

Гостинність, як психологічний аспект обслуговування туристів

Дочинець Інга

*Національний університет
харчових технологій, Київ, Україна*

Вступ. Гостинність - це одне з понять цивілізації, яке завдяки прогресу і часу перетворилася на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все краще для споживачів послуг (туристів).

Матеріали і методи. При організації туру важлива не тільки взаємодія туристів з обслуговуючим персоналом, а й психологічні аспекти сприйняття туристом послуг і технології їх надання. Гостинність в сфері туристичної індустрії - це професійна вимога, це мистецтво дати людям відчуття, що їм раді. Складовою гостинності є гідність, повага, люб'язність персоналу, політика обслуговування по принципу «все для гостя», враховувати прохання та побажання гостя, турбота про туристів.

Результати. На перше місце ставляться особисті інтереси туристів, духовне до них ставлення. Співробітник повинен бути максимально інформований про готель, його послуги, розміщення служб, процедурах замовлення, меню в ресторані і т. д., щоб відповісти на запитання гостя. Слід завжди говорити про діяльність свого готелю тільки позитивне, ніяких негативних коментарів, завжди підкреслювати переваги свого готелю перед конкурентами. Замість того щоб просто повідомити гостю, де знаходиться те чи інше приміщення, слід проводити його туди.

В міжнародному туризмі стало практикою надавати туристам такі знаки уваги:

- вітальний сувенір кожному туристу;
- видача туристам після завершення турів спеціально розроблених дипломів, грамот, значків про пройдений маршрут тощо;
- рекламні листівки, буклети, путівники і довідники про місце відпочинку повинні бути доступні туристам;
- в один з перших днів відпочинку (подорожі) необхідно провести зустріч туристів з гідом для отримання інформації та роз'яснень з запланованих і додаткових послуг. Добре, коли така зустріч супроводжується відеоінформацією.

При організації обслуговування важливо врахувати принцип звільнення, тобто клієнт повинен бути звільнений від усіх неприємних речей (від обтяжливих організаційних турбот, замовлення транспортних квитків і засобів, очікування всякого роду обслуговування і так далі).

Оптимальність обслуговування - також важлива споживча властивість, що має безпосереднє відношення до гостинності. Вона має на увазі: відповідність усіх видів послуг одного рівня (класу) обслуговування; відповідність послуг тематиці туру; адресну спрямованість туру на певну цільову групу споживачів; завчасне узгодження програм обслуговування; гнучкість програм (можливість заміни тих чи інших послуг); раціональний зміст обслуговування за кількістю наданих послуг; відсутність тенденційності в обслуговуванні (ненав'язливість послуг).

Всі ці принципи важливо враховувати ще на етапі розробки комплексу туристичних послуг, пам'ятаючи про те, що неправильно підготовлені послуги не тільки не користуються попитом, але і здатні відштовхнути від підприємства потенційних, наступних клієнтів. В умовах серйозної конкуренції, наявної сьогодні на туристичному ринку, це - важливий фактор.

Висновки. Індустрія гостинності стикається з негативними обставинами, але залишається одною з найбільш перспективних і прибуткових сфер економіки. Для того, щоб покращити стан на ринку підприємства індустрії мають удосконалюватись і знаходити все нові програми і технології для залучення споживачів послуг.