

Тема 9. Система управления качеством в деятельности гостиниц и ресторанов

Качество обслуживания – это комплексная категория, один из важнейших показателей эффективности функционирования гостиничных предприятий, объект анализа, планирования и управления.

Главной составляющей всей системы качественного обслуживания в туристской индустрии является качество гостиничных услуг. Согласно международному стандарту ИСО 9000, качество – это совокупность свойств и характеристик услуг, которые способны удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности потребителей. Качество побуждает клиента приобретать тот или иной продукт (соразмерно фактору цены).

Качество влияет на решение клиента воспользоваться услугами определенного отеля, а не отеля-конкурента. Между качеством и успешной реализацией гостиничных услуг существует прямо пропорциональная зависимость, поэтому ухудшение качества услуги неизбежно ведет к потере клиента. В каждом случае выбор клиентом гостиничной услуги обусловлен оптимальным ее соответствием критериям качества. Наибольшие возможности реализовать услуги имеет гостиничное предприятие, которое:

- согласно спросу клиента способно наиболее полно удовлетворить его потребности;
- предлагает услуги в оптимальном соотношении цена-качество;
- реализует новый уровень качества, что становится весомой мотивацией для прибытия постоянных и привлечения новых клиентов.

Независимо от усилий гостиничного предприятия, для поддержания высокого уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия на рынке основная идея управления качеством услуги связывается с ориентацией на клиента, полным соответствием его требованиям.

Механизм управления качеством гостиничных услуг направлен на выработку управленческих решений и осуществление комплекса управленческих действий по планированию, предоставлению и реализации услуг высокого уровня качества.

Выделяют два подхода к определению качества обслуживания:

- 1) на основе оценки полезных характеристик процесса предоставления услуг;
- 2) на основе оценки недостатков в процессе обслуживания клиентов.

Согласно первому подходу критерием высокой оценки качества обслуживания в гостиницах является наличие полезных свойств и особенностей процесса предоставления услуг, которые определяют удовлетворение у клиентов.

Сущность второго подхода связывается с отсутствием недостатков обслуживания, что способствует достижению высокого уровня качества обслуживания. Качество гостиничных услуг соответствует общим особенностям нематериального производства и характеризуется следующими

чертами: неосвязаемость, неспособность к хранению, изменчивость в соблюдении качественных показателей.

Гостиничные услуги главным образом неосязаемы, поскольку не определяют получение материальных благ. Неосвязаемость услуг делает невозможным оценку качества до момента их потребления. Качество возможно оценить только после получения услуги. Такие характеристики затрудняют потребление гостиничных услуг клиентами и продвижение услуг на рынок.

Управление качеством услуг в гостиничных предприятиях осуществляется посредством внешнего и внутреннего контроля.

Внешний контроль основывается на государственных стандартах, закрепленных в законодательной, нормативно-технической базе и международных стандартах деятельности в сфере гостиничного бизнеса. Здесь важную роль играет процесс реализации стандартов в форме сертификации, лицензирования, а также осуществление контроля негосударственными профильными организациями, союзами, ассоциациями, корпорациями, предприятиями, которые сотрудничают с отелями в создании гостиничного и туристического продукта. Также внешний контроль качества осуществляется и потребителями гостиничных услуг.

Внутренний контроль осуществляется администрацией гостиничного предприятия и связывается с управлением качеством организации, технологии, функционального взаимодействия, материально-технического обеспечения, общим уровнем комфорта.

Качество гостиничных услуг должно соответствовать установленным стандартам. Форма и содержание стандартов является критерием качественного обслуживания. Критерий оценки качества гостиничных услуг для клиента – это степень его удовлетворенности, т. е. соответствие полученного ожидаемому. Критерий удовлетворенности клиента – это желание повторно посетить и порекомендовать отель и привлечь в отель больше клиентов среди знакомых и родных.

На качество обслуживания в гостиницах влияют следующие факторы:

- материально-техническая база (удобная планировка и качественное оформление помещений, мебелировка, качество белья, современные телекоммуникации и пр.);
- технология обслуживания;
- высокий профессионализм и компетентность обслуживающего персонала.

Управление качеством обслуживания предусматривает разработку и внедрение стандартов качества обслуживания, обучение персонала, контроль, корректировку, совершенствование обслуживания путем разработки эффективной организационной структуры управления.

