

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ В РЕЧНОМ КРУИЗЕ

THE METHODOLOGY OF COMPLEX EVALUATION OF TOURIST SERVICE QUALITY IN A RIVER CRUISE

В статье представлена методика проведения оценки качества обслуживания туристов в речных круизах, основанная на адаптации комплексного метода с использованием средне-взвешенных показателей. Выделены и охарактеризованы этапы обслуживания круизных туристов. Предложена математическая модель оценки качества туристского обслуживания.

Ключевые слова: качество обслуживания, комплексный метод, коэффициент значимости, показатель, дифференциальный показатель, интегрированная оценка.

The article is devoted to methodology for evaluation of tourist service quality in river cruises. The methodology is based on complex method adaptation with weight indicators. Some stages of cruise tourists' service are chosen and characterized herein. Mathematic model of tourist service quality evaluation is offered.

Keywords: service quality, complex method, coefficient of significance, indicator, differential indicator, integrated assessment.

В¹ настоящее время рынок туристических услуг ориентирован на конечного потребителя. В условиях отсутствия унифицированной методики оценки качества туристского обслуживания для различных типов туристских дестинаций возникла необходимость выработки новых методик оценки качества обслуживания. Появление таких эффективных методик помогло бы улучшить работу систем управления качеством, в том числе – их способность оперативно реагировать на постоянно меняющиеся вкусы и предпочтения потребителей, а также условия внешнего окружения. Качественное туристское обслуживание является основой потребительской привлекательности туристских предприятий и производимой ими нематериальной туристской продукции, и ключевым фактором формирования ее привлекательного образа. Поэтому для улучшения качества обслуживания туристов необходимо совершенствовать методики оценки качества обслуживания туристов.

Применение комплексной системы оценки качества обслуживания круизных туристов на

¹ Аспирант НОУ ВПО «Российский новый университет», преподаватель Колледжа НОУ ВПО «Российский новый университет».

основе совмещенной системы абсолютных и относительных показателей оценки позволит:

- оценивать качество обслуживания с одновременным учетом потребительского и экспертного мнений, что позволит существенно повысить объективность итоговой оценки;
- упростить и сократить время на проведение сравнительного анализа качества сервиса на разных судах, принадлежащих разным операторам за счет учета не только абсолютных, но относительных показателей;
- максимизировать прибыль круизной компании за счет формирования турпродукта такого уровня качества, которого требует потребитель;
- своевременно и грамотно корректировать стратегию развития круизного предприятия и эффективнее формировать его бюджет.

Сложность и многогранность исследуемой в настоящей работе проблемы и отсутствие высокоэффективной системы оценки качества обслуживания на речных круизных судах, создание которой требует обширных самостоятельных научных исследований, обусловили использование научных разработок отечественных ученых [1; 2; 3], полученных ими в сфере транспортных

перевозок. Мы предлагаем собственную методику оценки качества обслуживания туристов на речных круизных судах с применением комплексного метода, основанного на использовании средневзвешенных показателей. Универсальность предлагаемой модели заключается в ее ориентации на оценку качества с позиций как самого туриста, так и эксперта.

При разработке методики оценки качества обслуживания туристов мы учли, что любой процесс обслуживания – это, по сути, совокупность последовательных этапов оказания исполнителем услуг для удовлетворения потребностей клиента. В соответствии с этим, нам представляется необходимым выделение этапов обслуживания при осуществлении круизной перевозки. Каждому этапу должна соответствовать определенная группа показателей качества. В нашем случае этапы обслуживания целесообразно выделять в соответствии с маркетинговым представлением структуры турпродукта, включающим основной, сопутствующий, дополнительный и турпродукт в расширенном смысле слова [4, с. 152]:

