

КАЧЕСТВО УСЛУГ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

С.В. Дусенко

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК), svd337@list.ru

Активный рост туризма в мире вызвал расширение предложений в сфере туризма и гостиничного бизнеса во всех странах мира. Рост жизненного уровня людей и конкуренция туристского и гостиничного предложения порождают все более разнообразные услуги в сфере туризма и гостеприимства. Значительное оживление на рынке туристских и гостиничных услуг наблюдается практически во всех странах Европы.

Международный туризм продолжает демонстрировать рост, несмотря на террористические угрозы и кризисные явления. Заметим, что в 2016 году туристы совершили 1 млрд. 235 млн. международных поездок. По сравнению с 2015 годом количество туристов выросло на 46 млн. человек.

Последние годы наблюдается впечатляющий рост рентабельности европейских отелей, что подтверждает устойчивую тенденцию европейского гостиничного бизнеса: в 21 из 25 основных европейских городов зафиксирован двузначный рост доходности номеров местных отелей. Такое же стремительное увеличение доходности гостиничных номеров наблюдается в США.

К основным тенденциям развития предприятий индустрии гостеприимства, получившим развитие в последние десятилетия, относятся:

- углубление специализации гостиничного и ресторанного предложения;
- образование и бурный рост международных гостиничных цепей;
- внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

Очевидно, вопросы качества играют важнейшую роль в производстве и потреблении туристских и гостиничных услуг. Без качественного обслуживания невозможно добиться главных целей любому предприятию сферы туризма и гостеприимства. История становления и развития международных гостиничных и ресторанных цепей подтверждает, что величина полученной прибыли есть результат качественного сервиса.

На качественное обслуживание в сфере туризма и гостеприимства оказывают воздействие следующие факторы:

1. Состояние инфраструктуры туризма и гостеприимства: удобные подъездные пути к туристским объектам, удобная планировка номера в отелях, качественная мебель и качественное постельное бельё, современное оборудование и пр.

2. Современные высококачественные технологии обслуживания предполагают эффективные методы и способы уборки номеров и общественных помещений в отеле, регистрацию и выписку гостей, рецептуры приготовления блюд и напитков в ресторанах и пр.

3. Компетентность и профессионализм обслуживающего персонала, его умение быстро и вежливо обслужить гостя и пр.

4. Непрерывное повышение качества обслуживания на предприятиях, внедрение стандартов качества, обучение персонала, контроль, совершенствование обслуживания и пр.

Современные методы и подходы к обеспечению качественного функционирования объектов туристской и гостиничной индустрии основываются на принципах системного подхода и процессно-технологической деятельности, поэтому одной из гарантий качества услуг в сфере туризма и гостеприимства является разработка и внедрение на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства системы менеджмента качества (СМК).

Учитывая особенности отраслевой специфики, многообразие форм комплексного удовлетворения потребностей клиентов и гостей, можно с уверенностью утверждать, что создаваемые прообразы СМК, должны учитывать большое количество сложноформализуемых и взаимодополняемых требований и показателей. Управление качеством в туризме и гостеприимстве должно рассматриваться как система целевого воздействия на производителя туристских и гостиничных услуг.

Качество услуг в туризме и гостеприимстве предполагает соответствие ожиданиям гостей или общепринятым стандартам. Таким образом, содержание стандартов является критерием качества обслуживания. Однако следует подчеркнуть, что стандарты по-разному воспринимаются потребителями услуг, персоналом и руководством. Отношения, возникающие между данными группами людей в процессе производства и потребления услуг, всегда влияют на оценку качества обслуживания в туризме и гостеприимстве.

Клиенты туроператорских и турагентских компаний, гости отелей и ресторанов ежедневно сталкиваются с проблемами обслуживания и качеством туристских и гостиничных услуг. Это неумение персонала принять заказ у гостя, недоброжелательность и неулыбчивость персонала, некачественная уборка номера в отеле и прочее.

