

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Степулёва Л. Ф. ORCID ID 0009-0000-6470-5104

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет», Владивосток, Российская Федерация, e-mail: step.vl@mail.ru*

Цель исследования заключается в оценке качества развлекательно-экскурсионных услуг на примере Приморского края. Расчетным методом данной оценки являлся индекс потребительской удовлетворенности, рассматриваемый как интегральный показатель, объединяющий субъективные оценки потребителей в единую количественную величину, удобную для анализа, сравнения и дальнейшего использования в управлении качеством услуг. В ходе исследования экспертным путем была разработана номенклатура потребительских свойств и показателей качества услуг, проведен онлайн-опрос потребителей экскурсионно-развлекательных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» и выполнен анализ качества предоставляемых услуг с использованием индекса потребительской удовлетворенности и элементов дерева потребительской удовлетворенности. Исследование показало: ферма-парк «Приморские Альпаки» демонстрирует устойчивую динамику развития и высокий уровень потребительской ценности. Удовлетворенные услугой клиенты становятся постоянными потребителями, готовыми повторно пользоваться ею, а также рекомендовать потребленную услугу другим покупателям. Сделаны общие выводы, использование данного подхода к оценке качества развлекательно-экскурсионных услуг обеспечивает более детальный анализ результатов анкетирования потребителей услуг, позволяет определить ценность предоставляемых услуг для потребителя, выявить проблемные зоны при их реализации, оценить вклад каждого показателя в формировании общего уровня потребительской удовлетворенности и обеспечить качество развлекательно-экскурсионных услуг Приморского региона. По результатам опроса выявлено, что низкий уровень удовлетворенности потребителя реализуемой услуги приводит к негативным отзывам и потере клиентов в сервисе.

**Ключевые слова:** развлекательно-экскурсионный сервис, оценка качества услуг, ферма-парк, лояльность и удовлетворенность потребителя, Приморский край

## ASSESSMENT OF THE QUALITY OF ENTERTAINMENT AND SIGHTSEEING SERVICES ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI

Stepuleva L. F. ORCID ID 0009-0000-6470-5104

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Vladivostok State University”, Vladivostok, Russian Federation, e-mail: step.vl@mail.ru*

The purpose of the study is to assess the quality of entertainment and sightseeing services using the example of Primorsky Krai. The calculation method of this assessment was the consumer satisfaction index, considered as an integral indicator combining subjective assessments of consumers into a single quantitative value convenient for analysis, comparison and further use in service quality management. In the course of the study, an expert nomenclature of consumer properties and service quality indicators was developed, an online survey of consumers of excursion and entertainment services of the farm-park “Primorsky Alpacas” was conducted, and an analysis of the quality of services provided was performed using the consumer satisfaction index and elements of the consumer satisfaction tree. The study showed that the farm-park “Primorsky Alpacas” demonstrates stable development dynamics and a high level of consumer value. Clients are satisfied with the quality of service, customers become regular consumers, ready to use it again, as well as recommend the consumed service to other customers. General conclusions are drawn, the use of this approach to assessing the quality of entertainment and excursion services provides a more detailed analysis of the results of the survey of consumers of services, allows us to determine the value of the services provided to the consumer, identify problem areas in their implementation, assess the contribution of each indicator to the formation of the overall level of consumer satisfaction and ensure the quality of entertainment and excursion services. services of the Primorsky region. According to the survey results, it was revealed that a low level of consumer satisfaction with the service being sold leads to negative reviews and loss of customers in the service.

**Keywords:** entertainment and sightseeing service, service quality assessment, customer loyalty and satisfaction, farm park, Primorsky Krai

### Введение

Оценкой качества оказания услуг является процесс определения эффективности, доступности и соответствия услуг установленным стандартам. Расчет индекса удовлетворенности представляется основным методом данной оценки.

Исследованию вопроса потребительского поведения посвящены многие работы отечественных и зарубежных ученых. В условиях современной рыночной экономики удовлетворенность потребителей становится ключевым фактором устойчивого развития организаций, особенно в сфере услуг.

