

2. Виртуальный тур по странам мира [Электронный ресурс] // Евро-роуминг. – Режим доступа: <https://euroroaming.ru/category/virtualnyj-turpo-stranam-mira/>. – Дата доступа: 14.03.2023.

3. Карпова, С. В. Инновационный маркетинг : учеб. / С. В. Карпова. – М. : Юрайт, 2016. – 458 с.

4. Брестская крепость, Мирский замок и «Хатынь»: какие белорусские музеи можно посетить онлайн [Электронный ресурс] // Беларусь сегодня. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/ot-bresta-do-grodno-odin-klik.html>. – Дата доступа: 16.04.2023.

*Романова О.В., Моругина Е.Д.*

Белорусский государственный университет физической культуры  
Республика Беларусь, Минск

#### **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ САНАТОРИЯ «РАДОН»)**

*Romanova O., Morugina E.*

Belarusian State University of Physical Culture  
The Republic of Belarus, Minsk

#### **QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF SPA SERVICES (ON THE EXAMPLE OF THE SANATORIUM "RADON")**

**Аннотация.** В данной статье раскрываются понятия: «качество санаторно-курортных услуг», «управление качеством». Представлена система управления качеством санаторно-курортных услуг санатория «Радон», SWOT-анализ санаторно-курортных услуг санатория «Радон».

**Ключевые слова:** туристическая индустрия; санаторно-курортные учреждения; качество услуг; потребители санаторно-курортных услуг; маркетинговые исследования; SWOT-анализ.

**Abstract.** This article reveals the concepts: "quality of spa services", "quality management". The quality management system of sanatorium-resort services of the sanatorium "Radon", SWOT analysis of sanatorium-resort services of the sanatorium "Radon" is presented.

**Keywords:** tourism industry; spa facilities; quality of services; consumers of spa services; marketing research; SWOT analysis.

На современном этапе развития туристической индустрии санаторно-курортная деятельность занимает существенное место в укреплении здоровья населения нашей страны. Отечественный санаторно-курортный комплекс выстраивается в рыночные отношения, коммерциализуется и играет заметную роль в развитии курортных территорий.

Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ в санаторно-курортном бизнесе является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым здесь является предоставление таких услуг, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания целевых клиентов. Ожидания клиентов формируются на основе уже имеющегося у них опыта, а также информации, получаемой по прямым (личным) или по массовым (неличным) каналам маркетинговых коммуникаций.

Таким образом, проблема качества предоставляемых услуг достаточно актуальна. Совершенствование качества услуг является на сегодняшний день наиглавнейшей задачей, необходимой для успешного ведения бизнеса. Актуальность исследования системы управления качеством, обусловливается необходимостью в нынешних условиях перехода к рыночным отношениям поиска лучших управленческих решений, совершенствования управления в сфере гостеприимства. Рассмотрение способов анализа качества санаторно-курортных услуг направлено на повышение уровня обслуживания и эффективности производства санаторно-курортных услуг.

Каждая организация санаторно-курортной и туристической сферы в конкурентной среде намеревается найти собственный способ по отношению к себе потребителя, применяя широкий запас различных подходов и методов, которые дают возможность обеспечить ей развитие в будущем и рост продуктивности деятельности. Этого можно достичь лишь за счет выработки стратегии, системы управления качеством, обеспечивая удовлетворенность клиента предоставляемыми санаторными и туристскими услугами.

Санаторно-курортная организация должна своевременно разрабатывать эффективные стратегии деятельности, основанные на совершенствовании основных элементов управления качеством курортных услуг.

Под качеством санаторно-курортных услуг понимается максимальное достижение удовлетворенности клиентов предприятия в курортном лечении и отдыхе в соответствии с заявленными стандартами обслуживания. В курортной индустрии целью борьбы за качество является максимиза-

ция прибыли за счет завоевания предпочтений потребителей качественными услугами [1].

Управление качеством – это действие, контролируемое организацией, которое направлено на обеспечение соответствия качества установленным стандартам [2].

