

RECONSIDERAREA SISTEMULUI DE CALITATE A SERVICIILOR DIN INDUSTRIA HOTELIERĂ ROMÂNESCĂ - PREMISĂ A CREȘTERII COMPETITIVITĂȚII OFERTEI DE TURISM

Adriana Anca Cristea

Universitatea Creștină Dimitrie Cantemir, București, România

E-mail: astearic@yahoo.com

Rezumat

Problema asigurării calității serviciilor turistice a devenit prioritatea numărul unu atât la nivel microeconomic cât și la nivel macroeconomic, tot mai multe țări dar și întreprinderi turistice elaborându-și propriile standarde de servicii și de calitate.

Cu toate avantajele pe care le oferă standardele și sistemul de management al calității, acest instrumentar de asigurare a calității serviciilor în industria ospitalității este limitat ca sferă de cuprindere și ca arie de acțiune pentru că acestea nu permit asigurarea calității la nivel național.

Noul sistem va trebui să cuprindă: ansamblul de criterii, metodele de evaluare a acestora, stabilirea instituțiilor care vor fi implicate în realizarea și aplicarea sistemului, perfecționarea acestuia precum și stabilirea categoriilor de personal care vor evalua rezultatele și care vor elabora măsurile corective.

Sistemul propus implică: completarea criteriilor suplimentare din Normele metodologice de clasificare pe stele cu elemente de ordin calitativ pe deoparte și realizarea unor Norme de bune practici de către Ministerul Turismului printr-un organism specializat care să introducă obligativitatea de realizare, la nivel de organizație a unui sistem de autoevaluare, utilizarea de către organizație și de către minister a informațiilor furnizate de „clientul misterios” care să verifice incognito modul de respectare al criteriilor minime și suplimentare, calitatea serviciilor și nu în ultimul rând comportamentul personalului având ca scop creșterea calității serviciilor hoteliere și de alimentație din România.

Cuvinte-cheie: Managementul calității, standarde de calitate, criterii suplimentare de clasificare, industria ospitalității, sistem național de calitate, norme de bune practici, organism de certificare

Clasificare JEL: D20, D78, H53, M19

Introducere

Contextul economic actual se caracterizează prin adâncirea crizei mondiale pe deoparte și prin intensificarea preocupărilor organizațiilor din turism de a găsi soluții de menținere a nivelului de eficiență economică și limitarea efectelor negative. Adaptarea la

noile condiții economice a turiștilor a determinat creșterea interesului pentru obținerea celui mai bun raport preț-calitate pentru serviciile turistice cumpărate, în general și pentru cele hoteliere în mod special.

„Maturizarea turiștilor” a determinat mutații în structura cererii, aceștia solicitând produse turistice din ce în ce mai sofisticate și devenind tot mai exigenți în privința aspectelor de calitate și de autenticitate ale ofertei.

Totodată intensificarea competiției dintre prestatorii de servicii hoteliere a făcut ca problema competitivității să se pună în alți termeni, principalii factori de influență fiind calitatea, respectiv raportul calitate-preț, înnoirea, diversificarea, inovația, și orientarea către client [5].

Astfel, problema asigurării calității serviciilor turistice a devenit prioritatea numărul unu atât la nivel microeconomic cât și la nivel macroeconomic, tot mai multe țări dar și întreprinderi turistice (în special lanțuri hoteliere) elaborându-și propriile standarde de servicii și de calitate.

1. Necesitatea unei noi abordări a calității în turism

Calitatea serviciilor turistice oferite de fiecare prestator în parte, este rezultatul îmbinării a două componente: una cantitativă, cu caracter preponderent material, reprezentată de echipamentele și dotările existente, alimentele, decorul, metodele de lucru și ea de-a doua componentă calitativă, comportamentală [3].

În ceea ce privește componenta materială aceasta își pune amprenta asupra calității serviciilor turistice prin cerințele de confort, funcționalitate, estetice, și ergonomice pe care echipamentele diferitelor unități prestatoare le întrunesc. Un aspect deosebit de important care influențează aceste cerințe îl reprezintă nivelul de tehnicitate încorporat. Astfel cu cât acesta este mai ridicat efectele asupra confortului și calității serviciilor vor fi mai mari datorită asigurării izolării termice, fonice, diferite facilități în cameră, echipamente și instalații cu o fiabilitate mai mare, toate acestea conducând la cheltuieli de întreținere mai mici dar și la reducerea numărului de reclamații.