Опираясь на работы Ф. Котлера, следует отметить, что под удовлетворенностью клиентов подразумевается совокупная оценка клиентов по приобретению продуктов или услуг, оказываемых данными компаниями [1].

Автор Л. И. Донец полагает, что принципы научного исследования, общенаучные и специальные методы, аналитические исследования необходимы для формирования потребительского спроса, ориентированного на персонализацию как эксклюзивную ценностную матрицу для каждого потребителя. При этом подчеркивает, что переосмысление традиционных механизмов создания ценности наблюдается повсеместно: от локальных ритейл-форматов до глобальных цифровых платформ [2].

Авторы отмечают, что более высокий уровень воспринимаемой ценности приводит к более высокому уровню удовлетворенности клиентов и росту лояльности [3]. При этом одни исследователи обосновывают связь между удовлетворенностью клиентов и базой, на которой в дальнейшем строится потребительская лояльность [4]. Л. М. Капустина, А. Ю. Журавлева, Л. П. Кронидова подчеркивают: удовлетворенность потребителя тесно связана с его ожиданиями и опытом работы с услугами [5]. Е. В. Комарницкая исследует вопрос соответствия ожиданий потребителя от покупок и удовлетворенности ожиданий по результатам покупок [6]. Некоторые исследователи считают удовлетворенность потребителя компонентом дерева: это выражение удовольствия или разочарования, возникающее в результате сравнения ожиданий от продукта или услуги до потребления и восприятия их функции после потребления. Таким образом, выявление и приоритетное удовлетворение потребностей клиентов является важным ключом к завоеванию их лояльности. Чем выше удовлетворенность клиентов, тем выше уровень потребления продуктов или услуг [7].

Сектор услуг играет важную роль в формировании современной экономики, так как обеспечивает реализацию государственной политики развития экономики новой реальности, оказание разнообразного количества и видов услуг, начиная от финансовых и туристических и заканчивая медицинскими и образовательными [8, с. 41–48].

Автор статьи согласна с исследованиями А. В. Павловой, утверждающей, что удовлетворенность потребителей является мерой, отражающей степень соответствия предлагаемых услуг их ожиданиям и оценке качества [9].

Предприятия развлекательно-экскурсионного и туристического профиля – это хо-

зяйствующие субъекты индустрии туризма, оказывающие услуги по организации отдыха, путешествий, досуга и познавательной деятельности. Они формируют, продвигают и реализуют турпродукты, обеспечивая культурное и развлекательное сопровождение туристов. Следовательно, для данных предприятий качество услуг напрямую влияет не только на уровень спроса, но и на формирование лояльности посетителей, репутацию объекта и его конкурентоспособность.

Ферма-парк «Приморские Альпаки» является относительно новым и нетипичным для Приморского края объектом агротуризма. На территории комплекса представлены редкие для региона животные, организованы экскурсии, интерактивные форматы общения с животными, а также дополнительные развлекательно-познавательные активности. Данный формат досуга вызывает высокий интерес у населения региона и требует особого внимания к вопросам безопасности, комфорта и качества обслуживания.

Оценка сервисных услуг фермы-парка осуществлялась на основе комплексного подхода с использованием нормативных документов. Был проведен онлайн-опрос потребителей услуг в период с 19 ноября по 19 декабря 2025 г., разработана номенклатура оценки качества развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка, включающая 15 критериев, сгруппированных по блокам, составлена анкета [10].

Оценка качества экскурсионно-развлекательных услуг фермы-парка с точки зрения как производителя, так и потребителя является актуальной и практически значимой [11; 12]. Полученные результаты позволили выявить сильные стороны услуги, а также определить направления для ее дальнейшего совершенствования.

Следует добавить, что во время проведенного исследования были изучены различные системы критериальной оценки показателей качества в сфере услуг, а также авторские методики с использованием методов: SERVQUAL, Кано, CSI/ACSI, где анализировалось качество туристских и сельских услуг с учетом ожиданий и фактического уровня удовлетворенности потребителей организации [13–15].