К основным требованиям, обеспечивающим достижение качества санаторно-курортного обслуживания, следует отнести:

1. Заинтересованность администрации. Процесс повышения качества инициируется руководством, прогрессирует при наличии проявляемой им заинтересованности и прекращается после потери внимания со стороны руководителей.

2. Участие всего персонала. Фактическое качество оказываемых услуг определяется подразделениями, непосредственно контактирующими с клиентами. Служба управления качеством осуществляет лишь общее руководство процессом улучшения работы.

3. Соответствие услуг требованиям потребителей. Качество, прежде всего, связано с удовлетворением конкретных потребностей клиентов, а не с соответствием административным нормативным параметрам и стандартам.

4. Создание эффективной системы мотивации сотрудников на предприятии, что является необходимой предпосылкой качественного выполнения персоналом своих обязанностей [3].

Система управления качеством санаторно-курортных услуг была рассмотрена на примере санатория «Радон». В санатории «Радон» отсутствует специализированная служба, ответственная за систему управления качеством. И даже нет работника, отвечающего за контроль качества. Ответственность за надлежащее выполнение требований, установленных стандартом, и соответствующие полномочия в организации работы по качеству возложены на представителя руководства. Уровень качества периодически анализируется, для того чтобы убедиться, что обслуживание удовлетворяет установленным требованиям.

Контроль за качеством выполняемых работ и оказываемых услуг в санатории «Радон», осуществляется в процессе производства заведующими тех или иных служб. Выявленные незначительные отклонения устраняются сразу же в ходе работ, серьезные нарушения решаются с участием выше стоящего руководства. Результаты проверок оформляются документально и доводятся до сведения персонала, ответственного за проверенный участок работы. Руководство, ответственное за этот участок, осуществляет своевременные корректирующие мероприятия и устраняет недостатки, выявленные в процессе проверки.

Для повышения системы управления качеством санаторно-курортных услуг следует тщательно изучить конкурентов, разработать SWOT-анализ санаторно-курортных услуг санатория «Радон».

SWOT-анализ является довольно широко признанным подходом, позволяющим провести совместное изучение внешней и внутренней среды.

Данное название анализа составлено из первых букв английских слов: сила (strength), слабость (weakness), возможности (opportunity), угрозы (threat). Проведение такого анализа (таблица 1) представляется целесообразным, поскольку он является достаточно легким в применении инструментом быстрой оценки стратегического положения предприятия [4].

Таблица 1 – Факторы внешней и внутренней среды санатория «Радон»

Сильные стороны:	Слабые стороны:
<ul style="list-style-type: none"> <li>– выгодное месторасположение (санаторий расположен в сосновом лесу на берегу реки);</li> <li>– круглогодичная работа санатория;</li> <li>– собственная автостоянка (паркинг);</li> <li>– собственный небольшой пляж;</li> <li>– комплекс дополнительных услуг;</li> <li>– наличие хорошей лечебной базы;</li> <li>– систематическое обновление медицинского оборудования;</li> <li>– значительный опыт работы на рынке курортных услуг;</li> <li>– высокий уровень квалификации медицинского персонала</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неудобство подъездных путей;</li> <li>– слабая рекламная кампания;</li> <li>– потребность в обновлении некоторых уже существующих объектов санатория и строительство новых объектов;</li> <li>– не проводятся исследования по изучению потребителей;</li> <li>– отсутствует специализированная служба, ответственная за систему управления качеством</li> </ul>
Возможности:	Угрозы:
<ul style="list-style-type: none"> <li>– имеющийся потенциал для выхода на незанятые сегменты рынка;</li> <li>– повышение уровня сервиса и качества предоставляемых услуг;</li> <li>– возможность совершенствования и расширения ассортимента предоставляемых услуг;</li> <li>– привлечение дополнительных потенциальных групп потребителей санаторных услуг;</li> <li>– возможность модернизации технического оснащения номеров и служебных помещений;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нестабильность социально-экономической и политической ситуации;</li> <li>– низкий уровень доходов большей части населения;</li> <li>– обострение конкурентной борьбы за счет использования новых методов реализации услуг;</li> <li>– изменение цен на сырье и услуги, используемые санаторием;</li> <li>– усиление конкуренции со стороны более оперативно приспосабливающихся к изменениям потребительских предпочтений соперников;</li> </ul>

