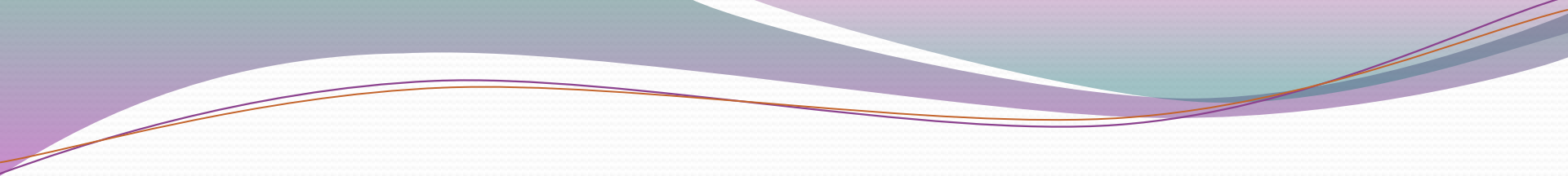


Качество турпродукта - совокупность свойств тур услуг и процессов обслуживания удовлетворению потребностей туристов. Она характеризуется качеством услуг в него входящих и культурой обслуживания. Качество услуги зависит от субъективных и объективных факторов.

- 
- Объективные -уровень подготовленности туриста к поездке, информировать о стране.
 - Субъективные связаны с личностными характеристиками туриста, условиями его повседневной жизни, форс – мажором.



Регулировать субъективное качество можно с помощью:

- опытного сопровождающего гида;
- профессионализма работников туризма;
- подготовленности местности местного населения к приему туристов;



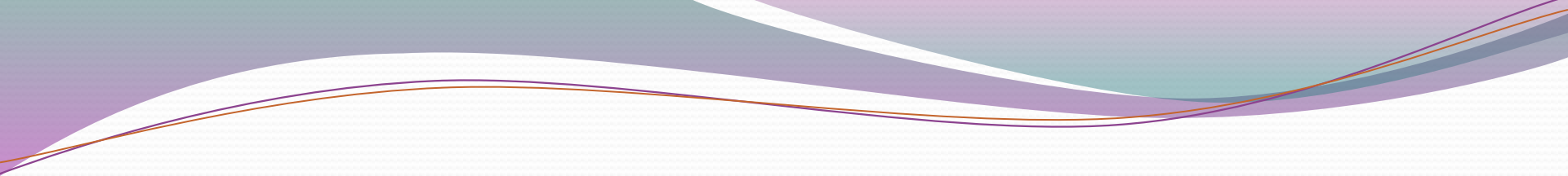
Качество тур услуги имеет 3 уровня:

1. Техническое качество (состояние инфраструктуры);
2. Социальное качество (уровень сервиса, профессионализм персонала);
3. Качество окр. среды (экология, уровень жизни местного населения);



Обязательные требования к качеству тур услуги:

1. Безопасность жизни и здоровья;
2. Гарантия предоставления услуг, согласно путевке;
3. Сохранность имущества туристов;
4. Охрана окр.среды;



Критерии качества выражаются через систему показателей, отражающих различные виды деятельности по обслуживанию туристов. На качество тур обслуживания влияют факторы:

1. Природно – климатические;
2. Психологические;
3. Культурно – исторические;
4. Специфические потребности туристов;
5. Культура труда и поведения сотрудников;
6. Имидж предприятия

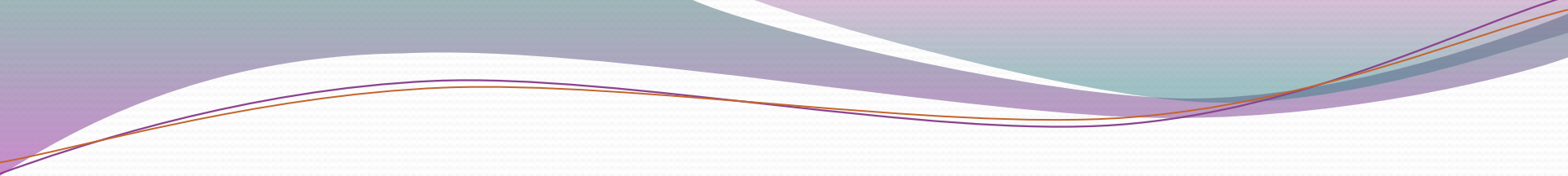
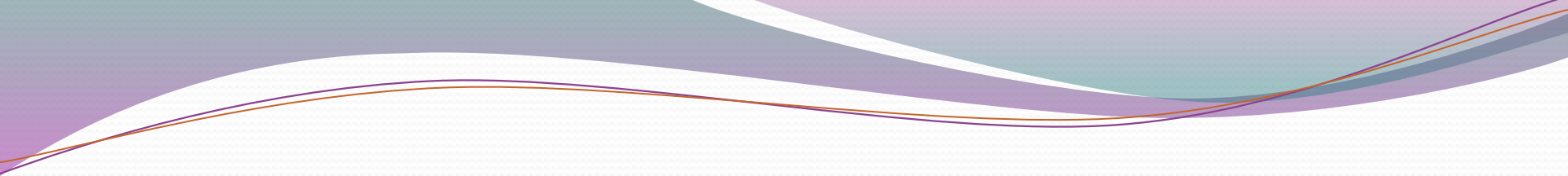


Схема подготовки тур предприятия к обязательной сертификации туристско -экскурсионных услуг:

1. Подписание протоколов намерений с принимающей фирмой;
2. Обследование предполагаемого маршрута путешествий;
3. Выбор оптимального варианта путешествий;
4. Определение вредных факторов на маршруте и степени их влияния на туристов и их имущество;
5. Проектирование маршрута с определением мероприятий по снижению факторов риска;
6. Разработка систем безопасности на маршруте;



Только с учетом всего выше перечисленного возможно добиться не только необходимого качества отдельной взятой услуги ,но и повышение качества обслуживания в целом, а значит повышению конкурентоспособности организации.

Проблемы качества турпродукта:

Специфика туризма зависит от множество факторов:

1. Особенности воспитания;
2. Возраст;
3. Культурные традиции народа;
4. Понятие о комфорте;
5. Привычки;
6. Самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги;
7. Физические особенности организма и др.

Специфические нюансы:

1. Дискретность (прерывность) производства туристических услуг;
2. Возможность повторного производства тур услуг на одинаковом высоком уровне ,или продолжительность качества;
3. Где производимый продукт ,являясь неосязаемым, потребляется одновременно с его производством;

Спасибо за внимание...



Улыбка имеет эффект зеркала!
Улыбнись... и ты увидишь улыбку!

ЕКАВУра