**Цель исследования** – оценить качество развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки», представленного на рынке Приморского края (Надеждинский район).

#### **Материалы и методы исследования**

Методы исследования – аналитический, системный и сравнительный анализы.

Объектом исследования является ферма-парк «Приморские Альпаки» Надеждинского района.

Субъектами исследования являются потребители предлагаемых услуг фермы-парка «Приморские Альпаки».

Для комплексной и объективной оценки качества экскурсионно-развлекательных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» в рамках данного исследования используется методический подход, основанный на расчете индекса потребительской удовлетворенности и сборе первичных данных посредством анкетного опроса посетителей. Применение данной методики позволяет не только определить общий уровень удовлетворенности потребителей, но и выявить взаимосвязи между отдельными характеристиками услуги и формированием общего впечатления от посещения фермы-парка.

Индекс потребительской удовлетворенности рассматривается как интегральный показатель, объединяющий субъективные оценки потребителей в единую количественную величину, удобную для анализа, сравнения и дальнейшего использования в управлении качеством услуг. В рамках настоящей работы расчет индекса осуществляется на основе оценок значимости и степени удовлетворенности по ключевым показателям качества, сформированным на предыдущем этапе исследования.

Использование данного подхода обеспечивает более детальный анализ результатов анкетирования, позволяя определить сильные стороны предоставляемых услуг, выявить проблемные зоны и оценить вклад каждого показателя в формирование общего уровня потребительской удовлетворенности.

### Результаты исследования и их обсуждение

Ферма-парк «Приморские Альпаки» представляет собой современный агротуристический комплекс, расположенный в п. Давыдовка Надеждинского района Приморского края примерно в 40 км от Владивостока. Время в пути от города составляет около 50 мин на автомобиле, что делает объект доступным для однодневных поездок.

Комплекс сочетает элементы фермерского хозяйства, туристического объекта и развлекательно-познавательного пространства. Основной особенностью фермы является возможность живого и безопасного взаимодействия с животными: альпаками, капибарами, кроликами и другими представителями фермы. Посетители могут покормить животных, пообщаться с ними,

сделать фотографии в рамках организованных экскурсий в сопровождении персонала.

Ферма-парк ориентирована на семейную аудиторию, в том числе на посещение с детьми, а также на индивидуальных туристов и организованные группы. Экскурсии проводятся по предварительной записи в групповом формате, что позволяет регулировать поток посетителей и обеспечить безопасность.

Дополнительно на территории комплекса предусмотрены зоны отдыха, фотозоны, мастер-классы, а также возможность приобретения сувениров. Таким образом, ферма-парк «Приморские Альпаки» выступает как объект агротуризма, сочетающий природную среду, комфорт и развлекательно-познавательный формат досуга.

Оценка качества услуг фермы-парка осуществлялась на основе комплексного подхода, с использованием нормативных документов: Постановление Правительства РФ № 1937 от 30 декабря 2019 г. [16], устанавливающее требования к использованию и содержанию животных в культурно-зрелищных целях; ГОСТ Р 54604-2022 «Услуги экскурсионные. Общие требования» [17], регламентирующий общие требования к экскурсионным услугам и экскурсиям (раздел 5), требования безопасности экскурсионных услуг (раздел 6) и требования к исполнителям, в том числе к экскурсоводам (раздел 7); ГОСТ Р 57013-2016. «Услуги населению. Услуги зоопарков. Общие требования», содержащие требования к зоопаркам и их услугам (разделы 6, 7) [18].

На основе нормативных данных экспертным путем (коэффициент конкордации  $W = 0,752$ ) была разработана номенклатура оценки качества развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка, включающая 15 критериев, сгруппированных по основным блокам, представленная в табл. 1. Экспертами выступили руководитель, менеджеры, сотрудники развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» в количестве 7 чел.

