

Р. И. Зинурова, Г. Р. Хамидуллина, А. А. Заседова

КАЧЕСТВО – НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СПОРТА В ТАТАРСТАНЕ*Ключевые слова: туризм, спорт, управление качеством, качество, Республика Татарстан.**В статье определены особенности управления качеством услуг предприятия сферы спорта и туризма в целом, а также в Республике Татарстан в частности. Описано состояние туризма на сегодняшний день. Выявлены сильные и слабые стороны, факторы, влияющие на развитие туризма и спорта, пути решения.**Keywords: tourism, sport, quality management, quality, Tatarstan.**The article defines the quality management of services of the enterprise of sphere of sport and tourism in General, and the Republic of Tatarstan, in particular. Describes the condition of tourism today. Identified strengths and weaknesses, factors influencing development of tourism and sports, solutions.*

Управление качеством в сфере туризма и спорта – актуальная тема на сегодняшний день, так как сейчас, число желающих отдохнуть на просторах различных стран возрастает с каждым днем. Увеличиваются клиенты и вместе с тем, их потребности также возрастают. Сейчас существует множество турагентств, помогающих отправиться туда, куда захочет любой человек. В связи с этим растет конкуренция среди турагентств и туроператоров.

Качество – совокупность свойств, в данном случае, услуг, вызывающих чувство удовлетворенности потребителя.

Качество обслуживания – важная часть туристической сферы деятельности. Качество – потребительская ценность услуг и предполагается высоко оценивать качественные услуги, но нужно знать, что не всегда высоко оцененные услуги являются в полной мере качественными. Правильно для потребителей то, что качественные услуги можно получить за умеренную цену и можно ничего качественного не получить за очень высокую. Качество услуги – это и форма представления, ее уровень зависит от степени совпадения клиента о реальном и желаемом обслуживании в туристическом бизнесе [1].

До сих пор не разработаны единые критерии, способы и методы оценки качества, включая перечень в содержание показателей [17] услуг, в частности туристических.

Управление качеством помогает туристическому бизнесу держать свой авторитет, не обманывать доверие клиентов, оправдывать свой статус и положение. Ведь если под видом серьезной надежной организации будет та, которая не следит за своей деятельностью, не улучшает свою работу, недовольный клиент еще и уведет с собой 10 таких же и так по цепочке. Туристический бизнес имеет огромную прибыль, увеличивая качество оказания услуг, эта прибыль все растет и растет, сфера гостеприимства развивается. В России, например, построилось большое количество гостиниц и спортивных комплексов из-за спроса на туристические услуги. Такие события, как Универсиада 2013 года, Олимпиада 2014 года благотворно повлияли на ситуацию в стране. Сегодня в России открывается все больше

спортивных клубов различной целевой и клиентской направленности. Каждый человек со средним доходом может удовлетворить свой спрос на спортивно-оздоровительные услуги и как таковых сейчас становится все больше и больше! Люди все больше и больше интересуются спортом, причем многие профессионально, гости со всего мира посещают нашу страну, тем самым увеличивая приток туристов, строятся новые комплексы, залы.

В условиях рынка и конкуренции все большее значение приобретает аспект качества спортивной услуги. Однако качество услуги может быть оценено только после того, как услуга будет оказана и в деятельности предприятия на первый план выдвигается обеспечение качества услуги.

Для того чтобы понять, что это, качество туристского продукта, ниже приведены понятия:

- туристский продукт – результат труда туристических организаций;
 - туристский продукт – любой вид туристских услуг;
 - туристская услуга – результат деятельности организации по удовлетворению потребностей туриста [2].
- Туристские услуги:
- услуги туроператора по организации внутреннего туризма;
 - услуги туроператора по организации выездного туризма;
 - услуги туроператора по организации въездного туризма;
 - услуги турагента;
 - отдельные услуги туроператора и турагента;
 - услуги при самостоятельном туризме;
 - экскурсионные услуги.

Качество услуг складывается из следующего (рис. 1).

На качество туристского обслуживания влияют следующие факторы:

- политика государства в области туризма;
- гибкость системы управления;
- вложения;
- природные условия;
- психологические;
- потребности туристов;
- имидж предприятия.

