

Copyright © 2019 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2019, 13(3): 321-329

www.vestnik.sutr.ru



UDC 338.2

Formation of an Independent Assessment System for the Quality of Tourism Services

Michael A. Morozov^{a, *}, Natalia S. Morozova^b

^a Plekhanov Russian University of Economics, Russian Federation

^b Russian New University, Russian Federation

Abstract

The article deals with the features of assessing the quality of services in the tourism sector, describes approaches to assessing the quality of tourism services from the point of view of the producer and consumer, considers factors affecting the quality of services in tourism. The main indicators of the quality of services provided for in the national standard, as well as the main approaches used to assess the quality of tourist services are considered. The proposal on the creation of a working group to conduct an independent assessment of the services of organizations engaged in tourism activities under the Public Council of Rostourism is justified. The criteria for assessing the quality of tourist services are highlighted: openness and accessibility of information about the organization engaged in tourist activities, the comfort of the conditions for the provision of services and the availability of their receipt, satisfaction with the quality of the provision of services, etc. A set of basic indicative indicators is proposed, which should be used for an independent assessment of the quality of tourist services.

Keywords: tourism, tourism activities, the quality of tourism services, a system of quality indicators, an independent assessment of the quality of services.

1. Введение

Повышение качества услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность на территории Российской Федерации, выступает в качестве одного из факторов, определяющих конкурентоспособность национального туристского продукта. С учетом того, что для многих российских регионов туризм становится драйвером социально-экономического развития, вопросы обеспечения качества предоставляемых туристских услуг являются крайне важными и актуальными на всех уровнях управления туризмом.

Вопросы повышения качества предоставляемых в Российской Федерации туристских услуг выступают как ключевые факторы развития индустрии туризма, что нашло отражение во многих документах, в том числе, в государственной программе Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013-2020 годы», «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» и других.

2. Материалы и методы

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных учёных в области стандартизации и качества услуг, нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы качества продукции и услуг. Исследования в области качества услуг проводятся как зарубежными (Kapiki, 2012;

* Corresponding author

E-mail addresses: mmorozov@bk.ru (M.A. Morozov), sks@rosnou.ru (N.S. Morozova)

Vajčnerová et al., 2014; Rosário Mira et al., 2019), так и российскими учеными (Коржнева, 2007; Окрепилов, 2015; Салимова, 2015). Наиболее полный библиометрический обзор литературных источников по исследованию вопросов качества в сфере туризма проведен в работе (Garrigos-Simon et al., 2019). Увеличение в последние годы количества научных трудов, посвященных тематике качества услуг в туризме и гостеприимстве, подчеркивает важность этих вопросов.

В работе использованы общенаучные методы, включая анализ, синтез, сравнение и обобщение, которые позволили выявить ключевые подходы к оценке качества и предложить набор ключевых индикаторов для оценки качества туристских услуг.

3. Обсуждение

Качество выступает решающим конкурентным преимуществом предприятий туристской индустрии. Оно также является определяющим фактором при принятии решений о повторном посещении дестинации и непосредственно влияет на формирование возвратных туристских потоков. Качество туристских услуг имеет определяющее значение для развития въездного туризма, является ключевым инструментом повышения конкурентоспособности национального туристского продукта. Обеспечение постоянного повышения качества туристских услуг должно быть непрерывным процессом, подчиненным единой стратегии развития туристской деятельности в Российской Федерации. Задачи повышения качества предоставляемых туристских услуг находят отражение как в программных документах развития туризма в России, так и в региональных туристских стратегиях и программах.

В соответствии с классической теорией управления качество услуг следует рассматривать как с позиций производителя, так и потребителя (Белобрагин и др., 2017).

Качество производителя часто называют техническим качеством, т.к. оно характеризуется определенными технико-экономическими показателями оказываемых услуг, например, техническими характеристиками горнолыжных трасс, снаряжения и т.п. Оценка качества осуществляется в соответствии с утвержденными нормативными документами (ГОСТ, ТУ, стандартами организации и пр.). Например, в сфере туризма существует несколько десятков ГОСТов, регламентирующих туристские услуги, включая проектирование туристских услуг, обеспечение безопасности туристов и др. Таким образом, качество производителя статистически измеримо и его можно контролировать в соответствии с действующими нормативными документами.