Продолжение таблицы 1

Возможности:	Угрозы:
<ul style="list-style-type: none"> <li>– расширение круга сотрудничества с различными турагенствами и туроператорами;</li> <li>– достижение конкурентного преимущества и занятие лидирующих позиций в области качества (обслуживание; предоставление услуг), по сравнению с конкурирующими аналогами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изменение законодательства (в частности, налогового)</li> </ul>

*Источник:* собственная разработка.

Исходя из полученных данных, необходимо отметить, что влияние таких факторов внешней среды, как нестабильная политическая ситуация страны, ужесточение налогообложения предприятий, изменение предпочтений потребителей оказывают отрицательное влияние на эффективность деятельности санатория. Преобразовать данное негативное воздействие санаторий «Радон» может, используя следующие сильные стороны:

- стабильное финансовое положение;
- наличие квалифицированного медицинского персонала;
- большой опыт работы на рынке санаторно-курортных услуг;
- выгодное месторасположение.

В то же время для преобразования слабых сторон деятельности следует использовать возможности внешней среды, а именно: привлечение молодых перспективных специалистов; повышение уровня качества обслуживания; расширение спектра предоставляемых услуг; привлечение новых групп потребителей. Следует отметить, что предприятие, не знаящее своих сильных, равно как и слабых сторон, работает вслепую. Развитие рыночных отношений вызывает появление новых задач, что вызывает необходимость совершенствования управления. Важно понимание руководителями необходимости постоянно улучшать качество обслуживания, уделять внимание расширению, реконструкции помещений, внедрению новейших технологий и т. д.

1. Ефимов, В. В. Управление качеством: учеб. пособие / В. В. Ефимов. – Ульяновск: УлГТУ, 2000. – 220 с.

2. Ветитнев А.М. Организация санаторно-курортной деятельности: учеб. пособие / А. М. Ветитнев, Я. А. Войнова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.

3. Гузева, А.В. Внутренний маркетинг в управлении организациями сферы услуг: на примере санатор.-курорт. отрасли: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / А.В. Гузева; НОЦ РАН. – Сочи, 2004. – 23 с.

4. Тарелкина, Т.В. Мониторинг удовлетворенности клиентов [Электронный ресурс] / Т.В. Тарелкина // Управление сбытом. – 2006. – № 11. – Режим доступа: <http://www.axima-consult.ru/stati-monud.html>. – Дата доступа: 01.04.2023.

*Скворода Е.В.*, канд. экон. наук

Белорусский государственный университет физической культуры  
Республика Беларусь, Минск

#### **НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «СПОРТИВНАЯ УСЛУГА»**

*Skvoroda E.*, candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Belarusian State University of Physical Culture  
The Republic of Belarus, Minsk

#### **SCIENTIFIC AND THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE CONCEPT "SPORTS SERVICE"**

**Аннотация.** В статье на основе материалов отечественных и зарубежных литературных источников анализируются существующие подходы к определению понятия «спортивная услуга», раскрывается сущность и виды спортивных услуг, что необходимо для определения их места и роли в сфере услуг физической культуры и спорта и систематизации категориального аппарата.

**Ключевые слова:** спортивная услуга; сфера спортивных услуг; услуги сферы физической культуры и спорта.

**Abstract.** Based on the materials of domestic and foreign literary sources, the article analyzes the existing approaches to the definition of the concept of "sports service", reveals the essence and types of sports services, which is necessary to determine their place and role in the field of physical culture and sports services and systematize the categorical apparatus.

**Keywords:** sports service; sphere of sports services; services in the field of physical culture and sports.