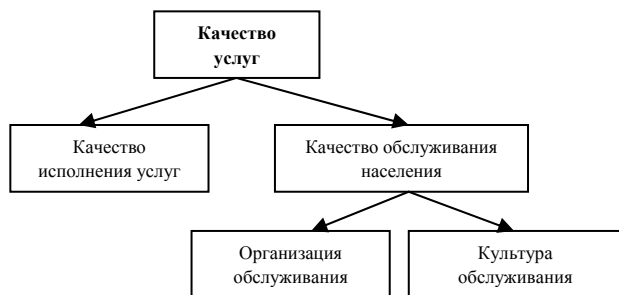


Рис. 1 - Качество услуг

Важно обеспечить людям безопасность при оказании услуги, безопасность жизни и сохранность имущества. Даже пропажа незначительной вещи в аэропорту или задержка багажа от объекта у человека радость от предстоящей поездки.

В сфере гостеприимства качество – правильно подобранные потребности клиентов, правильно оказанные услуги и постоянство [3].

При рассмотрении принципов управления качеством в спортивной организации выделяют следующие управленческие функции: взаимодействие с внешней средой; политика и планирование качества; обучение и мотивация персонала; контроль качества; информация о качестве; разработка мероприятий; принятие решений.

В условиях экономики основным направлением политики должно быть опережение конкурентов в области качества спортивных услуг путем их постоянного совершенствования.

Контроль качества – основная функция в процессе управления качеством в спорте. Нужно искать недопущения, анализировать соответствие проводимых занятий, исправлять ошибки. Качество может быть оценено только тогда когда услуга будет оказана. Должна проводиться оценка качества, результатом которой является способность или неспособность объекта соответствовать определенным требованиям [4].

В России, к основным трудностям туризма можно отнести:

- недостаточная безопасность туризма;
- дорогой сервис;
- невысокое качество обслуживания;
- средства размещения мало где имеет доступность по цене;
- высокий износ материальных объектов.

Сфера туризма на современном этапе мирового хозяйства является наиболее прибыльной, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в 2007 году доля туризма составила 3,6%. Наиболее характерными тенденциями являются поиск новых туристских направлений, сокращение средней продолжительности туристских поездок, выбор средств размещения, также выбор оптимальных цен.

При проведении государственной политики туризма, национальные туристические администрации учитывают прогноз развития туризма в мире, составленный Всемирной организацией. Прогноз показывает, что мировые

туристские прибытия в период между 2000 и 2020 годами увеличатся более чем в два раза. К 2010 году их число должно превысить 1,0 млрд. человек, а к 2010 – составить 1,56 млрд. человек, из которых 1,18 млрд. человек будут путешествовать в пределах своих регионов. В данном прогнозе предполагается, что к 2020 году Россия займет девятое место в мире по количеству туристских посещений.

Туристский потенциал страны используется не в полной мере и создание условий для качественного отдыха на территории России как иностранных, так и российских граждан требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

К основным факторам, определяющим будущее туризма, нужно отнести конкуренцию, информационные технологии, авиаперевозки, политические условия развития. Конкуренция между странами и внутри региона растет не по дням, а по часам. Каждый старается продвинуть свой туристский продукт воздействием агрессивной рекламы и других маркетинговых ходов. Странам, стремящимся сохранить свою туристскую привлекательность, для того, чтобы сопротивляться давлению со стороны конкурентов, нужно стараться:

- сохранять баланс между ростом спроса и предложения;
- планировать развитие туризма;
- долгосрочные инвестиции.

В России на сегодняшний день туризм не занимает лидирующего положения, но развивается стабильно и прогрессивно. Основными чертами данного туристического рынка являются растущие потребности населения в знакомстве с образом жизни других регионов; насыщение многих направлений поездок; обострение конкуренции и т.д. [18].

Одно из лидирующих положений по динамике развития туристской индустрии России занимает Республика Татарстан. Например, в 2007 году ее посетило 896,6 тыс. туристов и порядка 500 тыс. экскурсантов. Большая часть их посещает Казань – столицу Татарстана. Каждый год поток туристов растет. На территории Татарстана поток туристов очень высок, так как здесь есть редкий потенциал для туристов, определяющийся:

- богатыми природными красотами;
- культурно-историческим наследием;
- разнообразным этнографическим составом;
- выгодным географическим положением.

