

tourism.ru/turizm_kak_sektor_ekonomiki_270/polojitelnye_i_otricatelnye_aspekty_turistskoi_deyatelnosti_274/index.html. – Дата доступа : 09.04.2012.

3. Фаик Гурбатов. Сектор туризма в системе развития экономики / Положительные и отрицательные аспекты туристской деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.infotour.az/page.html>. – Дата доступа : 04.04.2012.

Качество туристических услуг и взгляд на него молодежи

*Куличева А. С., студ. III к. БГУ,
науч. рук. Аношко Я. И., канд. геол.-минерал. наук, доц.*

Качество туристических услуг является одним из важнейших факторов успешной деятельности любой туристической фирмы, обеспечивающих защищенную позицию в конкурентной среде, высокую и устойчивую долю продаж на рынке туристических услуг [2].

В настоящее время вопросы качества продукции и услуг стоят весьма остро, поскольку это неотъемлемая часть любого продукта или услуги, которая занимает особо важное место в предпринимательской деятельности. Высокое качество привлекает постоянных, лояльных к фирме потребителей и приносит ей добрую славу. Это важный фактор в решении клиента воспользоваться услугами фирмы. Качество определяет степень удовлетворения клиента, которое воздействует на его решение повторно обратиться за услугами и поддерживает хорошее мнение общественности.

Однако ни одна качественная система обслуживания не бывает без затрат, которые могут рассматриваться как инвестиции в будущее компании и помогают фирме гарантировать возвращение клиентов. Внутренние затраты связаны с устранением различных проблем, обнаруженных фирмой, прежде чем товар (услуга) достигнет потребителя. Внешние затраты связаны с ошибками качества, которые клиент испытывает на себе [3]. Эти ошибки могут стоить фирме очень дорого, если клиент решает больше не приходить в определенную компанию из-за проблем обслуживания. И именно поэтому перед многими туристическими фирмами стоит задача постоянного повышения качества услуг, которая представляет собой долгосрочный вклад, основанный на обеспечении верности клиентуры путем удовлетворения ее потребностей. Благодаря успешной реализации этой задачи можно сократить затраты на маркетинг и, соответственно, увеличить рентабельность за счет удержания клиентов. Кроме того, удовлетворенный клиент сам осуществит

бесплатную рекламу, распространяя благоприятствующую туристической фирме устную информацию.

Анализ качества туристических услуг невозможен без учета показателей, характеризующих качественные или количественные характеристики одного или нескольких свойств услуги. К показателям качества услуг относятся показатели функционального и социального назначения, эргономические показатели (отражают удобство эксплуатации изделия человеком), эстетические и экологические показатели, показатели безопасности, патентно-правовые показатели (характеризуют патентную защиту и патентную чистоту продукции или услуги), показатели стандартизованности (характеризуют насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями) [4].

Показатели качества обслуживания на туристических предприятиях определяются оперативностью работы по подбору и организации туров по запросам клиентов; вежливостью обслуживания, которое выражается в радушии сотрудников туристической фирмы, их внимании к запросам каждого клиента, терпении при обсуждении маршрута; соответствием предлагаемого тура реальному содержанию; наличием согласования всех составных частей комплексного обслуживания. Скорость обслуживания также определяет степень удовлетворения каждого клиента сроками подбора маршрута, сроками оформления необходимых документов (загранпаспорта, виз, билетов и др.), сроками получения справочной информации. Несмотря на то, что информационные услуги предоставляются бесплатно, именно благодаря им туристические фирмы в значительной степени обеспечивают реализацию своего туристического продукта.

По данным результатов многовариантного опроса, проведенного нами среди молодежи в возрасте 20–24 лет (50 респондентов), наиболее значимыми стали показатели безопасности (60%) и социального назначения (40%). В области качественного обслуживания на первом месте скорость обслуживания (80%), далее следуют информационные услуги (60%) и вежливость менеджеров и персонала (40%).

Таким образом, можно сделать вывод, что в области качественного предоставления туристических услуг для молодых туристов на первом месте – степень безопасности туристического продукта, сохранность их собственной жизни и уверенность в маршруте. На следующем – степень соответствия туристического продукта возрастной категории туристов, их интересам и возможным пожеланиям.

В области качественного обслуживания первостепенное внимание уделяется качеству и скорости работы менеджеров, их способности в полной мере проинформировать туристов и ответить на все возможные вопросы. Поэто-

му при подборе персонала следует особое внимание уделять личностным качествам сотрудников, поскольку в процессе коммуникации и выбора тура формируется репутация и мнение о туристической компании и, как возможный результат, бесплатный маркетинг и хорошие отзывы.

Литература

1. Александрова, А. Ю. География туризма / А. Ю. Александрова, – М. : КНОРУС, 2010. – 416 с.
2. Мазурова, Т. А. Управление качеством / Т. А. Мазурова. – Т. : ТРТУ, 1999. – 215 с.
3. Мишин, В. И. Управление качеством : учеб. пособие для вузов / В. И. Мишин. – М. : Юнити-Дана, 2006. – 303 с.
4. Никифоров, А. Д. Управление качеством : учеб. пособие для вузов / А. Д. Никифоров. – М. : Дрофа, 2005. – 720 с.

Wildlife smuggling

*Кутузова М. В., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Моисеенко О. И., канд. пед. наук, доц.*

Illegal wildlife trade became the second by profitability in the world after drug trafficking, it is even ahead of the sale of weapon. The annual global turnover of trade of wild animals and plants is about U.S. \$ 6 billion. Worldwide, 7,725 species of animals, from insects and birds to gorillas, elephants and reptiles, are considered at risk of extinction. That's 20% of all known mammal species and 12% of known species of birds threatened with being lost forever.

The global wildlife trade, legal and illegal, can threaten biodiversity and risk losing endangered species forever, spread infectious disease to livestock and humans, cause needless suffering to animals, as well as humans.[1]

Governments, organizations and people around the world try to combat this dangerous threat. Among many international treaties, agreements and conventions on environmental protection one of the most effective is the *Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES)*, also known as the Washington Convention which was adopted in 1963.

CITES is an international agreement between governments. Its aim is to ensure that international trade in specimens of wild animals and plants does not threaten their survival.

The species covered by CITES are listed in *three Appendices*, according to the degree of protection they need. Roughly 5,000 species of animals and 29,000 species of plants are protected by CITES. Currently there are 175 Parties. Belarus was the 130 country which accepted the CITES in 1995. [2]