

ях эту работу могут выполнить администрации бизнес-инкубаторов, имеющие возможность привлечь специалистов любого профиля [1].

➤ Развитие предприятий по приоритетным для города направлениям. В результате изучения тенденций развития рынка, знания опыта работы в других регионах и обмена информацией с муниципальными властями администрация бизнес-инкубатора может инициировать создание предприятий по выпуску совершенно новых продуктов или услуг. Технология работы в этом случае заключается в том, что специалисты бизнес-инкубатора разрабатывают бизнес-план, определяют необходимые ресурсы и затем занимаются подбором предпринимателей, способных реализовать проект.

➤ Реализация лизинговых программ. В России возможности лизинга используются слабо, хотя это одна из наиболее эффективных форм развития предпринимательской деятельности в регионах. Одно из главных преимуществ – возврат массы кредита уже обеспечен оборудованием, принадлежащим лизингодателю. Если свои возможности объединяют лизинговая компания и бизнес-инкубатор, то лизинговая компания увеличивает свою клиентскую базу, приобретая оборудование для предприятий клиентов бизнес-инкубатора. Со своей стороны, бизнес-инкубатор способствует развитию инкубируемых фирм, размещая это оборудование на своей территории и обеспечивая его ввод в эксплуатацию. Кроме того, бизнес-инкубатор контролирует эффективность использования оборудования и выполнения лизингополучателем графика лизинговых платежей. После полной выплаты стоимости оборудования и процентов предприятие-клиент может распоряжаться им по собственному усмотрению. В конечном итоге, лизинговая компания экономит средства за счет того, что часть ее функций (в том числе контроль) выполняет администрация бизнес-инкубатора.

Для инвесторов бизнес-инкубаторы служат отличным местом по той простой причине, что в них представлено множество различных перспективных проектов, которые уже работают. В свою очередь компании часто выходят из бизнес-инкубаторов, отдаваясь в руки инвесторов. Обычно это выглядит следующим образом: на первоначальном этапе компании помогает бизнес-инкубатор, в котором появляется первая версия продукта. Затем приходит инвестор, который вкладывает в компанию, и она выходит за рамки инкубатора [3].

Таким образом, следует сделать вывод о целесообразности создания бизнес-инкубатора как инструмента инфраструктурной поддержки малого предпринимательства в Псковской области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ломоносова Т.В. Основы создания бизнес-инкубаторов для поддержки малого предпринимательства в России. – М. : Институт предпринимательства и инвестиций, – 2005.
2. Хлебко Е.В. «Совершенствование инфраструктуры поддержки малого предпринимательства как элемента экономической системы». – Н. Новгород : Вента-2, – 2006.
3. Щукин Г.В. «Организация деятельности бизнес-инкубатора и перспективы их развития в условиях реформирования экономики». – М. : Логос, – 2006.

М.Н. МИХАЙЛОВА

СИСТЕМА КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Рассматриваются вопросы области применения и основных требований к системе качества, ответственности руководства туристской фирмы за ненадлежащее качество туристских услуг, необходимости формирования политики в области качества туристского обслуживания, формирования системы качества туристской фирмы, анализа функционирования системы качества.

Модель системы качества предназначена для внедрения в туристских фирмах с целью обеспечения качества работы и его контроля, а также для сертификации систем качества туристских услуг, оценки этих систем на предприятиях, оказывающих туристские услуги населению.

Система обеспечения качества входит в организационную структуру управления фирмой в целом и представляет собой распределение прав, обязанностей и функций общего руководства качеством, обеспечение качества, управление и улучшения качества продукции.

Качество продукции – это совокупность свойств, обуславливающая ее способность удовлетворять определенные желания потребителей.

Качество услуги – это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя (ГОСТ Р 50691-94).

Существуют принципиальные отличия в обеспечении качества материального товара (услуги). Качество материального товара обеспечивается различными гарантиями, контрактами на его обслуживание, а в случае неисправности материальный товар может быть возвращен производителю.

