

**ЯКІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ****Л.Ю. Матвійчук¹, І.В. Карпюк²**Луцький національний технічний університет,
kalishl.y@gmail.com¹, iryna.masechko@gmail.com²

Якість є одним з основним інструментом, який формує структуру пропозиції на ринку туристичних послуг регіонів. Вона є ключовим чинником, що сприяє поліпшенню конкурентоспроможності туристичних регіонів внаслідок постійного підвищення її рівня. Це зумовлено необхідністю пристосування пропозиції до потреб туристів. Якісний розвиток туристичних регіонів потребує змін не тільки в структурі виробництва туристичного продукту, а й суттєвих змін в організації його виробництва. Всі ці процеси вимагають наукового осмислення, розробки теоретичних положень і методологічних підходів формування якісних туристичних послуг на рівні регіону.

Дослідженням теоретичних і практичних проблем забезпечення якості туристичних послуг присвячені праці таких учених, як В. Кифяк, О. Любіцева, С. Мельниченко, В. Папп, К. Таньков, Т. Ткаченко, Л. Чепурда, Н. Чорненька, І. Школа, В. Шиманська та ін. Аналіз фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми формування якісних туристичних послуг, проте рівень якості досліджуваних послуг в деяких регіонах України є незадовільний.

Проблема забезпечення якості туристичних послуг має в сучасному світі універсальний характер. Показники якості, а також проблеми, пов'язані з випуском якісної туристичної продукції специфічні для кожного регіону. Здатність організаторів турів оцінити відповідність послуг, що пропонуються окремими виконавцями різних видів туристичного обслуговування, вимогам, уподобанням, очікуванням і сприйняттю якості з боку клієнтів є невід'ємною умовою ефективного туроперейтингу – якості, як категорії, нормоване і визначається стандартами.

У відповідності з визначенням міжнародної організації по стандартизації (ISO) якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Поняття якості для кожного різне та індивідуальне

Якість як економічна категорія належить до найважливіших понять економічної науки, яка відображає істотні складові економічних явищ та процесів. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі будь-яка діяльність визначається рівнем конкурентоспроможності. У свою чергу, конкурентоспроможність пов'язана з двома показниками – рівнем ціни і рівнем якості продукції. Якість продукції в цьому разі посідає перше місце. Так, якість містить у собі не всі властивості товару чи послуги, а тільки ті, що пов'язані із задоволенням конкретних потреб. Крім споживчих властивостей, якість включає й інші властивості послуг та товарів.

Якість як відчуття споживача є соціальною категорією. Якість оцінює споживач, і крім цього, важливо відмітити, що це оцінювання дуже індивідуальне.

У практиці використовується термін система якості – що означає сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю.

Таким чином, проаналізувавши різні підходи до визначення поняття «якість» можна виділити її характерні ознаки.

Так, майже у всіх публікаціях зустрічається єдиний підхід до розуміння якості, який полягає у трактуванні даної дефініції як категорії, яка відображає рівень задоволеності вимог конкретного споживача сукупністю ознак та властивостей об'єкта на визначеному ринку. Зважаючи на зазначене, пропонуємо під якістю в туристичній галузі розуміти економічну категорію, яка характеризується сукупністю ознак та властивостей туристичного об'єкта на туристичному ринку та відображає ступінь задоволеності вимог конкретного споживача.

Різноманітність тлумачення сутності категорії «якість послуги» та варіативність підходів до її трактування в економічній теорії обумовлена тим, що дане поняття зазнавало відповідних змін в залежності від суспільних умов розвитку тих чи інших об'єктів та суб'єктів.

Якість є основною стратегічною метою туристичної діяльності. Оскільки вимоги до якості визначає споживач, не може існувати такого поняття, як постійний рівень якості. Підвищення якості повинне йти по зростаючій, тому що якість – це безперервно змінна ціль.

Аналіз наданих визначень надає можливість зробити висновок, що якість туристичної послуги являє собою систему показників, які формують туристичну послугу в ході взаємовідносин між

суб'єктами туристичної галузі, відповідають певним регламентованим нормативам та в результаті задовольняють туристичний попит в регіоні.

Таким чином, якість – це ключ до успіху суб'єкта туристичної діяльності, відповідно до нашого дослідження туристичного регіону.

Якість туристичної послуги, як основа сталого розвитку туристичних регіонів, реалізовується шляхом виконання ряду чітких принципів, а саме:

- принцип економічності передбачає найбільш ефективну й економічну організацію технологічних процесів, зниження витрат на одиницю туристичних послуг, пропонованих в регіоні;

- принцип відповідності організації виробництва туристичних послуг в регіоні кращим міжнародним і вітчизняним аналогам;

- принцип прогресивності та перспективності. При організації технологічних процесів, укомплектуванні їх обладнанням і засобами праці при формуванні туристичної послуги необхідно враховувати перспективи розвитку туристичного регіону і можливість впровадження прогресивних технологій у виробництво туристичних послуг;

- принцип комплексності. На рівні туристичного регіону необхідно враховувати всі фактори, які впливають на організацію процесів надання туристичних послуг;

- принцип оперативності та оперативного реагування. При виході з ладу окремого ланцюга в процесі надання туристичних послуг у стислий термін ліквідується виникла ситуація;

- принцип оптимальності передбачає обрання найраціональнішого варіанту конкретних умов організаційної туристичної діяльності на рівні конкретного регіону;

- принцип ієрархічності. Цей принцип регулює управлінську взаємодію у вертикальних структурах апарату управління якістю туристичних послуг на рівні регіону;

- принцип автономності передбачає, що у будь-яких горизонтальних і вертикальних структурах управління організацією виробництва туристичних послуг повинна забезпечуватись раціональна автономність структурних підрозділів або окремих виробників зазначеної послуги;

- принцип узгодженості. Всі суб'єкти туристичної діяльності регіону повинні узгоджувати свої дії;

- принцип комфортності. При організації технологічних процесів щодо виготовлення туристичної послуги повинен забезпечуватись максимум зручностей для їх виконання;

- принцип єдності управління. Незалежно від організаційної структури, ступеня децентралізації й делегування повноважень один керівник повинен нести повну й абсолютну відповідальність за формування та реалізацію туристичної послуги на рівні регіону;

- принцип раціональності передбачає ощадливе використання туристичних ресурсів в регіоні та їх охорону з метою їх збереження та відтворення.

Таким чином, реалізація зазначених принципів в діяльності туристичних регіонів дозволить підвищити рівень якості туристичних послуг, знизити витрати на їх формування, привабити туристів, більш раціональніше використовувати туристично-рекреаційний потенціал регіону. Якість, як критерій, закладена в основі сталого розвитку туристичних регіонів, що в свою чергу призведе до збереження природного та культурного багатства регіону.

Список використаних джерел:

1. Денисенко М.П. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму / М.П. Денисенко, Н.М. Терещенко // Наукові праці МАУП. 2014. Вип. 1. С. 134–138.

2. Таньков К.М. Концептуальні аспекти формування системи інтегрованого управління якістю туристичних послуг / К.М. Таньков, Г.М. Чепурда // Проблеми економіки. 2014. № 1. С. 259–264.

3. Шиманська В.В. Стратегічне управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України: теоретичні аспекти / В.В. Шиманська. // Економіка. Управління. Інновації. 2015. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_44.