Проблемы, характерные для современного состояния туризма в Татарстане можно описать следующим образом, проведя SWOT - анализ:

сильные стороны (преимущества):

- транспортная доступность;
- известность;
- культурно-исторический потенциал;
- выгодное географическое положение;
- разнообразие культур;
- наличие религиозных объектов разных конфессий;
- наличие баз размещения;

- разнообразие спортивных объектов;
- сезонное разнообразие;
- местная кухня;
- национальные праздники;
- наследие Универсиады-2013 и будущий Чемпионат мира по футболу-2018.

Слабые стороны (недостатки):

- недостаточно активное продвижение на мировых туристских рынках;
- нет разнообразия конкретного туристского продукта;
- нет условий для массового туристского потока;
- недостаточное количество туристского транспорта;
- соотношение цена-качество не соответствует принятым стандартам;
- неравномерное распределение туристского потока по сезонам;
- недостаточное использование ярмарочного, выставочного потенциала;
- инфраструктура бизнес-туризма не в полной мере отвечает мировым требованиям;
- слабая информированность населения о туристском потенциале;
- слабая подготовка персонала;
- недостаток статистики посетителей;
- не использование сети Интернет в целях рекламы.

Возможности:

- интерес к направлению, незнакомому для сегментов международного туризма;
- толерантность культур;
- развитие спортивного туризма;
- рост туроператоров.

Угрозы:

- медленные темпы развития туристской инфраструктуры;
- непонимание на уровне муниципальных образований значения туризма;
- нет планирования развития отрасли;
- слабая координация в развитии менеджмента регионального и локального уровней;
- слабое развитие государственно-частных партнерств в туристском бизнесе;
- слабый обмен информацией между участниками туристского рынка;
- недостаточное финансирование развития отрасли.

Туризм в Татарстане занимает лидирующее положение. В течение последних 5 лет темпы роста внутреннего туристского потока составили 12%. По числу обслуженных туристов республика является лидером по Приволжскому федеральному округу – 25%. Инфраструктура развивается, строятся гостиницы различных уровней обслуживания, развивается сеть объектов общественного питания, транспортная инфраструктура, в последние 5 лет построились многие спортивные, развлекательные комплексы.

Основная цель программы развития туризма в Татарстане заключается в формировании на

территории современной конкурентоспособной туристской базы.

Реализация стратегической цели программы развития требует достижения в краткосрочной перспективе следующих тактических целей, выполнение которых необходимо для использования туристского потенциала Республики Татарстан:

- увеличение времени пребывания туристов в республике за счет внедрения принципов устойчивого развития туризма, увеличение продолжительности туристского сезона;

- развитие вилл туризма;

- создание структуры, дающей энергию последующему ее развитию, выделив для этого определенные компетентные территории.

Нужно решить следующие задачи:

- создание условий для развития туристской отрасли;

- развитие инфраструктуры туризма;

- формирование конкурентоспособного регионального туристского продукта;

- повышение качества услуг;

- поддержка развития предпринимательства;

- проведение активной маркетинговой деятельности;

- создание условий для возрождения и создания новых туристских ресурсов;

- содействие развитию межрегиональных и международных туристских связей на основе взаимной выгоды [11].

Насчет обучения персонала можно сказать следующее: система образования меняется в лучшую сторону. Идет внедрение новых образовательных программ. Ведутся различные семинары, конгрессы, тренинги для обучения обслуживающего персонала. Например, перед проведением Универсиады, летом 2013 года, в Центре маркетинга проводились тренинги для обслуживающего персонала ресторанов, отелей, гостиниц для изучения необходимых английских фраз.

В плане развития инфраструктуры ведется кропотливый труд. Воссоздается древний город Болгар и острова Свияжск. Ведется большая работа по освоению территории туристско-оздоровительного парка «Камские поляны», создана концепция развития.

Хорошо себя зарекомендовала туристская программа «Три столицы России: Санкт-Петербург-Москва-Казань», которая направлена на привлечение туристов и в Казань.

На туристском рынке Татарстана действуют около 500 фирм, из них около 350 в Казани, на внутренний туризм работает около 80.