Специфика сферы туризма заключается в том, что производимый продукт полностью или частично неосязаем, а эффект сервиса определяется потребителем в условиях определенного эмоционального состояния, зависящих от огромного количества факторов, таких как: особенности воспитания; возраст; культурные традиции народа, представителем которого является гость; понятие о комфорте; привычки; самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги; физиологические особенности организма и др. Все это делает восприятие качества турпродукта во многом субъективным, зависящим от индивидуальных характеристик каждого туриста.

Туристская услуга как «невидимый» товар имеет ряд особенностей, а именно:

- Неосязаемость (туристскую услугу нельзя увидеть до момента потребления).
- Индивидуальный характер потребления.
- Одновременность оказания и потребления (взаимодействие потребителя и исполнителя при оказании услуг).
- Несохранимость (но часть услуги может сохраняться в виде интеллектуальной продукции, например: консультация менеджера в турагентстве, экскурсия, планирование маршрута перемещения и т.д.).
- Нетранспортируемость (означает привязанность их к месту, городу, региону).
- Воздействие на потребителя условий обслуживания (комфортность, эргономичность, санитария, эстетика интерьера и экстерьера).
- Региональный колорит сферы (обусловлен массовым потреблением и многократной воспроизводимостью услуг в каждом регионе).
- Информационная обусловленность (зависит от объема и качества информации. Потребитель имеет право на компетентный выбор за счет полной и достоверной информации об услуге).

Ошибка или оплошность при оказании туристской услуги необратимы, их нельзя исправить. Человек, воспользовавшийся недоброкачественной туристской услугой, не сможет вернуть ее производителю.

Качество туристского обслуживания – это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в путешествиях.

Система качества – совокупность организационной структуры, ответственности, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством организации.

Общее руководство качеством должно осуществляться директором туристской фирмы и высшим руководящим звеном.

Ответственность за виды и результаты деятельности, непосредственно или косвенно влияющие на качество в туристской фирме, должна быть определена и документально зафиксирована в должностных инструкциях, в положениях о подразделениях, в документах, устанавливающих порядок выполнения функций и работ по качеству.

При этом первичными являются документы, устанавливающие порядок выполнения функций и работ. Только после разработки всего комплекса этих документов следует установить обязанности по качеству, возлагаемые на должностных лиц и подразделения.

На руководство туристской фирмы ложится обязанность по выполнению следующих функций:

- Создание нормативно-правовой базы туристского бизнеса;
- Разработка политики фирмы в области качества;
- Формирование системы качества туристской фирмы;
- Анализ и совершенствование системы качества туристской фирмы.

Основу российского законодательства в области защиты прав и интересов туристов составляют:

- Конституция Российской Федерации;
- Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (части первая, вторая, третья и четвертая) (с изменениями и дополнениями на 1 ноября 2008 года).

Договоры об оказании туристских услуг являются разновидностью договоров возмездного оказания услуг и к ним применимы нормы главы 39 Гражданского кодекса РФ, регуливающей оказание услуг гражданам по возмездным договорам. Поскольку цель договоров на оказание туристских услуг – удовлетворение потребностей граждан в организации их отдыха, на эти договоры распространяются положения ФЗ «О защите прав потребителей».

- Закон РФ от 7 февраля 1992 года № 2300 – I «О защите прав потребителей» (с изменениями от 2 июня 1993 г.; 9 января 1996 г.; 17 декабря 1999 г.; 30 декабря 2001 г.; 22 августа, 2 ноября, 21 декабря 2004 г.; 27 июля, 16 октября 2006 г.).
- Налоговый кодекс РФ.
- Уголовный кодекс РФ.
- Кодекс административных правонарушений РФ.
- Таможенный кодекс РФ от 28 мая 2003г. № 61 – ФЗ (с изменениями от 23 декабря 2003 г., 29 июня, 20 августа, 11 ноября 2004г., 18 июля, 31 декабря 2005 г., 10 января, 18 февраля, 19, 30 декабря 2006 г.).
- Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями от 10 января 2003 г., 22 августа 2004 г., 5 февраля 2007 г., 1 июня 2008 г.).