Качество потребителя рассматривается как потребительная стоимость, т.е. как способность туристской услуги удовлетворять определенные требования потребителя-туриста. Потребительское качество носит более субъективный характер, чем техническое, и может быть оценено с помощью опросов потребителей.

Качество туристских услуг представляет собой совокупность параметров технического качества и качества услуги с точки зрения потребителя-туриста. Для оценки каждой составляющей можно сформировать свой набор ключевых показателей, характеризующих качество предоставляемых туристских услуг. При этом туристские услуги в максимальной степени должны только соответствовать потребностям туристов. В связи с тем, что качество оказания туристских услуг непосредственно зависит от профессионализма персонала и благоприятного корпоративного климата, система управления качеством услуг должна быть построена таким образом, чтобы гарантировать высокое качество обслуживания потребителя и хорошие межличностные отношения обслуживающего персонала.

Система управления качеством в сфере туризма должна создаваться на всех уровнях, включая макро-, мезо- и микроуровень туристской деятельности. За счет систематического контроля за качеством туристских услуг она должна обеспечивать их высокий уровень качества. Управление качеством услуг в сфере туризма осуществляется с помощью взаимосвязанной системы экономических, организационных, технических и других мероприятий в процессе реализации всех бизнес-процессов предприятия туристской индустрии.

4. Результаты

Для формирования системы показателей, характеризующих качество туристских услуг, были проанализированы основанные факторы, определяющие качество услуг в туризме.

Качество услуг в туризме зависит от ряда факторов, к которым относятся:

- факторы технического характера, включая технологические, метрологические и др.,
- факторы экономического характера, в число которых входят финансовые, нормативные, материальные и др.,
- факторы социального характера, в том числе организационные, правовые, кадровые и др.

Показатели качества туристских услуг рассматриваются как количественные характеристики определенных свойств услуги, важных с точки зрения обеспечения ее качества (Коржнева и др., 2007).

К важным показателям качества туристской услуги следует отнести следующие показатели:

- уровень квалификации персонала,
- надежность исполнения услуги (доверие, что туристские ожидания будут выполнены и достигнуты желаемые результаты путешествия);
- время и скорость обслуживания потребителя.

Основная классификация показателей качества услуг закреплена в государственном стандарте ГОСТ Р 52113-2014 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг». Согласно этому стандарту выделяют следующие показатели качества услуг:

- показатели назначения, включая показатели применения, показатели совместимости, показатели качества предприятия, специфические показатели,
- показатели безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан, для окружающей среды,
- показатели надежности, включая надежность результата услуги, стойкость результата услуги к внешним воздействиям, надежность предоставления услуги,
- показатели профессионального уровня персонала, в том числе, профессиональная подготовка и квалификация, способность к руководящей деятельности, профессиональная этика поведения.

Ценность туристского продукта определяется тем, как соотносятся ожидания туриста и полученные в процессе путешествия впечатления, ощущения и результаты (Морозов и др., 2015). Реальную ценность туристского продукта можно оценить только после того как он попадет на туристский рынок и будет востребован и потреблен туристами. На реальную ценность туристского продукта влияют множество факторов, в том числе, уверенность потребителя в изготовителе туристского продукта (туроператоре, поставщиках услуг), доверие к качеству туристского продукта, опыт, информация, полученная от других потребителей, цена и др. Важное значение имеет информационная обеспеченность услуги, включая доступность информации с мобильных устройств (Морозов и др., 2015).

Туристские услуги имеют высокую экономическую и социальную значимость для национальной экономики, вносят прямой и косвенный вклад в социально-экономическое развитие как страны в целом, так и отдельных регионов, обеспечивают повышение качества жизни населения.

Система управления качеством услуг на предприятиях туристской индустрии дает возможность не только проводить контроль качества обслуживания, но также является основой для анализа и принятия управленческих решений в туризме. Кроме этого, благодаря оценке качества туристских услуг обеспечивается обратная связь между производителем и потребителем, что в условиях высокой конкуренции выступает одним из ключевых факторов бизнес-успеха.

