

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-12>

УДК 338.146.56.4

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ОСНОВА ПРОГРЕСУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

QUALITY AND SAFETY MANAGEMENT OF TOURIST SERVICES AS THE BASIS OF TOURISM PROGRESS

Чуєва Інна Олександрівна

кандидат наук фізичного виховання і спорту, доцент,
Запорізький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8697-7602>

Криволапов Едуард Анатолійович

старший викладач,
Запорізький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1211-7869>

Chuiava Inna, Kryvolapov Eduard
Zaporizhzhya National University

Індустрія туризму є напрямком вітчизняної економіки, що досить стрімко розвивається. Якість сервісу, в даній галузі, тісно пов'язана з системою якості та безпеки туристичних послуг. Адже якісний сервіс – це ключ до комерційного успіху, відповідність стандартам є невід'ємною частиною стабільності і конкурентоспроможності підприємств на вітчизняному ринку туристичних послуг. Відомо, що категорії «безпека» та «якість» тісно пов'язані між собою. Без безпеки не може бути належним чином забезпечено якість послуги при її наданні. У той же час прихильність до високих стандартів якості і контроль якості процесів надання послуг служать надійною гарантією їх безпеки. Тому, створення для громадян (споживачів) надійних гарантій особистої безпеки, а також надання їм високоякісних і безпечних туристичних послуг є необхідними умовами гідного життя і вільного розвитку людини і громадянина в соціально-правовій державі.

Ключові слова: управління якістю, безпека туризму, туристична послуга, туристична сфера, туристична діяльність, сервіс, конкурентоспроможність.

Индустрия туризма является направлением отечественной экономики, которая достаточно быстро развивается. Качество сервиса, в данной отрасли, тесно связано с системой качества и безопасности туристических услуг. Ведь качественный сервис – это ключ к коммерческому успеху, соответствие стандартам является неотъемлемой частью стабильности и конкурентоспособности предприятий на отечественном рынке туристических услуг. Известно, что категории «безопасность» и «качество» тесно связаны между собой. Без безопасности не может быть должным образом обеспечено качество услуги при ее предоставлении. В то же время приверженность высоким стандартам качества и контроль качества процессов оказания услуг служат надежной гарантией их безопасности. Поэтому, создание для граждан (потребителей) надежных гарантий личной безопасности, а также предоставление им высококачественных и безопасных туристических услуг являются необходимыми условиями достойной жизни и свободного развития человека и гражданина в социально-правовом государстве.

Ключевые слова: управление качеством, безопасность туризма, туристическая услуга, туристическая сфера, туристическая деятельность, сервис, конкурентоспособность.

The tourism industry is a direction of the domestic economy, which is developing quite rapidly. The quality of service in this industry is closely related to the system of quality and safety of tourist services. After all, quality service is the key to commercial success, compliance with standards is an integral part of the stability and competitiveness of enterprises in the domestic market of tourist services. It is known that the categories of "safety" and "quality" are closely related. Without security, the quality of service cannot be properly ensured. At the same time, adherence to high quality standards and quality control of service delivery processes are a reliable guarantee of their safety. Therefore, the creation of reliable guarantees of personal security for citizens (consumers), as well as the provision of high quality and safe tourist services are necessary conditions for a dignified life and free development of man and citizen in the social and legal state. Today, all producers around the world are concerned about improving the quality of production, including the production of services. The positive result of improving the quality of service products is important for all partici-

pants and parties. In the case of quality service, the state records an increase in the national economic effect per unit of expenditure, receives expanded export opportunities and foreign exchange earnings, in addition, the needs of the population for services are more fully met. The consumer is also interested in quality: by improving the quality of services, more favorable service conditions are created, the range of service products is expanded and updated, demand is met by fewer of them, and the result of the service has a longer effect for the consumer. The benefit of manufacturers of service products is that better use of resources, reduced losses from marriage and complaints, increased revenues from the sale of higher quality products, increased economic incentives due to increased profits. The main thing is that the quality of the service increases its competitiveness in the market. A complex system of measures has been taken in the last two decades within the European Community to manage quality.