24 ноября 1996 года Президентом РФ был подписан ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», призванный регулировать отношения между туристом и туристской организацией, определять права, обязанности и ответственность сторон. Принятие этого закона было продиктовано появлением массового туризма в России и, следовательно, возникновением необходимости государственного регулирования туристской отрасли, а также образованием различных туристских объединений, ассоциаций, специализированных туристских изданий как для профессионалов в сфере туризма, так и для туристов. С принятием этого закона российский турист получил возможность требовать соблюдения своих прав. Данный закон указывает, что государственное регулирование туристской деятельности осуществляется в целях защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности.

- Закон РФ «О защите прав потребителей».

Настоящий закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями. Данный закон уже приобрел определенный стаж в качестве нормативного документа, регулирующего отношения между туристом и туристской фирмой: накопилась большая судебная практика применения этого Закона, имеется специальное постановление Пленума Верховного Суда РФ, регламентирующее применение закона судами при рассмотрении конкретных дел с участием туристов.

- Федеральный закон от 15 июля 1995 г. № 101 – ФЗ «О международных договорах Российской Федерации»
- Федеральный закон РФ «О стандартизации»

Одним из направлений реализации государственной защиты прав и интересов потребителей является стандартизация. Качество услуг подтверждается проверкой на соответствие установленным стандартам, показателям, требованиям для объявленного класса обслуживания. Причем главнейшим требованием всегда является безопасность. Объектами стандартизации в туристско-экскурсионном обслуживании населения являются: реализация туристских и экскурсионных услуг, туристские путешествия, рекламно-

информационные услуги, транспортные услуги, бытовые услуги, услуги питания, культурно-массовые услуги, физкультурно-оздоровительные и услуги проживания. В сфере туристско-экскурсионного обслуживания используют следующие категории стандартов: межгосударственные стандарты (ГОСТ); национальные стандарты России (ГОСТ Р); стандарты предприятий (СТП). Государственные стандарты (ГОСТ и ГОСТ Р) устанавливают обязательные общие требования к туристскому обслуживанию, обеспечивающие безопасность, охрану здоровья и жизни населения, охрану окружающей среды, комплексность, точность и своевременность исполнения, а также рекомендательные требования (назначения, комфортности, эстетические и др.) к видам услуг, включая условия обслуживания. Стандарты предприятий устанавливают обязательные требования на конкретные туристские услуги, включая условия обслуживания, требования к техническом оснащению и технологическим процессам, методам работы, применяемым только на данном предприятии.

Законодательная поддержка внутреннего российского туризма базируется на сертификации. Сертификация в туристском бизнесе является одним из способов государственного контроля над качеством и безопасностью предоставляемых потребителю туристских услуг. Сертификат соответствия подтверждает, что туристское предприятие гарантирует клиенту безопасность поездки, здоровье, сохранение имущества, качественное обслуживание. Важно и то, что сертификация защищает как клиента, так и турфирму; клиента – понуждая турфирму четко и в полном объеме выполнять все установленные законами и другими нормативными актами правила и нормы оказания услуг с тем, чтобы клиент за свои средства получал качественное обслуживание; турфирму – путем применения тех же законов и нормативных актов, не дающих туристу возможность найти недостатки в обслуживании и выдвинуть против турфирмы обоснованные претензии.

На сегодняшний день, большинство людей имеет законное право на ежегодный оплачиваемый отпуск, получили возможность откладывать определенные денежные средства. Человек рано или поздно ощущает потребность отправиться в путешествие. Какие цели он ставит перед собой?

Целями туризма могут быть: отдых, развлечения, лечение, смена обстановки, изучение другой культуры и т.д. Человек обращается в туристскую фирму с целью достигнуть желаемого и порой платит за это большие деньги. И какие бы цели не преследовал турист, он точно хочет одного – получить то, за что он платит. Но и бывает так, что то, о чем так долго мечтал турист, не сбывается из-за ненадлежащего качества предоставляемых услуг, из-за недобросовестности туристских фирм или их контрагентов. Практика показывает, что таких случаев не мало. Турист копит деньги, выкраивает время, заказывает туристскую путевку и, в мечтах отдохнуть, получает сплошную нервотрепку.

