

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ТУРКМЕНИСТАНЕ

Качество является неотъемлемой и наиболее важной характеристикой деятельности любой гостиницы, позволяющей эффективно конкурировать с другими отелями и привлекать новых потребителей гостиничных услуг. Управление качеством услуг и обслуживания должно осуществляться гостиничным предприятием регулярно и с использованием современных методов контроля качества и его совершенствования. Эффективность функционирования любого отеля связана с качеством предоставления услуг. Применительно к качеству услуг выделяют: компетентность; надежность; отзывчивость (не выходит из строя при непривычных запросах); доступность; понимание; коммуникация (своевременное и доходчивое информирование гостей); доверие (репутация фирмы); безопасность; обходительность; осязаемость (привлекательность отеля и формы персонала) [1, с. 165].

Предоставление гостиничных услуг высокого качества является составной частью постоянного внимания администрации гостиницы, независимо от формы собственности. Деятельность в сфере гостеприимства предполагает высокую степень контакта и координации между служащими и гостями. Наиболее часто встречающиеся действия в этом смысле направлены на улучшение и контроль качества гостиничных услуг. Вместе с тем качество гостиничных услуг заключается не только в решении технических вопросов.

Усилия предприятий гостиничной индустрии традиционно направлены на привлечение клиентов, максимальное выполнение пожеланий гостей, завоевание доверия. Это может гарантировать только их полное удовлетворение. Поэтому стратегия развития отеля должна также иметь в виду особенный акцент на совершенствование отношений и общения между клиентами и гостиничным предприятием [2, с. 29]. В наше время у многих директоров отелей сформировалось мнение, что высокое качество означает высокую себестоимость. Данная точка зрения неверна, т.к. игнорирует потенциал встречи клиента с обслуживанием как самоусиливающим механизмом. Затраты на приобретение нового клиента в пять раз больше затрат на удержание старого посредством предложения качественного обслуживания. Это исследование базируется на следующих факторах:

- способность к удержанию клиентов позволяет сократить затраты на маркетинг и, соответственно, увеличивает рентабельность;
- удовлетворенный клиент осуществляет бесплатную рекламу, распространяя благоприятствующую отелю устную информацию [3, с. 85].

Качество гостиничных услуг очень зависит от квалификации персонала, его творческих способностей, заинтересованности, умения осваивать новые технологии, а также от использования новых организационных процессов и форм привлечения для обслуживания клиентов материальной базы. Качество услуг в гостиничном бизнесе — это мера того, как уровень предоставленной услуги удовлетворяет ожидания клиента [1, с. 56].

Источники

1. *Румянцева, З.М.* Менеджмент организации : учеб. пособие / З.М. Румянцева. — М. : ИНФРА-М, 2005. — 432 с.
2. Стратегический менеджмент : учебник / под ред. А.Н. Петрова. — СПб. : Питер, 2009. — 496 с.
3. *Швандер, В.А.* Стандартизация и управление качеством продукции : учебник / В.А. Швандер. — М., 2009. — 248 с.

<http://edoc.bseu.by>

*СНИЛ «Тураналитик»
Д.В. Дирко, А.С. Каптюг
БГЭУ (Минск)*

Научный руководитель — Ю.А. Шаверук, канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ

Потребности, поведение и стремления путешественников постоянно изменяются. Появляются новые тренды и направления развития туризма и туристской индустрии. Важно быть в курсе последних тенденций, чтобы им соответствовать. Компания Booking.com проанализировала более 163 миллионов отзывов гостей и провела исследование среди 21 500 путешественников из 29 стран, чтобы выявить основные тенденции в области путешествий на ближайшее будущее [1, 2]. Ожидается, что самореализация путешественников займет лидирующую позицию при выборе места отдыха. Больше половины опрошенных по всему миру ответили, что в путешествиях они приобрели бесценные навыки. Все активнее в сфере туризма начинает использоваться искусственный интеллект (например, использование смартфона для открытия двери номера, рекомендации для поездки от робота-консьержа). Также туристы заинтересованы в повышении комфортности своих поездок: через мобильные приложения для планирования, отслеживания багажа, бронирования и т.д. Также около 30 % опрошенных были заинтересованы в появлении виртуального турагента, что позволяло бы им планировать поездки из любой точки мира, не выходя из дома [1, 2]. Популярность набирают экологичные варианты путешествия. Подавляющее большинство путешественников по всему миру утверждают, что будут пытаться снизить негатив-