Keywords: quality management, tourism safety, tourist service, tourist sphere, tourist activity, service, competitiveness.

Постановка проблеми. Відповідно до теорії конкурентної раціональності, ступінь задоволення споживача слід визнати найважливішим критерієм контролю якості туристичних послуг. А величина розбіжності між очікуваними і фактичними параметрами послуги свідчить про ступінь ефективності роботи конкретної сервісної фірми – чим більше розбіжність в гіршу сторону в свідомості споживача, тим менш ефективно обслуговування даної фірми. Особливо інформативним показником для виробника послуг є зниження задоволеності обслуговуванням серед постійних і відданих фірмі клієнтів.

Якщо 25-30% всіх клієнтів висловлюють повну задоволеність обслуговуванням, готовність залишатися прихильними споживачами даної фірми, рекомендують її роботу своїм друзям, то ці показники вважаються досить сприятливими з точки зору стандартів якості в даній сервісній організації. Саме такий підхід в даний час закріплений в світовій сервісній практиці, де орієнтир на споживача набуває таке ж важливе значення, як і економічні критерії сервісної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням управління якістю та безпеки туристичних послуг як основи розвитку туристичної галузі присвячені наукові доробки вітчизняних та закордонних вчених: Є.Л. Писаревського, В.М. Кириліної, В.К. Бабарицької, І.В. Зоріна тощо [1–4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розглянемо один з показників якості послуги, пов'язаний з її безпекою. В цілому, безпека людини в сфері послуг визначається ефективним функціонуванням даної сфери, відсутністю в її рамках різного роду погроз, шкоди для життя, здоров'я і майна споживача, працівників галузі, а також для навколишнього середовища.

Існують різновиди безпеки послуг, що передбачають виділення різних аспектів процесу без шкоди для обслуговування споживачів. Виділяють такі аспекти безпеки:

– експлуатаційно-технічну (куди входить електробезпека, пожежна безпека, безпека від впливу хімічних речовин і ін.);

- екологічну;
- інформаційну;
- правову;
- фінансову;
- майнову;
- психологічну;
- пов'язану зі здоров'ям людей [1].

Виділені загальні типи безпеки в різних напрямках сервісної діяльності конкретизуються по-різному. Але у всіх зазначених різновидах безпеки є можливість фіксації об'єктивних сервісних якостей, що відповідають загальним стандартам і вимогам. Якість послуг такого роду порівняно легко фіксується або візуально, або через дослідне випробування товару, що купується, через примірку речі, знайомство з документами, з маркуванням продукту. Таким шляхом неважко встановити, наприклад, дату виробництва, що швидко псується продукту харчування, проставляється на етикетці, рівень напруги в мережі для домашнього приладу тощо [2].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є управління якістю та безпеки туристичних послуг як основних засад генези туристичної сфери.

Вклад основного матеріалу дослідження. Особливий різновид безпеки в сфері туризму пов'язаний зі здоров'ям, фізичним станом, зовнішнім виглядом споживача. З одного боку, нормативні виробничо-технологічні вимоги, що діють в різних видах і напрямках сервісу, націлені на те, щоб виключити будь-яку можливість нанесення шкоди здоров'ю і самопочуттю клієнтів. Особливо жорсткими є санітарно-гігієнічні і технологічні вимоги в оздоровчо-медичних установах, в пунктах громадського харчування, в готельному господарстві тощо.

З іншого боку, якість послуги оцінюється споживачами, які в даному випадку враховують суб'єктивні відчуття, внутрішнє самопочуття. Треба також враховувати можливі серйозні розбіжності між думкою споживача про якість та безпеку послуги і її оцінкою виробником туристичного продукту, що здатні створити конфліктну ситуацію [3].