Управление качеством предполагает наличие управленческих систем в гостинице, контролирующих организацию и предложение услуг:

- 1) система подбора персонала и его обучения. Администрация отеля должна организовать кадровую службу, которая обеспечивает подбор

работников, обладающих необходимыми знаниями, имеющих навыки оказания услуг высокого качества, постоянно контролирует повышение квалификации персонала;

2) система контроля качества, стандартизации предлагаемых услуг. При разработке стандартов обслуживания в гостиницах владельцы и менеджеры должны четко определить цель стандартизации. Стандарты должны быть гибкими, соответствовать требованиям и пожеланиям клиентов;

3) система контроля степени удовлетворенности клиентов предполагает анализ жалоб и предложений клиентов, сравнение качества услуг конкурентов с качеством собственного предложения услуг.

Таким образом, эффективное управление качеством услуг в гостиницах предусматривает создание системы стратегического планирования, повышение качества услуг, соблюдение норм стандартов обслуживания, системы контроля предлагаемых услуг.

Эффективное управление качеством в гостиницах должно учитывать:

- эффективные маркетинговые исследования;
- внедрение отраслевого стандарта обслуживания;
- разработку технологии производственных процессов;
- введение квалификационных требований к работникам;
- использование нормативов труда;
- вознаграждение и мотивацию труда;
- наличие корпоративной культуры.

Маркетинговые исследования в отелях – это сложная система изучения рынка, позиций гостиничного предприятия на рынке, формирование спроса, выявление путей удовлетворения потребностей клиентов.

Введение отраслевого стандарта обеспечивает контроль системы качества, постоянный характер предлагаемых услуг, единый подход в системе оценки качества услуг гостиничными предприятиями и потребителями, непрерывный процесс профессиональной подготовки персонала. Внутренний стандарт в гостиничном предприятии идентифицирует его торговую марку и укрепляет позиции предприятия в соответствующих сегментах рынка.

Корпоративные стандарты отражают предыдущий опыт управления качеством на предприятии, идентифицируют специализацию отеля, развитие потребительского спроса на гостиничные услуги, их специфические свойства и конкурентные преимущества. Сегодня каждый известный международный бренд имеет свой корпоративный стандарт, который тщательно соблюдается независимо от страны расположения отеля, национальной или международной системы классификации отелей в этой стране. Известные мировые гостиничные корпорации сегодня имеют сложившуюся корпоративную культуру – систему ценностей и убеждений, коллективное сознание, менталитет организации, которого придерживаются все работники. Корпоративная культура определяет поведение работников гостиницы, их взаимоотношения с клиентами, руководителями, поставщиками, другими задействованными в бизнесе категориями работников. Корпоративная

культура среди работников создает чувство преданности организации, стремление достичь поставленных целей.

Важной составляющей корпоративной культуры является система Всеобщего управления качеством (TQM), ориентирована на удовлетворение спроса клиентов. Основу TQM формируют следующие принципы:

1) ориентация на потребителя. Гостиничное предприятие должно предусмотреть текущие и перспективные потребности своих клиентов, выполнять их пожелания и пытаться превзойти их ожидания;

2) лидерство руководителя. Руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности организации. Они должны создавать и поддерживать внутреннюю культуру, обеспечивать полное вовлечение персонала отеля в решение задач организации;

3) привлечение работников. Персонал всех уровней составляет основу организации, полное вовлечение приводит к полному использованию их способностей;

4) подход к системе качества как к процессу. Цели гостиничного предприятия достигаются значительно быстрее, когда деятельность и управление ресурсами осуществляется как процесс;

5) системный подход к управлению. Управление качеством эффективно в случае всестороннего понимания проблем и эффективного менеджмента взаимосвязанных процессов как системы повышения эффективности организации при достижении ее целей;

б) постоянное повышение результатов деятельности организации – в целом необходимо рассматривать как главную, неизменную цель гостиничного предприятия.

Главные требования качественного обслуживания к персоналу в гостиничных предприятиях:

– вежливость – персонал должен быть любезным, приветливым, внимательным по отношению к клиентам;

– компетентность – независимо от должностных обязанностей персонал должен обладать необходимыми знаниями и навыками, полученными в процессе профессионального обучения и стажировки;

– коммуникабельность – быстрая реакция персонала и выполнение в кратчайшие сроки пожеланий клиентов;

– понимание темперамента клиента – обслуживающий персонал гостиниц должен понимать особенности психологии каждого клиента;

– гостиничные предприятия и гостиничные услуги должны быть безопасными для жизни и здоровья клиента, комфортными, персонал должен вызывать доверие у клиента;

– доступность – гостиничные услуги должны быть доступны в нужное время и нужном месте в необходимом объеме.