Следовательно, номенклатура явилась основой для проведения исследования и опроса потребителей развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки».

В данном исследовании отсутствует строгое разделение показателей на субъективные и объективные в классическом смысле. Оценка формируется респондентом на основе его личного опыта, ощущений и восприятия, следовательно, все показатели могут быть названы воспринимаемыми, то есть отражают реальность глазами потребителя.

Таблица 1

Номенклатура потребительских свойств и показателей качества  
развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка

Категория	Критерий оценки	Показатели оценки
Показатели назначения (функциональные)	Содержание услуги	Интересность и информативность экскурсии
		Продолжительность экскурсии (достаточно/недостаточно времени)
	Объекты показа (животные)	Доброжелательность и ухоженность животных (альпаки, капибары, курочки и др.)
	Дополнительные услуги	Качество и ассортимент экопродукции, сувениров и кормов для животных
Наличие и качество дополнительных активностей (мастер-классы, фотозоны, зоны отдыха)		
Показатели безопасности	Физическая безопасность	Возможность безопасного и комфортного взаимодействия с животными (обнимание, кормление, фото)
		Комфорт и безопасность для детей
Показатели надежности и организации	Доступность и логистика	Удобство записи на экскурсию (онлайн-бронь, связь, подтверждение)
		Доступность территории (удобство дороги, парковки, навигации)
	Эффективность процессов	Организация входа и распределения групп (отсутствие очередей и задержек)
Показатели комфортности (Эстетические/Эргономические)	Благоустройство и среда	Комфорт и чистота территории фермы-парка
		Красота и ухоженность природной территории
Показатели культуры обслуживания	Персонал и атмосфера	Профессионализм и дружелюбие экскурсоводов
		Уровень гостеприимства и атмосфера фермы
Экономические показатели	Соотношение цены и качества	Стоимость билетов и соответствие цены качеству услуг

Примечание: составлена автором на основе полученных данных в ходе исследования.

Опрос потребителей реализованной услуги с целью осуществления оценки качества развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» был проведен в месячный период с 19 ноября по 19 декабря 2025 г. Объем выборки – 51 респондент. Онлайн-опрос проходил с помощью платформы Google Формы. Исследовался только первичный визит респондентов-потребителей услуг фермы-парка, доля отказов составила 2,91 %. Единицей отбора выступала семья, а не отдельный посетитель, поэтому в большинстве случаев анкета представляла мнение всей семьи. Реальный охват респондентов выше, но анализ проводился с учетом семейных мнений.

Для определения уровня удовлетворенности потребителя предлагаемой услуги применены количественные метрики – индексы потребительской удовлетворенности, подсчитанные по пятибалльной системе. Шкала уровня удовлетворенности потребителя представлена:

(1) – оценки «плохо» и «неудовлетворительно»;

(2) – оценка «удовлетворительно»;

(3) – оценки «хорошо» и «очень хорошо».

Переход от абсолютных значений оценок, поставленных опрашиваемыми, к их процентному весу в удовлетворении ожиданий потребителя и индексация степени удовлетворенности потребителя позволяет формализовать организационную работу фермы на основании нужд и ожиданий потребителя (табл. 2).

Для измерения уровня удовлетворенности потребителей развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» были выполнены следующие этапы:

– выделены основные категории качества развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка для последующей оценки уровня удовлетворенности (табл. 1);

– проведен онлайн-опрос потребителей приобретенных услуг с использованием шкалы степени удовлетворенности потребителя (табл. 2).

Таблица 2

Варианты представления индекса потребительской удовлетворенности

Степень удовлетворенности потребителя качеством исполнения составляющих услуги	Оценка	Балл	Индекс потребительской удовлетворенности	Способы представления результата опроса		
				а	в	с
Полностью не удовлетворен	Плохо	1	(1)	0	20	Абсолютное число потребителей, поставивших оценку 4 и 5
Не удовлетворен	Неудовлетворительно	2		25	40	
Нейтрален	Удовлетворительно	3	(2)	50	60	
Удовлетворен	хорошо	4	(3)	75	80	
Полностью удовлетворен	отлично	5		100	100	

Примечание: составлена автором на основе полученных данных в ходе исследования.

