

УДК 338.48

**Людмила Матвійчук**

*докт. екон. наук, професор кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи*

**Ірина Масечко**

*аспірант кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

**Андрій Газюк**

*студент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

*Луцький національний технічний університет*

*м. Луцьк*

## **ЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ В НАДАННІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА РІВНІ РЕГІОНУ**

Якість є одним із основних інструментів, який формує структуру пропозиції на ринку туристичних послуг регіонів. Вона є ключовим чинником, що сприяє поліпшенню конкурентоспроможності туристичних регіонів унаслідок постійного підвищення її рівня. Це зумовлено необхідністю пристосування пропозиції до потреб туристів.

Якісний розвиток туристичних регіонів потребує змін не тільки у структурі виробництва туристичного продукту, а й суттєвих змін в організації його виробництва. Усі ці процеси вимагають наукового осмислення, розроблення теоретичних положень і методологічних підходів формування якісних туристичних послуг на рівні регіону.

Термін «якість», згідно з ДСТУ ISO 9000:2009 [2], означає ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги. Це трактування вимагає додаткових пояснень. Досить невдалим і неповним, на наш погляд, видається визначення якості у стандарті [2]. Дотримання вимог термінологічних стандартів є надважливим, оскільки неправильне розуміння термінів і відповідних визначень зумовлює низку проблем щодо формування відповідної якості продуктів та послуг, зокрема туристичних.

Категорія якість як ступінь досконалості стосується успішності продукту, послуги, підприємства чи регіону. Одночасно для різних груп споживачів якість однієї й тієї самої продукції буде індивідуальною.

Категорію «якість» треба розглядати з двох боків з позиції виробника та з позиції споживача. Споживач прагне до різноманіття якісних товарів і послуг, що забезпечать його сподівання, а ще краще – перевершать їх, але за прийнятну ціну. Для виробника якість виготовленої продукції – це гордість за високий рівень виробництва, раціональне використання ресурсів як матеріальних, так і трудових, використання інновацій, вагоме місце на ринку продукції. Якість нерозривно пов'язана з економічним успіхом підприємства на мікрорівні, на мезорівні – це конкурентоспроможні регіони, а на макрорівні – це здорова економіка, екологічна безпека та висока оборонна здатність держави, що визначає лідерські позиції у світовому співтоваристві.

У практиці використовують термін «система якості», який означає сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю [1, С. 92].

Майже в усіх публікаціях бачимо єдиний підхід до розуміння якості, який полягає у трактуванні якості як економічної категорії, що відображає ступінь задоволеності вимог конкретного споживача сукупністю ознак і властивостей об'єкта на визначеному ринку. Зважаючи на зазначене, пропонуємо якість розуміти як економічну категорію, що відображає ступінь задоволеності вимог конкретного споживача сукупністю ознак й властивостей об'єкта на визначеному ринку.

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

Якість є основною стратегічною метою туристичної діяльності. Оскільки вимоги до якості визначає споживач, не може існувати таке поняття, як постійний рівень якості. Якість має зростати, адже це безперервно змінна ціль.

Аналіз поданих визначень дає змогу зробити висновок, що якість туристичної послуги – це система показників, які формують туристичну послугу у процесі взаємовідносин між суб'єктами туристичної галузі, відповідають певним регламентованим нормативам й у результаті задовольняють туристичний попит у регіоні.

Якість туристичної послуги на рівні регіону реалізують шляхом дотримання низки принципів, а саме:



- принцип економічності передбачає найбільш ефективну й економічну організацію технологічних процесів, зниження витрат на одиницю туристичних послуг, запропонованих у регіоні;
- принцип відповідності організації виробництва туристичних послуг у регіоні найкращим міжнародним і українським аналогам;
- принцип прогресивності та перспективності;
- принцип оптимальності передбачає обрання найраціональнішого варіанта для конкретних умов організаційної туристичної діяльності в регіоні;
- 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 структурах управління організацією виробництва туристичних послуг має бути забезпечена раціональна автономність структурних підрозділів;
- принцип узгодженості. Усі суб'єкти туристичної діяльності регіону мають узгоджувати свої дії;
- принцип комфортності. Під час організації технологічних процесів щодо виготовлення туристичної послуги мають бути комфортні умови для їх виконання.

Таким чином, реалізація зазначених принципів у діяльності туристичного регіону дає змогу підвищити рівень якості туристичних послуг і знизити витрати на їх формування.

### Список використаних джерел:

1. Нечаюк Л. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. Нечаюк, Н. Нечаюк. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – С. 92.
2. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів: ДСТУ ISO 9000:2007 (ISO 9000:2005). – [Чинний від 2008–01–01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2008. – 29 с. – (Національний стандарт України).