

## УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Шепилова М.С.

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия.

В Украине туристическая индустрия становится серьезным сектором экономики.

Есть несколько причин, которые заставляют обратить особое внимание на совершенствование наших маркетинговых усилий, как на мировом, так и на внутреннем туристическом рынке: 1. Украина для абсолютного большинства западных туристов является неизвестной. 2. Конкуренция на мировых рынках туризма нарастает с каждым днем. 3. Украина обладает мощным рекреационным и культурно-историческим потенциалом, но у нас очень мало комплексно подготовленного к продаже на западных рынках турпродукта. 4. Существует необходимость по-новому оценить потенциальную емкость как традиционных, так и новых для Украины туристических рынков, которая продиктована серьезными изменениями в структуре платежеспособного спроса наших главных потребителей – туристов России. 5. Отсутствие внимания к вопросу конкурентной борьбы на внутреннем рынке.

Туристическая индустрия, согласно закону, - это совокупность различных субъектов туристической деятельности (гостиницы, туристические комплексы, транспортные услуги и др.), которые обеспечивают приём, перевозку и обслуживание туристов.

В качестве общих отличительных характеристик туристических услуг, в том числе и гостиничных, отличающих их от результатов труда сферы материального производства, являются необходимость прямого контакта (участие потребителя), неосязаемость, несохраняемость и, что особенно показательно, непостоянство качества. Формирование ожиданий клиентов проходит на основе их личного опыта и получаемой из различных источников информации.

Основные факторы, влияющие на восприятие потребителем туристической или гостиничной услуги: клиент всегда стремится к приемлемому для него соотношению цена/качество, но временные рамки и сроки исполнения услуги оказываются иногда важнее цены и

репутации производителя услуг. Клиент, подолгу ожидая исполнения услуги, предвзято относится к ее качеству.

При разработке системы стандартов и конкретных планов деятельности предприятия туристической и гостиничной индустрии нужно брать во внимание ряд специфических факторов, принадлежащих исключительно этой сфере услуг, а именно: потребности и желания потребителей всегда идут впереди определения экономической эффективности работы предприятия; календарное планирование работ зависит в основном от колебаний спроса потребителей; определение и измерения качества услуг является проблематичным заданием и нуждается в комплексном подходе; работники должны хорошо владеть навыками гостеприимного общения с клиентами; эффективность работы обслуживания сложно поддается управлению, потому что низкая продуктивность может быть вызвана отсутствием клиентов, а не низким качеством работы персонала; маркетинг и производство в сфере услуг туризма та гостеприимства необходимо рассматривать как единое, неразделимое задание.

Деятельность по управлению качеством включает постоянное наблюдение и контроль за процессом на всех этапах предоставления туристических и гостиничных услуг для предупреждения нежелательных явлений, в том числе случайных и систематических ошибок и неудовлетворенности клиента. Конечная оценка услуги проводится на этапе непосредственного контакта потребителя и производителя услуги, что позволяет последнему составить объективное мнение о качестве услуги.

Успех любого бизнеса, в том числе и туристического, зависит от его правильной организации. Чтобы оперативно и качественно оказывать клиентам заявленный диапазон услуг, отель должен иметь отлаженный механизм предоставления таких услуг, учитывая их размер, характер и специализацию. Но все-таки при любой конкретной форме организации должны выполняться ряд важнейших функций подобных услуг при наличии гармония в деятельности всех структурных подразделений производителя турпродукта.

Таким образом, важнейшей задачей, обеспечивающей коммерческий успех является достижение качества туристических услуг.