Расходы на повышение качества обслуживания являются вкладом на перспективу, выражающимся в привлечении новых и удержании постоянных клиентов. На привлечение нового клиента предприятие несет в пять раз больше затрат, чем расходы на удержание постоянного клиента путем

предоставления качественного обслуживания. Ведь постоянный клиент не влечет расходов на маркетинг, и при условии удовлетворения от обслуживания осуществляет бесплатную рекламу гостиничного предприятия.

Управление качеством услуг в гостиничной сфере является одной из важнейших составляющих механизма управления – способом организации деятельности гостиничного предприятия. Управление качеством услуг охватывает корректировки отношений между участниками процесса предоставления услуг, между предприятием и потребителями услуг, формами и методами воздействия на процесс производства и реализации услуг, организационной структурой управления и условиями стимулирования персонала. Управление качеством гостиничных услуг должно сосредотачиваться на выработке управленческих решений и осуществлении комплекса управленческих действий по созданию, предоставлению и планированию услуг высокого уровня и неизменного качества.

Система управления качеством гостиничных услуг рассматривается как своеобразный механизм управленческих отношений, сформированный из следующих элементов:

- 1) законов управления качеством, т. е. из существенных периодически повторяющихся взаимосвязей между элементами системы управления качеством, которые обеспечивают ее функционирование и целостность;
- 2) объекта управления качеством (структурных подразделений в предприятиях гостиничного хозяйства, руководителей среднего и низового уровней управления и подчиненного им персонала);
- 3) предмета управления качеством – гостиничной услуги или комплекса услуг, предоставляемого предприятиями размещения;
- 4) факторов управления качеством (на что направлена деятельность в области качества для достижения определенных целей);
- 5) функций и методов управления качеством – конкретных форм и способов целенаправленного воздействия органов управления качеством на интересы и условия жизнедеятельности работников гостиницы;
- 6) информации – совокупности данных для принятия управленческих решений относительно качества услуг;
- 7) методики – установленного способа деятельности и инструментария воздействия субъекта управления качеством на объект (планов, технологий, решений, норм и нормативов, форм материального и морального стимулирования);
- 8) организационной структуры – обязанностей, полномочий и взаимоотношений, представленных в виде схемы, по которой гостиничное предприятие выполняет свои функции, то есть из внутреннего строения

системы качества, отражающей разделение труда в гостинице и специфику выполнения конкретных функций и методов деятельности в области качества;

9) технических средств сбора, обработки и хранения информации, технологии выполнения работ, которые повышают производительность и эффективность управленческого труда в области качества;

10) кадров управления качеством – руководителей, специалистов, вспомогательного персонала.

Целью управления качеством гостиничных услуг является совершенствование форм и методов процесса управления, направленного на улучшение качества и обеспечение устойчивого конкурентного статуса предприятия. Для достижения этой цели администрация гостиничных предприятий должна обеспечить организацию всех органов управления и подразделений гостиницы, скоординированную на создание системы управления качеством.

Управление качеством услуг должно предусматривать изучение рынка услуг гостеприимства, проведение маркетинговых исследований, согласно которым улучшение качества гостиничных услуг должно осуществляться в соответствии с потребностями потребителей.

Выделяют следующие *принципы управления качеством* на основе внедрения системы качества:

– ответственность руководства за формирование политики в области качества услуг и обеспечение удовлетворения потребностей потребителей;

– для внедрения системы качества и выполнения определенных задач в области качества руководство должно обеспечить необходимые ресурсы (квалифицированные трудовые и материально-технические ресурсы);

– гостиничное предприятие для осуществления процесса предоставления услуг должно разработать, документально оформить, внедрить и обеспечить действенность системы качества для реализации поставленных задач;

– между потребителями гостиничных услуг и сотрудниками отеля должно быть налажено эффективное взаимодействие, ориентированное на улучшение процесса управления качеством услуг и структуры системы качества.

Процесс управления качеством услуг гостиничного предприятия охватывает стратегию реализации качества, определяет основные направления и цели отеля в области качества, официально утвержденные руководством с учетом требований потребителей, целей в области качества, методов их выполнения, роли персонала в реализации стратегии, имиджа отеля и др.