Таблица 3

Оценка качества услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» с использованием индекса потребительской удовлетворенности

Основные составляющие результатов работы фермы-парка	Важность для потребителей предлагаемых критериев		Оценка качества					Общая сумма	Среднее значение оценки	Индекс потребительской удовлетворенности		
			5	4	3	2	1			а	в	с
1. Доброжелательность и ухоженность животных	4,8	7,05	39	9	3	0	0	51	4,7	47,3	48	48
2. Возможность безопасного и комфортного взаимодействия с животными	4,78	7,02	42	8	1	0	0	51	4,8	48,5	49	50
3. Профессионализм и дружелюбие экскурсоводов	4,65	6,82	37	13	1	0	0	51	4,7	47,3	48	50
4. Интересность и информативность экскурсии	4,47	6,56	31	19	1	0	0	51	4,6	45,8	46,8	50
5. Продолжительность экскурсии	4,47	6,56	17	18	12	3	1	51	3,9	37,3	40	35
6. Удобство записи на экскурсию	4,69	6,88	28	12	11	0	0	51	4,3	42,5	44,2	40
7. Стоимость билетов и соответствие цены качеству услуг	4,49	6,59	20	17	13	1	0	51	4,1	39,5	41,8	37
8. Доступность территории	4,43	6,50	21	14	14	2	0	51	4,1	39,0	41,4	35
9. Организация входа и распределения групп	4,53	6,65	29	16	5	1	0	51	4,4	43,8	45,2	45
10. Комфорт и чистота территории фермы-парка	4,65	6,82	39	11	1	0	0	51	4,7	47,8	48,4	50
11. Уровень гостеприимства и атмосфера фермы	4,71	6,90	39	10	2	0	0	51	4,7	47,5	48,2	49
12. Красота и ухоженность природной территории	4,55	6,67	39	9	3	0	0	51	4,7	47,3	48	48

Окончание табл. 3

Основные составляющие результатов работы фермы-парка	Важность для потребителей предлагаемых критериев		Оценка качества					Общая сумма	Среднее значение оценки	Индекс потребительской удовлетворенности		
			5	4	3	2	1			a	b	c
13. Комфорт и безопасность для детей	4,63	6,79	31	16	4	0	0	51	4,5	45,0	46,2	47
14. Качество и ассортимент эко-продукции, сувениров и кормов для животных	4,14	6,07	27	15	7	2	0	51	4,3	42,3	44	42
15. Наличие и качество дополнительных активностей	4,18	6,13	27	17	6	1	0	51	4,4	43,0	44,6	44
Итог (абсолютное значение чисел в столбце)	68,16	100	466	204	84	10	1	765				
Среднее распределение ответов респондентов по пятибалльной шкале качества			31,1	13,6	5,6	0,67	0,07					
Накопленное значение среднего			31,1	44,7	50,3	50,9	51					
Среднее значение работы и соответствующей степени потребительской удовлетворенности									4,5	44,2	45,6	44,7

Примечание: составлена автором на основе полученных данных в ходе исследования.

Выявленная совокупность критериев позволила оценить различные сферы сервиса: от уровня обслуживания до безопасности посещения фермы. Результаты оценки качества услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» представлены в табл. 3.

В ходе анализа результатов анкетного опроса были выявлены наиболее значимые и менее значимые критерии и степень удовлетворенности потребителей экскурсионно-развлекательных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки».