Ни демонстрация рекламных проспектов, ни устные обещания не являются условиями договора об оказании туристских услуг. Все обязательства, которые принимает на себя турфирма, должны быть закреплены в документах, предлагаемых турфирмой при оформлении турпоездки. Иногда турфирмы работают без оформления договора, а все права и обязанности сторон определяют в турпутевке. Но это не означает, что в случае возникновения конфликта турист не имеет права предъявлять претензии, т.к. не был заключен договор. В соответствии со ст. 434 ГК РФ договор может быть заключен в любой форме, предусмотренной для совершения сделок, если законом для договоров данного вида не установлена определенная форма. Следовательно, даже если оформляемый документ называется не «договор», а, например, «путевка», «заказ (заявка) на туристическое обслуживание» и т.п., но в нем зафиксированы все права и обязанности сторон, то договор считается заключенным, если между сторонами (в требуемой законом форме) достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Сторонами в договоре об оказании туристских услуг являются организаторы и продавцы туров (туроператоры и турагенты) и покупатели (потребители) туристских услуг.

Туроператор – юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по формированию (созданию или проектированию) туристского продукта, его продвижению на рынок, а также реализации.

Турагент (туристское агентство) – предприятие или физическое лицо, осуществляющее функции розничной продажи единичных туристских услуг и туров потребителю – туристу.

Турист – гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

В соответствии со ст. 7 закона «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на то, чтобы услуга была безопасна для его жизни, здоровья, имуществу. Требования, которые должны обеспечивать безопасность услуги, являются обязательными.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определил, что во время совершения путешествия, включая транзит, турист обязан соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования, соблюдать правила въезда в страну (место) временного пребывания, выезда из страны (места) временного пребывания и пребывания там, а также в странах транзитного проезда. Выполнение этих обязанностей возможно только в случае получения от турфирмы необходимой и достоверной информации о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и пребывания там, об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды. Таким образом, обязанности туриста ставятся в прямую зависимость от представленной ему турфирмой при заключении договора информации.

Еще одной обязанностью в соответствии с вышеназванным Законом является обязанность соблюдать во время путешествия правила личной безопасности. Исполнение этой обязанности также зависит от той информации, которую турист получит от отправляющей фирмы. Турфирма обязана информировать туристов о факторах риска и мерах по предупреждению травм. Туристы должны быть информированы и о том, какие меры следует предпринимать в случае получения травмы, как правильно звонить в страховую компанию. Лучше всего, если такая информация будет представлена туристу в письменной форме.

Турист при подготовке к путешествию, во время его совершения, включая транзит, имеет право на: свободу передвижения, свободный доступ к туристическим ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер; обеспечение личной безопасности, своих потребительских прав и сохранности своего имущества, беспрепятственное получение неотложной медицинской помощи; возмещение убытков и компенсацию морального вреда в случае невыполнения условий договора розничной купли-продажи туристского продукта туроператором или турагентом в порядке, установленном законодательством Российской Федерации; содействие органов власти страны (места) временного пребывания в получении правовой и иных видов неотложной помощи; беспрепятственный доступ к средствам связи.

Все многочисленные статьи законов, пункты договоров имеют одну цель – представление потребителю качественных туристских услуг за деньги.

К туристским услугам законодательством установлен ряд требований, выполнение которых обязательно. Так, например: услуга, на которую законами или стандартами установлены требования, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, подлежит обязательной сертификации в установленном порядке.

При оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов, как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийные бедствия и т.п.). Существует классификация факторов риска в туризме: травмоопасность, воздействия окружающей среды, пожароопасность, психофизиологические нагрузки, биологические воздействия, повышенная запыленность и загазованность и т.д. Например, туристом приобретается путевка в горы. В этом случае риск получения случайных травм очень велик не только в связи с неосторожным поведением туристов, но и в связи с различными природными явлениями в данной местности (камнепады, лавины, молнии и т.п.), с несоблюдением правил эксплуатации используемого инвентаря и оборудования.

С правом потребителя на безопасность услуги неразрывно связано его право на информацию, т.к. во многих случаях безопасность туриста зависит от той информации, которую ему предоставляет турфирма при заключении договора. И к так называемым

прочим факторам риска в туризме относятся опасности, связанные с отсутствием необходимой информации об услуге и ее номинальных характеристиках.