Introducerea gestiunii electronice a prestațiilor are efecte pozitive atât asupra calității serviciilor, ca urmare a degrevării personalului de activitățile birocratice, facilitând gestiunea corectă a contului clienților și întocmirea rapidă, în orice moment a notei de plată, asigurând totodată și optimizarea sistemului de transmitere a datelor care stau la baza calculării indicatorilor specifici. Prin aceasta se asigură creșterea calității serviciilor, personalul dispunând de mai mult timp pentru relația directă cu clienții. Chiar dacă investițiile inițiale sunt mai mari, pe termen mai lung beneficiile sunt evidente.

În același timp un alt element important de calitate îl reprezintă dimensionarea și organizarea diferitelor categorii de spații care pe lângă cerințele evidențiate mai sus trebuie să vizeze și o serie de aspecte legate de asigurarea flexibilității ofertei, prin care să se asigure, în perioadele de extrasezon, conceperea unei oferte complementare ca de exemplu organizarea de congrese și conferințe și alte evenimente.

Cartea de vizită a unității o reprezintă modul de amenajare interioară, „atmosfera” creată de decoruri, coloritul, intensitatea și culoarea luminii, confortul termic (temperatura, umiditatea aerului), prospețimea aerului, sonorizarea interioară, elemente care întregesc universul produsului [4].

Cu toate acestea, cea mai importantă componentă a calității o reprezintă însă comportamentul personalului din unitățile hoteliere care de cele mai multe ori este neglijată, problemele de personal ale firmei limitându-se numai la angajarea unui număr corespunzător de salariați, cu o bună calificare în domeniu, care trebuie să cunoască și să aplice standardele și procedurile de lucru.

Efectele comportamentului profesional se răsfrâng direct asupra calității serviciilor, respectiv asupra percepției calității acestora. Spre deosebire de componentele de natură materială evidențiate mai sus, efectele comportamentului profesional sunt imprevizibile și greu reversibile în timp. Ele se află în relație directă cu numărul, structura, nivelul de pregătire și nivelul motivațional al personalului în ansamblul său.

Tocmai de aceea la selecția și angajarea personalului trebuie să se țină cont pe lângă un nivel de pregătire profesională și de cultura generală bun mai ales de identificarea și evaluarea unor calități personale de comportament și atitudine ale viitorului angajat ca de exemplu: carisma profesională, vocație pentru turism, disponibilitate de a presta servicii și de a învăța, sociabilitate, empatie, ș.a., elemente care se vor reflecta direct în calitatea serviciilor și nivelul de satisfacție al clienților [7].

Astfel, un comportament profesional orientat spre client poate contribui la aprecierea calității unui serviciu într-o măsură mult mai mare decât luxul afișat al componentei materiale; în unele cazuri un comportament profesional adecvat, putând compensa o serie de insuficiențe ale componentei materiale.

În acest context, actuala clasificare pe stele nu mai răspunde exigențelor unui client, care are așteptări precise în ceea ce privește calitatea serviciilor oferite de hotel în funcție de categoria de confort.

Normele metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice constituie un sistem administrativ de clasificare, care ia în considerare doar caracteristicile constructive și arhitecturale ale clădirii, nivelul de dotare cu echipamente și obiecte de inventar precum și serviciile minime ce trebuie oferite de o structură de primire în funcție de categoria de clasificare a acesteia, obligativitatea pregătirii profesionale a personalului, [9] fără a scoate în evidență elementele de ordin calitativ, ca de exemplu atitudinea personalului.

Acest sistem administrativ de clasificare care se regăsește în toate țările inclusiv în țările cu vocație turistică, s-a constatat că nu mai corespunde noilor cerințe, unele țări începând să reconsidere și să modifice criteriile și standardele de clasificare, punând accentul pe calitatea serviciilor în cadrul cărora un loc central îl ocupă personalul hotelier și comportamentul acestuia.

Această abordare se impune cu atât mai mult în contextul actualei crize economice care duce la scăderea evidentă a numărului de turiști, aceștia orientându-se cu precădere spre acei prestatori care vor oferi servicii la cel mai bun raport calitate-preț în condiții de garantare a acestora.

