

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА РЕКРЕАЦИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Цинь Цзюнь

ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов

Ключевые слова и фразы: качество; рекреационная организация; услуга.

Аннотация: Рассмотрены принципы формирования системы менеджмента качества рекреационной организации, потребности потенциальных потребителей и степень их удовлетворенности. Представлена модель менеджмента качества рекреационной услуги.

В наше время рекреационные организации представляют собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Единственный верный путь к победе – стремление к максимально полному удовлетворению потребностей потребителей, запросы и требования которых повышаются с каждым годом. Таким образом, имидж рекреационной организации, ее привлекательность для клиентов и, что не менее важно сегодня, материальное процветание зависят от культуры и качества обслуживания гостей.

Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, применению новой техники и технологии, расширению ассортимента и совершенствованию качества предоставляемых услуг.

В условиях сегодняшней конкуренции предприятия индустрии гостеприимства, если они хотят выжить, не могут больше опираться на традиционные неэффективные консервативные формы культуры производства.

Происходящий переход к рыночной экономике, поиск лучших управленческих решений в целях повышения качества рекреационных услуг заставляет высший менеджмент рекреаций обращаться к проблеме анализа качества, что обеспечивает актуальность выбранной темы.

Успешная деятельность ряда предприятий рекреации своим опытом доказывает, что сегодня создание и внедрение системы управления качеством – не просто желательно, но и необходимо в конкурентной борьбе. На данный момент развития рынка это является условием выживания, так как на рекреационном рынке наблюдается постоянное увеличение степени конкуренции между рекреационными предприятиями. Использование только ценовых факторов конкурентоспособности не гарантирует стабильного положения на рынке.

В экономической теории и практике в условиях трансформации экономики проблемы обеспечения качества изучены недостаточно. В работах Альперина Л.П., Антонова Г.А., Белобрагина В.Я., Демиденко Д.С., Огвоздина В.Ю., Фейгенбаума А. [1–3] и многих других ученых раскрываются разные теоретические и прикладные аспекты качества в процессе рыночной трансформации экономики. Однако ряд проблем требует дальнейших исследований. Эти узловые вопросы еще недостаточно глубоко изучены и освещены в экономической литературе, не нашли применения на практике. Одним из таких вопросов становится расхождение уровня качества.

При формировании системы управления качеством на рекреационном предприятии необходимо учитывать ряд принципов:

1. Для обеспечения высокого качества технического обслуживания рекреационное предприятие должно разрабатывать специальные стандарты или правила обслуживания, которые предусматривают систематическое обучение и тренировку для обслуживающего персонала, обеспечивают идентичный уровень обслуживания на всех уровнях и являются безусловными для исполнения.

2. Дифференциация рекреационных услуг зависит от понимания нужд потребителя и попытки удовлетворить их посредством индивидуального подхода и с максимальной тщательностью.

3. Главной задачей обеспечения качества услуги является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей.

4. Оценка качества услуг должна основываться на критериях, используемых потребителями для этих целей.

5. Рекреационному предприятию, предоставляющему услуги, предпочтительнее оправдывать ожидания, чем пытаться превосходить их, так как в последнем случае уровень ожиданий поднимется до такой высоты, что его трудно будет достичь, а затем удержать на должной высоте.

6. Операционный менеджмент должен подразделять каждую услугу на ряд последовательных действий, каждое из которых вносит свой вклад в составные части процесса удовлетворения покупателей.

7. Потребители судят о качестве по выходным данным. Задача рекреационного предприятия, предоставляющего услуги, заключается в том, чтобы идентифицировать и уменьшить расхождения между желаемым уровнем качества и полученным в конечном итоге.

8. Важно достигать соответствия в предоставлении одной и той же услуги разным потребителям или одному и тому же при повторном обслуживании.

9. Для рекреационного предприятия, предоставляющего услуги, необходимо создать свою культуру на уровне компании в целом для поощрения своих служащих к предоставлению качественного образа услуги во время личного общения персонала с потребителями.

10. Качество услуги способствует приобретению «преданных» потребителей с целью обеспечения контактов и роста доходов прибыльности рекреационного предприятия. В эру медленного роста рынка наилучшим источником новых возможностей для бизнеса являются постоянные клиенты. Дешевле проводить программы, направленные на удовлетворение уже имеющихся клиентов, чем тратить деньги на поиск новых. Рекреационные предприятия, умеющие обеспечить высокий уровень качества обслуживания, имеют возможность устанавливать более высокую цену на продукцию, развиваются более высокими темпами и получают большую прибыль.

11. Требуется использовать все возможные каналы связи, чтобы обеспечить потребителю оперативный контакт со службой сервиса.

12. Самой основной и важной формой контроля для рекреационного предприятия, которая сосредоточивает все свои усилия на потребителе, является учет приверженности и удовлетворенности потребителя.

