

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALY IN SERVICE ACTIVITIES

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-7

Морозова Н. С.¹
Савватеева Н. В.²

Организационно-экономический механизм повышения
качества услуг в сфере туризма
в условиях новой нормальности

АНО ВО «Российский новый университет»,
ул. Радио, 22, Москва 105005, Россия

¹*e-mail: sks@rosnou.ru*

²*e-mail: savanadya@yandex.ru*

*Статья поступила 16 мая 2022 г.; принята 01 июля 2022 г.;
опубликована 30 сентября 2022 г.*

Аннотация. Последние годы оказались чрезвычайно сложными для индустрии туризма с точки зрения влияния на него пандемии COVID-19. Резкое снижение туристских потоков привело к кризису туристской индустрии. Так называемые условия новой нормальности выступили катализатором формирования повышенных требований к безопасности туристских услуг. В настоящее время понятие качества туристских услуг практически стало синонимом их безопасности. Для восстановления международного и национального туризма необходимы огромные усилия, связанные с обеспечением безопасности предоставляемых туристских услуг и повышением их качества. В связи с этим особую актуальность приобретают инструменты повышения качества туристских услуг в условиях новой нормальности (реальности). При восстановлении и дальнейшем развитии туризма основной проблемой выступает разработка механизмов повышения качества предоставляемых туристских продуктов и услуг. В процессе проведения исследования был использован системный подход и показано, что высокое качество и безопасность туристских продуктов и услуг должно быть обеспечено на всех уровнях управления туризмом. В статье определены и разработаны ключевые инструменты, которые могут выступить драйвером повышения качества туристских услуг в условиях новой нормальности. Была разработана и обоснована схема организационно-экономического механизма повышения качества туристских услуг с учетом специфических условий новой нормальности, подробно описаны его функции. Предложенный организационно-экономический механизм будет способствовать повышению качества туристских услуг и восстановлению туристской индустрии.

Ключевые слова: туризм; кризис; пандемия; качество туристских услуг; новая нормальность

Для цитирования: Морозова Н. С., Савватеева Н. В. Организационно-экономический механизм повышения качества услуг в сфере туризма в услови-

ях новой нормальности // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (3). С. 78-87. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-7

UDC 338.48

Natalia S. Morozova¹
Nadezhda V. Savvateeva²

**Organizational and economic mechanism for improving
the quality of tourism services in the new normal**

Russian New University,
22, Radio St., Moscow 105005, Russia

¹e-mail: sks@rosnou.ru

²e-mail: savanadya@yandex.ru

Abstract. Recent years have been extremely challenging for the tourism industry in terms of the impact of the COVID-19 pandemic. A sharp decline in tourist flows has led to a crisis in the tourism industry. The so-called conditions of the new normality acted as a catalyst for the formation of increased requirements for the safety of tourist services. At present, the concept of the quality of tourist services has practically become synonymous with their safety. To restore international and national tourism, huge efforts are needed to ensure the safety of the provided tourist services and improve their quality. In this regard, tools to improve the quality of tourist services in the new normal (reality) are of particular relevance. With the restoration and further development of tourism, the main problem is the development of mechanisms to improve the quality of tourism products and services provided. In the course of the study, a systematic approach was used and it was shown that the high quality and safety of tourist products and services should be ensured at all levels of tourism management. The article identifies and develops key tools that can act as a driver for improving the quality of tourism services in the new normal. A scheme of the organizational and economic mechanism for improving the quality of tourist services was developed and substantiated, taking into account the specific conditions of the new normal, and its functions are described in detail. The proposed organizational and economic mechanism will help improve the quality of tourism services and restore the tourism industry.

Keywords: tourism; crisis; pandemic; quality of tourist services; new normal

For citation: Morozova N. S., Savvateeva N. V. (2022), "Organizational and economic mechanism for improving the quality of tourism services in the new normal", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8 (3), pp. 78-87. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-3-0-7

Введение (Introduction). Сфера туризма имеет важное значение в социально-экономической деятельности многих стран, однако пандемия COVID-19 крайне негативно отразилась на индустрии туризма и гостеприимства. Международный туризм практически перестал развиваться и достиг своего минимума за последние годы. По данным UNWTO, в 2020 году количество международных прибытий упало

на 74% и составило всего 381 миллион прибытий по сравнению с 1,5 миллиардами международных прибытий в 2019 году, а потери международного туризма составили 1,3 триллиона долларов¹. Пандемия также негативно повлияла на въездной ту-

¹ Tourism in pre-pandemic times [Электронный ресурс] <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

ристский поток, который в 2019 году достиг своего максимального значения 24419 тысяч въездных туристских поездок иностранных граждан, однако в 2020 году составил всего 6359 тысяч поездок, в 2021 году – 7079,8 тысяч поездок².

