

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №6 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-6>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/132EVN615.pdf>

DOI: 10.15862/132EVN615 (<http://dx.doi.org/10.15862/132EVN615>)

УДК 379.85(075.8)

Антонова Анна Борисовна
ФГАОУ ВО «Университет ИТМО»
Институт международного бизнеса и права
Россия, Санкт-Петербург¹
Кандидат технических наук
Доцент
E-mail: a.b.antonova@gmail.com

Качество как фактор развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации

¹ 196135, г. Санкт-Петербург, ул. Гастелло, 12

Аннотация. Статья посвящена современным аспектам развития индустрии туризма и гостеприимства Российской Федерации. Автором подчеркивается актуальность и необходимость обеспечения и повышения качества внутреннего туристского продукта, в условиях изменения конъюнктуры туристского спроса и существенно возросших внутренних и въездных туристских потоках.

Современные потребители внутреннего Российского турпродукта имеют значительный туристский опыт, и соответствие мировым стандартам качества является необходимым условием для дальнейшего развития туризма и гостеприимства в нашей стране.

В статье рассмотрены аспекты понятия «качество» применительно к товарам и услугам, а также отличительные особенности «качества производителя» и «качества потребителя». Описаны особенности обеспечения качества в сфере индустрии туризма и гостеприимства: это большое разнообразие видов деятельности и широкий набор функций, которые реализуют предприятия индустрии (организационная, производственная, сервисная и торговая функции). Автором рассматриваются вопросы формирования механизма обеспечения качества в индустрии туризма и гостеприимства. В заключении намечены шаги, предложены этапы и модель формирования механизма обеспечения качества индустрии туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: качество; индустрия туризма и гостеприимства; «качество потребителя»; «качество производителя»; механизм обеспечения качества; менеджмент качества; международные стандарты.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Антонова А.Б. Качество как фактор развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №6 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/132EVN615.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/132EVN615

Статья опубликована 25.11.2015.

В XXI веке с переходом большинства мировых экономик в постиндустриальную эпоху, значение понятия «качество жизни» неуклонно растет. Так, в Российской Федерации, согласно Государственной Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, обеспечение качества жизни населения указана как одна из ключевых целей развития нашей страны. [4]

Существенную роль в достижении поставленной цели играет развитие сферы туризма и гостеприимства. Принятая в 2014 году «Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2020 года» [3] так же большое внимание уделяет качеству и его аспектам в развитии туризма в РФ. Например, раздел 2 Стратегии, целиком посвящен вопросам повышения качества и конкурентоспособности туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и мировом рынках.

Задача повышения качества туристских услуг, наряду с продвижением туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках и развитием туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации поставлена в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [5]. Так же задача повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма ставится и перед исполнителями государственной программы Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013-2020 годы [6].

Таким образом, проблема обеспечения и повышения качества в сфере туризма и гостеприимства является актуальной для нашей страны, особенно в нынешних условиях изменения конъюнктуры туристского спроса и существенно возросших внутренних и въездных туристских потоках. По данным Росстата число прибытий иностранных граждан в РФ с целью туризма в 2015 году выросло на 17% по отношению к 2014 году [16].

Вопросам обеспечения и повышения качества применительно к сфере туризма и гостеприимства уделяли внимание В.А. Квартальнов, И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.Г. Гамов, Н.В. Старичкова, А.Н. Шмелева, Бутенко Я.А., Умнова М.Г. и другие. Авторы рассматривают вопросы менеджмента качества туристских услуг ISO 9001, нормативно-правовую базу обеспечения качества; классификационные требования, предъявляемые к средствам размещения. Ряд авторов предлагают методические рекомендации по повышению и оценке качества предоставляемых туристских услуг на уровне регионов РФ. Относительно полно разработаны механизмы обеспечения качества услуг размещения и услуг питания, также имеется много разработок, направленных на совершенствование процесса обслуживания клиента. Тем не менее, комплексный механизм обеспечения и повышения качества индустрии гостеприимства и туризма в нашей стране до настоящего времени отсутствует.

Известно, что концепции всеобщего управления качеством и другие современные концепции неразрывно связывают качество жизни человека с качеством производимых обществом товаров и услуг. В условиях постиндустриального общества качество является ключевым фактором успеха, обеспечивая удовлетворенность потребителя предоставленной услугой, возвращение его для совершения повторных покупок и, как следствие, экономический рост предоставляющей данную услугу компании.