Для оценки качества туристской услуги применимы следующие подходы:

- разработка собственной методики оценки качества туристских услуг предприятием туристской индустрии,
- использование сравнения туристской услуги с качеством некоторого образца (туристского продукта), принятого за эталон,
- с использованием международных и национальных стандартов.

Таким образом, качество туристской услуги можно оценить как степень ее соответствия общепринятым требованиям или стандартам. О качестве туристской деятельности судят, в первую очередь, по качеству туристских услуг, которые определяются классификацией и стандартизацией.

Независимая оценка качества услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность, может проводиться как по инициативе самой организации, так и по

инициативе органов исполнительной власти и местного самоуправления, а также при поддержке общественных организаций.

В настоящее время к числу таких оценок относятся:

- проверки со стороны общественности, организуемые Общественным советом Ростуризма;
- внешний аудит, осуществляемый по обращению организаций, осуществляющих туристскую деятельность, в экспертную организацию;
- добровольная сертификация услуг, предоставляемых организацией, осуществляющей туристскую деятельность;
- добровольная сертификация персонала организации, осуществляющей туристскую деятельность;
- независимая оценка квалификаций персонала организации, осуществляющей туристскую деятельность, проводимая на соответствие требованиям профессиональных стандартов;
- профессиональные конкурсы организаций, осуществляющих туристскую деятельность;
- государственный контроль и надзор за потенциально опасной продукцией, производимой для нужд туристской индустрии (туристское снаряжение, техническое оборудование, транспортные средства и др.).

При Общественном совете Ростуризма целесообразно создать рабочую группу по проведению независимой оценки услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность. Члены рабочей группы определяют условия проведения оценки, экспертов проверки и особенности подведения итогов оценки. На официальном сайте Федерального агентства по туризму предлагается создать раздел «Независимая оценка качества предоставления туристских услуг», который позволит обеспечить участников процесса предоставления туристских услуг объективной информацией о практической деятельности организаций, осуществляющих туристскую деятельность, составе и структуре услуг, их качестве.

Для проведения независимой оценки качества услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность, предлагается использовать ряд критериев и показателей, приведенных в [Таблице 1](#).

Таблица 1. Показатели, характеризующие критерии оценки качества услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность

№ п/п	Критерии оценки качества туристских услуг	Показатели	Источник информации
1.	Открытость и доступность информации об организации, осуществляющей туристскую деятельность на территории Российской Федерации	Доступность и актуальность информации о деятельности организации, осуществляющей туристскую деятельность, размещенной на официальном сайте	Изучение мнения получателей услуг и анализ сайта организации, осуществляющей туристскую деятельность
		Наличие информации о деятельности организации, осуществляющей туристскую деятельность (туроператоре), на сайте Ростуризма	
		Полнота и актуальность информационного сопровождения организации, информирование о новых услугах и мероприятиях организации, осуществляющей туристскую деятельность	

		Сохранение возможности навигации по сайту при отключении графических элементов оформления сайта, карты сайта. Наличие независимой системы учета посещений сайта. Наличие встроенной системы контекстного поиска по сайту. Бесплатность, доступность информации на сайте. Дата и время размещения информации. Доступ к разделу «Независимая оценка качества предоставления туристских услуг» должен быть обеспечен не более чем за 2 перехода по сайту с использованием меню навигации	Изучение и анализ сайта организации, осуществляющей туристскую деятельность
2.	Время ожидания предоставления услуги	Соблюдение организацией, осуществляющей туристскую деятельность, режима работы Соблюдение установленных (заявленных) сроков предоставления услуг организацией, осуществляющей туристскую деятельность Удобство процедуры покупки (бронирования) туристских услуг Простота и удобство информационного сопровождения (электронного каталога) организации, осуществляющей туристскую деятельность	Изучение мнения получателей туристских услуг
3.	Комфортность условий предоставления услуг и доступности их получения	Наличие дополнительных услуг и доступность их получения Качество и содержание полиграфических материалов организации, осуществляющей туристскую деятельность (каталогов, буклетов, флаеров и др.) Удобство пользования электронными сервисами, предоставляемыми организацией, осуществляющей туристскую деятельность, в том числе с помощью мобильных устройств и мобильных приложений Доступность услуг для лиц с ограниченными возможностями здоровья Комфортность условий пребывания в организации, осуществляющей туристскую деятельность Доля получателей услуг, удовлетворенных качеством предоставляемых услуг, от общего числа опрошенных получателей услуг Доля получателей услуг, которые готовы рекомендовать организацию, осуществляющую туристскую деятельность, родственникам и знакомым, от общего числа опрошенных получателей услуг	Изучение мнения получателей туристских услуг