Pentru România care dispune de un potențial turistic diversificat, cu o serie de componente de autenticitate, schimbarea centrului de greutate de la standardele de dotare spre cele care pun accentul pe calitatea serviciilor, ca rezultat a laturii comportamentale și a diversificării serviciilor de agrement și animație ar reprezenta un element de diferențiere și pe această bază de creștere a competitivității produsului turistic românesc. Acest lucru este susținut și de studii ale unor analiști internaționali care consideră că România prezintă, în momentul de față interes ca destinație turistică.

2. Standarde și sisteme de asigurare a calității în industria ospitalității

Atât în România cât și în țări cu tradiție turistică asigurarea calității serviciilor se realizează prin două modalități: prin intermediul standardelor de diferite tipuri și prin intermediul sistemelor de management ale calității.

În ceea ce privește standardele acestea includ: standardele elaborate de către organismele administrative abilitate ale fiecărei țări ca de exemplu: standardele de clasificare pe categorii de confort (stele), standardele ocupaționale și standardele elaborate de către organizații ca de exemplu standardele de dotări, standardele de proceduri, standardele de management ș.a., utilizate, în special de lanțurile hoteliere.

Deși din anul 1991, de la primul ordin de clasificare a structurilor de primire turistică pe stele emis de Ministerul Turismului s-au succedat mai multe variante, Normele metodologice privind clasificarea pe stele a structurilor de primire turistice au ca scop stabilirea aspectelor cantitative ale calității serviciilor hoteliere, fără a se pune accentul pe elementele subtile de calitate, cele care conferă produsului hotelier atribute esențiale.

Standardul ocupațional este documentul care precizează domeniile de competență, unitățile de competență și nivelul calitativ asociat rezultatelor activităților cuprinse într-o ocupație.

Domeniile de competență sunt grupate pe trei categorii și anume: competențe fundamentale, generale și specifice. Pentru fiecare unitate de competență ale unei ocupații sunt prevăzute: elemente de competență, criteriile de realizare, gama de variabile și ghidul de evaluare.

În categoria competențelor fundamentale se includ: comunicarea eficientă la locul de muncă și munca în echipă. Competențele generale presupun: aplicarea normelor de protecția muncii (NPM) și a normelor de prevenirea și stingerea incendiilor (NPSI), organizarea locului de muncă, promovarea imaginii hotelului. Competențele specifice sunt diferențiate pe categorii de ocupații cuprinzând operațiunile tehnologice specifice funcției.

Cu toată complexitatea lor acestea nu garantează calitatea serviciului prestat deoarece nu este suficientă asigurarea competențelor generale solicitate și cunoașterea activității specifice, a procedurilor de lucru pentru asigurarea satisfacției clienților, aceasta fiind determinată în special de alte elemente individuale intrinseci cum sunt: receptivitate la nevoile clienților, ascultare activă, responsabilitatea prestatorilor de servicii.

Standardele interne au fost create de către lanțurile hoteliere din dorință de a asigura un sistem unitar de dotări, servicii și de personal în vederea promovării și menținerii unei imagini de marcă. Aceste standarde, deși au elemente comune, sunt diferite de la un lanț la altul, în timp ce în cazul hotelurilor independente doar unele dintre acestea și-au elaborat propriile standarde.

Având în vedere faptul că ponderea hotelurilor care și-au realizat propriile standarde este redusă, iar cele existente se caracterizează printr-un nivel ridicat de eterogenitate, având o serie de limite în ceea ce privește asigurarea calității serviciilor această modalitate de implementare și evaluare a calității este insuficientă.

Referitor la sistemele de management al calității aplicabile în turism ce mai bună abordare a o reprezintă utilizarea unui sistem integrat de management care include: Sistemul de management al calității bazat pe SR EN ISO 9001:2001, Sistemul de management al mediului bazat pe SR EN ISO 14 001:1997, Sistem de management al siguranței alimentare conform principiilor HACCP, bazat pe standardul ISO 22000 și

Sistemul de management al sănătății și securității în muncă bazat pe OHSAS 18002 din 1999.

Managementul calității este definit conform ISO 9000 ca fiind ansamblul activităților funcției generale de management care determină politica în domeniul calității obiectivele și responsabilitățile, pentru a le implementa în cadrul sistemului calității prin mijloace specifice cum ar fi: planificarea calității, controlul calității, asigurarea calității și îmbunătățirea calității [8].