Стратегия гостиничного предприятия в области качества может быть осуществлена путем последовательной реализации краткосрочных или долгосрочных целей и предусматривать: улучшение экономических показателей функционирования гостиницы, достижение высокого уровня качества услуг по уровню ведущих отелей, ориентирование на удовлетворение потребностей определенных категорий потребителей или сегментов рынка, развитие и улучшение качества дополнительных услуг.

Основой формирования стратегии гостиничного предприятия в области качества является законодательная и нормативно техническая база в сфере стандартизации и сертификации. Средством реализации стратегии качества является система качества, согласно которой осуществляется планирование качества, оперативное управление качеством, улучшение качества.

Планирование качества – деятельность руководителей гостиницы по определению целей и требований к качеству услуг. Применение элементов системы качества охватывает планирование качества услуг, планирование управленческой и исполнительской деятельности, подготовку программ качества.

Оперативное управление качеством – это совокупность методов и видов деятельности, применяемых для выполнения установленных требований к качеству с целью текущего управления процессами в области качества и устранения краткосрочных причин неэффективного управления качеством обслуживания.

Обеспечение качества – это плановые и систематически выполняемые в рамках системы качества виды деятельности, необходимые для соблюдения требований к качеству услуг.

Улучшение качества услуг отеля – это деятельность гостиницы по повышению эффективности процессов с целью получения прибыли предприятием и пользы (выгод) для потребителей гостиничных услуг.

В гостиничных предприятиях для реализации процесса управления качеством необходимо разрабатывать, документально оформлять, внедрять и поддерживать в рабочем состоянии систему качества, разрабатывать методику по определению требований для осуществления всех связанных с предоставлением услуг процессов.

Современные системы управления качеством охватывают все этапы жизненного цикла гостиничной услуги. Начиная с маркетинговых исследований и завершая контролем и оценкой степени удовлетворения потребителей после пребывания в отеле. Актуальность парадигмы, согласно которой качество должно быть главной составляющей всех этапов жизненного цикла услуги, и только услуга гарантирует устойчивые рыночные позиции,

обусловила изменения в практической деятельности гостиничных предприятий по обеспечению качества.

В стандартах ИСО 9000 процессуальный подход по внедрению системы менеджмента качества является определяющим фактором в механизме управления качеством гостиничных услуг. На основе процессуального подхода в системе качества выделяются две группы процессов: основные и вспомогательные. Первую группу охватывают процессы создания и реализации гостиничных услуг (бизнес-процессы). Вторую группу составляют процессы менеджмента и процессы обеспечения.

В опыте функционирования гостиничных предприятий все проблемы управления качеством сводятся к определению функций, которые должен выполнять субъект управления в процессе управления качеством. Для рациональной организации управления качеством в гостинице решающее значение имеет выявление объема, структуры и характера функций. Изучение функций управления качеством позволяет определить объем функций, выполняемых субъектами и объектами управления в гостиничном предприятии, определить структуру управления, провести распределение функций между органами управления, эффективно организовать сам процесс управления. Таким образом, функции управления способствуют формированию системы управления качеством услуг как структуры и ее организации как процесса.

Сущность функций анализируется с таких позиций:

- 1) функция управления качеством услуг – это вид управленческой деятельности;
- 2) функция управления качеством услуг – результат специализации управленческой деятельности;
- 3) функция управления является основой осуществления управления.

Управление качеством услуг является видом управленческой деятельности, который возник вследствие углубления разделения труда и специализации функций управления предприятием. Функция управления качеством услуг должна действовать на всех стадиях жизненного цикла услуги. При реализации функция управления проходит несколько этапов: принятие решения, осуществление управленческого влияния, сбор, обработка и передача информации.

Специфические функции управления качеством услуг характеризуют отдельные стороны управленческой деятельности и отражают влияние управленческой системы на отдельную часть объекта управления. Специфические функции изменяются под влиянием инноваций на рынке (совершенствование управления качеством с использованием

автоматизированной обработки информации), углубления специализации, управления сертификацией, сертификации системы качества, прогнозирования потребностей и уровня качества услуг, анализа и исследования операций в области качества, планирования совершенствования качества услуг, организации системы маркетинговых исследований, технико-экономического анализа улучшения качества.

Стандартизация качества услуг гостиничных предприятий

Одним из основных методов государственного контроля качества услуг является их стандартизация. Стандартизация является наиболее весомым способом управления, устанавливает нормы и правила, сформулированные в виде нормативного документа.