		Доля получателей услуг, удовлетворенных компетентностью работников организации, осуществляющей туристскую деятельность, от общего числа опрошенных получателей услуг	
		Стоимость дополнительных услуг (ксерокопирование документов и т.п.)	
		Транспортная (пешая) доступность организации, осуществляющей туристскую деятельность	
		Перечень услуг, предоставляемых организацией, осуществляющей туристскую деятельность. Ограничения по ассортименту услуг, ограничения по потребителям услуг. Дополнительные услуги, предоставляемые организацией. Услуги, предоставляемые на платной основе. Стоимость услуг.	
		Уровень комфортности пребывания в организации, осуществляющей туристскую деятельность (места для ожидания, чистота помещений и т.п.)	
4.	Удовлетворенность качеством оказания услуг организацией, осуществляющей туристскую деятельность	Удовлетворенность качеством и содержанием рекламно-информационных полиграфических материалов организации, осуществляющей туристскую деятельность	Изучение мнения получателей туристских услуг
		Удобство графика работы организации, осуществляющей туристскую деятельность	
		Удовлетворенность материально-техническим обеспечением организации, осуществляющей туристскую деятельность	
		Удовлетворенность качеством и полнотой информации о деятельности организации, осуществляющей туристскую деятельность, размещенной на официальном сайте организации в сети «Интернет»	
		Общая удовлетворенность качеством оказания услуг организацией, осуществляющей туристскую деятельность	
5.	Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации	Компетентность персонала организации, осуществляющей туристскую деятельность	Изучение мнения получателей туристских услуг
		Доброжелательность и вежливость персонала организации, осуществляющей туристскую деятельность	

Применение и обобщение этих материалов позволит Общественной палате при Ростуризме вырабатывать аргументированные решения, которые возможно будет использовать для принятия объективных управленческих решений.

Внешний аудит качества осуществляется по инициативе самой организации, осуществляющей туристскую деятельность и желающей иметь объективное представление о качестве туристских услуг с привлечением экспертов-аудиторов, которые обладают необходимой компетентностью по оценке качества предоставляемых туристских услуг и от которых во многом зависит достоверность полученных результатов. В работах по внешнему аудиту принимают участие также технические эксперты, предоставляющие аудиторам специальные знания или опыт при оценке технической составляющей туристских услуг.

Задачей внешнего аудита качества является выявление объективных свидетельств, которые позволят установить несоответствия требований качества при оказании услуг. В ходе аудита устанавливается наличие действующей системы качества на предприятии туристской индустрии.

Руководству организации, осуществляющей туристскую деятельность, следует обеспечить непрерывный мониторинг и регулярный анализ среды организации. Этот анализ предполагает изучение потребностей и ожиданий потребителей, конкурентной ситуации, новых технологий, политических перемен, экономических прогнозов, социологических факторов, результативность и эффективность использования ресурсов, таких как знания, финансы, персонал и др.

Задачи мониторинга:

- оценка степени достижения установленных целей и целевых показателей по качеству предоставленных туристских услуг.

- информационное обеспечение принятия решений на основании результатов мониторинга.

Мероприятия мониторинга:

- сбор и обработка информации,

- анализ основных проблем обеспечения качества туристских услуг,

- совершенствование системы индикаторов качества туристских услуг.