Obiectivul esențial al managementului calității este realizarea în condiții de eficiență și eficacitate la nivel maxim numai a acelor produse care: satisfac integral cerințele clientului, sunt conforme cu cerințele societății, sunt conforme cu standardele și specificațiile aplicate, iau în considerare toate aspectele privind protecția consumatorului și a mediului și sunt oferite clientului la prețul și termenul convenit cu aceștia.

Introducerea unui sistem al calității aduce beneficii tuturor părților implicate: țării, ca destinație, prestatorilor direcți de servicii turistice, consumatorilor și intermediarilor, aceasta presupunând asigurarea unui nivel constant al calității. De aceea implementarea calității se realizează printr-un ansamblu de cerințe numite standarde, grupate pe tipuri, în funcție de domeniul în care acționează.

Obținerea calității nu presupune doar elaborarea unor standarde și asigurarea conformității cu acestea ci performanța calității trebuie să conducă la satisfacerea cerințelor și așteptărilor clienților și a managementului calității.

În acest context analiza sistematică a calității serviciilor hoteliere și adoptarea măsurilor care se impun reprezintă o prioritate de maximă importanță în etapa actuală.

Ca urmare, asigurarea competitivității produselor și serviciilor turistice trebuie să aibă la bază managementul calității, acesta fiind o modalitate de a asigura competitivitatea și implicit credibilitatea firmei pe piață.

Cu toate că sistemul de management al calității a fost legiferat încă din 1995 ponderea prestatorilor de servicii hoteliere care s-au certificat este încă redusă, mulți dintre aceștia nefiind conștienți de importanța și implicațiile certificării calității. Chiar și în cazul organizațiilor certificate unele dintre aspectele subtile ale calității nu au fost identificate și cuprinse în documentația specifică.

Datorită caracterului foarte general al standardelor ISO precum și ca urmare a lipsei de experiență a auditorilor interni sau externi din cadrul organismelor de certificare nu au fost identificate elementele subtile ale asigurării calității, această certificare fiind insuficientă pentru a asigura calitatea la nivelul cerut de noile exigențe și de contextul economic. Nu trebuie neglijat aspectul financiar, costurile ridicate ale procesului de certificare și susținere a managementului calității totale fiind mari, fapt ce a determinat ca multe unități hoteliere și de alimentație să amâne procesul de certificare, cu atât mai mult cu cât acesta nu are caracter obligatoriu.

Cu toate avantajele pe care le oferă standardele și sistemul de management al calității, acest instrumentar de asigurare a calității serviciilor în industria ospitalității este limitat ca sferă de cuprindere și ca arie de acțiune pentru că acestea nu permite asigurarea calității la nivel național. Chiar și în cazul organizațiilor din domeniul hotelier care au propriul sistem de standarde și s-au certificat în sistem integrat de management al calității nu au atins componentele intangibile ale asigurării calității referitoare la ambianță și comportamentul personalului, fiind totodată neglijată dezvoltarea serviciilor de agrement și animație turistică care pun cel mai bine în valoare relația dintre prestatorul de servicii și client.

Au existat preocupări privind crearea Mărcii Q, în baza Hotărârii de Guvern nr. 636/2003 privind realizarea *Programului național de creștere a calității serviciilor hoteliere* care s-a concretizat prin constituirea ” în iulie 2005 a Centrului pentru Calitatea Serviciilor în Turism și Industria Ospitalității – INQUALTOUR, asociație profesională, de drept privat, de interes public, non-guvernamentală și non-profit, cu sediul principal în București, având ca membrii fondatori persoane juridice și fizice cu competențe și prestigiu recunoscute în domeniile calității și turismului, reprezentând următoarele instituții: Societatea Română pentru Asigurarea Calității – SRAC; SC Tourism, Hotel and Restaurant Consulting Group SRL – THR CG; Asociația Națională pentru Turismul Rural, Ecologic și Cultural – ANTREC, precum și experți, specialiști cu o bogată experiență.

Scopul înființării acestei asociații a fost de a realiza în România un centru de excelență și expertiză pentru domeniul turismului și industriei ospitalității, care să inițieze creșterea calității și competitivității turismului românesc, a performanțelor și cifrei sale de afaceri, în condițiile integrării europene și globalizării [2].

