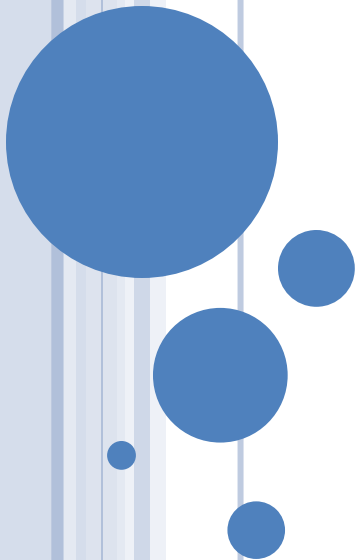


АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ
МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ
КАЧЕСТВА В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА



- Первый принцип — ориентация на потребителя. Стратегическая ориентация на потребителя, методически и технически, жизненно необходима любой организации, любому предприятию, функционирующему в условиях конкурентного рынка.
- Второй принцип — роль руководства, в соответствии с которым руководитель должен создать условия, необходимые для успешной реализации всех принципов системного управления качеством.
- Третий принцип — вовлечение работников. Это одно из ключевых положений, в соответствии с которым каждый работник должен быть вовлечен в деятельность по управлению качеством.
- Четвертый принцип — процессный подход и органично с ним связанный пятый принцип — системный подход к управлению.

В соответствии с этими принципами производство товаров, услуг и управление рассматривается как совокупность взаимосвязанных процессов



- Шестой принцип — постоянное улучшение качества.
- Седьмой принцип — принятие решений, основанных на фактах. Необходимо собирать и анализировать фактические данные и принимать решения на их основе.
- Восьмой принцип — взаимовыгодные отношения с поставщиками.



- **Качество — совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.**
- **Качество продукции — это совокупность объективно присущих продукции свойств и характеристик, уровень или вариант которых формируется при создании продукции с целью удовлетворения существующих потребностей.**
- **Более предпочтительной и отвечающей современным представлениям о качестве применительно к продукции и услугам можно признать следующую формулировку: «качество — определенная совокупность свойств продукции или услуги, потенциально или реально способных в той или иной мере удовлетворять требуемым потребностям при их использовании по назначению, включая утилизацию или уничтожение».**



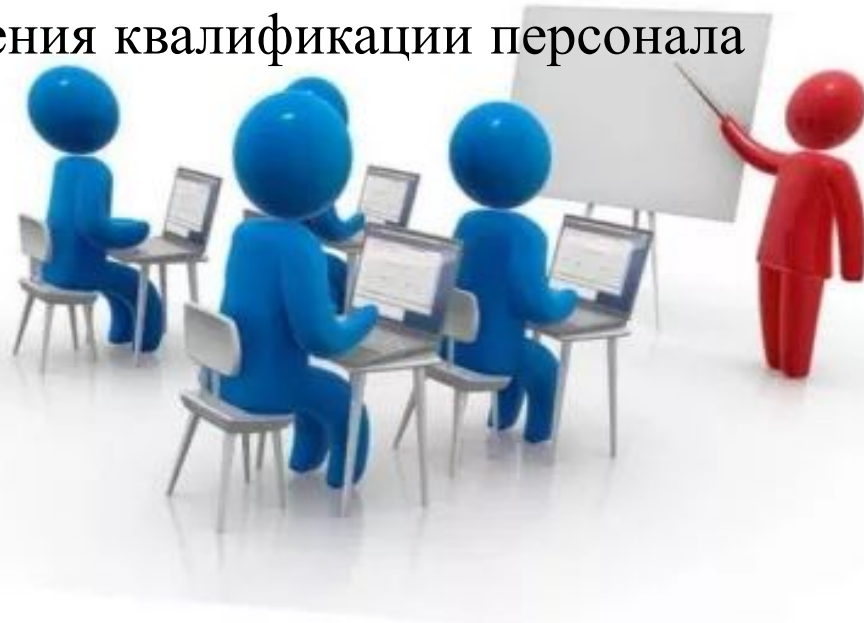
- Можно выделить четыре основных условия создания качественного сервиса на туристском предприятии:

Первое — это соблюдение основных и наиболее важных для сферы туризма принципов современного сервиса:

- неразрывная связь сервиса с маркетингом, его основными принципами и задачами;
- гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка, предпочтений потребителей туруслуг.



- Второе — создание необходимых условий для персонала, призванного обеспечить качественный сервис. К ним относятся:
- эргономичность рабочих мест;
- четкая формулировка правил, обязательных для исполнения каждым сотрудником;
- мотивация персонала, его искренняя заинтересованность в процветании всего предприятия, желание и умение делать всю работу максимально эффективно,
- настрой на самосовершенствование;
- система повышения квалификации персонала



- Третье — оптимизация организационной структуры управления предприятия, предоставляющего туруслуги.

Чем длиннее цепочка прохождения заказа на услугу, тем больше вероятность совершения ошибки: оптимальной является такая организационная структура управления, где число элементов предельно мало (но без ущерба для качества обслуживания).

- Четвертое — всесторонний, полный, объективный и непрерывный контроль над качеством сервиса, предполагающий:
 - участие гостя в оценке качества и контроле над ним;
 - создание методик и критериев, позволяющих соотнести требования стандартов с фактическим положением дел;
 - создание систем самоконтроля персонала;
 - постоянная работа с группами качества;



- Таким образом, в настоящее время для квалифицированной работы в индустрии туризма и гостеприимства, помимо технологической подготовки, знаний в области туристского и гостиничного бизнеса, также необходима соответствующая психологическая подготовка, владение методикой и техникой межличностного общения. Все большее значение приобретают такие личностные качества работника, как коммуникабельность, ориентация на достижение результата, клиентоориентированность, ответственность, обучаемость, способность планировать работу, стрессоустойчивость, умение работать в команде и другие.



- В США было проведено исследование, которое показало, что если человека обслужили хорошо, он расскажет об этом пятерым. Если же человек получил отрицательный опыт, он расскажет об этом десятерым. Распространение положительного опыта происходит труднее, однако несколько отрицательных моментов могут испортить массу положительных.



ОСНОВНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ МОЖНО СЧИТАТЬ:

- потребительское качество каждой отдельной услуги (размещение, питание, доставка, экскурсии и пр.);
- функциональное соответствие услуг требованиям определенного сегмента обслуживания (дифференциация);
- качественная технология предоставления услуг (ее эргономичность и комфортность);
- гарантия в предоставлении заранее оплаченных услуг;
- анимация обслуживания;
- гарантия безопасности жизни, здоровья и имущества граждан и окружающей среды;
- квалифицированные кадры.



- ГОСТы — это документы, которые упорядочивают деятельность участников туристического рынка, информируют их о том, какими должны быть их услуги, конкретизируют понятия нормативных актов.
- ГОСТ Р 50681—2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (введен с 30.11.2010)
- ГОСТ Р 53423—2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов» (введен с 07.01.2010),
- ГОСТ Р 50644—2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»,
- ГОСТ Р 53998—2010 «Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования»