Перечень показателей качества и эффективности организаций, осуществляющих туристскую деятельность, включает:

- наличие программ повышения качества предоставления туристских услуг,

- расходы организации, осуществляющей туристскую деятельность, связанные с повышением качества туристских услуг,

- количество обоснованных жалоб туристов на качество туристских услуг,

- количество рассмотренных жалоб и проведенных консультаций по вопросам защиты прав потребителей и принятия решений,

- отсутствие случаев нарушения законодательства в области туристской деятельности,

- наличие информационного сайта организации в информационно-коммуникационной сети Интернет и др.

Оценка результатов реализации мероприятий по повышению качества туристских услуг должна стать основой для выявления имеющихся слабых звеньев, неучтенных факторов, появившихся возможностей, положительного опыта с целью выработки в дальнейшем предложений по корректировке программы повышения качества туристских услуг организации, осуществляющей туристскую деятельность.

4. Заключение

Одним из элементов системы обеспечения качества туристских услуг является проведение независимой оценки качества услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность. Был предложен ряд критериев и показателей качества туристских услуг:

- открытость и доступность информации об организации, осуществляющей туристскую деятельность на территории Российской Федерации,

- комфортность условий предоставления услуг и доступности их получения,

- удовлетворенность качеством оказания услуг организации, осуществляющей туристскую деятельность,

- доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации и др.

Проведение независимой оценки качества туристских услуг позволит обеспечить объективность оценки качества со стороны потребителей и даст информацию для принятия эффективных управленческих решений в области повышения качества услуг.

Литература

Белобрагин и др., 2017 – Белобрагин В.Я., Зворыкина Т.И., Макеева Д.Р. Основы стандартизации. М., РИА «Стандарты и качество», 2017, 516 с.

Коржнева и др., 2007 – Коржнева Л.А., Зворыкина Т.И. Методический подход к мониторингу и оценке эффективности систем сертификации в сфере услуг. *Сервис plus*, 2007, 1: 35-47.

Морозов и др., 2015 – Морозов М.А., Морозова Н.С. Влияние мобильных приложений на развитие туристской индустрии. *Вестник Национальной академии туризма*, 2015, 4(36): 17-19.

Морозов и др., 2015 – Морозов М.А., Морозова Н.С. Формирование системы показателей для оценки эффективности деятельности регионов в сфере туризма. *Известия Сочинского государственного университета*, 2015, 2(35): 105-115.

Морозова и др., 2010 – Морозова Н.С., Морозов М.А. Предпринимательство и конкуренция в туризме. Монография. М.: РосНОУ, 2010, 136 с.

Окрепилов, 2015 – Окрепилов В.В. Управление качеством. М.: Экономика, 2015, 639 с.

Салимова, 2015 – Салимова Т.А. Управление качеством. Омега-Л, 2015, 315 с.

Garrigos-Simon et al., 2019 – Fernando J. Garrigos-Simon, Yeamduan Narangajavana-Kaosiri, Yeamdao Narangajavana. Quality in Tourism Literature: A Bibliometric Review. // *Sustainability*, 2019, 11(14): 3859. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11143859>

Капик, 2012 – Капик, Soultana. Quality Management in Tourism and Hospitality: An Exploratory Study among Tourism Stakeholders // *International Journal of Economic Practices and Theories*, Vol. 2, No. 2, April 2012. [Electronic resource]. URL: <https://ssrn.com/abstract=2150570>

Rosário Mira et al., 2019 – Maria do Rosário Mira, Andreia Moura, Lisete Mónico, Zélia Breda. The Economic Dimension of Quality in Tourism: Perceptions of Portuguese Public Decision Makers at the Local Level // *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2019, Vol. 20: 273-295.

Vajčnerová et al., 2014 – Ida Vajčnerová, Pavel Žiaran, Kateřina Ryglová, Ivan Andráško. Quality management of the tourist destination in the context of visitors' satisfaction // *Procedia Economics and Finance*, 2014, Vol. 12: 718-724.