Правительство РФ уже обратило внимание на необходимость повышения качества туристских услуг [3, 5, 6]. В большой степени это связано с тем, что потребители внутреннего Российского турпродукта – как отечественные, так и иностранные туристы, уже накопили значительный туристский опыт и привыкли к мировым стандартам обслуживания [3]. Изменение внешнеэкономической ситуации повлекло увеличение туристского потока в Россию и, по мнению профессионалов туристской индустрии, отрасль оказалась не готова обеспечить требуемое количество полноценных туристских продуктов должного уровня качества.

Если рассматривать классификацию услуг на материальные, социально-культурные (не материальные) и смешанные согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения» [7], то можно отметить, что в систему индустрии туризма и гостеприимства (далее ИТиГ) входят как первый, так и второй и третий типы услуг. Более того, в систему ИТиГ помимо самих услуг входят и произведенные товары (например, продукция предприятий общественного питания, сувенирная продукция), качество которых уже будет формироваться в соответствии с другими требованиями, отличными от требований к качеству услуг, обусловленными ГОСТ Р 50691-2013 [9].

Закон «О защите прав потребителей» трактует понятия качества товаров и качества услуг во взаимосвязи. Об этом говорится в статье 4 – «Качество товара (работы, услуги)»: «Продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору. При отсутствии в договоре условий о качестве товара (работы, услуги) продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется» [2].

Таким образом, Закон указывает на необходимость учитывать требования потребителя, предъявляемые к оказанной услуге или реализованного товара даже в том случае, если такие требования в договоре напрямую не прописаны, исходя из обычных для таких услуг и товаров требований.

Однако, здесь, на наш взгляд, существует противоречие.

Качество продукции (товаров) определяется согласно действующему до настоящего времени в России ГОСТ 15467-79. – «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения» [9], как совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением, а понятие «показатель качества» трактуется как «количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, входящих в её качество, рассматриваемая применительно к определённым условиям её создания и эксплуатации или потребления». При этом потребительская оценка качества продукции и услуг, а также степень удовлетворенности потребителя не принимается во внимание: она выводится из терминологии качества и области производства в области экономики, называясь там конкурентоспособностью или потребительской стоимостью [9]. Основная проблема традиций обеспечения качества, сохранившихся в современной России со времен СССР – это отсутствие ориентации на конечного потребителя с его особенностями, потребностями и предпочтениями.

Таким образом, становится очевидной необходимость использования международных стандартов качества при реформировании отечественной индустрии туризма и гостеприимства. Здесь, на наш взгляд, уместно вспомнить исторический пример «японского чуда» (революционного обновления японской промышленности в 80-х годах XX века), которое произошло, в большой степени, именно благодаря включению ориентации на потребителя в сферу качества.

При таком подходе запросы и предпочтения потребителей изучаются еще на этапе планирования продукции, а затем, посредством методики QFD (Quality Function Deployment) на их основе разрабатываются технические требования к будущей продукции. В частности, с учетом данного подхода была создана «звездная» система классификации отелей, включающая 5 звезд, учитывающая предпочтения клиентов и их запросы, и дающая туристу четкое представление о качестве приобретаемой услуги размещения. Даже стремление некоторых отельеров добавить дополнительные звезды своим отелям, производится с

ориентацией на запросы самых состоятельных клиентов. Ведь на конкурентных рынках только мнение потребителя (выраженное в форме потребительского спроса или же выясненное в результате опроса) может являться доказательством качества того или иного туристского продукта или услуги.

В мировой практике менеджмента (управления) качеством существуют два подхода к определению понятия «качество»: «качество производителя» и «качество потребителя» [13].

- «Качество производителя» (техническое качество) - определяется технико-экономическими показателями. Уровень качества устанавливается нормативными и регламентирующими документами (ГОСТ, ТУ, стандарты предприятия и пр.) и измеряется при помощи статистических методов. Это именно то качество, которое подразумевается в ГОСТ 15467-79. – «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения».
- «Качество потребителя» (потребительная стоимость) - определяется высказанными и не высказанными требованиями потребителя относительно показателей технического, эстетического, эксплуатационного уровня изделия, а так же относительно его технического качества. Качество потребителя может быть установлено по результатам опросов потребителей и т.д.

Подход с точки зрения потребителя определяет качество как способность удовлетворять требования потребителя. Здесь качество рассматривается через призму спроса и удовлетворенности потребителя. Причем, если говорить о цепи качества, то на каждом этапе производства и реализации продукции или услуги будут существовать различные потребители. Качество продукта (услуги) в данном случае напрямую влияет на спрос. Уровень качества можно определить только путем субъективных оценок потребителей.