К приоритетным и наиболее значимым критериям относят «Доброжелательность и ухоженность животных» (4,80). Респонденты высоко оценили данный критерий, он важен для посетителей, так как основная мотивация посещения фермы-парка связана с тесным общением с животными. Внешний вид, здоровье и дружелюбное поведение при живом контакте формируют наиболее сильное впечатление. Данный показатель выступает ключевым фактором доверия и эмоциональной удовлетворенности. Критерий «Возможность безопасного и комфортного взаимодействия с животными» (4,78) является базовым, обязательным и значимым для семей с детьми. Критерий может свидетельствовать, что нарушения

в данной области могут существенно снизить общее восприятие качества услуги независимо от других факторов. Достаточно существенным является и критерий «Уровень гостеприимства и общая атмосфера фермы» (4,71).

При потреблении услуги на общее впечатление респондентов влияют несколько ключевых факторов, среди них: доброжелательность персонала, уютная атмосфера, ощущение полноценного отдыха на природе. Данные факторы вызывают положительные эмоции потребителей, формируют их лояльность и располагают к позитивному восприятию сервиса.

К менее значимым критериям опрошенные отнесли «Дополнительные активности», включающие наличие мастер-классов и развлечений (средняя оценка составила 4,18) и «Качество и выбор экопродукции и сувениров» (4,14). Критерии воспринимаются как необходимое дополнение, но не влияющее на принятие решения о посещении места развлечения. Отсутствие данных критериев не является главным стимулом для визита и не повлияет на общее впечатление предлагаемой услуги.

«Доступность и удобства подъезда» (4,43), несмотря на некоторую удаленность

изучаемого объекта от города, критерий не стал критичным препятствием. Критерий свидетельствует, что потребители услуги готовы мириться с логистическими неудобствами ради уникальной возможности услуги – отдых и общение с животными. Развитие вышеперечисленных критериев не является первостепенной задачей при реализации потребительской услуги, но способствует созданию позитивного имиджа фермы-парка и повышению индекса удовлетворенности.

Результаты оценки качества услуги по разработанным критериям позволяют сделать следующие выводы. Посетители дали высокую оценку по наиболее важному критерию исследуемой фермы: «Возможность безопасно и комфортно общаться с животными» (42 оценки «5» и 8 оценок «4»). Это основная задача фермы и источник ярких положительных эмоций потребителя. Возможность покормить и сфотографироваться с животными реализована на достаточно высоком уровне и полностью оправдывает ожидания респондентов. Данные высокие оценки подтверждают профессионализм обслуживающего персонала и надежность организованного прямого контакта с животными, что является ценностью для потребителя услуги. Критерий «Доброжелательность, ухоженность самих животных» также отмечен при опросе (39 оценок «5» и 9 оценок «4»).

Респонденты высоко оценили ферму-парк «Приморские Альпаки», выделяя ключевые преимущества, создающие положительный опыт и формирующие доверие. По результатам опроса получена высокая оценка критериям «Территория фермы-парка в порядке и чистоте» (39 оценок «5» и 11 оценок «4») и «Эстетическая привлекательность территории» (39 оценок «5» и 9 оценок «4»). Данные критерии свидетельствуют о продуманности процессной архитектуры услуги, выражающейся в рациональной организации пространства, обеспечивающей эргономичность среды и способствующей полной иммерсивности рекреационного процесса в условиях природного ландшафта.

Представленные критерии создают прочную основу для формирования качества развлекательно-экскурсионных услуг на примере Приморского края, где ферма-парк реализует основную задачу – обеспечивает потребителям услуги безопасный, комфортный и эмоционально насыщенный контакт с животными в естественной среде.

При опросе респондентов выявлен низкий уровень качества критериев, которые

следует совершенствовать для повышения удовлетворенности потребителей услуги, среди них: «Продолжительность экскурсии по времени» (17 оценок «5» и 18 оценок «4»). Данный критерий свидетельствует о высоком интересе к формату и желании провести больше времени с животными. Текущая продолжительность не всегда полностью удовлетворяет этот запрос. «Оценки стоимости билетов» неоднозначны (20 оценок «5» и 17 оценок «4»). Несмотря на сильный эмоциональный эффект у потребителя от посещения, некоторые посетители ожидают либо расширения программы, либо дополнительных опций при текущей цене. Критерий «Удаленность фермы-парка», особенности подъездных путей, наличие парковки и навигации создают определенные неудобства (21 оценка «5» и 14 оценок «4»). Это может оказывать негативное влияние на общий уровень комфорта при посещении фермы-парка, в особенности для категории посетителей, прибывающих на объект впервые.

