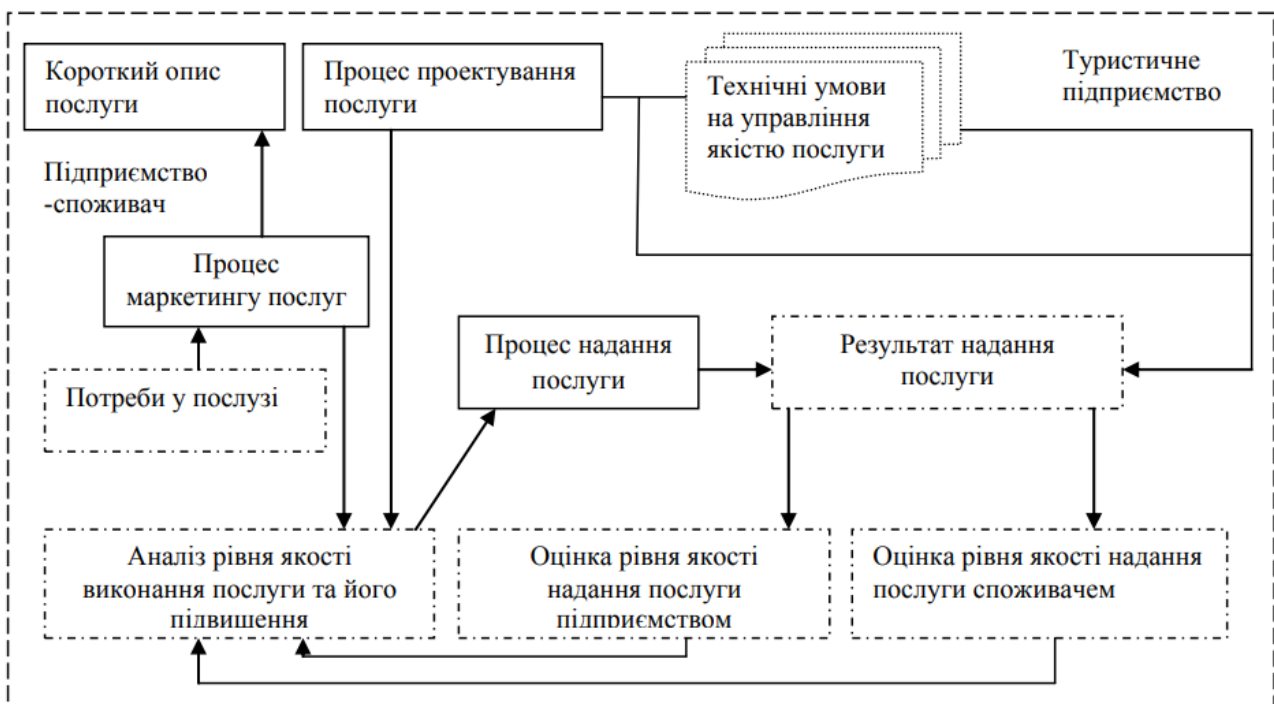


Рис. 2 Процес управління якістю туристичних послуг [3]

Виходячи з рисунку можна сказати, що основною вимогою до якості туристичних послуг має бути дотримання наступних принципів:

1. Сучасний сервіс: максимальна відповідність послуг вимогам споживачів і характеру споживання; нерозривний зв'язок сервісу з маркетингом, його основними принципами і завданнями; гнучкість сервісу, його спрямованість на облік мінливих вимог ринку, переваг споживачів туристичних послуг.

2. Створення необхідних умов для персоналу, покликаною забезпечити якісний сервіс. До них відносяться: ергономічність робочих місць; чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником; чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника, яка дозволяє об'єктивно вимірювати кількісно та якісно ефективність сервісу, особливо таких, що слабо піддаються обліку елементів як доброзичливість та ввічливість; мотивація персоналу, його щира зацікавленість в процвітанні всього підприємства, бажання та вміння робити всю роботу максимально ефективно; система підвищення кваліфікації персоналу.

3. Оптимізація організаційної структури управління підприємства, яке надає туристичні послуги. Оптимальною є така організаційна структура управління, де кількість елементів гранично невелика (але без шкоди для якості обслуговування), тобто чим більше етапів проходження замовлення, тим більша ймовірність здійснення помилки.

4. Всебічний, повний, об'єктивний і безперервний контроль за якістю сервісу, що передбачає: участь гостя в оцінці якості і контроль за ним; створення методик і критеріїв, що дозволяють співвіднести вимоги стандартів з фактичним станом справ; створення систем самоконтролю персоналу; постійна робота з групами якості; застосування чітко сформульованих кількісних критеріїв оцінки якості наданих послуг; участь персоналу в створенні систем і критеріїв якості; застосування технічних засобів контролю за якістю; створення служб контролю, куди б входили представники різних служб: дирекції, фінансового відділу, відділу безпеки, кадрової служби, керівники або співробітники всіх функціональних служб [1].

Таким чином, надані туристичні послуги повинні відповідати очікуванням і фізичним можливостям споживачів, яким адресується послуга, а також вимогам, які передбачають додаткові зручності для споживачів, привабливість і престижність послуг.

Перелік посилань

1. Кібанов А. Я. Оцінка економічної ефективності удосконалення управління підприємством / А. Я. Кібанов. – М: Інфра, 2009. – 342 с.

2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>

3. Таньков К.М. Концептуальні аспекти формування системи інтегрованого управління якістю туристичних послуг / К.М. Таньков, Г.М. Чепурда // Проблеми економіки. 2014. № 1. С. 259–264.