Таблица 1
**Этапы обслуживания туристов
 в речном круизе**

№ п/п	Этап обслуживания	Совокупность действий	Уровень показателей качества
1.	Докруизное (продажное) обслуживание	Выбор маршрута круиза, круизного судна, круизной компании, категории каюты, определение бюджетных ограничений на покупку, выбор системы льгот и скидок, бронирование каюты, оформление договора реализации турпутевки, оплата мест.	Показатели качества, относящиеся к круизному турпродукту в расширенном понимании
2.	Сопутствующее обслуживание	Доставка туриста к месту начала круиза и после его окончания домой, регистрация на борту судна, размещение в каюте, сервис непосредственно на речных вокзалах стоянки судна, возможности организации свободного времени в местах стоянок, выписка из каюты.	Показатели качества, относящиеся к сопутствующему круизному турпродукту

3.	Обслуживание в круизе	Предоставление услуг на борту круизного судна, в том числе размещение в соответствии с классом обслуживания, питание, развлекательные мероприятия; экскурсионное и транспортное обслуживание на берегу и некоторые другие мероприятия, включенные в стоимость турпакета.	Показатели качества, относящиеся к основному круизному турпродукту
4.	Дополнительное обслуживание	Предоставление услуг на борту круизного судна и в местах стоянок, не включенных в оплаченный турпакет и приобретаемых туристом во время круиза за дополнительную плату.	Показатели качества, относящиеся к дополнительному круизному турпродукту

Таким образом, для обеспечения качественного обслуживания туристов круизная компания должна разработать, реализовать, проконтролировать и оценить процесс обслуживания туристов на своих круизных судах.

Для потенциального круизного туриста процесс обслуживания начинается с поиска информации об актуальных круизных предложениях. Здесь существенное влияние на решение человека о звонке в туристское агентство или даже окончательный выбор круиза оказывает качество оформления интернет-сайта круизной компании и ее страницы в социальных сетях, реклама круизной компании, ее теплоходов и описание программ круизов. Полагаясь на достоверность найденной информации, потребитель оценивает преимущества и недостатки круизов, сравнивает цены, маршруты и программы, время прибытия и отправления, и затем принимается решение о звонке менеджеру в компанию с наиболее заинтересовавшими туриста предложениями.

Достаточно важной составляющей процесса обслуживания туриста является этап непосредственной продажи туристской путевки в круиз. Негативный опыт, полученный потребителем при обсуждении объекта покупки, может склонить клиента к приобретению турпродукта другой круизной компании. В России в настоящее время ощущается недостаток специализированных туристических агентств, занимающихся реализацией исключительно круизного турпродукта. Примером подобного турагентства является ООО «Круизная компания Волго-Балтийские путешествия», в ассортименте которой пред-

ставлен исчерпывающий выбор речных круизов по России, речные круизы по рекам Европы, морские круизы компаний MSC Cruises, Silversea. При этом данное туристическое агентство ориентировано на работу с конкретной целевой аудиторией – россиянами, так как во всех предлагаемых круизах обслуживание на борту организуется на русском языке, а в стоимость большинства круизных турпакетов, реализуемых за пределами России, входит авиаперелет к месту начала/окончания круиза, а в некоторых случаях и кратковременное проживание в гостинице. Принимая во внимание специфику круизного турпродукта, для предоставления высококачественной консультации по ассортименту круизных турпакетов менеджеру необходимо обладать некоторыми специальными знаниями. Следовательно, для повышения качества докруизного (продажного) обслуживания круизные турпакеты целесообразнее реализовывать или специализированными турфирмами, или узкопрофильными отделами в составе многопрофильных туристических агентств.

Качество сопутствующего обслуживания также может оказать существенное влияние на общее впечатление от всего круиза. В первую очередь это относится к негативной оценке. Более того, несвоевременная доставка туриста к месту начала круиза может стать препятствием к потреблению туристом услуг, образующих основной круизный турпродукт. Круизным компаниям, специализированным туристическим агентствам необходимо больше уделять внимания разработке и внедрению услуг трансфера в качестве сопутствующего сервиса; организации услуг доставки багажа в каюты и обратно, так как большинство речных круизных судов не имеют лифтов, а основными круизными туристами в России являются люди немолодого возраста. Сервис на большинстве речных вокзалов нашей страны (там, где они существуют) является неудовлетворительным, однако самостоятельное решение подобных проблем для круизных компаний является невозможным, так как почти все причалы и вокзалы в России находятся в государственном или муниципальном управлении.