Восстановление и дальнейшее развитие индустрии туризма возможно только в том случае, если туристские услуги будут соответствовать современным требованиям качества, включая их безопасность и достаточное коммуникативно-информационное сопровождение (Савватеева, 2022). Это определило актуальность проведенного исследования в области разработки современных инструментов повышения качества туристских услуг.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования являлось изучение качества туристских услуг как ключевого фактора развития туризма в условиях новой нормальности и разработка предложений по формированию организационно-экономического механизма повышения качества услуг в сфере туризма.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Методология исследования базируется на системном подходе к изучению понятия качества туристских услуг, также были использованы научные методы анализа и синтеза информации о системах менеджмента качества и их применении в индустрии туризма.

Изучению качества туристских услуг посвящены работы Г.А. Булатовой (Булатова, 2021), И.А. Гришиной и М.В. Мальцевой (Гришина, Мальцева, 2021), А.А. Намаконовой, В.А. Чернова (Намаконова, Чернов, 2021), С.А. Петровой, Г.Н. Григорьянца, И.А. Ясинской, Ю.А. Алексенцевой (Петрова, Григорьянц, Ясинская, Алексенцева, 2021) и других авторов.

Понятие качества туристских услуг представляет собой сложную категорию и рассматривается как степень соответствия

заранее установленным требованиям как со стороны производителя услуг, так и со стороны потребителя-туриста. В отличие от материальных товаров туристские услуги обладают рядом специфических черт, включая их неосвязаемость, неразрывность производства и потребления и другие, что затрудняет оценку их качества (Морозов, Морозова, 2019).

Для обеспечения качества туристских продуктов и услуг необходим комплексный подход к разработке системы менеджмента качества на макро-, мезо- и микроуровнях управления туристской системой. Кроме того, необходимо учитывать общегосударственный подход в области политики управления качеством (Пурьжова, Кашпаров, Бердиев, 2022). Качество туристских услуг непосредственно влияет на конкурентоспособность как самого туристского продукта, так и туристской дестинации. Критерий качества туристских услуг и привлекательности туристской дестинации является решающим фактором и конкурентным преимуществом при планировании путешествия (Morozov, Morozova, Belyanskiy, Belyanskay, Yudina, 2017).

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Система управления качеством услуг предполагает внедрение организационно-экономического механизма, позволяющего своевременно воздействовать на параметры качества предоставляемых туристских услуг, предупреждать возможные несоответствия установленным требованиям и своевременно устранять их.

Организационно-экономический механизм повышения качества туристских услуг представляет собой совокупность правовых, экономических, административных и организационных методов воздействия на различных уровнях управления туризмом. В его структуру целесообразно включить организационно-управленческий, правовой, экономический, информационный, экологический

² Число въездных туристских поездок [Электронный ресурс] <https://rosstat.gov.ru/folder/23457>

блоки, которые соответствуют основным принципам устойчивого развития туризма.

Организационно-экономический механизм повышения качества услуг в условиях новой нормальности должен учитывать принципы устойчивого развития туризма, которые предусматривают соблюдение баланса интересов существующего и будущих поколений, туристов, местного населения, бизнеса, государства и всех стейкхолдеров, заинтересованных в развитии туризма, баланс между экономическим ростом туристских дестинаций, социальным развитием и сохранением окружающей среды, что обеспечивает так называемую экологическую устойчивость.

Основные направления устойчивого развития туристских дестинаций и повышения качества предоставляемых услуг следующие:

- повышение эффективности туристской деятельности в туристских дестинациях за счет рационального использования туристских ресурсов и инфраструктуры с целью формирования качественного туристского продукта;

- совершенствование туристской инфраструктуры, которой могут пользоваться не только путешественники, но и местные жители, что обеспечивает социальную составляющую устойчивого туризма;

- обеспечение экологической ответственности предпринимательских структур при осуществлении туристской деятельности.

В связи с тем, что повышение качества туристских услуг должно обеспечиваться на макро-, мезо- и микроуровнях управления туризмом, организационно-экономический механизм повышения качества туристских услуг должен предусматривать повышение качества на уровне туристской индустрии страны, туристской дестинации, предприятий туристской индустрии. Предлагаемый организационно-

экономический механизм повышения качества туристских услуг в условиях новой нормальности представлен на рисунке.