Информация о туристской услуге в обязательном порядке также должна содержать цену и условия приобретения услуги, место нахождения (юридический адрес) исполнителя, правила и условия эффективного и безопасного использования услуги; информация о сертификации услуги должна содержать номер сертификата, срок его действия, наименование органа, его выдавшего. Сертификация осуществляется в целях действия потребителям в компетентном выборе туруслуг и защиты потребителя от недобросовестного исполнителя.

Вся вышеперечисленная информация должна содержаться в предлагаемых туристу документах: в договоре, в туристской путевке и информационном листке к путевке. Во многих турпредприятиях до настоящего времени не пользуются типовой формой турпутевки, несмотря на то, что новая форма утверждена Приказом Министерства Финансов Российской Федерации № 60н от 9 июля 2007 г., Некоторые туристские фирмы продолжают использовать старые бланки путевок.

В состав туристских услуг входят: бронирование услуг, включая перевозку и размещение, оформление разрешительных документов и части других формальностей, все виды перевозок, встречи, проводы и трансфер, размещение, питание, экскурсии и аттракционы, медицинское сопровождение и страховку, услуги гидов-переводчиков и иное обеспечение. Все это ожидает получить турист, который обращается в турфирму. Цели туриста различны. Ими могут быть: изучение и знакомство с новой культурой; смена обстановки; снятие стресса, отдых и лечение; посещение фестивалей, спортивных соревнований; паломничество и другие.

Но какие бы цели не ставил для себя турист, при обращении в турфирму он ждет удовлетворения своих потребностей в полной мере, за что порой платит большие деньги. Но бывает, что турист не получает того, о чем так долго мечтал из-за ненадлежащего качества предоставляемых услуг.

Руководство туристской фирмы прежде всего должно определить и документально оформить политику в области качества, разъясняющую и определяющую задачи, основные направления и цели туристской организации в этой среде. Оно несет ответственность за реализацию этой политики и должно обеспечить ее разъяснение и доведение до всех структурных подразделений и работников организации.

Непосредственную ответственность несет руководитель туристской организации. Политика организации в области качества туристских услуг должна быть направлена на реализацию следующих основных задач: удовлетворение требований потребителя; обеспечение выполнения профессиональных туристских стандартов и соблюдение этики; непрерывное повышение качества туристской услуги; учет требований общества и защиты окружающей среды; эффективность предоставления туристской услуги.

Основными тезисами политики в области качества могут быть:

- Производить качество, а не создавать его в ходе контроля;
- Улучшение качества входит в сферу ответственности менеджмента;
- Улучшение качества охватывает туристский продукт, процесс предоставления туристской услуги, производственной деятельности фирмы;
- Выполнение требований и желаний клиента;
- Все сотрудники и все сферы деятельности фирмы должны быть вовлечены в обеспечение качества;
- Систематическое и постоянное выполнение операций по улучшению качества во всех сферах деятельности фирмы имеет важное значение;
- Включение поставщиков комплектующих услуг в сфере деятельности фирмы в области качества должно быть обязательно;
- Необходимо интенсивное обучение и повышение квалификации персонала.

Формирование системы качества туристской фирмы должно осуществляться следующим образом:

1) Полномочия и ответственность должны быть четко определены и обеспечено взаимодействие всего персонала туристской организации, влияющего на качество туристских услуг. Это, в частности, относится к обслуживающему персоналу, в функции которого входят:

- Выявление и регистрация претензий, жалоб и рекламаций со стороны потребителей туристских услуг;
- Проведение мероприятий, направленных на предупреждение рекламаций и устранение их причин;
- Проверка выполнения решений.

Достижение высокого качества невозможно без системы эффективного управления.

2) Средства контроля (проверки) и персонал. Туристская организация должна создать систему внутренней проверки качества исполнения туристских услуг, назначить специально обученных сотрудников и обеспечить их необходимыми средствами контроля (проверки).

Проверка должна включать контроль, оценку и регулирование процессов исполнения туристских услуг при проектировании (моделировании), производстве и обслуживании потребителя.

Проверку качества туристских услуг или результата туристской услуги не должен проводить персонал, ответственный за выполнение услуг.

