

Дульцев Д.О.

Студент

Тольяттинский государственный университет

Россия, Тольятти

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация: в статье изложены основные критерии, которые помогут добиться максимальной конкурентоспособности, а также позволят структурировать деятельность туристической организации, путем соблюдения основных принципов, касающихся стандартизации и персонала.

Ключевые слова: туризм, персонал, стандартизация, оптимизация, обслуживание, сертификация услуг.

QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN TOURISM INDUSTRY ORGANIZATIONS

Abstract: the article outlines the main criteria that will help to achieve maximum competitiveness, as well as allow structuring the activities of a tourism organization by observing the basic principles concerning standardization and personnel.

Keywords: tourism, personnel, standardization, optimization, maintenance, certification of services.

С каждым годом в России появляется все больше и больше новой программной документации, касающейся туристической сферы и всего, что с ней связано. В связи с их появлением перед организациями встают задачи повышения качества предоставляемых услуг.

Чтобы поддерживать требуемый уровень качества многие туристические организации производят разработку определенных стандартов обслуживания, то есть создают комплекс правил, которые нужно неукоснительно выполнять, чтобы для всех производимых

операций установился гарант качества. При помощи стандарта определяют критерии, проанализировав которые оценивают текущий уровень обслуживания в организации и в случае недостаточного уровня производят работу над ошибками. К таким критериям можно отнести, например, промежуток времени, за который происходит ответ на входящий звонок о бронировании или внешний вид работников и их заинтересованность.

В любом случае, определенные стандарты не дают возможности решить все вопросы, касающиеся обслуживания клиентов, ведь каждый клиент обладает собственными интересами, имеет свое видение обстановки. И в связи с этим, большая часть качества обслуживания зависит от персонала и их умений, а именно:

1. Умение распознать и произвести целостную оценку требований каждого клиента, по отношению к предоставляемому сервису.
2. Оценить то, как клиент воспринимает и реагирует на оказанные ему услуги.
3. В случае недовольства со стороны клиента, внести коррективы и добиться максимальной результативности и степени удовлетворенности клиента.

Исходя из всех выше перечисленных факторов, помимо того, что нужно быть достаточно технически подготовленным, а также быть осведомленным в области туристической деятельности, нужно обладать специальными умственными аспектами и иметь психологическую подготовку, уметь находить общий язык с клиентами. В современном мире большую роль в данной сфере играют такие умения, как коммуникабельность, ответственность, стрессоустойчивость, умение работать в команде и так далее. Обладая данными качествами, работник с большей долей вероятности сможет удовлетворить потребности клиента и принести пользу своей организации. В противном же случае, неумение и незнание может отрицательно сказаться на репутации, что повлияет на

дальнейший выбор клиента и на его уровень удовлетворенности обслуживанием.

Интересный факт: в США было проведено исследование, по итогам которого выяснилось, что если клиента обслужили хорошо и он остался доволен сервисом, то он расскажет об этом пятерым. Но если уровень обслуживания не оправдал его ожиданий или же и вовсе оставил неизгладимое ощущение потраченных денежных средств, то количество осведомленных об этом случае людей увеличивается до десяти человек.

Почти в каждой туристической организации есть своя специально-подготовленная служба, в обязанности которой входит:

1. Сертификация услуг.
2. Повышение квалификации персонала, посредством постоянного обучения.
3. Проведение опросов и анкетирования, с целью узнать у клиентов их мнение о предоставленных услугах и выявить недостатки работы.

Касаемо службы управления качеством, их деятельность должна базироваться на основе информации, полученной от всех работников туристической фирмы, таким образом можно будет выявить недостатки на микроуровнях и повысить качество услуг.

Говоря о качестве обслуживания, то здесь можно выделить 4 основных условия, при помощи которых можно добиться качественного сервиса в организации:

1. Соблюдение принципов, которые являются основополагающими в сфере туристического бизнеса:
 - Услуги должны соответствовать требованиям, выдвигаемым со стороны клиента.
 - Маркетинг и сервис должны быть связаны.
 - Сервис должен быть гибким и в зависимости от требований рынка подстраиваться под них.
2. Создание условий для персонала:

- Увеличение производительности работников и уменьшение усталости, посредством создания эргономичных рабочих мест.
- Правила должны быть четко сформулированы и понятны для работников.
- Мотивация персонала, с целью их большей вовлеченностью в работу, чтобы повысить эффективность работы.
- Своевременное обучение персонала, в связи с изменением рынка.

3. Структуризация и оптимизация процессов на предприятии.

Нужно добиться такого числа процессов, чтобы их было как можно меньше (чем их больше, тем выше вероятность совершения ошибки при обработке), но при этом не было потери в качестве услуг.

4. Всесторонний контроль за качеством предоставляемых услуг:

- Участие клиента в оценке предоставляемого сервиса.
- Создание определенных методик, которые позволят рационально соотнести требования стандартов и текущего положения дел.
- Разработка систем самоконтроля персонала.
- Постоянное участие персонала в разработке критериев качества
- Организация служб контроля.

Во время разработки системы контроля обязательно нужно соблюдать так называемый принцип непрерывности, то есть система должна обеспечивать "ежесекундно" контролировать каждый этап технологического цикла, его степень соответствия заданным параметрам.

Функция контроля является возвратной. Имеется ввиду, что она должна обеспечивать гибкость всех других действий по обеспечению качества.

Исходя из этого, выделяется 2 критерия СМК:

1. Система должна обеспечивать стабильный и высокий уровень качества в организации, а также соответствовать стандартам.
2. Быть в роли инструмента, при помощи которого создают специальные технологии по рациональному управлению.

Как говорилось ранее, стратегия управления качеством базируется на стандартизации, то есть на процессе, в ходе которого подтверждается соответствие исследуемого объекта требованиям стандарта. Говоря о настоящем времени, на сегодняшний день ГОСТы и сертификация не имеют ничего общего, в отличие от того, времени, когда ГОСТы разрабатывались как раз "под сертификацию".

Заключение. Подводя итоги, стоит отметить, что для стабильной работы организации в данной сфере, нужно не только следовать всем выше перечисленным требованиям, но также и опираться на ГОСТы, так как это способствует росту конкурентоспособности. Базируясь на информации, полученной в ходе мировой практики, можно сделать вывод, что организации, услуги которых не соответствуют стандартам, бывают вынуждены покинуть сферу.

Использованные источники:

1. Быстров С. А. Финансовый менеджмент в туризме. СПб., 2016. - 546 с.
2. Галенская Л. Н., Михеева Н. А. Менеджмент в социально-культурной сфере. СПб., 2018. - 244 с.
3. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. М., 2018. - 541 с.