В рамках организационно-управленческого блока на различных уровнях следует:

- на макроуровне необходимо разработать профессиональные стандарты в сфере туризма с учетом обслуживания туристов в условиях новой нормальности, создать национальную систему обеспечения качества туристских услуг, включая безопасность туристов;

- на мезоуровне следует сформировать систему обеспечения качества туристских услуг с учетом региональных особенностей и развиваемых видов туризма;

- на микроуровне следует разрабатывать и внедрять систему менеджмента качества туристских услуг на уровне предприятий туристской индустрии, совершенствовать мотивацию персонала к повышению качества туристских услуг.

Блок правового обеспечения качества услуг в сфере туризма на макроуровне включает законодательные и нормативные акты, включая международные и национальные стандарты и ГОСТы в сфере качества и туризма, национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», «Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», на мезоуровне – региональные нормативные и правовые акты и программы развития туризма, на микроуровне – внутренние нормативные акты обеспечения качества туристских услуг, включая корпоративные стандарты обслуживания и др.

Экономический блок включает различные меры поддержки индустрии туризма на федеральном, региональном и местном уровнях управления, меры экономического стимулирования повышения качества туристских услуг на уровне предприятий туристской индустрии.

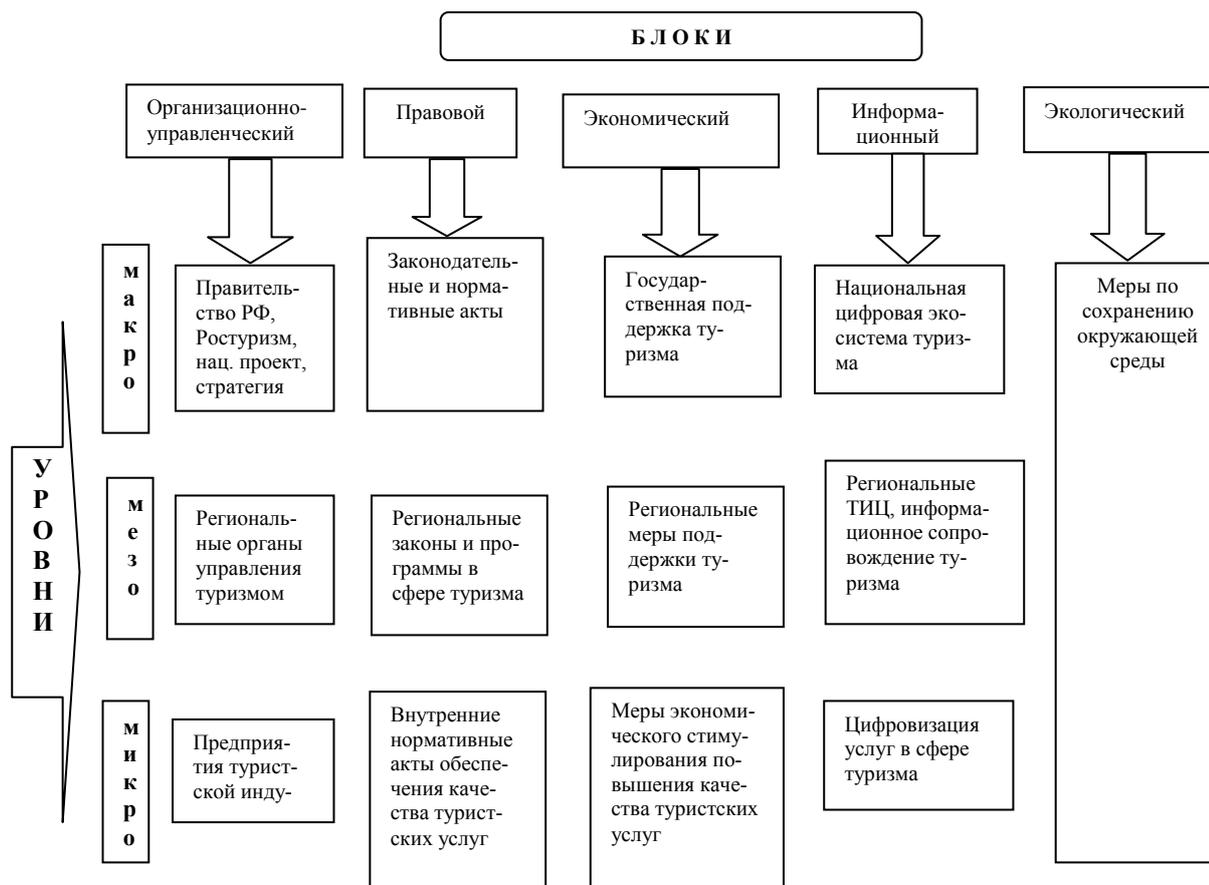


Рис. Организационно-экономический механизм повышения качества туристских услуг в условиях новой нормальности
Fig. Organizational and economic mechanism for improving the quality of tourism services in the new normal