Выявленные слабые стороны носят организационно-логистический характер и не затрагивают основную ценность фермы-парка. Их улучшение позволит значительно повысить уровень удовлетворенности посетителей, не меняя при этом ключевую концепцию места.

Результаты исследования показали, что ферма-парк «Приморские Альпаки» в целом демонстрирует достаточно высокий и стабильный уровень удовлетворенности посетителей.

Средняя оценка развлекательно-экскурсионных услуг фермы-парка «Приморские Альпаки» составляет 4,5 балла, значения индекса потребительской удовлетворенности находятся в диапазоне 44–45, что соответствует 86–90 % удовлетворенных от общего количества опрошенных. Диапазон 44–46 экспертами свидетельствует о положительном восприятии услуги потребителями.

Ключевыми факторами, формирующими высокий уровень удовлетворенности, являются возможность безопасного и комфортного взаимодействия с животными, доброжелательность и ухоженность животных, а также гостеприимная атмосфера и комфорт природной территории. Именно эти элементы формируют эмоциональную ценность услуги и являются основными драйверами положительного пользовательского опыта. В то же время в ходе анализа были выявлены отдельные аспекты, требующие внимания со стороны организации, в частности продолжительность экскурсии, доступность территории и воспри-

ятие соотношения цены и качества услуг. Данные факторы носят организационный характер и не затрагивают базовую концепцию фермы-парка, однако их совершенствование может существенно повысить общий уровень удовлетворенности и лояльности посетителей.

### Заключение

По результатам исследования можно сделать следующие выводы: оценка качества процесса предоставления услуг – одна из самых ответственных и сложных задач управления процессом развлекательно-экскурсионных услуг на региональном уровне. Состояние удовлетворенности потребителей услуг важно, так как оно способствует не только наибольшей стабильности и высокой экономической результативности, но и является основным фактором в создании качественного обслуживания.

В определении уровня удовлетворенности потребителей качеством процесса предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса многие исследователи рассматривают потребительское ожидание и восприятие качества процесса предоставления услуг. Измерение индекса удовлетворенности потребителей необходимо производителю, чтобы отследить качество реализованных услуг и выявить результативные области для их совершенствования.

Предприятиям развлекательно-экскурсионных услуг следует понимать, что при оценке качества реализованных услуг удовлетворенные потребители могут стать лояльными, то есть может появиться доверие потребителей к бренду и их осознанное желание совершать повторные покупки. При этом необходимы дополнительные исследования и оценка индекса потребительской лояльности NPS (Net Promoter Score). Увеличение уровня удовлетворенности потребителей способствует развитию предприятий развлекательно-экскурсионных услуг и повышению его конкурентоспособности.

Исследование с использованием расчета уровня удовлетворенности потребителей предлагаемой услуги показало, что ферма-парк «Приморские Альпаки» демонстрирует устойчивую динамику развития и высокий уровень потребительской ценности.

Результаты проведенного исследования могут свидетельствовать: когда выбор обусловлен не рациональными параметрами товара, а его субъективной значимостью, предприятия, которые при реорганизации торговой деятельности делают акцент на персонализацию, приобретают не просто постоянных покупателей, но и допол-

нительную устойчивость к нестабильности потребительского рынка.

Реализация мероприятий, направленных на устранение выявленных слабых сторон при реализации сервисной услуги, позволит не только сохранить достигнутый уровень их качества, но и усилить конкурентные позиции фермы-парка на рынке экскурсионно-развлекательных и агротуристических услуг Приморского края.

Автор статьи считает, что в условиях высокой конкуренции и неопределенности оценка качества услуг и успешное прогнозирование возможны только при сочетании объективных данных, потребительского и экспертного анализа.