Стандарт – это нормативно-технический документ, определяющий комплекс норм, правил, требований к качеству гостиничных услуг, утвержденный компетентным органом стандартизации. Стандарты устанавливают порядок и методы планирования повышения качества обслуживания на всех этапах гостевого цикла, определяют требования относительно средств и методов контроля и оценки качества обслуживания. Государственный стандарт качества гостиничных услуг отражает межгосударственные, отраслевые стандарты, стандарты качества отдельных гостиничных корпораций.

Главная целевая установка систем качественного обслуживания направлена на соответствие стандартам ИСО 9000, на межгосударственном уровне определяющих требования по качеству.

Согласно межгосударственным стандартам ИСО 9000, для обеспечения качества необходимо следующее:

- соответствующая материальная база гостиничного предприятия;
- квалифицированный персонал, высокопроизводительно выполняющий профессиональные обязанности;
- рационально обоснованная организационно-функциональная структура и четкое управление предприятием в целом и управление качеством обслуживания частности.

Материальная база и квалифицированный персонал формируют основу высококачественных услуг, а организация и управление предприятием определяют реализацию возможностей материальной базы и человеческого фактора.

Стандарты ИСО 9000 определили единый межгосударственный подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между гостиничным предприятием и клиентами. Нормы межгосударственного ИСО 9000 дают посетителю право

активно влиять на качество гостиничных услуг, обеспечивают законодательную базу, предполагают активную роль клиента в процессе обслуживания.

Нормы межгосударственных стандартов обуславливают необходимость обоснования управленческих решений, систем планирования. Особое значение придается качеству обслуживания, непосредственно связанному с производством гостиничных услуг – контролю качественного обслуживания технологических процессов, своевременному выявлению нарушений качества услуг.

Сегодня для эффективного обслуживания в гостиницах система качественного обслуживания, соответствующая стандартам ИСО 9000, и сертификат соответствия ее требованиям – необходимое условие позиционирования гостиничных предприятий на рынке.

Литература рекомендуемая

1. Горенбургов, М. А. Экономика ресторанного бизнеса : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению «Гостин. дело» (квалификация «бакалавр») / М. А. Горенбургов ; Балт. акад. туризма и предпринимательства. – М. : Академия, 2012. – 234 с.

2. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

3. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб.-практ. пособие / Н. И. Кабушкин ; Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск : [БГЭУ], 2007. – 411 с.

4. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учеб. и практикум / С. В. Карпова ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2017. – 297 с.

5. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.

6. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 07 дек. 1998 г., № 218-З : в ред. от 05.01.2015 г., № 231-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

2. Инструкции о порядке классификации объектов общественного питания по типам и классам [Электронный ресурс] : утв. постановлением М-ва торговли Респ. Беларусь, 29 июля 2014 г., № 29 // КонсультантПлюс.

Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

3. Национальная система подтверждения соответствия Республики Беларусь. Порядок сертификации услуг гостиниц : ТКП 5.3.02-2007 (03220) (Взамен ТКП 5.3.02-2004 (04100)) : введ. 28.01.2008. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2004. – 38 с.

4. Нормативы численности руководителей, специалистов, служащих, рабочих гостиничного хозяйства и работников общественного питания [Электронный ресурс] : письмо М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва Респ. Беларусь, 24 сент. 2004 г., № 12 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 16 янв. 2009 г., № 1 : в ред. от 21.02.2014 г., № 3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

6. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2014 г., № 128-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

7. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2002 г., № 90-З : в ред. от 04.01.2014 г., № 106-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

8. О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 2 июня 2006 г., № 371 : в ред. от 11.06.2012 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

9. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З : принят Палатой представителей 10 нояб. 1999 г. : одобр. Советом Респ. 18 нояб. 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.07.2016 г., № 410-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

10. Об утверждении правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 07 апр. 2006 г., № 471 : с изм. и доп. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 53. – 5/22163.

11. Об утверждении Правил гостиничного обслуживания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 апр. 2006 г., № 471 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

12. Об утверждении Правил проживания в гостиницах Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление М-ва жилищ.-коммун. хоз-ва

Респ. Беларусь, 17 мая 2006 г., № 23 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

13. Перечень продукции, услуг, персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь : утв. постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров Респ. Беларусь, 30.07.2004 г., № 35. – Минск : БелГИИС, 2004. – 65 с.

14. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц : ГОСТ 28681.4-9 : введ. 01.07.2001. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 2000. – 18 с.

15. Услуги населению. Термины и определения : ГОСТ 30335-95 : введ. 01.03.1999. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации : Гос. ком. стандартизации и сертификации Респ. Беларусь, 1999. – 8 с.