Информационный блок обеспечения качества услуг в сфере туризма имеет особую значимость в связи с глобальной цифровизацией, сменой поколений и появлением так называемых цифровых туристов. На мегауровне повышение качества информационно-коммуникационного обеспечения услуг в сфере туризма может быть обеспечено за счет создания национальной цифровой туристской экосистемы, в которой должна быть представлена необходимая для путешественников информация и соответствующие сервисы. На региональном уровне информационное обеспечение туристской деятельности обеспечивается туристско-информационными центрами (ТИЦ). Повышение качества услуг туризма на уровне предприятий индустрии туризма

реализуется за счет внедрения цифровых технологий во все бизнес-процессы обслуживания туристов.

Экологический блок обеспечения качества туристских услуг непосредственно связан с концепцией устойчивого развития туризма в части сохранения окружающей среды, минимизации вредного воздействия на экологию в процессе осуществления предпринимательской деятельности и т.п.

Санитарно-эпидемиологическая безопасность туристских услуг в условиях пандемии и их информационное обеспечение является важным фактором, формирующим необходимый уровень качества услуг. Особое внимание безопасности должно быть уделено в рамках организации детского туризма (Морозов, 2004). Для

обеспечения высокого качества туристских услуг необходимы как мероприятия регуляторного характера со стороны административных органов управления туризмом, так и усилия самих предприятий туристской индустрии. В 2021 году Ростуризм усилил контроль за качеством туристских и гостиничных услуг путем создания специальной комиссии, которая рассматривает жалобы и обращения туристов и направляет эту информацию в профильные инстанции для ликвидации выявленных недостатков.

Для обеспечения качества и безопасности предоставляемых туристских услуг в условиях пандемии Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) в 2020 году были разработаны основные требования к организации безопасных путешествий и оформлены в виде протоколов безопасного туризма (Safe Travels) (Морозов, Морозова, 2020). Для описания современной ситуации в мире в связи с пандемией был использован термин новая нормальность (реальность). В этих протоколах предусмотрены требования, обеспечивающие безопасность путешественников и работников предприятий, оказывающих услуги. Признание и соблюдение этих протоколов позволяют сформировать доверие потенциальных путешественников к индустрии туризма, которая заботится о безопасности путешествий.

В нашей стране также стали применять стандарты Safe Travels, в частности, в Санкт-Петербурге разработали специальные знаки безопасного города «Петербургское гостеприимство», которые присваиваются организациям, выполняющим требования протоколов безопасных путешествий. В России официальным амбассадором программы безопасных путешествий Safe Travels с 2021 года является Ассоциация «Мир без границ». Восстановление туристской индустрии после разрушительного воздействия на нее пандемии COVID-19 непосредственно связано с повышением качества туристских услуг с точки зрения обеспечения их санитарно-

эпидемиологической безопасности. В этих условиях необходимо завоевывать доверие потенциального путешественника и вселить в него уверенность, что предоставляемые туристские услуги будут для него безопасны. В связи с этим в российском туризме необходимо расширять круг предприятий туристской индустрии, которые имеют знаки безопасного туризма «Safe Travels», что будет способствовать повышению качества туристских услуг и обеспечению их конкурентоспособности.

С точки зрения качества туристских услуг обеспечение безопасного путешествия является ключевым конкурентным преимуществом в условиях новой нормальности. С этих позиций при формировании критериев качества туристских услуг в условиях новой нормальности в перечень обязательных параметров предлагается включить наличие у организаций, оказывающих услуги, знака Safe Travels.