Ministerul Turismului în colaborare cu INQUALTOUR și cu asociațiile profesionale de profil au elaborat la acel moment, un ghid cuprinzând peste 100 de criterii de evaluare a calității în domeniul industriei hoteliere, pe care l-au prezentat managerilor din domeniu solicitându-le formularea de observații și de propuneri de îmbunătățire în vederea realizării de noi standarde de calitate specifice și implementarea acestora la nivel național - feed back care nu s-a mai realizat, totul rămânând în fază de propunere. Acestea au constituit primele încercări de realizare a unui sistem unitar și centralizat de certificare a calității serviciilor hoteliere în România.

3. O nouă viziune asupra calității serviciilor din industria hotelieră

În majoritatea țărilor care au conștientizat importanța dezvoltării turismului și trecerea la un nou mod de abordare a calității serviciilor oferite clienților au elaborat de mai mulți ani, la nivel național, un sistem complex de standarde de servicii în industria hotelieră care cer ca serviciile să fie caracterizate pe lângă aspectele de ordin material și prin criterii ca: reactivitate, credibilitate, curtoazie, flexibilitate personalului și a serviciilor. De exemplu standardele elvețiene au inclus încă din anul 1995 criteriul întâmpinarea clienților în normele de clasificare și implicit de calitate a serviciilor în domeniul hotelier, în prezent Normele de clasificare a hotelurilor din Elveția elaborate de Asociația Hotelieră fiind foarte complexe, abordând atât aspecte cu caracter cantitativ cât și aspecte de ordin calitativ care vizează în special diversificarea serviciilor, personalizarea acestora și îmbunătățirea comportamentului personalului.

Sistemul de clasificare elvețian cuprinde 14 criterii, fiecare fiind format dintr-un ansamblu de norme care sunt prezentate într-o fișă tehnică pe categorii de confort. Certificatul de clasificare se obține în urma autoevaluării, al evaluării de către comisia regională și de comisia de clasificare hotelieră, după modelul prezentat în tabelul următor.

Criteriile care stau la baza clasificării se referă la: normele de securitate, perimetrul și exteriorul clădirii, recepție, spațiile comune, camere, băi, serviciul de mic dejun, room-service, serviciul de restaurant, restaurant, serviciile suplimentare, primirea și serviciile de animație asigurarea, calitatea instalațiilor de agrement și sport [13].

De remarcat este faptul că sunt menționate la criteriul 12 norme specifice pentru organizarea activităților de animație care trebuie să se realizeze activ și permanent pe baza unui program stabilit și afișat în hotel pe parcursul întregului sezon pentru hotelurile sezoniere și asigurarea cel puțin a unui animator cinci zile pe săptămână în cadrul hotelurilor deschise tot timpul anului, acesta putând fi angajat permanent sau cu statut de colaborator.

În același sistem de clasificare mai sunt prevăzute și alte aspecte de ordin calitativ ca de exemplu: calitatea aerului în restaurant și bar precum și asigurarea muzicii live pe parcursul a cinci zile pe săptămână timp de cel puțin patru ore.

Un alt exemplu reprezentativ este Standardul referențial al mărcii HOTELcert din Franța care constituie rezultatul demersului conjugat: al Camerei de Comerț și Industrie, al Federației Sindicatelor din Turism, al Organismului de Certificare Qualité, al Asociației pentru Protecția Consumatorului împreună cu asociațiile profesionale din turism și industria hotelieră și Direcția de Turism din Franța.

Acest Referențial-angajament de calitate a fost elaborat în anul 2001 și a fost testat pe 12 hoteluri din Franța, fiind publicat în februarie 2002 în „Monitorul Oficial” și devenind, astfel, operațional.

HOTELcert constituie garanția unei calități care pune în centrul atenției clientul și are ca obiective creșterea nivelului calitativ al serviciilor hoteliere, îmbunătățirea comportamentului și a atitudinii personalului.

Referențialul impune 7 angajamente de calitate care se referă la: zâmbetul personalului, curățenia și igiena, lenjerie de calitate, disponibilitatea personalului, liniștea, informațiile practice și turistice oferite clienților și calitatea controlată [11].

Procesul de certificare presupune parcurgerea a două etape: una de consultanță și audit în vederea aducerii la standarde a serviciilor hoteliere și cea de-a doua de certificare propriu-zisă. Certificatul se obține după ce au fost analizate: rapoartele „clienților misterioși”, autoevaluarea hotelului, tratarea reclamațiilor și a clienților, nivelul de satisfacție al acestora și aspectele legate de formarea personalului. Controalele se realizează la un interval de 18 luni și presupun 550 de puncte de control.