С другой стороны, качество – это набор определенных свойств продукта или услуги, закрепленных документально (например, в технических регламентах закреплены требования к безопасности, которая является одним из свойств продукции).

Определение качества, которое дает стандарт ISO 9000:2011, учитывает оба аспекта качества и, поэтому, является на наш взгляд наиболее адекватным для целей определения качества в индустрии гостеприимства и туризма: качество – это степень соответствия присущих характеристик требованиям. [11]

Очевидно, что механизм определения качества в индустрии туризма и гостеприимства должен использовать комплексный показатель качества, который бы включал как техническое качество, так и качество потребителя. [13]

Действующий ГОСТ Р 50691-2013 "Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг", по мнению авторов, не вполне учитывает специфику индустрии туризма и гостеприимства. Для разработки комплексной модели качества ИТиГ необходимо изучить и учесть все функции и особенностей входящих в ее состав различных видов услуг.

Существуют различные подходы к систематизации компонентов индустрии туризма и гостеприимства, как среди отечественных, так и зарубежных авторов. Их сравнительный анализ не является целью данной работы. Отметим лишь, что общим практически для всех исследователей является включение в сферу туризма и гостеприимства компонентов, обеспечивающих:

- организацию и реализацию туристского продукта (туроператоры и турагенты);
- размещение туристов (средства размещения – отели, хостелы и пр.);
- питание (рестораны, столовые, предприятия выездного обслуживания и пр.);

- организацию и проведение экскурсий (гиды-переводчики, экскурсионные бюро и пр.);
- развлечение и проведение досуга (объекты показа и пр.);
- перевозку туристов к месту отдыха и обратно, а также транспортные услуги в месте пребывания (транспортные компании – авиа, железнодорожные, муниципальный транспорт и пр.);
- прочие (обеспечение безопасности, продажа сувенирной продукции и т.д.).

Общие функции, выполняемые отдельными составными частями системы можно условно разделить на:

- производственную – производство материальных объектов (например, продукции предприятий общественного питания);
- торговую – реализация товаров и услуг (например, сувенирной продукции, турпродукта);
- сервисную – обслуживание потребителей (например, услуги гидов-переводчиков, турлидеров, службы качества в турфирмах и отелях);
- организационную – создание материальной или нематериальной услуги (турпродукта, экскурсии и пр.) с целью дальнейшей реализации потребителю.

При этом следует строго различать производственную и организационную функции. [12].

Наличие этих четырех взаимодополняющих функций отличает индустрию туризма и гостеприимства от других видов деятельности сферы услуг. Указанные компоненты, реализуя свои функции, осуществляют процессы, которые являются объектами менеджмента качества. Для данных процессов большое значение имеет техническое качество оказываемых услуг как материальных, так и не материальных.

Вместе с тем следует отметить, что на качество услуг туризма и гостеприимства так же будут иметь большое влияние такие элементы как:

- достижимость дестинации (включая как транспортную достижимость, так и визовые формальности);
- экологическое состояние окружающей среды;
- уровень безопасности для туриста;
- курсы обмена валют и т.д.

Данные компоненты при рассмотрении с позиции туриста являются статичными и обеспечивают туристскую среду. Однако, они имеют существенное влияние на субъективное восприятие туристом качества туристского продукта, не являясь фактически его составными частями.

Закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" определяет туристский продукт как «комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта» [1].

В целом, опыт туриста во время тура и его восприятие турпродукта основывается на взаимодействии с рядом компонентов, как являющихся частями турпродукта (транспортировка, размещение, питание), так и составными частями туристской дестинации

(достопримечательности, муниципальный транспорт, местное население, окружающая среда и пр.). Качество туристских услуг, таким образом, можно рассматривать как совокупность технического качества (качества производителя) и качества потребителя, причем, для каждого компонента можно определить свой набор ключевых показателей качества (рис. 1):