Наиболее полную ответственность за качественное бортовое обслуживание в круизе несет круизная компания. Наземное круизное обслуживание организуется совместными усилиями круизной компании и поставщиков услуг (экскурсионных агентств, транспортных компаний, предприятий питания – при организации питания на берегу и некоторых других), но итоговое качество обслуживания контролируется все-таки

круизной компанией, располагающей свободой выбора своих основных партнеров по созданию своего турпродукта.

Дополнительное обслуживание должно быть представлено услугами, востребованными у туристов, но отсутствие которых в круизе не будет нарушать его целостности. Цена на подобные услуги должна соответствовать финансовым возможностям основной массы потребителей конкретного круиза. Достаточное количество дополнительных услуг помогает самостоятельно модифицировать каждому туристу круизный турпродукт в соответствии с его индивидуальными потребностями и интересами.

Для оценки качества обслуживания круизных туристов нами предлагается математическая модель оценки, основанная на применении смешанного метода с использованием единичных и комплексных показателей качества. Выбор данного метода объясняется тем, что при оценке сложной продукции, имеющей широкую номенклатуру показателей качества, с помощью дифференциального метода практически невозможно сделать обобщающий вывод, а использование только одного комплексного метода не позволяет объективно учесть все значимые свойства оцениваемой продукции [5].

В нашем случае интегрированная оценка качества будет зависеть от потребительской оценки комплексных показателей на различных этапах обслуживания. Таким образом, интегрированный уровень качества обслуживания туристов можно определить как произведение интегральных оценок уровней качества по всем этапам обслуживания круизных туристов, как показано в формуле (1):

$$I = \prod_{j=1}^m S_j, \quad (1)$$

где S_j – интегральная оценка уровня качества на конкретном этапе обслуживания (ранее мы выделили 4 этапа обслуживания), которая определяется на основе средневзвешенного геометрического показателя по формуле (2):

$$S_j = \prod_{i=1}^m k_{ij}^{\alpha_i * \beta_j}, \quad (2)$$

где $\alpha_i * \beta_j$ – весовой коэффициент комплексного показателя качества k_{ij} ;

α_i – весовой коэффициент – i -го показателя качества (определяется экспертным методом);

β_j – весовой коэффициент (значимость для туриста) j -го этапа обслуживания;

m – число этапов обслуживания.

**Расчетная таблица коэффициентов
значимости комплексных показателей
качества обслуживания в круизе
на различных этапах обслуживания**

Этапы обслуживания	Блоки показателей качества обслуживания					Значимость этапов для круизного туриста
	Основной (оплаченный) сервис	Комфортность	Взаимодействие с персоналом	Информационное обеспечение	Расширенный сервис	
Докруизное обслуживание	$\alpha_1 * \beta_1$	$\alpha_2 * \beta_1$	$\alpha_3 * \beta_1$	$\alpha_4 * \beta_1$	$\alpha_5 * \beta_1$	β_1
Сопутствующее обслуживание	$\alpha_1 * \beta_2$	$\alpha_2 * \beta_2$	$\alpha_3 * \beta_2$	$\alpha_4 * \beta_2$	$\alpha_5 * \beta_2$	β_2
Обслуживание в круизе	$\alpha_1 * \beta_3$	$\alpha_2 * \beta_3$	$\alpha_3 * \beta_3$	$\alpha_4 * \beta_3$	$\alpha_5 * \beta_3$	β_3
Дополнительное обслуживание	$\alpha_1 * \beta_4$	$\alpha_2 * \beta_4$	$\alpha_3 * \beta_4$	$\alpha_4 * \beta_4$	$\alpha_5 * \beta_4$	β_4
Весовые коэффициенты показателей качества	α_1	α_2	α_3	α_4	α_5	

Дальше необходимо определить коэффициенты значимости различных i -х показателей качества и j -х этапов обслуживания. Все коэффициенты значимости представлены в таблице 2.

