

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виртуальный тур [Электронный ресурс] // Art Of Web: сайт. – Режим доступа: <http://artofweb.ru/solutions/aow-businesscenter/>. – Загл. с экрана.
2. Латыпов И. А. О некоторых философских аспектах формирования субкультуры виртуального туризма: его новая история или только «story»? [Электронный ресурс] / И. А. Латыпов // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. – Режим доступа: www.science-education.ru/116-12333. – Загл. с экрана.
3. Черняева Т.И. Потребление в туризме: глобальные тенденции и перспективы. [Электронный ресурс]. Режим доступу – <http://dl.hse.ru/org/hse/conf-april.ru/prog2008>

Гаврилова О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри готельно-ресторанного і
туристичного бізнесу, ВП
«Миколаївська філія Київського
національного університету культури і
мистецтв», м. Миколаїв

ПРОБЛЕМА ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

Початок пандемії COVID-19 став випробуванням для туристичної галузі у 2020 році. За даними ВТО кількість міжнародних прибуттів у світі знизилася на 78%. Карантинні обмеження та економічна криза сприяють розвитку саме внутрішнього туризму. За статистикою мобільного оператора «Vodafone Україна» у літній період 2020 року на південних курортах *Одеської, Миколаївської та Херсонської областей* на 30 % збільшилась кількість відпочиваючих порівняно із сезоном 2019 року [3]. Крім того, збільшилась кількість самоорганізованих внутрішніх туристів, набув популярності «дикий» відпочинок. Тому питання якості надання туристичних продуктів, особливо в умовах пандемії, залишаються актуальним.

Поняття «якість» визначається як міра корисності, сукупність властивостей продукту, його здатність задовольняти певні суспільні й особисті потреби.

Категорія якості достатньо складна: з одного боку якість оцінює споживач у контексті задоволення своїх потреб, з іншого – відбувається самооцінювання постачальниками туристичних послуг, що складають туристичний продукт. Але між постачальниками послуг/товарів і клієнтами існує відмінність у визначенні якості туристичних продуктів: у більшості випадків клієнти керуються суб'єктивним поглядом (сподівання, потреби, досвід), а постачальники – об'єктивним (клієнтозорієнтованість; відповідність заявленої і наданої послуг; менеджмент вражень; високий рівень професіоналізму співробітників, відповідність стандартам, безпека тощо). Часто буває, що сподівання клієнтів не

виправдовуються. Як показує практика, цьому є декілька причин: попередній досвід, рівень обізнаності, індивідуальні потреби, соціальний статус клієнта, ефективність зовнішньої комунікації між клієнтами. Те, що об'єднує позиції клієнтів та постачальників товарів/послуг – усі послуги, що входять до туристичного продукту мають бути якісними, адже навіть одна послуга може зіпсувати загальне враження клієнта про туристичний продукт.

Об'єктивним показником якості туристичних продуктів є відповідність встановленим галузевим стандартам, що забезпечують безпеку життя та здоров'я туристів, вимоги до засобів розміщення, харчування, надання транспортних послуг тощо. Рівень якості надання туристичних послуг визначає конкурентоспроможність суб'єктів туристичної діяльності.

Правові та організаційні засади стандартизації в Україні зазначені у Законі України «Про стандартизацію», чинних міжнародних договорах та інших нормативно-правових актах, що регулюють відносини у туристичній сфері (стаття 3). Законом України «Про стандартизацію» також забезпечується формування та реалізація державної політики у туристичній галузі [1].

Але, проблемою залишається те, що відповідно до п. 2 статті 23 Закону України «Про стандартизацію» «Національні стандарти та кодекси усталеної практики застосовуються на добровільній основі, крім випадків, якщо обов'язковість їх застосування встановлена нормативно-правовими актами» [1]. Тобто, прийняті міжнародні стандарти несуть рекомендаційний, а не обов'язковий характер. Крім того, в окремих сферах туристичної діяльності стандарти відсутні взагалі. Стандарти до засобів розміщення, що відповідають європейським критеріям, використовуються з метою сертифікації. Це сприяє їх конкурентоспроможності, а також орієнтації у виборі міжнародних відвідувачів. Комісія із сертифікації при Державній агенції розвитку туризму почала діяти з середини березня 2021 року.

В Україні діють 34 Національні стандарти у туристичній галузі [2].

Зараз, з початком пандемії COVID-19, відбулись значні зміни вимог до показників безпеки туристів. Основні питання безпеки у туристичному бізнесі зазначені у таких міжнародних документах: Хартія туризму, Гаазька декларація Міжпарламентської конференції з туризму, Глобальний етичний кодекс туризму, Сеульська декларація про мир і туризм, а також у національних законодавчих актах: Закони України «Основи законодавства України про охорону здоров'я», «Про забезпечення санітарного й епідеміологічного благополуччя населення», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про туризм», «Стратегія розвитку туризму до 2026 року», Кодекси цивільного захисту України.

Пандемія COVID-19 спричинила перегляд вимог до усіх суб'єктів туристичного бізнесу. Національна туристична організація України у партнерстві з WTTC (World travel&tourism council) презентували серію протоколів для основних галузей туристичного сектору України. Дане нововведення було створено з метою пом'якшення наслідків пандемії. Для відповідального бізнесу, що відповідає вимогам безпеки і на добровільній основі приймає Положення Протоколів щодо безпечних подорожей, запроваджено особливу відзнаку

#SafeTravels. Дану символіку представникам бізнесу можна розміщувати на веб-сайтах організації, у рекламних матеріалах та інших загальнодоступних матеріалах. Варто зазначити, що власники бізнесу мають самотійно взяти на себе відповідальність за відповідність нормам, і лише після цього розмістити відповідну символіку.

Зараз завданням туристичних підприємств є створення репутації високої якості обслуговування гостей, турбота про їх та власну безпеку, а відповідність стандартам – необхідна умова для українського туристичного бізнесу на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про стандартизацію : Закон України від 05.06.2014 р № 1315 –VII. Дата оновлення: 01.12.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text>
2. Галузеві стандарти. Перелік національних стандартів сфери туризму. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=ecfd6c5a-1760-4d8d-a931-3a63f64e2310&title=GaluzeviStandarti>
3. Число туристів на курортах Одеської, Николаевської и Херсонської областейросло на 30% – "Vodafone Україна" // <https://interfax.com.ua/news/telecom/673327.html> (Дата звернення 01.03.2021).

Борко Т. М.,
кандидат педагогічних наук, доцент з
наказу кафедри інформаційної,
бібліотечної та архівної справи, ВП
«Миколаївська філія Київського
національного університету культури і
мистецтв», м. Миколаїв

РЕДАКТОРСЬКО-ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ МИКОЛИ ЛУКАША У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

Перекладацька діяльність М. Лукаша – явище унікальне в історії української художньої культури, де синтезовано як глибоке розуміння вимог до художнього перекладу, так і тих процесів, які відбувалися в українській мові, культурі загалом. Перекладацька концепція М. Лукаша спрямована на забезпечення цілісності української культурної полісистеми та повноцінного функціонування української мови й невідривна від редакторської діяльності.

Дослідники відзначають, що однією з найвагоміших рис перекладів М. Лукаша є універсалізм, що виявляється в різномовності та різножанровості текстів, обраних для перекладу, різноманітності їх стилів, напрямів, літературних течій, лексичному розмаїтті [2] і, додамо, редакторського чуття.