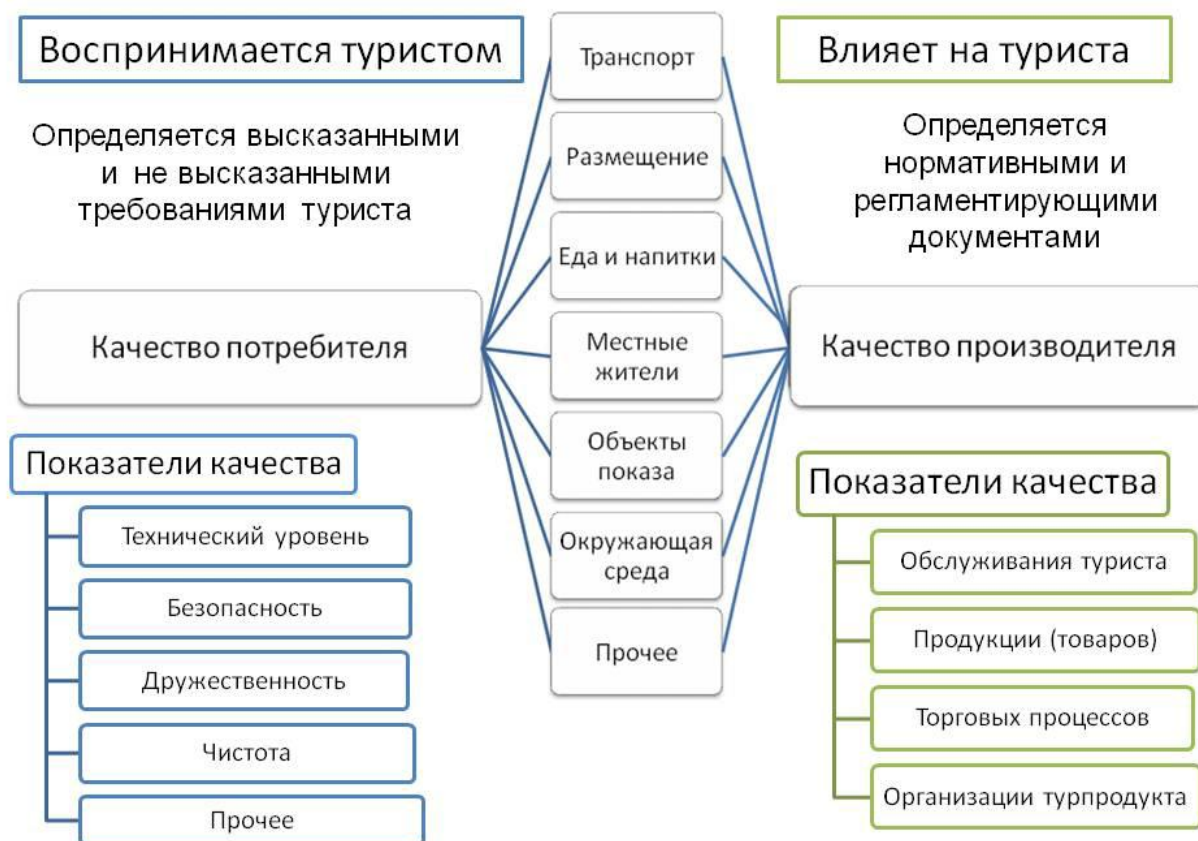


Рис. 1. Качество в индустрии туризма и гостеприимства
(разработано автором на основе [1, 10, 13, 14])

Наряду с тем, что туристский потенциал территории Российской Федерации богат и практически неисчерпаем, все же развитие туристского комплекса большинства регионов страны сдерживается отсутствием качественной туристской инфраструктуры, в частности средств размещения среднего ценового уровня и соответствующих мировым стандартам, объектов, низким уровнем развития транспортной доступности, включая дорожные сети, негативным имиджем, недостаточным уровнем обеспечения безопасности, наличием ограниченного, регламентированного режима посещения территории части субъектов Российской Федерации. Так же к проблемам развития туризма относятся: устаревшая ресурсная база в сфере санаторно-курортного, оздоровительного и медицинского туризма, плохое экологическое состояние прибрежных зон водоемов и природных территорий в местах активного развития туризма, высокая сезонная цикличность спроса, размер емкости отельной базы традиционных отечественных курортов пляжного отдыха, допустимой рекреационной нагрузки и пропускной способности пляжей и других объектов туристской инфраструктуры, недостаточный уровень практических навыков мирового уровня у выпускников программ профессиональной подготовки в сфере туризма, традиционность подходов к формированию туристских программ, низкое разнообразие ассортимента туров по Российской Федерации, способных удовлетворить динамичный и взыскательный спрос современного потребителя,

отсутствие клиентоориентированной политики управления учреждениями культуры, необходимость модернизации их услуг. [3]

Таким образом, с учетом предложенной схемы (рис. 1) и модели обеспечения качества услуг в соответствии с ГОСТ Р 50691-2013, механизм обеспечения качества индустрии туризма и гостеприимства должен включать следующие этапы:

1. Определение подсистем, структурных элементов и их взаимосвязей (с учетом сколь угодно малых единичных элементов) системы туризма и гостеприимства.
2. Выявление и адаптация методологий и инструментов управления качеством к подсистемам и структурным элементам ИТиГ.
3. Апробация предложенных методов и инструментов и совершенствование качества ИТиГ с учетом системного подхода.