Работа организаций туризма в 2010 году была отмечена Национальной премией в области туризма им. Ю. Сенкевича. Лауреаты – Елабужский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник и туристский комплекс «Ривьера», дипломанты – Туристско-информационный центр г.Казани и директор

Казанского филиала Российской международной академии туризма К. Н. Пономарев.

Для Татарстана необходима комплексная программа развития сферы туризма. Потенциал огромный. Если финансирование будет на достаточном уровне, программа может в ближайшее время сделать отрасль туризма в самую доходную сферу услуг [5].

По плану, созданному для развития в Татарстане можно оптимально прослеживать состояние туризма. Мероприятия, которые должны были быть осуществлены:

- создание условий для развития туризма в республике;
- развитие материальной базы;
- формирование конкурентоспособного туристского продукта;
- обеспечение маркетинговой стратегии продвижения услуг;
- подготовка, повышение квалификации специалистов;
- научное обеспечение туристской деятельности.

Мероприятия по формированию конкурентоспособного республиканского туристского продукта включают в себя:

- развитие и совершенствование существующего республиканского туристского предложения в сфере:
- круизного туризма;
- культурно-познавательного туризма;
- лечебно-оздоровительного туризма и отдыха;

- бизнес-туризма;
- событийного туризма;
- паломнического туризма;
- самодельного туризма.

Нового туристский продукт:

- этнического туризма;
- охотничьего и рыболовного туризма;
- экологического туризма;
- экстремального туризма;
- сельского туризма;
- социального туризма [11].

Сейчас путешествовать по миру достаточно просто. Раньше это было что-то из ряда вон выходящее. Только богатые люди могли позволить себе эту роскошь. Сейчас же туристов можно встретить везде и самому оказаться туристом где угодно. Сейчас распространена работа в сфере туризма и спорта. В Татарстане можно увидеть предложения турагентов достаточно часто. Турагенты перекупают у туроператоров (которых не так уж и много) путевки и из-за этого уровень качества услуг не очень хорош.

В 2013 году Ростуризм возможно подпишет соглашение о сотрудничестве с Татарстаном, для использования последнего в качестве площадки для отработки инновационных проектов в сфере туризма. Это произойдет благодаря развитым IT – технологиям в республике. Новые подходы нужно уже отрабатывать, так как в 2018 году ожидается

проведение Чемпионата мира по футболу, болельщиков нужно будет размещать [6].

В Татарстане также действует долгосрочная целевая программа «Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2013-2016 годы». Согласно ей, к 2016 году туристов должно стать больше - до 2,3 млн. человек. Реализация этой программы позволит повысить конкурентоспособность туристского рынка РТ, удовлетворить потребности граждан в качественных туруслугах. Уже создаются туристско-рекреационных кластеров «Казань», «Древний город Болгар», «Остров-град Свияжск», «Свияга-лэнд», «Берега Елабуги», «Камские поляны» (туристско-оздоровительный парк), «Новая Тура» [7].



Рис. 2 - Схема работы туроператоров

Задача менеджмента туризма состоит не только в том, чтобы выявить эти общие тенденции и закономерности его развития, но и в том, чтобы найти его специфические особенности. Всегда необходимо помнить, что туризм – не волшебство, а серьезная и тяжелая работа тружеников этой сложной и многогранной, имеющей свою специфику, отрасли, особое содержание трудовых отношений. Туризм имеет ряд присущих только ему особенностей. Особенности туристской отрасли вытекают из специфических свойств услуг, предоставляемых туристскими предприятиями и организациями.

Специфика туристских услуг и их воздействие на менеджмент туристской организации. В соответствии с этим следует определить, как глубоко и в каком направлении должен развиваться управленческий инструмент, чтобы правильно решить те специфические проблемы, которые присущи туристским организациям.

Первая особенность туризма заключается в большой глубине его проникновения и сложности взаимосвязей между его составными элементами. [8]

Казань, находится на перекрестке Востока и Запада, республика является пересечением многих религий. Здесь есть Раифский Богородицкий мужской монастырь, историческая родина поволжских татар - Булгар, место паломничества мусульман, «Святой ключ» в Биляре – центр, где вместе уживаются язычество, христианство и мусульманство. В Казанско-Богородицком мужском монастыре находится икона Казанской Божьей матери, одной из самых почитаемых святынь. Поэтому Татарстан является местом паломничества многих верующих [13].