Согласно рассматриваемой методике сумма всех весовых коэффициентов должна составлять единицу, что наглядно представлено ниже:

$$\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n \alpha_i * \beta_j = 1, \quad (3)$$

где α_i – весовой коэффициент i -го показателя качества;

β_i – весовой коэффициент (значимость) i -го этапа обслуживания;

n – число показателей качества обслуживания;

m – число этапов обслуживания.

Таким образом, благодаря предлагаемым в данном параграфе расчетам можно будет оценить уровень позитивного и негативного влияния каждого оцениваемого показателя качества туристского обслуживания на интегрированный уровень качества.

Теперь мы можем определить комплексный показатель качества обслуживания туристов по следующей формуле:

$$k_{ijt} = \sum_{i=1}^G (q_{ijt} * k_{ijt}) \quad (4)$$

где q_{ijt} – t -й единичный показатель качества;

k_{ijt} – весовой коэффициент t -го показателя качества;

G – число показателей качества в t -й группе.

Весовой коэффициент комплексного показателя качества можно определить следующим образом:

$$k_{ijt} = \frac{\sum_{z=1}^h k_{ijtz}}{\sum_{z=1}^h \sum_{t=1}^G k_{ijtz}} \quad (5)$$

где k_{ijtz} – весовой коэффициент t -го показателя качества, определенный z -м туристом в результате его анкетирования;

h – число проанкетированных туристов;

G – число показателей качества в каждом блоке (согласно таблице 2).

Необходимо определить средние значения оценок туристов различных t -х показателей качества по формуле (6):

$$q_{ijt} = \frac{\sum_{z=1}^h q_{ijtz}}{h}. \quad (6)$$

Таким образом, согласно предложенной методике оценки качества обслуживания круизных туристов процесс оценки будет включать несколько последовательно следующих этапов:

1) выявление совокупности качественных характеристик круизных услуг;

2) расчет коэффициентов значимости (весомости) комплексных показателей качества обслуживания методом экспертных оценок;

3) выделение параметров комплексных показателей качества;

4) определение действительных значений дифференциальных показателей с последующим расчетом среднего значения оценок этих показателей по формуле (6);

5) расчет согласно формулам (2) и (4) численных значений соответственно интегральным и комплексным показателям качества;

6) оценка интегрированного уровня качества обслуживания круизных туристов, определенно-го по формуле (1).

Все расчеты по рассмотренной методике должны выполняться в программе MS Excel.

Применение предложенной в данной работе методики оценки качества обслуживания туристов открывает перед отечественными круизными компаниями новые возможности совершенствования системы оценки и управления качеством на круизных судах, что принесет им дополнительную прибыль за счет роста качества как бортового, так и берегового обслуживания.

Литература

1. Веселова Ю.В. Экономическая оценка качества экспортных перевозок в железнодорожном сообщении : дис. ... к.э.н. – Нижний Новгород, 2006. – 184 с.

2. Ячник Н.С. Экономическая оценка конкурентоспособности железнодорожного и автомобильного видов транспорта : дис. ... к.э.н. – Ростов-на-Дону, 2004. – 190 с.

3. Ломакин Д.О. Комплексная оценка уровня качества услуг предприятий автосервиса : дис. ... к.т.н. – Орел, 2010. – 134 с.

4. Морозова Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме : монография. – М. : РосНОУ, 2011. – 264 с.

5. Прохоров Ю.К. Управление качеством [Электронный ресурс]. – URL:http://de.ifmo.ru/bk_netra/contents.php?tutindex=18 (дата обращения: 20.01.2013)