Указанные предпосылки и предложенные этапы очерчивают круг задач по разработке комплексного механизма обеспечения качества индустрии туризма и гостеприимства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации": [электронный документ]. – URL: (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/4f44ca336bacdad62f06498dcd0070ce107bdfc7/). Проверено 12.10.2015.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) "О защите прав потребителей".
3. Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 N 941-р "Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»: [электронный документ]. – URL: (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164146/). Проверено 12.10.2015.
4. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р.
5. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»: [электронный документ]. – URL: (<http://base.garant.ru/55171986/>). Проверено 12.10.2015 <http://base.garant.ru/55171986/> дата обращения 23.09.15.
6. Государственная программа Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013-2020 годы http://pravo.gov.ru/ipssdata/?doc_itself=&backlink=1&&nd=102349848&&page=1&dk=0#Ю.
7. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50646-2012 "Услуги населению. Термины и определения" (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. N 1612-ст) Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/71171100/#ixzz3wPA5UBWv>.
8. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50691-2013 "Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг" (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 6 сентября 2013 г. N 875-ст).
9. Национальный стандарт РФ ГОСТ 15467-79 – «Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения».
10. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 52113-2003 "Услуги населению. Номенклатура показателей качества" (утв. постановлением Госстандарта РФ от 28 июля 2003 г. N 253-ст).
11. ISO 9000:2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» <http://docs.cntd.ru/document/gost-iso-9000-2011>.
12. Антонова А.Б. Методологические основы управления инновационными процессами в системе общественного питания // "Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования" Ежеквартальный научно-практический журнал – Орел, - №1, 2012. - с. 203-207.

13. Антонова А.Б., Виноградова А.В. Формирование механизмов управления качеством и удовлетворенностью потребителей на предприятиях сферы услуг // Вестник Орловского государственного университета. (Серия "Новые гуманитарные исследования").- 2014. - Вып. 41. - №6. - С. 206-209.
14. Гамов В.Г., Старичкова Н.В. Менеджмент качества и оценка соответствия в туризме. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2005. – 172 с.
15. Шмелева А.Н., Бутенко Я.А., Умнова М.Г. Разработка методических рекомендаций по повышению качества предоставляемых в субъектах Российской Федерации туристских услуг и оценке эффективности деятельности субъектов Российской Федерации в сфере туризма // Современные научные исследования и инновации. 2015. №5 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/05/53630> (дата обращения: 19.10.2015).
16. Количество прибывших граждан иностранных государств на территорию Российской Федерации: [электронный документ]. – URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/kolichestvo-pribyvshikh-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv-na-territoriyu-rossiyskoy-federatsii/>. Проверено 11.12.2015.

Рецензент: Статья рецензирована членами редколлегии журнала.

Antonova Anna Borisovna

Saint Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics
Russia, St.-Petersburg
E-mail: a.b.antonova@gmail.com

Quality as a factor of development of tourism and hospitality industry in the Russian Federation

Abstract. The article is devoted to modern aspects of the development of tourism and hospitality industry of the Russian Federation. The author highlights the urgency and the need to ensure and improve the quality of domestic tourist product, in a changing environment of tourism demand and significantly increased domestic and inbound tourism flows.

Modern consumers of Russian domestic tourism products have a significant tourist experience, and compliance with international quality standards is a prerequisite for the further development of tourism and hospitality in Russia.

The article discusses aspects of the concept of "quality" in relation to goods and services, as well as the distinctive features of "quality of a manufacturer" and "quality of the consumer." The features of quality assurance in the field of tourism and hospitality: the great variety of activities and a wide range of functions implemented by enterprises of the Tourism and Hospitality industry (organizational, industrial, service and commercial functions). The author deals with the formation of a mechanism to ensure quality in the tourism and hospitality industry. In conclusion, outlined the steps proposed stages and model of a mechanism to ensure the quality of tourism and hospitality industry.

Keywords: quality; tourism and hospitality industry; "the quality of the consumer"; "quality of a manufacturer"; the mechanism of quality assurance; quality management; international standards.