Летом 2013 года прошло грандиозное мероприятие, которое выдвинуло Татарстан в центр внимания всего мира. Студенты – спортсмены, туристы съехались летом в Казань – здесь проходила Универсиада. Инфраструктура Казани поднялась высоко, были построены многочисленные спорткомплексы и первый по величине в мире стадион. За все время подготовки к Универсиаде пропагандировался здоровый образ жизни, спорт, активное проведение своего времени. Сейчас молодежь очень активная и интересующаяся спортом. За время проведения игр в столицу съехалось неимоверное количество людей. Про Казань узнал весь мир. Туризм и спорт сейчас поднялся совсем на другой уровень.

Мощная инфраструктура, оставшаяся после Универсиады сейчас будет служить для международного проведения соревнований. Для обслуживания туристов открыли новый вокзал, новый аэропорт, увеличили штат сотрудников. Созданы все условия для принятия иностранных гостей в столицу. Также Универсиада для России считается генеральной репетицией игр в Сочи, куда также съедется весь мир. Спорт очень сильно развивается. От Универсиады в Казани остались противоречивые эмоции, новые спортивные объекты и дороги [9]. 27 мая 2011 г. был принят Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации № 469 «Об утверждении Порядка формирования и ведения Всероссийского реестра объектов спорта, предоставления сведений из него и внесения в него изменений», который предусматривает некоторые нововведения для большинства спортивных объектов Казани. Все объекты должны быть в реестре, чтобы по вопросам качества проблем не возникало, а можно было бы проводить различные соревнования. Спорт в республике выполняет свою роль – продвижение спортивного имиджа Татарстана, укрепление здоровья населения. В развитии спортивного туризма и спортивного ориентирования количество проведенных в Татарстане чемпионатов и первенств увеличилось на 10 % [10].

Управление качеством услуг в гостиничной сфере – одна из частей эффективного управления деятельностью туристического бизнеса. Элементы систем управления качеством гостиничных услуг:

- законы управления качеством;
- объект управления качеством- предприятие;
- предмет управления качеством – услуга;
- факторы управления качеством;
- функции методов управления качеством;
- информация;
- методика;
- организационная структура;
- технические средства сбора информации;
- кадры управления качеством.

Цель – совершенствование форм и методов процесса управления, которое направлено на улучшение качества. Должна быть целостная система качества, где руководители заинтересованы в организации скоординированных подразделений. Изучив потребности потребителей и рассмотрев состояние на рынке услуг, улучшение качества должно повышаться.

Принципы управления качеством на основе внедрения системы качества:

- ответственность руководства;
- материально-технические, трудовые ресурсы;
- документальное оформление;
- взаимодействие между потребителями и работниками гостиницы.

Основа формирования стратегии гостиничного предприятия – это законодательная и нормативно-техническая база в сфере стандартизации и сертификации. Средством реализации является система качества, по которой осуществляется планирование, управление, улучшение качества.

В стандартах ISO 9000 процессный подход к внедрению системы менеджмента качества является определяющим фактором. В опыте функционирования гостиничных предприятий все проблемы управления качеством сводятся к определению функций, которые должен выполнять субъект управления в процессе управления качеством. Функции управления качеством услуг характеризуют отдельные стороны управленческой деятельности, отражают влияние управленческой системы на часть управления. Функции изменяются в результате влияния внешнего рынка, сертификации системы, прогнозированию потребностей [12].

На рисунке 3 представлена схема управления качеством в гостиничном бизнесе. Входом являются функции управления, а выходом методы управления.

На официальном сайте Министерства туризма и спорта Республики Татарстан, можно увидеть кодекс гостеприимства, где написаны правильные слова.

Привлекательность города кроется за атмосферой, которую сами люди и создают. Количество памятников и достопримечательностей неважно.

Люди, которые профессионально занимаются туризмом, на самом деле мало. Действительно профессионалов немного. У

иностранцев складывается мнение о месте его пребывания по прохожим, недаром, когда видишь иностранца сразу узнаешь его по приветливому и улыбающемуся лицу. Поэтому каждый прохожий должен отвечать, быть с хорошим настроением, потому что он является лицом республики и как бы складывает некий имидж для своего родного места. Жители должны знать, что его родные и любимые места приносят пользу и доход. И многие страны держатся именно за счет туризма. Туризм делают люди и для людей.