Кроме того, в связи с кардинальными изменениями в сфере туризма, связанными с активным внедрением в индустрию туризма цифровизации и сменой поколений, особое значение приобретает информационно-коммуникационное обеспечение деятельности предприятий туристской индустрии (Морозов, 2020). Ограничения туристской мобильности в период пандемии активизировали деятельность по информационному продвижению туристских направлений с перспективой привлечения туристских потоков в постпандемийный период. В связи этим туристские направления должны совершенствовать цифровое информационное сопровождение российских и иностранных туристов, приезжающих в destination, с целью более полного их информирования по всем вопросам безопасных путешествий, что также повысит качество туристских услуг.

В результате проведения исследования были сформулированы функции организационно-экономического механизма повышения качества туристских услуг в условиях новой нормальности, представленные в таблице.

Таблица

Функции организационно-экономического механизма повышения качества услуг в сфере туризма в условиях новой нормальности

Table

Functions of the organizational and economic mechanism for improving the quality of services in the field of tourism in the context of a new normal

Блок организационно-экономического механизма	Уровень управления туризмом	Функции
Организационно-управленческий	макро	Разработка национальных проектов и стратегий в сфере туризма с учетом повышения качества туристских услуг Создание национальной системы управления качеством туристских услуг Организация и проведение конкурсов по качеству в сфере индустрии туризма
	мезо	Разработка региональных программ и проектов развития туризма с учетом повышения качества туристских услуг Создание эффективной системы управления качеством туристских услуг на региональном уровне Организация и проведение мероприятий по повышению качества туристских услуг, включая региональные конкурсы по качеству и т.п.
	микро	Разработка и внедрение системы менеджмента качества туристских услуг на уровне предприятий туристской индустрии Совершенствование системы управления персоналом и мотивации персонала к повышению качества туристских услуг Организация мероприятий по повышению компетенций персонала в области качества туристских услуг
Правовой	макро	Разработка и совершенствование нормативных правовых актов в области повышения качества туристских услуг Разработка и совершенствование профессиональных стандартов в области туризма с учетом обеспечения качества туристских услуг
	мезо	Региональные нормативные правовые акты в области обеспечения качества туристских услуг
	микро	Разработка внутренних нормативных актов в сфере обеспечения качества туристских услуг Разработка и актуализация корпоративных стандартов обслуживания
Экономический	макро	Обеспечение устойчивого развития туристской индустрии с учетом повышения качества туристских

Блок организационно-экономического механизма	Уровень управления туризмом	Функции
		продуктов и услуг Разработка и реализация экономических мероприятий, направленных на поддержку индустрии туризма
	мезо	Создание условий для устойчивого развития региональной туристской индустрии и повышение качества туристских услуг Разработка и реализация региональных мер, направленных на поддержку индустрии туризма
	микро	Обеспечение устойчивой экономической деятельности предприятий туристской индустрии с учетом повышения качества туристских продуктов и услуг
Информационный	макро	Разработка и реализация национальной цифровой экосистемы туризма
	мезо	Разработка и внедрение проектов по совершенствованию регионального информационно-коммуникационного обеспечения туристской деятельности Совершенствование деятельности туристско-информационных центров (ТИЦ)
	микро	Цифровизация бизнес-процессов предприятия туристской индустрии с целью повышения качества предоставляемых туристских услуг
Экологический	все уровни	Разработка и реализация мер по сохранению окружающей среды в процессе осуществления туристской деятельности Снижение негативного воздействия на экологию в процессе оказания туристских услуг Обеспечение санитарно-эпидемиологической безопасности туристских услуг

В рамках предлагаемого организационно-экономического механизма повышения качества туристских услуг в условиях новой нормальности функции всех блоков этого механизма должны быть синхронизированы для обеспечения максимально эффективной работы и повышения конкурентоспособного качества туристских услуг.

Заключение (Conclusions). В условиях новой нормальности особое значение при обеспечении качества туристских услуг приобретает их безопасность, которая стала одним из ключевых параметров качества услуг. Необходимость соблюде-

ния требований санитарно-эпидемиологического контроля при оказании туристских услуг приводит к изменению многих бизнес-процессов предприятий туристской индустрии. Широкое распространение получили цифровые технологии, внедряемые в индустрию туризма и обеспечивающие в ряде случаев возможность бесконтактного обслуживания.

При обеспечении качества и конкурентоспособности туристских услуг необходимо ориентироваться не только на уже существующие потребности туристов, но и следует учитывать прогнозные потребности путешественников, а также появление

новой категории цифровых туристов. Выявление новых тенденций и потребностей путешественников позволило сформулировать и решить стратегические задачи повышения качества туристских услуг и обосновать структуру организационно-экономического механизма повышения качества услуг.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Булатова Г.А. Управление качеством туристских услуг в регионе // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2021. № 13. С. 30-37.