REFERENCES

1. Federal'nyy zakon ot 24 noyabrya 1996 g. N 132-FZ "Ob osnovakh turistskoy deyatelnosti v Rossiyskoy Federatsii": [elektronnyy dokument]. – URL: (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/4f44ca336bacdad62f06498dcd0070ce107bdfc7/). Provereno 12.10.2015.
2. Zakon RF ot 07.02.1992 N 2300-1 (red. ot 13.07.2015) "O zashchite prav potrebiteley".
3. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 31.05.2014 N 941-r "Ob utverzhdenii Strategii razvitiya turizma v Rossiyskoy Federatsii na period do 2020 goda»: [elektronnyy dokument]. – URL: (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164146/). Provereno 12.10.2015.
4. Strategiya innovatsionnogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2020 goda, utverzhdennoy rasporyazheniem Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii ot 8 dekabrya 2011 g. N 2227-r.
5. Federal'naya tselevaya programma «Razvitie vnutrennego i v"ezdnoy turizma v Rossiyskoy Federatsii (2011–2018 gody)»: [elektronnyy dokument]. – URL: (<http://base.garant.ru/55171986/>). Provereno 12.10.2015 <http://base.garant.ru/55171986/> data obrashcheniya 23.09.15.
6. Gosudarstvennaya programma Rossiyskoy Federatsii "Razvitie kul'tury i turizma" na 2013-2020 gody
http://pravo.gov.ru/ipsdata/?doc_itself=&backlink=1&&nd=102349848&&page=1&rk=0#I0.
7. Natsional'nyy standart RF GOST R 50646-2012 "Uslugi naseleniyu. Terminy i opredeleniya" (utv. prikazom Federal'nogo agentstva po tekhnicheskomu regulirovaniyu i metrologii ot 29 noyabrya 2012 g. N 1612-st) Sistema GARANT: <http://base.garant.ru/71171100/#ixzz3wPA5UBWv>.
8. Natsional'nyy standart RF GOST R 50691-2013 "Uslugi naseleniyu. Model' sistemy obespecheniya kachestva uslug" (utv. prikazom Federal'nogo agentstva po tekhnicheskomu regulirovaniyu i metrologii ot 6 sentyabrya 2013 g. N 875-st).
9. Natsional'nyy standart RF GOST 15467-79 – «Upravlenie kachestvom produktsii. Osnovnye ponyatiya. Terminy i opredeleniya».
10. Natsional'nyy standart RF GOST R 52113-2003 "Uslugi naseleniyu. Nomenklatura pokazateley kachestva" (utv. postanovleniem Gosstandarta RF ot 28 iyulya 2003 g. N 253-st).
11. ISO 9000:2011 «Sistemy menedzhmenta kachestva. Osnovnye polozheniya i slovar'»
<http://docs.cntd.ru/document/gost-iso-9000-2011>.
12. Antonova A.B. Metodologicheskie osnovy upravleniya innovatsionnymi protsessami v sisteme obshchestvennogo pitaniya // "Vestnik Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Novye gumanitarnye issledovaniya" Ezhekvartal'nyy nauchno-prakticheskiy zhurnal – Orel, - №1, 2012. - s. 203-207.
13. Antonova A.B., Vinogradova A.V. Formirovanie mekhanizmov upravleniya kachestvom i udovletvorennost'yu potrebiteley na predpriyatiyakh sfery uslug // Vestnik Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. (Seriya "Novye gumanitarnye issledovaniya").- 2014. - Vyp. 41. - №6. - S. 206-209.

14. Gamov V.G., Starichkova N.V. Menedzhment kachestva i otsenka sootvetstviya v turizme. – Vladivostok: Izd-vo VGUES, 2005. – 172 s.
15. Shmeleva A.N., Butenko Ya.A., Umnova M.G. Razrabotka metodicheskikh rekomendatsiy po povysheniyu kachestva predostavlyaemykh v sub"ektakh Rossiyskoy Federatsii turistskikh uslug i otsenke effektivnosti deyatel'nosti sub"ektov Rossiyskoy Federatsii v sfere turizma // Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii. 2015. №5 [Elektronnyy resurs]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/05/53630> (data obrashcheniya: 19.10.2015).
16. Kolichestvo pribyvshikh grazhdan inostrannykh gosudarstv na territoriyu Rossiyskoy Federatsii: [elektronnyy dokument]. – URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/kolichestvo-pribyvshikh-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv-na-territoriyu-rossiyskoy-federatsii/>. Provereno 11.12.2015.