В туристской фирме, как правило, реализуют следующую концепцию проверки качества:

- Проверка не повышает качество, она предназначена для отделения хорошего обслуживания от плохого обслуживания;
- Проверка качества не влечет за собой повышение стоимости, однако повышает расходы;
- Проверка нужна только там, где процессы недостаточно освоены (исключение – проверка безопасности);
- Проверка не должна компенсировать неусовершенствованные услуги, процессы и методы работы;
- Качество должно быть предусмотрено в услуге, а не доказано проверкой.

Анализ функционирования системы качества: руководство туристской организации должно периодически анализировать систему качества, разработанную и внедренную в фирме, чтобы убедиться, что она удовлетворяет установленным требованиям и эффективна. Результаты подобных анализов используют для подтверждения достижения требуемого качества и эффективности функционирования системы.

Туристская организация должна установить порядок разработки, ведения и обеспечения всеми документами и данными, относящимися к системе качества в области туризма.

Все составляющие системы качества, требования к ней и полномочия должны быть систематизированы и упорядочены документально в виде планов, методик, стандартов предприятия, инструкций и протоколов.

Туристская организация должна устанавливать и поддерживать в рабочем состоянии ведение всех необходимых документов и форм, банка данных, относящихся к требованиям стандартов. Такие требования обеспечивают:

- Предоставление документов на все участки, где выполняются работы, обеспечивающие эффективное функционирование системы качества в туризме;
- Своевременное изъятие устаревшей документации;
- Включение изменений в документацию.

Фирмой должна быть также разработана система процедур пересмотра туристских документов, регламентирующих качество.

Качество туристской услуги и ее предоставления проверяется на соответствие обязательным требованиям нормативных документов, параметрам технического описания и технологии исполнения туристской услуги. В ходе контроля качества следует подготавливать и использовать данные по этапам обслуживания, проверкам качества, жалобам и рекламациям потребителя, результатам социологического опроса.

Необходимо определить конкретные точки основных этапов процесса предоставления туристской услуги, которые подлежат проверке и контролю и методы контроля (проверки) в зависимости от вида туристской услуги, организационной структуры предприятия, важности характеристики и сложности контроля (проверки) на данном этапе. При установлении отклонений в процессе предоставления туристской услуги должны быть приняты меры, направленные на корректировку процесса реализации услуги.

Программа качества или документы, регистрирующие процедуру контроля и испытания, должны предусматривать, чтобы все виды контроля (проверки), включая специальные, полностью проводились на этапе проектирования услуги, а также в процессе оказания услуги, чтобы результаты удовлетворяли предъявляемым требованиям.

Туристская фирма должна проводить окончательный контроль (проверку) в соответствии со стандартами, принятыми в туристском бизнесе, с целью доказать соответствие туристской услуги установленным требованиям.

Для специальных процессов при оказании туристских услуг, результаты которых нельзя в полной степени проверить последующим контролем (например, морально-психологическое, физическое состояние потребителя в результате взаимодействия исполнителя и потребителя), результаты могут быть оценены косвенными методами. При этом целесообразно предусматривать наиболее полный объем профилактических мероприятий и осуществлять контроль за их проведением.

Руководство туристской фирмы должно установить эффективное взаимодействие с потребителем услуг. Фирма должна довести до потребителя:

- Характеристики туристской услуги, ее области деятельности, доступности и затраты времени на ее предоставление;
- Ожидаемую стоимость туристской услуги;
- Взаимосвязь между качеством туристской услуги, условиями ее предоставления и стоимости;
- Возможности влияния потребителя на качество туристской услуги;
- Адекватные и легкодоступные средства для эффективного общения;
- Возможность получения оценки качества туристской услуги потребителем;
- Взаимосвязь между предложенной туристской услугой и реальными потребностями потребителя.

На предприятии туризма должна быть разработана и документально оформлена система качества.

Туристской организации необходимо ввести в практику управления воздействием с потребителем нормативную и информационную документацию, относящуюся к системе качества (технологическая туристская карта, программы пребывания, каталоги, прайсы, ценовые таблицы, договоры с клиентом). Вся документация туров должна содержать требования к качеству и определять узловые точки контроля и регулирования качества.