Менеджери і персонал туристичних підприємств зобов'язані звертати особливу увагу на запобігання ситуацій, які здатні створити загрозу безпеці інтересам і здоров'ю споживачів. Причини, здатні породжувати небезпеку, загрози або збиток як для клієнтів, так і для працівників, керівництва фірми, можуть бути різними в різних видах сервісної діяльності. Спеціальну увагу персоналу вимагають до себе наступні сторони процесів обслуговування, як найбільш можливі джерела небезпек і загроз для клієнтів і підприємства:

- робота технічних засобів, приладів, обладнання, а також стан і якість матеріалів, речовин, продуктів, задіяних в процесі обслуговування (сервіс, що надається в приміщеннях, медичні, оздоровчі послуги, послуги громадського харчування та ін.);
- природно-ландшафтні, кліматичні і фізичні умови, які супроводжуються процесами обслуговування (спортивно-оздоровчі, туристичні та інші послуги);
- діяльність кримінального середовища або активність нечесних осіб, що перешкоджають безпечному обслуговуванню (сфера посередницьких, фінансових послуг тощо);
- некваліфіковані дії персоналу (в будь-якому сегменті туристичної діяльності);
- особисті якості свідомості або стан здоров'я клієнта (в будь-якому сегменті сервісної діяльності);
- форс-мажорні обставини, які супроводжуються процесом обслуговування (в будь-якому сегменті сервісу) [4].

Висновки. Отже, особливої уваги потребують ситуації, коли клієнт виявляється некомпетентним в достатній мірі для того, щоб запобігти загрози для свого здоров'я або благополуччя. В сучасній сервісній практиці існує безліч ситуацій, коли безпосереднього відчуття і особистих знань клієнта недостатньо, щоб швидко визначити ступінь своєї безпеки. Ситуація може ускладнюватися в зв'язку з тим, що в сфері послуг індустріального суспільства існує складна ієрархія відносин з бюрократією, експертами, рекламою на верхніх ступенях цих відносин і споживачами послуг на нижніх ступенях. Представники вищих ступенів можуть, наприклад, приховувати частину важливої інформації про якість туристичних послуг, необґрунтовано лякати клієнтів в одних випадках, нав'язувати вигідні для себе форми обслуговування в інших. У разі заподіяння клієнту збитків за ним залишається право апелювати до судових інстанцій з вимогою відшкодування збитку [4].

В останні роки особливо гостро ставиться питання про інформаційну безпеку в сфері туризму. Широке поширення економічного шпигунства, часті витіки ділової інформації або розкриття комерційної таємниці можуть стати негативним фактором розвитку підприємництва в цілому. Все це говорить про те, що за якістю послуги, включаючи і її безпеку, необхідний громадський і державний контроль. Це диктує необхідність управління якістю та контролю безпеки послуг, що пов'язане з відпрацюванням стандартів якості на загальнодержавному рівні, а в даний час і в світовому масштабі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Писаревский Е.Л. Качество и безопасность услуг в сфере туризма: вопросы стандартизации и классификации. *Вестник СПбГУ. Сер. 14.* 2011. Выпуск 2. С. 47–49.
2. Кирилина В.М. Безопасность как составляющая качества турпродукта. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/10/72014>
3. Бабарицкая В.К. Менеджмент туризма. Туроперейтинг. Понятийно-терминологические основы, сервисное обеспечение турпродукта : учебное пособие. Москва : Альтерпрес, 2004. 288 с.
4. Зорин I.B. Туризм как вид деятельности. URL: https://tourlib.net/books_tourism/zorin07.htm

REFERENCES:

1. Pysarevskiy E.L. (2011) Kachestvo y bezopasnost usluh v sfere turyzma: voprosy standartyzatsyy y klassyfikatora [Quality and safety of tourism services: issues of standardization and classification]. *Vestnyk SPbHU. Ser. 14, vol. 2, pp. 47–49.*
2. Kyrylyna V.M. Bezopasnost kak sostavliaiushchaia kachestva turprodukta [Safety as a component of the quality of tourist products]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/10/72014>
3. Babarytskaia V.K. (2004) Menedzhment turyzma. Turopereitynh. Poniatyino-termynolohycheskye osnovy, servysnoe obespechenye turprodukta: uchebnoe posobyie [Tourism management. Touring rating. Conceptual and terminological foundations, service provision of a tourist product: a tutorial]. Moscow: Alterpres, 288 p.
4. Zorin I.V. Turyzm kak vyd deiatelnosti [Tourism as an activity]. URL: https://tourlib.net/books_tourism/zorin07.html