Pe plan internațional și serviciile de alimentație sunt evaluate după alte criterii decât cele de ordin cantitativ și anume calitatea serviciilor și atitudinea personalului care implică: standarde de servire, eficiența servirii, servicii atente, personal competent, personal amabil care ajută, consiliază, înfățișarea personalului de servire, viteza de servire, timpul de așteptare, afișarea vizibilă a prețurilor; igiena și calitatea producției care presupune: aspectul preparatelor, gustul preparatelor, prospețimea ingredientelor, temperatura de servire a preparatelor; igiena personalului; atmosfera respectiv existența componentelor de agrement cultural a componentelor de animație; gradul de liniște din restaurant; zone pentru nefumători; posibilitatea de a vedea zona în care se pregătesc preparatele, facilități pentru copii [12].

4. Căi de creștere a nivelului calitativ al serviciilor hoteliere din România

Unul dintre cei mai importanți factori de atragere a marilor touroperatori pe piața turistică românească este creșterea standardelor de calitate și realizarea unui sistem modern și eficient de certificare a calității serviciilor hoteliere, motiv pentru care se impune reconsiderarea conceptului de calitate și crearea unui sistem mai eficient de evaluare a calității în industria hotelieră.

În principal se disting două posibilități de abordare a procesului de îmbunătățire a calității serviciilor din industria hotelieră românească și anume: prin completarea criteriilor cuprinse în Normele metodologice privind clasificarea pe stele a structurilor de primire turistice și cea de-a doua care presupune crearea unui sistem de evaluare a calității serviciilor hoteliere și de alimentație.

La inițiativa Ministerului Turismului a fost emisă Hotărârea Guvernului nr. 314/2009 privind Programul anual de dezvoltare a produselor turistice pe anul 2009, publicată în „Monitorul Oficial” nr. 192 din 27/03/2009.

Principalele aspecte legiferate se referă la: organizarea unui concurs de proiecte cu tema "Formatori de excelență", în scopul informării adecvate a consumatorilor și al facilitării/optimizării deciziei acestora de achiziționare a programelor de formare; implementarea unui sistem național de evaluare și dezvoltare a personalului și a abilităților manageriale ale personalului din unitățile de turism; verificarea și actualizarea legislației din domeniu; îmbunătățirea calității serviciilor turistice din România prin realizarea și implementarea unui model de bune practici în vederea îmbunătățirii calității serviciilor hoteliere; introducerea unor specializări pentru domeniul hotelier, luându-se în considerare experiența țărilor care deja au implementat astfel de specializări cu mult succes (de exemplu, hotel specializat pe tenis, hotel specializat pe sănătate, hotel specializat pe wellness etc.) [10].

Modelul de bune practici va trebui să fie realizat prin consultare și colaborare de către: Ministerul Turismului, asociațiile profesionale și patronale din turism, Comitetul sectorial din turism și la fel ca în sistemul francez HOTELcert, împreună cu Asociația pentru Protecția Consumatorilor, și unul sau mai multe organisme de certificare în domeniul calității.

Noul sistem va trebui să cuprindă: ansamblul de criterii, metodele de evaluare a acestora, stabilirea instituțiilor care vor fi implicate în realizarea sistemului, perfecționarea acestuia precum și stabilirea categoriilor de personal care vor evalua rezultatele și care vor elabora măsurile corective.

Pornind de la sistemul actual de criterii cuprinse în Normele metodologice privind clasificarea pe stele a structurilor de primire turistice și a unităților de alimentație publică conform Ordinului nr. 636/2008, se impune completarea acestora prin includerea la criteriul caracteristici constructive și arhitecturale a următoarelor elemente: amplasarea hotelului, accesibilitatea, calitatea căilor de acces, localizarea (apropierea față de zona de interes a turistului, centru unde sunt concentrate principalele obiective turistice, pârtii, plaje ș.a.), atractivitatea împrejurimilor.

La evaluarea clădirilor se poate avea în vedere și aspectul exterior, arhitectura (clădire nou construită, renovată/restaurată). Nu trebuie neglijate elementele de ambientare exterioare ca: spații verzi, grădini, parcuri, fântâni, stâlpi/corpuri de iluminat cu valoare estetică precum și existența spațiilor exterioare de agrement și animație, a spațiilor de joacă pentru copii.

