

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ

Туякбаева Алия Ахмедьяновна Студент, Евразийский
Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана
Научный руководитель – Гитихмаева Людмила Магомедовна

Как и на работе, так и в повседневной жизни, мы сталкиваемся с такой актуальной в современном мире проблемой как обслуживание, причем все мы в той или иной степени в ней задействованы: обслуживают либо нас, либо это делаем мы.

Не всегда подходы к обслуживанию, вне зависимости от сферы, предоставляемой свои услуги или товары, устраивают нас. Выступая в роли клиента, мы хотим качественного обслуживания и индивидуального подхода, что не всегда выполняем сами, когда являемся стороной, предоставляющей свои услуги. Таким образом, существуют различия в обслуживании клиентов.

Стратегическими направлениями в обслуживании туристов являются и такие, как качество и культура обслуживания, информированность и насыщенность программ, ненавязчивость сервиса и т. д. [1]

Стратегия обслуживания опирается на определенный целевой рынок. Например, специфика обслуживания казахстанских туристов отличается от специфики обслуживания европейцев. Различаются по своей специфике и программы обслуживания лиц «третьего возраста» и подростков, экономические молодежные туры и эксклюзивные VIP-программы [2].

Современный туроперейтинг в своей технологии должен учитывать три основные установки:

- ориентацию на активную и содержательную деятельность туристов;
- учет индивидуальных потребностей каждого туриста, так как услуги по предоставлению возможностей заниматься любым видом деятельности не могут строиться, как прежде, в расчете на «среднеарифметического потребителя».
- обслуживание по научно-обоснованным нормам и стандартам, о которых потребитель информируется не позднее стадии приобретения путевки или реализации своего заказа.

Необходимо готовить такие программы обслуживания, которые наиболее полно удовлетворяют потребности современного человека.

С самого начала необходимо понять принципы современного программного обслуживания, которые укладываются в понятия «гость-хозяин», из чего вытекают смысл гостеприимства в туризме и соответствующий подход к программированию и организации обслуживания.

По мнению зарубежных специалистов в основе продвижения любой программы обслуживания должны быть заложены следующие принципы и качества менеджера:

№	Название принципа	Содержание	Качества
1.	Освобождение	В процессе предоставления услуг, клиент должен быть освобожден от разных неприятных моментов - ожидание рейса, размещения, транспорта и т.д.	Гибкость, работоспособность, инициативность, внимательность
2.	Оптимальное обслуживание	Однородность предоставления услуг. Все клиенты должны обслуживаться одинаково, на одном уровне	Дисциплинированность, ответственность, высокий уровень интеллекта
3.	Активность	Проявление инициативы и активности в процессе обслуживания, способность предложить клиенту что-то неожиданное, интересное	Инициативность, целеустремленность, работоспособность
4.	Уважение к клиенту	Уважительное отношение к предпочтениям клиента	Эмпатийность, отзывчивость, коммуникабельность
5.	Индивидуальный подход	Обслуживание клиента, которое строится с учетом вкусов и потребностей клиента	Отзывчивость, гибкость,

			внимательность
6.	Свобода от тенденций	Обслуживание клиента должно быть воспринято им не как цель, а как желание удовлетворить его потребности	Целеустремленность, отзывчивость, творческие способности
7.	Наглядность объема обслуживания	Предоставление клиенту заранее знаний о перечне и объеме услуг, предоставленных для него	Инициативность, работоспособность, внимательность
8.	Корректность обслуживания и продажи	Уверенность клиента в правильности выбора данной услуги	Настойчивость, целеустремленность, коммуникабельность
9.	Наличие бесплатной информации	Консультаций, буклетов, брошюр и др. об имеющихся услугах и турах. Это очень привлекательно для клиентов	Внимательность, работоспособность, коммуникабельность

Все эти принципы построены с учетом психологии современного человека. Хорошее обслуживание признано удовлетворять его потребности.

Как уже говорилось вначале, современные методы обслуживания туристов строятся по принципу освобождения, способному обеспечить наилучшее впечатление об обслуживании. Освобожденный человек чувствует себя спокойнее, ему заметнее забота туроператора. В результате он остается доволен своим отдыхом или путешествием.

Даже в таких сложных путешествиях, как маршрутные туры, туроператоры стараются придерживаться принципа освобождения, вводя услуги носильщиков, гидов и т. д. На развитых курортах для многих компаний — это уже устоявшиеся нормы обслуживания. Тем хуже смотрятся на их фоне операторы, не учитывающие этот принцип и проигрывающие в конкуренции за постоянного клиента.

Все эти факторы должны органично войти в технологию обслуживания. При организации тура важно учитывать не только климат взаимодействия туристов с обслуживающим персоналом, но и психологические аспекты восприятия туристом услуг и технологий их предоставления. Это значит, что на первый план ставятся личность туриста, его интересы и душевные к нему отношения. В условиях серьезной конкуренции, имеющейся сегодня на туристском рынке, это немаловажный фактор.

Литература:

1. В. А. Квартальнов, «Иностранный туризм», «Финансы и статистика», М.2001, с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности М. «Финансы и статистика»-2002- с.217.
3. Туризм: практика, проблемы, перспективы.-1999-№ 10