Культ неэффективности, формирующий в сфере туризма и гостеприимства консервативную философию «да пусть будет, как будет», рождает первопричины для возникновения проблем управления качеством обслуживания. Обсуждение вопроса качества в сфере туризма и гостеприимства порождает некоторые любопытные противоречия. С одной стороны, качество – это то, что ожидает каждый потребитель; с другой – предприятие сферы туризма и гостеприимства обещает это качество, но лишь немногие его предоставляют.

Разрыв между качеством услуг, предоставляемых туристской и гостиничной инфраструктурой и ценами на них, становится толчком для существенного преобладания выездного туризма над въездным. Можно говорить о разной «плотности» туристической сферы в стране и за рубежом.

Лидером по росту въездного турпотока в 2016 году остается Азиатско-Тихоокеанский регион + 8% в сравнении с 2015 годом. Устойчивый рост отмечается во всех субрегионах: Океания + 10%, Южная Азия + 9%, Северо-Восточная и Юго-Восточная Азия + 8%.

Если в странах с развитой туристской инфраструктурой туристская индустрия (конечно, в зависимости от статуса и престижности тура) «заслоняет» туриста от бытовых проблем страны пребывания, то в России это не происходит даже в случае элитного туризма. Качество дорог и отелей,

степень развития информационного и сервисного обслуживания, и, конечно, квалификация персонала не позволяют оказывать услуги на должном уровне.

Особенно остро это проявляется в нестоличных регионах. Отметим, ни в одной стране мира туристская индустрия не развита равномерно. Всегда выделяются регионы более и менее привлекательные для туристов. Однако гигантская территория страны и предельно локализованное развитие инфраструктуры туризма сегодня сопоставимы, скорее, не с Европой или США, а со странами Центральной Африки.

Системный подход в туризме и гостеприимстве означает не только наличие связей между ее подсистемами, взаимообеспечивающими решение комплекса задач, производство туристского и гостиничного продуктов, соответствующих установленным правилам, нормам, требованиям, критериям, но и предоставление безопасности и постоянства качества с учетом роста требований со стороны потребителя и динамично меняющихся внешних условий.

В заключение хотелось бы отметить, если рассматривать предприятия сферы туризма и гостиничного бизнеса с точки зрения динамики их развития, качество будет оказывать самое большое влияние на их жизнеспособность. Без качественного туристского и гостиничного продукта организация не способна достичь своих главных целей, еще более важных, чем даже прибыль. А главная цель – это привлечение и удержание клиентов, гостей. Успешная реализация качественного продукта потребителю является главным источником существования любого предприятия сферы туризма и гостеприимства.

Списокиспользованных источников:

1. В 2016 году число туристов в мире достигло 1,235 млрд – Всемирная туристская организация. [Электронный ресурс] // <http://www.finmarket.ru/database/news/4452635> (дата обращения: 24.02.2017).
2. Дусенко С.В. Качество услуг в сфере гостеприимства /Дусенко С.В.// Сервис в России и за рубежом. – 2010. – № 4 (19). – С. 15–26.
3. Дусенко С.В. Профессиональная этика и этикет : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Гостиничное дело» и «Туризм» / С.В. Дусенко. – Москва, 2013. – Сер. Бакалавриат.
4. Дусенко С.В. Современный туризм: основные проблемы, состояние и тенденции развития / С.В. Дусенко. – Курск, 2012.
5. Дусенко С.В. Социология туризма: Социально–культурный аспект / С.В. Дусенко // Сервис plus. – 2011. – № 4. – С. 18–26.
6. Дусенко С.В. Проблемы качественного обслуживания в туристско–гостиничных комплексах // Проблемы и перспективы развития туризма, рекреации и фитнеса: материалы межкафедральной конференции РГУФКСМиТ 28–29 марта 2016 г. / под ред. С.А. Гонянец, С.В. Дусенко. – РГУФКСМиТ, 2016. С.19–23.