Un aspect deosebit de important îl reprezintă dezvoltarea criteriilor referitoare la spațiile interioare cu componente legate de semnălizare și comunicarea cu clienții, oferirea tuturor categoriilor de informații, desing-ul și existența plantelor decorative.

Un element de bază în diferențierea și personalizarea ofertei de servicii îl reprezintă adaptarea structurii și dotării camerelor la tipologia clienților prin realizare, spre exemplu de: camere familiale (camere double-double), camere destinate persoanelor cu dizabilități

(cu sau fără însoțitor), camere pentru persoane cu nevoi speciale, camere standard, superior, și de lux, camere destinate femeilor de afaceri, camere destinate persoanelor însoțite de animale domestice, camere cu dotări speciale pentru persoane alergice.

La criteriile de evaluare a camerelor trebuie să fie adăugate elemente de: ambianță, luminozitate, calitatea aerului, colorit dar și alte aspecte ca: gradul de uzură a dotărilor, ergonomia echipamentelor, instalațiilor și mobilierului, posibilitatea introducerii în camere a unor paturi suplimentare, paturi pentru bebeluși etc.

Tehnologiile moderne au permis crearea posibilității hotelului de a elimina risipa și reducerea consumurilor, ceea ce a permis și asigurarea posibilității de a controla și adapta temperatura și lumina de către client, elemente care trebuie cuprinse și ele în criteriile de evaluare.

O componentă de bază a serviciilor hoteliere o constituie alimentația, respectiv numărul, structura unităților, specificul și calitatea serviciilor oferite. Alături de calitatea serviciilor de cazare, alimentația reprezintă un criteriu de alegere a unui hotel, element de diferențiere, criteriu suplimentar de satisfacție a clienților, fapt ce atrage necesitatea îmbogățirii sistemului actual de criterii existent în legislația românească.

Restaurantele se pot diferenția prin calitatea serviciilor prin introducerea de meniuri hipocalorice, meniuri vegetariene, meniuri dietetice, meniuri tematice, meniuri pentru copii și prin realizarea de liste de preparate care să conțină specificații ca de exemplu: conținutul de calorii și existența în compoziție a aditivilor alimentari, toate aceste elemente putând fi cuprinse în normele metodologice la capitolul criterii suplimentare.

O simplă enumerare a serviciilor fără plată și stabilirea numărului minim de servicii suplimentare nu sunt suficiente pentru a stimula preocupările managerilor de hotel de a diversifica gama de servicii și creșterea calității acestora, fapt ce impune introducerea și a altor elemente ca de exemplu: calitatea și gama facilităților oferite, dotările speciale ca de exemplu pentru persoanele cu nevoi speciale: telefon/sistem de alarmă/sistem de comunicare pentru nevăzători, surdo-muți; promptitudinea serviciilor, condițiile de igienă, securitatea clientului și bunurilor acestuia, existența serviciilor de agrement și animație.

Succesul unui hotel este determinat de măsurile și acțiunile de atragere și menținere a clienților, de nivelul de satisfacere a nevoilor acestora, elementul determinant constituindu-l personalul. În prezent se poate considera că cea mai importantă componentă generatoare de calitate este reprezentată de potențialul uman, respectiv de structura, nivelul de pregătire, gradul de specializare și perfecționare a angajaților, elemente relativ ușor de evaluat [6].

Limitarea criteriilor de personal la simpla menționare a nivelului de pregătire, a procentului minim de personal calificat și a necesității perfecționării la cel puțin 5 ani nu pot asigura pe deplin condițiile de creștere a standardelor de servicii.

Criteriile de personal trebuie să includă și componente de evaluare a comportamentului acestuia ca de exemplu: amabilitate, ținută, comunicare, politețe, empatie, ascultare activă precum și aspecte legate de calitatea serviciilor cum sunt: operativitatea, rapiditatea, eficiența în realizarea servirii, orientare spre client, recunoașterea clientului, soluționarea reclamațiilor. Un criteriu suplimentar de diferențiere a serviciilor hoteliere trebuie să fie numărul de limbi străine cunoscute de personalul hotelier și nivelul de cunoaștere al acestora.

