

UDC 334

HOTELS SERVICE QUALITY MANAGEMENT MODEL¹ Astanda I. Kamliya² Sergey A. Bagretsev¹ Abkhazian State University1 Universitskaya Str., Sukhumi, Republic of Abkhazia.
student² Abkhazian State University1 Universitskaya Str., Sukhumi, Republic of Abkhazia.
Doctor of technical sciences, Professor
E-mail: absu1@mail.ru

The article estimates hotel service standardization and certification to determine their quality.

Keywords: service, quality, standardization, certification.

При управлении качеством услуг наиважнейшая задача заключается в определении правильного уровня ожиданий потребителей. Если установленный уровень ожиданий слишком низкий, то потребители будут удовлетворены, но привлечь достаточное их количество будет трудно. Напротив, если планка ожиданий поднята слишком высоко, то потребители будут разочарованы.

В современных рыночных условиях, характеризующихся усилением конкуренции, для успешного развития бизнеса предприятия гостиничного комплекса, безусловно, заинтересованы в том, чтобы восприятие услуг соответствовало ожиданиям, что создает основу для повторного бизнеса (формирования сегмента постоянных гостей), а, следовательно, предприятие должно создать определенный уровень качества, соответствующий предполагаемым запросам потребителя, заявить об этом потребителю, а затем в процессе обслуживания подтвердить заявленный уровень качества. Для победы в конкурентной борьбе предприятию следует ориентироваться на высокий уровень качества, потому что просто удовлетворенные потребители легко поменяют поставщика с появлением лучшего предложения.

Абсолютное качество обслуживания вряд ли может быть достигнуто в силу его обусловленности человеческим фактором, а следовательно, стремление к качеству представляется процессом бесконечным, но в современных рыночных условиях решение вопросов качества – путь к победе в конкурентной борьбе. Одним из ключевых вопросов является снижение непостоянства качества, чему должна способствовать разработка единых стандартов, нормативов, правил обслуживания.

В международной и отечественной практике под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный признанным органом и обязательный к применению.

При определении объектов стандартизации в гостиничной индустрии необходимо исходить из того, что качество определяется техническими и функциональными компонентами, отсутствием недостатков и безопасностью. В связи с этим стандартизация должна распространяться на следующие элементы услуг и обслуживания:

- термины и определения в гостиничной индустрии, необходимые для взаимопонимания и однозначности восприятия понятий, описывающих услуги, условия их оказания; договорные отношения, безопасность;
- классификацию типов предприятий гостиничного комплекса и их услуг; категоризацию предприятий гостиничного комплекса;
- способы и методы формирования, продвижения и оказания услуг;
- способы оценки и минимизации рисков для здоровья и жизни потребителей при пользовании услугами;
- содержание и формы информации об услугах, предлагаемых средствами размещения, посредниками (турфирмами), и пути компенсации за непредставление объявленных услуг;

• технологии, устанавливающие стандартные требования к формам документов и составу информации в них, а также к другим элементам.

Целями стандартизации в сфере гостиничных услуг являются подтверждение и обеспечение поддержания заявленного уровня качества и безопасности потребления услуг, защита интересов потребителей от недобросовестной конкуренции на рынке.

На уровне предприятий внедрение стандартов и нормативов является важным элементом системы управления качеством. Они имеют целью снизить вероятность ошибок в функциональном качестве и обеспечить постоянство высокого качества обслуживания. Стандарты, нормативы и правила (инструкции) подробно закрепляют производственные обязанности за отдельными подразделениями и службами, должностными лицами предприятия размещения, определяют порядок их взаимодействия и субординации, регламентируют процесс исполнения различных операций при оказании тех или иных услуг. Стандартизация играет ключевую роль в обеспечении точного информирования потребителя об уровне качества предприятия гостиничного комплекса как основы формирования адекватных ожиданий.

Прежде чем остановить свой выбор на конкретном средстве размещения, потребитель стремится собрать информацию о данном предприятии. Объем информации, необходимый для принятия решения, должен соответствовать тому набору показателей, который использует потребитель для формирования ожиданий. Право потребителя на полную и достоверную информацию о качестве приобретаемой услуги закрепляется в законодательном порядке. Реализация этого права – важная составляющая управления качеством услуг.