Предприятия должны не только гарантировать качество товара и/или услуги, способность обеспечить удовлетворение требований заказчика, но также отражать потребность предприятия в создании саморазвивающейся системы постоянно повышающегося уровня качества.

В связи с разнообразием рекреационных услуг процесс их предоставления является технологически различным. Поэтому представленная модель управления качеством является дополнением к техническим требованиям, установленным на услуги.

Содержащиеся в настоящей модели требования являются общими и применимыми ко всем предприятиям, независимо от типа и размера.

Для рекреационных предприятий, действующих на регулируемой основе, требования к системе качества могут быть изменены за пределы, предусмотренные настоящей моделью, но в соответствии с установленными нормативными требованиями.

Разработка и внедрение системы управления качеством на конкретном предприятии должна зависеть от его собственных потребностей, специфических целей, оказываемых услуг, процессов и сложившейся практики работы.

Модель управления качеством, представленная на рис. 1, не имеет целью отразить процессы в деталях. Вместе с тем, все требования к системе управления качеством по достижению соответствия рекреационных услуг могут быть размещены внутри этой модели.

Модель показывает протекающие процессы системы управления качеством и взаимосвязь между ними. Настоящая модель управления качеством применяется к деятельности рекреационного предприятия, представляя собой кругооборот, включающий в себя систему ценностей предприятия, потребности потребителей, процессы системы управления качеством, вплоть до достижения удовлетворенности потребителя.

Политика в области качества должна соответствовать потребностям предприятия и его потребителей; включать обязательства по удовлетворению потребностей и постоянному улучшению; обеспечивать основу для разработки и анализа целей в области качества.

Система ценностей потребителей должна быть отправной точной в определении запросов потребителей по отношению к уровню качества продукта. Поэтому производитель должен досконально знать сегмент рынка потребителей, на котором он работает, так как требования на разных сегментах рынка по отношению к уровню качества будут различными.

Согласно теории конкурентной рациональности, основным критерием контроля качества служит степень удовлетворения потребителя. Если

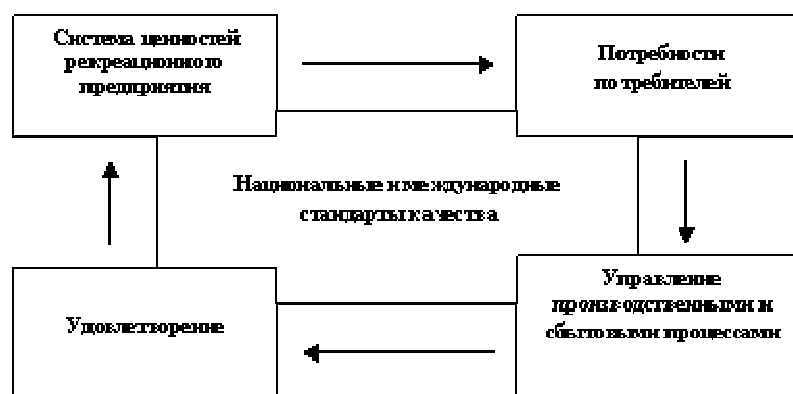


Рис. 1. Модель управления качеством рекреационной услуги

у фирмы показатель степени удовлетворения потребителя не выше или не повышается быстрее, чем у ее конкурентов, то дела у такой фирмы плохи. Основной формой контроля для фирмы, которая сосредоточивает все свои усилия на потребителе, является учет приверженности и удовлетворенности потребителя. На конкурентном рынке приверженность потребителя и степень его удовлетворенности служат показателями будущих объемов продаж. Если снижается удовлетворенность потребителя и меняется его приверженность товару, то, вполне вероятно, снизится и объем продаж данного товара. Поэтому, чтобы избежать возможной потери покупателей и снижения объема продаж, маркетологи постоянно проводят опросы, выявляющие степень удовлетворенности потребителя.

Список литературы

1. Анфилатов, В.С. Системный анализ и управление : учеб. пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емильянов, А.А. Кукушкин / Под ред. А.А. Емельянова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
2. Ахмин, А.М. Основы управления качеством продукции : Учебное пособие / А.М. Ахмин, Д.П. Гасюк. – СПб. : Союз, 2002. – 192 с.
3. Белобрагин, В.Я. Современные проблемы теории управления эффективностью производства и качеством продукции в условиях становления рынка / В.Я. Белобрагин. – М. : Изд-во стандартов, 1994. – С. 49.

Formation of Quality Management System in Recreational Organization

Qin Jun

Tambov State Technical University, Tambov

Key words and phrases: quality; recreational organization; services.

Abstract: The paper studies the principles for the formation of quality management system in the recreational organization, the matrix of commitment and the degree of customer satisfaction. The model of quality management of recreational services is presented.