Рис. 3 - Управление качеством в сфере гостеприимства

На сайте также есть ценности гостеприимства:

- готовность помочь, подсказать, ориентировать гостя;
- интерес к происходящему вокруг;
- улыбка и хорошее настроение;
- вежливость;
- забота о родном городе;
- вера в лучшее;
- сопереживание;
- развитие и стремление к новому;
- любовь и уважение к Родине.

Если взглянуть на эти ценности гостеприимства с угла оценки качества, то можно понять, что за счет этого качество как раз и повышается.

По прошедшей недавно коллегии по туризму можно отметить, что за несколько лет в Татарстане проведена большая и эффективная работа по организации и созданию транспортной, спортивной, гостиничной, туристической инфраструктуры.

За 2010-2012 средний прирост количества туристов составлял 14,8%. За 9 месяцев 2013 года количество выросло на 19%, чем за 9 месяцев 2012 года.

Члены коллегии считают, что Татарстан имеет огромные возможности для развития туризма, они заверяют, что работы по повышению качества и

количества инфраструктуры и условий для туризма будут продолжены и в последствие закреплены. Как раз такие ценности очень важны для всех, проживающих в республике, только жители способствуют повышению туристических работ. Туризм никто не бросит, потому что - это имидж страны, республики, города.

В преддверии Нового года, в Казань бронируются поездки, она входит в пятерку самых популярных городов для проведения новогодних каникул, наряду с Москвой и Петербургом.

Заседание Координационного совета по туризму прошло 11 ноября. Темой заседания стало обсуждение проекта «Стратегия развития туризма до 2020 года», разработанного Государственным университетом управления по поручению президента РФ. На сегодняшний момент в отрасли действует «Стратегия развития туризма до 2015 года», однако основная часть мероприятий в рамках данной стратегии уже выполнена и следует определить новые стратегические цели развития туризма на современном этапе. Задачами проекта являются развитие туристического комплекса, повышение качества и конкурентоспособности туристического продукта. Чтобы документ был эффективным, он должен носить межотраслевой и межведомственный характер. Также обсуждались на заседании вопросы стандартизации в сфере туризма. Сейчас в индустрии туризма действует 22 национальных стандарта. Стандарты разрабатываются, отражая потребности рынка [13].

В Татарстане сейчас работает более 600 предприятий туризма, из них 70 туроператоры, а в январе их было около 40. Благодаря Универсиаде, маркетинговый ход принес свои результаты. Однако, эффект от этого может быть потерян в случае отсутствия государственной поддержки.

Министерством уже разработана программа «Развитие физической культуры, спорта, туризма и повышение эффективности реализации молодежной политики на 2014-2020 годы». В результате реализации этой программы к 2020 году Республика Татарстан в сфере туризма сможет достигнуть увеличения туристских потоков, довести объем платных туристских услуг, оказываемых населению. Татарстан имеет большие возможности для развития самостоятельной туристической отрасли.

Узнаваемость Татарстану принесла Универсиада, однако под покровительством бывшего президента Минтимера Шаймиева в Болгаре и Свияжске ведутся огромные работы для привлечения туристов.

Сейчас придумываются оригинальные проекты, такие как например резиденция Кыш Бабая национального Деда Мороза. Для туристов, конечно, привлекательна не только Казань, но и другие города Татарстана, что немаловажно [14].

Современные международные стандарты охватывают все сферы жизни. Туризм и спорт – не исключение. Можно отметить особенности оказания услуги в сфере туризма:

- продажа туристской путевки носит экономический характер;

- потребитель осознает свою потребность в отдыхе и возможные последствия;
- услуга неосвязаема;
- качество поездки зависит от гида;
- услуга нацелена на процесс;
- услуга индивидуальна;
- услуга не автоматизирована;
- комплексность услуги.

Таким образом, качество туристского обслуживания состоит из свойств процессов, направленных на удовлетворение потребностей покупателей в момент их отдыха, организованного с учетом индивидуальных предпочтений. Поэтому получается, что основная цель системы управления качеством – удовлетворение индивидуальных потребностей туриста [15].