В силу неосязаемости услуг предприятий гостиничного комплекса в распоряжении предприятий не так много способов передать потребителю информацию о качестве. Предприятия гостиничного комплекса стремятся визуализировать свои услуги, повысить их осязаемость с помощью:

- 1) печатных изданий, брошюр, каталогов;
- 2) видеоинформации на различных носителях;
- 3) интернета.

Эти носители информации дают возможность в том или ином объеме создать представление о техническом качестве и номенклатуре предоставляемых услуг. Однако не существует ни одного способа показать функциональное качество до момента начала обслуживания. В распоряжении потребителя могут находиться лишь косвенные свидетельства данного качества – мнения других потребителей, информация о достижениях предприятия гостиничного комплекса в области качества (сертификаты, дипломы и т.д.). Таким образом, принимая решение воспользоваться услугами предприятия гостиничного комплекса, потребитель в любом случае рискует не получить ожидаемой услуги.

Установление выполнения предприятием нормативных требований осуществляется в процессе сертификации. **Сертификация** услуги процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от исполнителя и потребителя организация удостоверяет в письменной форме, что услуга соответствует установленным требованиям.

Сертификация услуг предприятий гостиничного комплекса является одним из важнейших элементов системы управления качеством услуг, дающих возможность объективно оценить уровень качества услуг, подтвердить их безопасность для потребителя.

Сертификация может носить обязательный и добровольный характер. Значимость требований обеспечения безопасности жизни, здоровья туристов и экскурсантов, сохранности их имущества, защиты окружающей среды обуславливает необходимость включения их в процедуру обязательной сертификации.

Индустрия туризма введением стандартов, применением сертификации услуг определяет способы и критерии оценки качества своей деятельности и позволяет создать у потребителей уверенность в том, что услуги предоставляются в рамках четко определенных норм и правил, сформировать адекватные ожидания перед началом пользования услугами.

Одним из видов правового досудебного государственного регулирования гостиничной деятельности служит лицензирование. **Лицензия** является официальным документом, который разрешает осуществление указанного в нем вида деятельности в течение установленного срока, а также определяет условия его осуществления. Выдача лицензии предполагает ответственность государства перед потребителем, так как государственные органы не только проверяют правильность оформления документов, но и осуществляют обязательный контроль за соблюдением предприятием требований о лицензировании.

Таким образом, стандартизация призвана обеспечивать и устанавливать, а лицензирование и сертификация – подтверждать безопасность и уровень качества услуг. Вместе они являются важнейшими инструментами управления качеством услуг предприятий гостиничного комплекса и защиты прав потребителей.

Качество – это соответствие предоставляемых услуг понятиям и ожиданиям клиентов предприятий гостиничного комплекса при установленных стандартах и нормах.

В настоящее время складывается ситуация, при которой категоризация не выполняет своей основной функции – подтверждение заявленного уровня качества и содействие потребителю в компетентном выборе услуг, создается предпосылка для недоверия к национальным стандартам, прежде всего на рынке въездного туризма. Подобное положение является следствием ряда негативных факторов: несовершенство существующего стандарта, применение различных методик оценки, добровольный порядок установления категории, а также недифференцированная налоговая политика. Поэтому одним из способов повышения экономической эффективности индустрии туризма может стать целенаправленный процесс **управления качеством, классификации и сертификации предприятий гостиничного комплекса (ПГК).**

Примечания:

1. Барциц Л.М. Национальная география Абхазии. Современное состояние, проблемы и перспективы развития. Сухум, 2004.
2. Кобяк М.В. Предприятие гостиничного комплекса. М., 2001.

УДК 334

**МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ
ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА**

¹ Астанда Игоревна Камлия
² Сергей Алексеевич Багрецев

¹ Абхазский государственный университет
Республика Абхазия, г. Сухум, ул. Университетская, 1.
студент

² Абхазский государственный университет
Республика Абхазия, г. Сухум, ул. Университетская, 1.
Доктор технических наук, профессор
E-mail: absu1@mail.ru

В статье дается оценка стандартизации и сертификации гостиничных услуг для определения их качества.

Ключевые слова: услуга, качество, стандартизация, сертификация.