

на являются факторы, связанные с недостатком законодательства и неразвитостью инновационной инфраструктуры. Так, опросы предприятий области показали, что 60 % респондентов Витебского региона считают существенным фактором, ограничивающим инновационную деятельность, недостаток возможностей кооперирования с другими предприятиями и научными организациями. Поэтому особое значение в современных условиях приобретает *третье* направление инновационного развития — создание плотной сети инновационных коммуникаций. Центры трансфера технологий, технопарки только зарождаются, являются организационно слабыми и нуждаются в существенной государственной поддержке.

Четвертое направление инновационного развития предполагает совершенствование законодательной и нормативной базы. Нужен закон Республики Беларусь об инновационной деятельности, о поддержке инновационной инфраструктуры, существенные налоговые льготы для предприятий и организаций, осваивающих новые продукты и услуги.

*Г.А. Бондаренко, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА

Качество услуг гостеприимства представляет собой процесс, контроль которого требует постоянных управленческих усилий. Для того, чтобы с высокой степенью эффективности осуществлять контроль за качеством услуг, необходимо разработать программу мероприятий, связанных временной и смысловой последовательностью. Только такой подход может обеспечить необходимый уровень качества.

На *первом* этапе контроля качества услуг определяются так называемые масштабы качества, которые связаны с объемом, условиями работы, уровнем подготовки персонала и другими факторами. Они должны быть реалистичными и достижимыми, чтобы впоследствии стать основой всех последующих усовершенствований. На этом этапе не следу-

ет акцентировать внимание на подробном описании отдельных услуг в гостинице, блюд и напитков в ресторане, так как в итоге уровень качества определяет клиент независимо от характеристик заведения.

На *втором* этапе необходимо четко сформулировать вопросы по уровню качества, содержащиеся в специальных листах-опросниках. Здесь необходимо заранее предусмотреть небольшой список вопросов, а сами они не должны быть объемными и вызывать затруднения при ответе. Количество заполненных анкет зависит от длительности пребывания клиента в гостинице. Кроме того, службы, работающие с клиентами, должны проводить тестирование гостей, чтобы иметь представление об уровне качества оказываемых услуг.

Третий этап предполагает выполнение определенного “немедленного” действия со стороны руководства в ответ на жалобы клиентов. Если жалоба клиента обоснована, то должны быть приняты соответствующие меры по ее устранению. И если это возможно, должен быть налажен непосредственный контакт с гостем. В отелях с хорошим уровнем контроля и оценки качества этого чаще всего бывает достаточно. Однако для постоянной проверки качества в гостиничном хозяйстве необходимо более широко рассматривать жалобы гостей, делать на этой основе общие выводы и постоянно совершенствоваться, чтобы в течение определенного промежутка времени можно было увидеть, на каком участке работы и какого плана проблемы возникают у персонала отделов, обслуживающих клиентов. Необходимо, чтобы гости, заполняющие анкеты, дополнительно оценивали все услуги, оказываемые отелем.

Четвертый этап предполагает постановку целей качества в маркетинговом плане. В рамках планирования деятельности предприятия должны быть определены стандарты качества работы отеля, которые устанавливаются в маркетинговом плане как конечная цель и контролируются наиболее строгим критиком — клиентом.