При рассмотрении качества услуг используются такие понятия как «соответствует - не соответствует», «хорошо – плохо», например «Качество обслуживания не соответствует требованиям международных стандартов». Нестандартизированные термины позволяют показать всю многогранность качественных характеристик в деятельности предприятий гостеприимства. Для предприятий гостеприимства решающее значение имеет то, что и как потенциальный потребитель принимает за качество на рынке услуг, то есть при рассмотрении понятия "качество" в центре внимания находится личность потребителя. Критические элементы являются сущностью индустрии гостеприимства. Эти факторы оказывают воздействие на поведение потребителя. Если предприятие хочет выжить в конкурентной борьбе, оно должно сделать все, чтобы предложить именно эти элементы обслуживания, например, чистота гостиничных номеров, общественных помещений, безопасность, здоровая пища. Эти элементы вызывают или негативную или положительную оценку, поэтому называются критическими. Игнорировать их организации можно лишь в критических ситуациях.

На туристском рынке, организация может провести прямое сравнение своего пакета услуг с предложениями конкурентов – это относительное качество. Характеристики:

- сравнение с услугами сильных конкурентов;
- возможность рассмотрения с точки зрения потребителя;
- независимость от цен на предприятии;
- охват материальных и нематериальных услуг. Выявление относительного качества укрепляет надежность предприятия, помогает завоевать и удержать позиции на рынке.

Несколько слов о стандартизации. Стандартизация – деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм как обязательных для выполнения, так и

рекомендуемых, обеспечивающих право потребителя на приобретение услуг качественных за приемлемую цену, право на безопасность и комфортность труда. Гостиничная индустрия, например, является областью стандартизации, а объектами могут быть конкретные гостиничные услуги [16].

Ожидания клиента включают множество измерений качества, которые целиком зависят от вежливости в общении, тактичности, отзывчивости к требованиям клиента, способности вовремя оказать услугу. Не вдаваясь в теорию, можно определить измерения качества через изучение опыта работы клиента с компанией.

Литература

1. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме. – М.: Академия, 2007.
2. ГОСТ 28681.2-95: Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования
3. Управление процессами обслуживания и качеством услуг на предприятиях индустрии гостеприимства. // Интернет ресурс: <http://www.pandia.ru/>
4. Библиотека международной спортивной информации. // Интернет ресурс: <http://bmsi.ru/> -
5. Электронный научный журнал Управление экономическими системами. // Интернет ресурс: <http://www.uecs.ru>
6. Новости туризма. // Интернет ресурс: <http://www.interfax.ru/> -
7. Портал про турбизнес. // Интернет ресурс: <http://www.travelinform.ru/> -
8. Сайт о туризме. // Интернет ресурс: http://www.all-barr.com/vnutrenni_turizm
9. Универсиада 2013. // Интернет ресурс: <http://kazan2013.ru/ru/places/10189> -
10. ООО «Центр» качества. // Интернет ресурс: <http://www.isokazan.ru/inform/> -
11. Документ «Программа развития туризма в Татарстане»
12. Управление качеством услуг в гостиничной сфере. Туристический бизнес. // Интернет ресурс: <http://tourfaq.net/hotel-business/upravlenie-kachestvom-uslug-v-gostinichnoj-sfere/>
13. Министерство по делам молодежи, спорта и туризму Республики. // Интернет ресурс: Татарстан. <http://mdmst.tatarstan.ru>
14. Портал правительства Республики Татарстан. // Интернет ресурс: <http://prav.tatarstan.ru/>
15. Мескон М.Х, Альберт М., Хедоури Основы менеджмента. М.: Дело. 1992, с. 350.
16. <http://www.cfin.ru/>
17. Зинурова Р.И., Тузиков А.Р. Инновационное образование в региональных технологических вузах РФ: проблемы критериев, типологии и социального заказа // Вестник Казан. технол. ун-та. – 2010. – Т. 13, №10. – С. 768-777.
18. Пантелеева Ю.В., Парфирьева Е.Н. Развитие туризма РФ в условиях вступления в ВТО // Вестник Казан. технол. ун-та. – 2012. – Т. 15, №17. – С. 303-304.