Документация должна быть рассмотрена и утверждена полномочным лицом до ее введения в действие.

Все составляющие, требования и полномочия системы качества должны быть систематизированы и упорядочены в виде планов, методик, стандартов предприятия, инструкций и протоколов.

Туристская организация должна обеспечивать:

- Предоставление документов на все услуги, работы, обеспечивающие эффективное функционирование системы качества в туризме;
- Включение изменений в документацию.

Контроль и оценка качества туристской услуги: туристской фирме необходимо проверять и идентифицировать в соответствии с документированными процедурами; устанавливать иерархию ответственности за показатели качества; обеспечивать самоконтроль персонала, предоставляющего туристскую услугу, как составную часть процесса контроля; обеспечить приоритет потребителя в оценке качества туристских услуг; ввести практику регулярной оценки степени удовлетворенности потребителя туристских услуг путем проведения опросов.

Сравнение оценок потребителя и исполнителя туристской услуги следует проводить постоянно, чтобы оценить совместимость мер туристского качества и провести корректирующие действия, определить, насколько туристская деятельность исполнителя туристских услуг отвечает требованиям потребителя и оценке качества каналом сбыта – туристским агентством.

Результаты контроля (оценки) должны регистрироваться.

Анализ соответствия качества туристских услуг требованиям потребителя: исполнитель туристской услуги должен разработать и поддерживать в рабочем состоянии про-

цедуры, обеспечивающие получение информации от потребителя туристкой услуги. Анализ информации, получаемой от потребителя, необходим для того, чтобы обеспечить:

- Правильное установление требований к туристкой услуге и условиям обслуживания и их отражение в документации;
- Разрешение вопросов, связанных с расхождением требований, заложенных в туристскую систему, от требований потребителя;
- Уверенность исполнителя туристкой услуги в своей способности выполнить требования потребителя.

Источниками получения соответствующей информации от потребителей являются: социологические исследования, информация обществ потребителей, средств массовой информации.

В случае необходимости туристская организация должна разрабатывать и использовать в практике своего бизнеса статистические методы, которые обеспечат достоверность результатов контроля и проверок, стабильность технологических процессов, достоверность анализа дефектов, прогнозирование спроса и требований потребителя, обработку результатов социологического исследования по удовлетворенности потребителей качеством туристских услуг и условий обслуживания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Руководство по применению стандарта ИСО 9001:2000 в сфере услуг. – Москва, 2006. – 188 с.
2. ГОСТ Р 50691 – 94 «Модель обеспечения качества услуг».
3. Ильина Е.Н. Менеджмент туроперейтинга. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 251 с.
4. Саратовцев Ю.И., Тюкова С.Ю. – Организационные основы приема и обслуживания туристов. – Санкт-Петербург, 2002 г.

А.С. МИХЕЕВ

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА

В статье рассматривается содержание и особенности системы принципов управления качеством жизни населения региона.

В настоящее время существует объективная необходимость изучения вопросов, связанных с процессом управления качеством жизни населения в регионе. Во многом, это связано с низким качеством жизни населения регионов, недостаточным методическим обеспечением процесса управления качеством жизни населения и др. Так, в Псковской области система управления качеством жизни населения имеет фрагментарный характер, в связи с чем процесс определения целей управления качеством жизни и их достижения является затруднительным.

Несмотря на востребованность в современных условиях, вопросы управления качеством жизни населения региона остаются недостаточно изученными в научном плане. До сих пор не сформирован методический инструментарий, позволяющий применять методы управления качеством жизни населения в практической деятельности региональных органов власти. Анализ изученной нами литературы, показывает, что в настоящее время нет единого подхода к формированию системы принципов управления качеством жизни населения в регионе. При этом авторы предлагают различные принципы, которые, на наш взгляд, целесообразно рассматривать в единой системе.

Управление качеством жизни населения региона является частным видом управления, как деятельности по достижению определенных целей. Проведенное нами исследование позволяет определить управление качеством жизни населения региона как вид деятельности различных субъектов, ядром которых являются региональные органы власти. Содержанием данной деятельности является определение целей и направлений поддержания и повышения уровня обеспеченности населения региона необходимыми блага-