

### **Управление качеством услуг, предоставляемых в туристских фирмах**

Управление качеством туристского обслуживания является на данный момент одной из основных составляющих современного туроперейтинга. Программа обслуживания должна обладать качественными и привлекательными характеристиками для потребителей (туристов). Такой продукт как туристское обслуживание определяется не только комплексным характером, но и другими, присущими только ему, факторами. К таким факторам принято относить неосвязаемость, нематериальность, сильной зависимостью от конкретного исполнителя, а также неспособность к транспортировке и хранению.

Согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения»:

1) Качество услуги - это совокупность показателей или характеристик качества услуги, которые определяют ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

2) Качество обслуживания - совокупность условий обслуживания и характеристик процесса, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя»

Исходя из вышесказанного, качество туристского обслуживания можно определить как комплексный продукт, включающий мероприятия и услуги, которые обладают необходимыми свойствами, удовлетворяющими желания и потребности туристов в путешествиях и на отдыхе. Из-за комплексного характера туристического обслуживания затрудняется выработка единого показателя качества работы туроператора. При окончательном едином понимании качества обслуживания выделяют два подхода к определению качества работы туроператора: потребительский и агентский.

На сегодняшний день агентский подход имеет такие показатели качества работы туроператора, как стабильность деятельности, чёткость и оперативность во взаимодействии с турагентами, профессионализм персонала оптимальность соотношения цены и качества услуг. Так же сюда включается выгодная ценовая политика и индивидуальный подход к партнерам. Эти показатели считаются основными в методике оценки деятельности любого туроператора. Потребительский подход к определению качества концентрируется на углублении понятия качества обслуживания туристов. Туристское обслуживание потребляется в том месте и того качества, в котором оно произведено. На качество туристского обслуживания влияет огромное количество прямых и косвенных факторов. К таким факторам принято относить инфраструктуру ресурсы, материальную базу, технологии, и т.д. В оценке потребителями качества туристского продукта немаловажными являются и такие его свойства, как психологический комфорт.

Туристское обслуживание призвано для удовлетворения целого комплекса разнообразных желаний и потребностей: в путешествии, отдыхе, проживании, познавательных экскурсиях, питании, развлекательных и спортивных мероприятиях и т. д. Во время программных туров предполагается удовлетворение специфических потребностей в деловых встречах, походах, лечении и т.п.. Также кроме представленных выше факторов на качество обслуживания оказывает влияние ассортимент предлагаемых услуг. Однако ассортимент предлагаемых услуг, сам по себе, не может обеспечивать качество. Необходимы направленность услуг на конкретного потребителя, комплексность услуг и товаров, а также своевременность их предоставления, что оказывает огромное влияние на качество обслуживания.

Туризм в качестве ресурсов использует культурно-исторические, природно-климатические и другие ценности, в процессе потребления которых удовлетворяются психологические, эстетические, эмоциональные и прочие потребности человека. Влияние психологических факторов значительно расширяет и усложняет смысл понятия «качество обслуживания» так как вносит элементы субъектного подхода к оценке качества. Для качества туристского обслуживания имеют значение и такие, не поддающиеся прямому измерению характеристики, как комфортность, эстетика, культура труда, поведения и речи и этика. Через систему показателей, которые отражают различные виды деятельности по обслуживанию туристов можно выразить критерии качества.

## Секция 14. Менеджмент и маркетинг

При помощи данных показателей можно сравнивать деятельность различных предприятий индустрии туризма.

Состав услуг, уровень, программный и анимационный подходы, квалификация гида и другие немаловажные составляющие определяют качество услуг для туроперейтинга.

Основной особенностью работы туроператора, является то, что после продажи тура потребителю их взаимодействие с туристами не заканчивается. Отправляясь в тур (на маршрут), туристы получают заранее оплаченный ими комплекс услуг.

После определения цены в соответствии с уровнем предложенного обслуживания, туроператор должен гарантировать предоставление именно заказанных услуг, а не каких-либо других.