

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**Саломатина Анна Алексеевна**

студент, Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, РФ, г. Краснодар

За последние несколько десятилетий индустрия туризма кардинально изменилась и стала одним из важнейших секторов экономики.

Туризм - это сфера услуг, тесно связанная с транспортом, безопасностью, гостеприимством и другими вопросами. В связи с увеличением потока туристов в последние десятилетия неудивительно, что количество смежных профессий наряду с такими отраслями, как туризм, будет увеличиваться. Агентства, гостиницы, кейтеринговые компании и др. Учитывая растущее количество отелей, неудивительно, что современный гостиничный рынок характеризуется высоким предложением и относительно низким спросом. Конечно, причина в жесткой конкуренции между компаниями. По мере увеличения числа конкурентов отелям становится все труднее закрепить свои позиции на рынке, поскольку их способность дифференцировать свои продукты уменьшается [2].

В этой высококонкурентной среде принимающие компании вынуждены принимать меры для повышения своей конкурентоспособности на рынке. В этом случае одна из важнейших сфер дохода - повышение качества обслуживания.

Контроль качества - это комплекс мер, направленных на анализ уровня качества компании и создание возможностей для улучшения. В гостиничном бизнесе большинство менеджеров сосредоточено на постоянном контроле качества и улучшении обслуживания. В большинстве случаев человеческие усилия в первую очередь направлены на улучшение гостиничных продуктов, но это очень узкая стратегия [1].

Для достижения хороших результатов менеджеры должны знать, что более половины их опыта связано с работой с сотрудниками и обслуживанием гостей. Во-первых, качество обслуживания заставляет самих клиентов ценить продукцию отеля. Это означает, что клиенты готовы платить больше. В то же время постоянное улучшение качества следует рассматривать как долгосрочное вложение, а не пустую трату денег. Довольные клиенты часто возвращаются с друзьями и знакомыми.

Помимо сложных современных технологий, особенно социальных сетей, недовольные клиенты могут застраховать десятки потенциальных клиентов, прежде чем отправиться в конкретный отель. Учитывая, что качество имеет важное значение для процветания компании, неудивительно, что контроль качества является одной из важных ролей менеджеров, особенно тех, кто работает напрямую с гостями.

Планирование, анализ, управление и др. Например, контроль качества можно разделить на несколько частей. Каждый из них разделен на несколько составляющих. Анализ включает, например, изучение гостей и их потребностей, анализ работы сотрудников и анализ мнений посетителей об уровне качества. Другое [1].

Прежде чем приступить к процессу улучшения качества, сначала необходимо проверить свой текущий статус. Это означает, что вам необходимо выявить дефекты в продуктах вашего отеля, чтобы начать процесс удаления.

Менеджеры по качеству должны получать отзывы гостей, обзоры продуктов и разрабатывать

способы адаптации гостиничных продуктов к потребностям потребителей. Еще один способ улучшить качество обслуживания - это инновации. Кроме того, в каждом отделе доступны новые технологии. Они помогают повысить скорость и качество работы.

Еще один важный момент в повышении качества обслуживания - чтобы руководители выслушивали сотрудников и, в некоторых случаях, обсуждали планируемые изменения в деятельности подразделения. Это связано с тем, что сотрудники максимально контактируют со своими гостями и полностью осознают, что необходимо изменить в процессе обслуживания [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что управление качеством услуг - это сложный и непрерывный процесс. Это потому, что если компания хочет оставаться лидером рынка, она должна постоянно улучшать свое качество.

Список литературы:

1. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме. Практикум: Учеб. пособие / Л. В. Баумгартен. - М.: КНОРУС, 2008. - 288 с. Гареев Р. Р. Особенности системы управления качеством в гостиничных предприятиях // Молодой ученый. - 2013. - № 11. - С. 315-319.
2. Салахова, В. Г. Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе / В. Г. Салахова. - Текст : непосредственный // Молодой ученый. - 2019. - № 2 (240). - С. 263-265.