Гришина И.А., Мальцева М.В. Потребительская лояльность как индикатор качества обслуживания в сфере туризма // Стандарты и качество. 2021. № 7. С. 106-109.

Морозов М. В России у детского туризма социальный статус // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2004. № 1. С. 26-30.

Морозов М.М. Антикризисный менеджмент в индустрии туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т. 6. № 4. С. 19-27.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях // Стандарты и качество. 2020. № 8. С.104–108.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Экономика туризма. Сер. 68 Профессиональное образование (5-е изд., испр. и доп). М., Юрайт, 2019. – 291 с.

Намаконова А.А., Чернов В.А. Улучшение качества предоставляемых услуг на туристских предприятиях как фактор повышения конкурентоспособности // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2021. Т. 2. С. 418-422.

Петрова С.А., Григорьянц Г.Н., Ясинская И.А., Алексенцева Ю.А. Независимая оценка качества услуг как инструмент анализа достижения национальных целей развития // Социально-трудовые исследования. 2021. № 3 (44). С. 99-114.

Пурьжова Л. В., Кашпаров Д. В., Бердиев Р. Основные подходы к формированию государственной политики в области качества // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. Т. 8. № 1. С. 72-80.

Савватеева Н.В. Обеспечение качества туристских услуг на примере Китайской Народной Республики // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2022. № 1. С. 90-95.

Morozov M.A., Morozova N.S., Belyanskiy V., Belyanskaya O., Yudina T. Tourism development of Russian territories: competitiveness, effectiveness and sustainability// Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. Т. 8. № 4 (20). Pp. 875-881.

References

Bulatova, G.A. (2021), "Management of the quality of tourist services in the region", *Nauka i turizm: strategii vzaimodejstviya*, 13, pp. 30-37.

Grishina, I.A. and Mal'tseva, M.V. (2021), "Consumer loyalty as an indicator of service quality in the field of tourism", *Standarty i kachestvo*, 7, pp.106-109.

Morozov, M. (2004), "In Russia, children's tourism has a social status", *Turizm: praktika, problemy, perspektivy*, 1, pp. 26-30.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2019), *Ekonomika turizma* [The economics of tourism]. Ser. 68 Professional'noe obrazovanie (5-e izd., ispr. i dop). Yurajt, Moscow, Russia.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2020), "New requirements for the quality of tourist services in modern realities", *Standarty i kachestvo*, 8, pp. 104–108.

Morozov, M.A., Morozova, N.S., Belyanskiy, V., Belyanskaya, O. and Yudina T. (2017), "Tourism development of Russian territories: competitiveness, effectiveness and sustainability". *Journal of Environmental Management and Tourism*, Vol. 8, 4 (20), pp. 875-881.

Morozov, M.M. (2020), "Anti-crisis management in the tourism industry", *Nauchnyj rezultat. Tekhnologii biznesa i servisa*, 6 (4), pp. 19-27.

Namakonova, A.A. and Chernov, V.A. (2021), "Improving the quality of services provided by tourist businesses as a factor in increasing competitiveness", *Nauchno-tekhnicheskoe i ekonomicheskoe sotrudnichestvo stran ATR v XXI veke*, 2, pp. 418-422.

Petrova, S.A., Grigor'yants, G.N., Yasin-skaya, I.A. and Aleksentseva, Yu.A. (2021), "Independent assessment of the quality of services as a tool for analyzing the achievement of national development goals", *Sotsial'no-trudovye issledovaniya*, 3 (44), pp. 99-114.

Puryzhova, L. V., Kashparov, D. V. and Berdiev R. (2022), "Basic approaches to the formation of state policy in the field of quality", *Nauchny rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa*, T. 8, 1, pp. 72-80.

Savvateeva N.V. (2022), "Ensuring the quality of tourist services on the example of the People's Republic of China", *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek i obshchestvo*, 1, pp. 90-95.

Данные об авторах

Морозова Наталья Степановна, доктор экономических наук, профессор научный руководитель института бизнес-технологий Российского нового университета

Савватеева Надежда Викторовна, аспирант института бизнес-технологий Российского нового университета

Information about the authors

Natalya S. Morozova, Doctor of Economics, Professor, Scientific Supervisor at the Institute of Business Technologies, Russian New University

Nadezhda V. Savvateeva, Postgraduate Student, Institute of Business Technologies, Russian New University