

24. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

К.А. Бузмакова

Д.І. Басюк

Національний університет харчових технологій

Проблема забезпечення якості продукції носить у сучасному світі універсальний характер. Однак показники якості, а також проблеми, пов'язані з випуском якісної продукції, специфічні для кожної галузі, в тому числі і для сфери туризму.

Поняття якості як категорії унормована і визначається стандартами. Стандарт - нормативний документ, розроблений на основі угоди більшості зацікавлених сторін і прийнятий визнаним органом або затверджений підприємством, в якому встановлені для загального та багаторазового використання правила, загальні принципи, характеристики, вимоги та методи, що стосуються певних об'єктів стандартизації, і який спрямований на досягнення оптимальної ступеня упорядкування в певній галузі.

Відповідно до визначення Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) якість - це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби.

Кожне підприємство розробляє свою стратегію обслуговування - план дій, який визначає, як воно буде конкурувати на відповідному ринковому просторі.

Стратегія обслуговування - це генеральний план дій, що визначає пріоритети стратегічних цілей в обслуговуванні, досягнення яких служить формуванню позитивного іміджу туристичної фірми, постійної клієнтури і стійкої фінансової позиції на ринку.

Якість і культура обслуговування, інформованість, насиченість програм, ненав'язливість сервісу і так далі - це один з напрямків обслуговування.

Індустрія туризму характеризується тим, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту приділяється якості обслуговування (сервісу). Якість сервісу - ключ до комерційного успіху. Умовами якісного сервісу в туризмі є:

1. Дотримання основних та найбільш важливих для сфери туризму принципів сучасного сервісу: відповідність послуг вимогам споживачів та характеру споживання; нерозривний зв'язок обслуговування з маркетингом; спрямованість сервісу на врахування мінливих вимог ринку.

2. Створення необхідних умов для персоналу, який має забезпечити якісний сервіс. До них належать: ергономічність робочих місць; чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником; чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника; мотивація персоналу; система підвищення кваліфікації персоналу.

3. Оптимізація організаційної структури управління підприємства, яке надає туристичні послуги. Оптимальною вважається така організаційна структура управління, де кількість елементів гранично мала (але не ушкоджує високих вимог якості обслуговування).

4. Повний, об'єктивний та безперервний контроль якості сервісу: участь гостя в оцінці якості і контролю за нею; створення методик і критеріїв, які дозволяють співвіднести вимоги стандартів з фактичним станом справ; постійна робота з групами якості; використання якісних критеріїв оцінки якості наданих послуг; участь персоналу в створенні критеріїв якості; застосування технічних засобів контролю якості і т.д.

Система контролю якості сервісу має забезпечувати контроль на всіх етапах технологічного циклу. Функція контролю має забезпечувати пряму гнучкість і коригування всіх інших дій по забезпеченню якості послуг. Таким чином, можна виділити два основних критерії системи якості: вона повинна забезпечувати високий рівень якості, його відповідність стандартам і потребам

туриста, а також служити інструментом для створення спеціальних технологій з раціонального управління підприємством.