

Черпаченко Т.А.

Студентка

Национальный государственный исследовательский университет НИУ

«БелГУ»

Россия, г. Белгород

Научный руководитель: Семченко И.В. доц.

Национальный государственный исследовательский университет НИУ

«БелГУ»

Россия, г. Белгород

**СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В Г.
БЕЛГОРОДЕ**

Аннотация: Статья посвящена проблеме системы менеджмента качества, в частности в г. Белгороде. Цели исследования данной проблемы следующие: выявить особенности системы качества менеджмента в сфере туризма, а также рассмотреть качество менеджмента в данной сфере на примере города Белгорода. Методы исследования: отбор и анализ научной и учебной литературы по теме исследования, а также анализ деятельности менеджеров туристической сферы в г. Белгороде.

Ключевые слова: качество, менеджмент качества, сфера туризма, туристические услуги, качество обслуживания.

Cherpachenko T. A.

Student

National State Research University NRU "BelSU"

Russia, Belgorod

Scientific supervisor: Semchenko I. V. Assoc.

National State Research University NRU "BelSU"

Russia, Belgorod

**QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN TOURISM SPHERE IN
BELGOROD**

Abstract: The article is devoted to the problem of the quality management system in the city of Belgorod. The objectives of the study of this problem are as follows: to identify the features of the quality management system in the field of tourism, as well as to consider the quality of management in this area on the example of the city of Belgorod. Research methods: selection and analysis of scientific and educational literature on the research topic, as well as analysis of the activities of tourism managers in Belgorod.

Keywords: quality, quality management, tourism, tourism services, quality of service.

В нашей стране проблема качества менеджмента в сфере туризма стала актуальной и остро стоящей после событий, связанных с закрытием границ и объявлением пандемии во всём мире. В данной действительности многие туристические компании были на грани кризиса, однако большая часть подстроилась под новые реалии, так как туризм является одной из активно-развивающихся сфер экономики. Однако существует проблема высокого качества менеджмента, так как оказалось, что сфера туризма, в том числе и отрасль менеджмента качества, оказались не готовы во многих планах, начиная от качества оказываемых услуг и заканчивая соблюдением требований туристического законодательства [2, с. 113]. Особенно актуальной стоит проблема качества менеджмента в сфере туризма в провинциальных российских городах, например: Волгограде, Белгороде, Ростове, Саратове, Самаре и многих других. Но наше внимание будет остановлено на рассмотрении данной проблемы в городе Белгороде.

Качество – это совокупность свойств и характеристик продукта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. В свою очередь, качество продукции – совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением. При этом менеджмента качества в сфере туризма определяется, прежде всего, отзывами и оценкой потребителей, так как качество предоставляемой услуги

в сфере туризма можно определить только после получения, потребления. Также качество услуг в туризме определяется безопасностью предоставляемого продукта и услуги. [4, с. 140].

Отметим, что менеджмент качества, безусловно, зависит от самих сотрудников, коллектива. Это связано с тем, что менеджеры участвуют в трёх этапах оказания услуг: работе с клиентом при купле-продаже услуги, перевозе туристов в другие области, города или страны, а также времени нахождения в пункте назначения. Система менеджмента качества является важной составляющей организации для руководства и управления ею применительно к качеству [3, с. 17].

Система менеджмента качества в сфере туризма является неотъемлемой частью организации, применительно к качеству оказания услуг. Руководство ставит перед менеджерами агентств правильно сформулированные цели, направленные на повышение качества услуг, занимается вопросами управления качеством менеджмента, а также контролируют изменения в области рекламы. [2, 113].

Важным в вопросах повышения менеджмента качества в области туристических слуг является обратная связь. Чем больше агентство обращает внимание на замечания, предложения клиентов, тем выше будет качество услуг, а также конкурентоспособность среди других ведущих компаний.

Качество менеджмента оценивается клиентами по шкалам «хорошо», «плохо», «соответствует» или «не соответствует». Часто именно эти шкалы оценки есть в листах обратной связи, в книге потребителя, книге жалоб и предложений.

Таким образом, качество туристического обслуживания состоит из свойств процессов, направленных на удовлетворение потребностей покупателей в момент их отдыха, организованного с учётом индивидуальных предпочтений, часто оговариваемых заранее с агентом. Основная цель системы управления качеством – удовлетворение индивидуальных потребностей туристов-заказчиков.

Рассматривая город Белгород в качестве туристического, а также уровень качества менеджмента в данной сфере, можно сказать, что город сравнительно недавно начал открывать себя не только как промышленный, но и как туристический.

Туристические компании города делают акцент на его культурной и исторической значимости, приглашая гостей для знакомства с музеями, а их более 130. Агентствами также предлагаются рассмотрение памятников дворнику, первой учительнице и других достопримечательностей, которые делают город уникальным. Особой популярностью пользуются паломнические туры, поскольку в городе есть православные храмы. Большое значение имеют такие соборы и церкви, как Преображенский собор, храм Блаженной Матроны Московской, церковь Серафима Саровского, храм Архангела Гавриила, храм Великомученика Георгия Победоносца и другие святыни. Также предлагается отдых на природе для гостей: рыбалка, кемпинг. Агентства организуют туры по городу с помощью социальных сетей: Инстаграм, Вконтакте, и используют свои сайты с электронным помощником для быстрого оформления заявки. Такая навигация очень удобна для людей, едущих из других городов и планирующих отдых заранее.

Результаты исследования заключаются в том, что менеджмент качества в сфере туризма в г. Белгороде напрямую зависит от руководства, правильности поставленных целей, а также квалифицированности самих менеджеров. Менеджерам, отвечающим за качество предоставляемых услуг, необходимо развивать рекламу, продвижения туров по городам, используя при этом популярные социальные сети. Сегодня ведение страницы в социальных сетях приводит многие предприятия и компании к повышенному спросу, поэтому важно учитывать современные реалии, обратную связь с клиентами с помощью социальных сетей. Данный шаг позволит повысить качество услуг при грамотной работе с клиентами.

Грамотное управление качеством предоставляемых услуг помогает туристическому бизнесу держать свой авторитет. Особенно остро стоит

вопрос сохранения туризма в небольших городах. Для развития туризма в Белгороде важно создавать удобные и яркие сайты агентств, а также активно взаимодействовать с клиентами, реагировать на просьбы, пожелания и замечания, создавать и предлагать удачные туры на любой вкус, привлекая не только горожан интересными предложениями, но и гостей города.

В заключение необходимо сказать следующее: важно, чтобы ожидание клиента совпадало с тем, что предоставляет компания, так как отзывы и оценка заказчика услуг важная составляющая, влияющая на менеджмент качества в сфере туристических услуг.

Использованные источники:

1. Устюгова Е. В., Попова Т. О., Туристический продукт и туристические услуги // Транспортное дело России. 2009. №10. С. 59
2. Баламирзоев Н.Л. Туризм в обеспечении экономического развития регионов // Экон.науки. 2010. №6. С. 112-115
3. Копытина Е.В. Качество продукта индустрии туризма как условие его конкурентоспособности на мировом рынке туристических услуг // Научн. Вести. МГИИТ. 2010. Т. 3. №1. С. 15-20
4. Лансков Д. П. Анализ качества услуг как необходимое условие повышения конкурентоспособности организацией сервиса // Экон. Науки. 2011. №11. С. 140