

Унежева Фаина Залимгериевна

магистрант

Медицинский колледж

ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный

университет им. Х.М. Бербекова»

г. Нальчик, Кабардино-Балкарская Республика

Тенова Залина Юрьевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный

университет им. Х.М. Бербекова»

г. Нальчик, Кабардино-Балкарская Республика

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КОНТРОЛЮ

КАЧЕСТВА СЕРВИСА В ТУРИЗМЕ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены способы повышения конкурентоспособности туристских предприятий. Отмечена необходимость изучения и применения современных подходов к контролю качества сервиса в туризме, позволяющих повысить производственную эффективность туристских услуг. Проанализирована проблема предоставления потребителю качественных услуг в современной социально-экономической ситуации. Выделена актуальность разработки теоретических, методических и методологических основ функционирования эффективной объединенной системы управления качеством услуг.*

***Ключевые слова:** качество, услуги, управление качеством, сервис, туризм.*

В настоящее время в туристской сфере имеются большие возможности, как для успеха, так и для неудач. Гости ожидают от гостиничного предприятия высококачественный сервис. Нынешний период становления рыночных отношений характеризуется выраженным вниманием на образование конкурентоспособных звеньев. По нашему мнению, актуальной потребностью на сегодняшний день становится разработка новых подходов поддержанию в конкурентоспособном

состоянии гостиничной инфраструктуры. В условиях рыночной экономики гостиничные предприятия конкурируют друг с другом за привлечение инвестиций, они заинтересованы в повышении своего рейтинга, улучшении имиджа и усилении привлекательности. При этом, качество предоставляемых гостиничных услуг играет важную роль, не только привлекая туристов, но и являясь важным фактором повышения конкурентоспособности средства размещения. Изучение и применение современных подходов к контролю качества сервиса в туризме, позволит повысить производственную эффективность туристских услуг, предоставит конкурентные преимущества для хозяйствующих субъектов и увеличит эффективность процесса управления туристскими предприятиями.

Существуют проблемы в современных методах контроля качества сервиса в туризме. Для того чтобы решить данные проблемы, нам необходимо:

- рассмотреть качество, как мотиватор потребительской привлекательности туристских услуг;
- выделить актуальные подходы к управлению качества гостиничного сервиса;
- рассмотреть способ оценки результативности системы управления качеством гостиничных услуг.

Понятие качества услуг, предоставляемых предприятиями сферы туризма, определяется как удовлетворенность ожидания гостей оказываемыми услугами. Отсюда мы можем сделать вывод, что качество услуг проявляется в чувстве удовлетворения гостя от процесса обслуживания, а качественная услуга представляет собой услугу, отвечающую потребностям гостей. Степень совпадения представлений и впечатлений гостя о реальном и желаемом обслуживании на туристском предприятии влияет на уровень качества [2, с. 98].

Проблема предоставления потребителю качественных услуг в современной социально-экономической ситуации существует в условиях выраженной несогласованности производителей и потребителей гостиничных услуг. Если производители, стремясь минимизировать хозяйственные затраты, рассматривают

поддержание и повышение качества предлагаемых услуг вместе с необходимостью несения дополнительных расходов на производство и реализуют свои услуги по ценам, не соответствующим уровню заявляемого качества, то потребители ориентированы на получение услуг, качество и цена которых находится в разумном соотношении.

С нашей точки зрения, исключительная ориентировка на прибыль, как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде в качестве основной мотивации рыночной организации взаимоотношений между производителем и потребителем услуг, ставит под сомнение возможность существования компромисса и выступает причиной падения потребительской привлекательности и снижения конкурентоспособности гостиничного хозяйства России [3, с. 96].

На наш взгляд, обеспечение согласованного уровня качества происходит в результате функционирования системы управления качеством, на основе организации и осуществления мероприятий, воздействующих как на факторы повышения качества – непосредственные причины изменения свойств услуги, так и на существующую среду действия факторов – условия их реализации. В то же время, практика последних лет показывает, что развитие систем управления качеством, определяется действием принципа снижения общественного участия. Подтверждением данного тезиса является проводимая государством реформа единой системы управления качеством.

Мы считаем, что функционирование системы управления качеством туристских услуг, общие требования, предъявляемые к производителям должны четко регламентироваться и обеспечиваться стандартами и нормативно-технической документацией, определяющей допустимость потребления услуг клиентом. Контрольные параметры должны непрерывно совершенствоваться как с учетом достижений научно-технического прогресса, так и динамики ожидаемого потребителем уровня качества. Решение поставленных перед системой задач должно осуществляться на основе рационального распределения затрат между уровнями управления и достижения максимального эффекта от ее функционирования [5, с. 43].

На сегодняшний день является актуальной разработка теоретических, методических и методологических основ функционирования эффективной объединенной системы управления качеством туристских услуг, способной минимизировать сокращения спроса на услуги, стимулировать развитие материально-технической базы, повысить уровень ответственности производителя за оказываемые им услуги, а так же стимулировать формирование культуры потребления населением качественных услуг, а значит социальную и бюджетную роль данного сектора экономики [1, с. 369].

Основой деятельности туристских предприятий, по нашему мнению, должны стать следующие пути повышения обслуживания:

- заинтересованность руководства высшего звена;
- создание совета для улучшения культуры и качества обслуживания;
- привлечение всего трудового коллектива в процесс улучшения обслуживания;
- обеспечение коллективного участия;
- обеспечение индивидуального участия;
- создание групп для усовершенствования систем (групп для регулирования процессов);
- обеспечение качественного обслуживания функционирования систем управления;
- разработка и реализация планов и долгосрочной стратегии улучшения культуры и качества обслуживания.

С нашей точки зрения, в условиях нынешнего рынка, успеха добиваются лишь те туристские предприятия, которые способны создавать и проводить, по крайней мере, на самом высоком организационном уровне долговременные стратегии обслуживания. Давно прошла пора, когда предприятия и организации индустрии гостеприимства управлялись любителями. Сейчас рынок уже не тот, и выживают на нем лишь профессионалы.

Список литературы

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности [Текст] / В.А. Квартальнов. – М.: Менеджмент туризма, 2002. – 288 с.
3. Тенова З.Ю. Роль туризма в развитии экономики региона / З.Ю. Тенова // Экономика и эффективность организации производства. – 2003. – №2. – С. 93–97.
4. Салимова Т.А. Управление качеством: Учеб. по специальности «Менеджмент организации» / Т.А. Салимова. – М.: Омега-Л, 2007. – 414 с.
5. Факторы и условия, влияющие на развитие международного туризма / А.Р. Бесланеев, З.Ю. Тенова // Россия-Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: Сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. – 2016. – С. 73.
6. Разработка стратегии маркетинга в пансионате «Здравница» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=14685> (дата обращения: 30.01.2017).