References

Belobragin i dr., 2017 - Belobragin V.Ya., Zvorykina T.I., Makeeva D.R. (2017). Osnovy standartizacii [The basics of standardization]. M., RIA, Standards and Quality, 516 p. [in Russian]

Garrigos-Simon et al., 2019 – Fernando J. Garrigos-Simon, Yeamduan Narangajavana-Kaosiri, Yeamdao Narangajavana (2019). Quality in Tourism Literature: A Bibliometric Review. *Sustainability*, 11(14): 3859. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11143859>

Капик, 2012 – Капик, Soultana (2012). Quality Management in Tourism and Hospitality: An Exploratory Study among Tourism Stakeholders. *International Journal of Economic Practices and Theories*, Vol. 2, No. 2, April 2012. [Electronic resource]. URL: <https://ssrn.com/abstract=2150570>

Korzheva i dr., 2007 – Korzhneva L.A., Zvorykina T.I. (2007). Metodicheskij podhod k monitoringu i ocnke effektivnosti sistem sertifikacii v sfere uslug [Methodological approach to monitoring and evaluating the effectiveness of certification systems in the service sector]. *Service plus*, 1: 35-47. [in Russian]

Morozov i dr., 2015 – Morozov M.A., Morozova N.S. (2015). Formirovanie sistemy pokazatelej dlya ocenki effektivnosti deyatelnosti regionov v sfere turizma [Formation of a system of indicators for assessing the effectiveness of the regions in tourism]. *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2(35): 105-115. [in Russian]

Morozov i dr., 2015 – Morozov M.A., Morozova N.S. (2015). Vliyanie mobil'nyh prilozhenij na razvitie turistskoj industrii [The impact of mobile applications on the development of the tourism industry]. *Vestnik Natsional'noi akademii turizm*, 4(36): 17-19. [in Russian]

Morozova i dr., 2010 – Morozova N.S., Morozov M.A. (2010). Predprinimatel'stvo i konkurenciya v turizme [Entrepreneurship and competition in tourism]. Monograph. M.: RosNOU, 136 p. [in Russian]

Okrepilov, 2015 – Okrepilov V.V. (2015). Upravlenie kachestvom [Quality control]. M.: Economy, 639 p. [in Russian]

Rosário Mira et al., 2019 – Maria do Rosário Mira, Andreia Moura, Lisete Mónico, Zélia Breda (2019). The Economic Dimension of Quality in Tourism: Perceptions of Portuguese Public Decision Makers at the Local Level. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol. 20: 273-295.

Salimova, 2015 – Salimova T.A. (2015). Upravlenie kachestvom [Quality control]. Omega-L, 315 p. [in Russian]

Vajčnerová et al., 2014 – Ida Vajčnerová, Pavel Žiaran, Kateřina Ryglová, Ivan Andráško (2014). Quality management of the tourist destination in the context of visitors' satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 12: 718-724.

УДК 338.2

Формирование системы независимой оценки качества услуг в сфере туризма

Михаил Анатольевич Морозов ^a, Наталья Степановна Морозова ^{b,*}

^a Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова, Российская Федерация

^b Российский новый университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассмотрены особенности оценки качества услуг в сфере туризма, описаны подходы к оценке качества туристских услуг с точки зрения производителя и потребителя, рассмотрены факторы, влияющие на качество услуг в туризме. Рассмотрены основные показатели качества услуг, предусмотренные в национальном стандарте, а также основные подходы, применяемые для оценки качества туристских услуг. Обосновано предложение о создании рабочей группы по проведению независимой оценки услуг организаций, осуществляющих туристскую деятельность при Общественном совете Ростуризма. Выделены критерии оценки качества туристских услуг: открытость и доступность информации об организации, осуществляющей туристскую деятельность, комфортность условий предоставления услуг и доступности их получения, удовлетворенность качеством оказания услуг и др. Предложен состав основных индикативных показателей, которые целесообразно использовать для независимой оценки качества туристских услуг.

Ключевые слова: туризм, туристская деятельность, качество туристских услуг, система показателей качества, независимая оценка качества услуг.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: mmorozov@bk.ru (М.А. Морозов), sks@rosnou.ru (Н.С. Морозова)