Ministerul Turismului poate stimula interesul organizațiilor care prestează servicii hoteliere și de alimentație de a oferi servicii de calitate și creșterea permanentă a standardelor de servicii prin crearea Modelului de bune practici care să cuprindă și criteriile

de evaluare a componentelor intangibile, mai greu de evaluat dar vitale pentru asigurarea eficienței.

Sistemul propus implică: completarea criteriilor suplimentare din Normele metodologice de clasificare pe stele cu elementele menționate anterior și cu altele de ordin calitativ, introducerea obligativității de realizare, la nivel de organizație a unui sistem de autoevaluare, utilizarea de către organizație și de către minister a informațiilor furnizate de „clientul misterios” prin constituirea unui corp de inspectori specialiști în turism și în domeniul calității care să verifice incognito modul de respectare a criteriilor minime și suplimentare, calitatea serviciilor și nu în ultimul rând comportamentul personalului.

Pentru început se poate implementa sistemul în cadrul unităților reprezentative urmând ca Modelul de bune practici să fie aplicat apoi la nivel național.

Pentru asigurare condițiilor de implementare a acestui sistem se cuvin câteva precizări. Sistemul de autoevaluare al organizației trebuie să cuprindă rapoarte ale clienților și sistemul de urmărire al reclamațiilor. „Clientul misterios” trebuie să fie o persoană desemnată de Ministerul Turismului din lista de specialiști din domeniu, aceștia fiind caracterizați prin: înalt nivel profesional, spirit de observație dezvoltat, orientare către detalii, discreție, corectitudine, punctualitate, bune abilități de comunicare, o buna organizare și să fie pasionați de domeniu [1].

Persoanele noi care vor fi incluse pe listele de specialiști vor trebui să parcurgă un stagiu de 6 luni sub îndrumare unui inspector experimentat.

Realizarea și implementarea acestui sistem presupune un efort mare atât material cât și uman, pentru care se pot utiliza atât fonduri europene cât și resurse proprii sau atrase de Ministerului Turismului. Ca orizont de timp se poate considera anul 2013 ca an de finalizare a procesului de testare și implementare a acestui sistem.

Concluzii

Relansarea turismului românesc este un proces complex care presupune în primul rând crearea cadrului legislativ-instituțional și a instrumentarului tehnic care să permită diversificarea ofertei de servicii hoteliere și de alimentație, creșterea nivelului calitativ al serviciilor.

În acest an Ministerul Turismului a creat premisele de trecere la un nou sistem de evaluare a calității prin reconsiderarea conceptului și sporirea importanței acordate personalului hotelier și a atitudinii acestuia față de calitatea serviciilor din turism.

Implicațiile economice vor fi majore dar mai greu reversibile în timp dacă nu se realizează odată cu implementarea Modelul de bune practici și schimbarea mentalității prestatorilor de servicii hoteliere din Români.

Bibliografie

1. Bălan, C., *Aplicarea metodei „clientul misterios”, în „Tribuna economică”, nr. 3, 2006*
2. Cristea, A., *Tehnologia activităților în turism*, Editura Pro Univeritaria, București, 2007
3. Lupu, N., *Hotelul – Economie și management*, Editura ALL, București, 2003

4. Mihail, Ș., *Standarde privind calitatea produsului turistic balnear*, Teză de doctorat, ASE, București, 2006
5. Ritchie, J.B.R., Crouch, G.I., *Quality, price and the tourism experience. Roles and contribution to destination competitiveness*, St Gallen, 1997
6. Rondelli, V., Cojocaru, S., *Managementul calității serviciilor din turism și industria ospitalității*, Editura THR-CG, București, 2004
7. Stănciulescu, A.D., Cristea, A., Acatrinei, M., Râjniță, M., *Tehnologie hotelieră – Front office*, Editura Gemma Print, București, 2006
8. Stănescu, D., Mihail, Ș., Stan, R., *Calitatea în serviciile turistice*, Editura Universitară, București, 2009
9. Ordinul nr. 636/2008 privind aprobarea Normelor metodologice privind clasificarea structurilor de primire turistice din România, publicat în „Monitorul Oficial” nr. 379 din 19/05/2008
10. HG nr. 314/2009, publicat în „Monitorul Oficial” nr. 192 din 27/03/2009
11. www.hotelcert.fr
12. www.michelin.com
13. www.hotellerieesuisse.ch, *Classification des hôtels Suisse 2006-2010*