### Список литературы

1. Котлер Ф., Келлер Л. Управление маркетингом. Бостон: Пирсон, 2016. 692 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru/b/marketing-management-1a82e7> (дата обращения: 16.05.2026). ISBN 9780133856460.
2. Донец Л. И. Персонализация в системе современной парадигмы потребительского спроса // *Фундаментальные исследования*. 2025. № 9. С. 21–27. DOI: 10.17513/fr.43897. EDN: OKXYSL.
3. Конева Е. В., Бота Е. В., Варивода К. Р., Мокерова Н. А. Исследование факторов лояльности клиентов фитнес-клубов на основе анализа их ожиданий и удовлетворенности в г. Тюмень // *Университетская медицина Урала*. 2025. Т. 11. № 4 (42). С. 35–38. EDN: NJGOGA.
4. Асатрян Т. В., Акименко В. А. Механизмы и особенности формирования потребительской лояльности // *Калужский экономический вестник*. 2025. № 2. С. 59–63. EDN: IWGCCC.
5. Капустина Л. М., Журавлева А. Ю., Кронидова Л. П. Применение метода Кано для оценки удовлетворенности потребителей // *Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции: Часть 1*. Иркутск: Издательство БГУ, 2018. С. 105–110. EDN: XMDIJC.
6. Комарницкая Е. В. Оценка степени удовлетворенности потребительских ожиданий в цифровой среде // *Первый экономический журнал*. 2024. № 1 (343). С. 20–26. DOI: 10.58551/20728115\_2024\_1\_20. EDN: KRYEAX.
7. Енокян Т. А. Методы оценки потребительской лояльности // *Экономика и социум*. 2024. № 10–2 (125). С. 661–664. EDN: DURAVA.
8. Давидчук Н. Н., Мейдер Е. В. Роль сферы услуг в социально-экономическом развитии государства // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика*. 2024. № 2 (340). С. 41–48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sfery-uslug-v-sotsialno-ekonomicheskom-razvii-gosudarstva> (дата обращения: 30.04.2026). DOI: 10.53598/2410-3683-2024-2-340-41-48.
9. Павлова А. В. Понятие удовлетворенности потребителей услугами (товарами) // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2024. № 9–1 (115). С. 140–142. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-udovltvorennosti-potrebitelley-uslugami-tovarami> (дата обращения: 30.04.2026). DOI: 10.24412/2411-0450-2024-9-1-140-142.
10. Махонь А. Н., Палтинникова Н. В. Разработка анкеты для оценки удовлетворенности потребителей образовательных услуг // *Тезисы докладов 50-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной году науки (г. Витебск, 12–13 апреля 2017 г.)*. Витебск: Издательство Витебского государственного технологического университета, 2017. С. 216–217. EDN: ZJVKDV.

11. Ивашкин М. В., Брайченко М. А. Проблемы оценки качества услуг предприятий культурно-развлекательной сферы // Современные проблемы экономического развития предприятий, отраслей, комплексов, территорий: Материалы международной научно-практической конференции (г. Хабаровск, 30 апреля 2015 г.) / под ред. И. В. Брянцевой, Л. Л. Бияк, И. В. Калашниковой. Хабаровск: Издательство Тихоокеанского государственного университета, 2015. С. 295–298. EDN: UDCNST.
12. Купрюхина А. В., Набокова Л. С. Соответствие заведений, оказывающих досуговые развлекательные услуги, предпочтениям потребителей в г. Красноярске (на материалах социологического исследования) // Актуальные вопросы современной науки: Сборник статей по материалам X международной научно-практической конференции. Томск: Дендра, 2018. Ч. 3. С. 144–150. EDN: UWSWVO.
13. Макаровская А. И., Семченко А. А. Системы критериальной оценки показателей качества в сфере услуг // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2018. № 3–1. С. 77–82. EDN: XVSWNB.
14. Никулина Ю. Н. Современные технологии обеспечения и оценки качества услуг в туризме // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12. № 7. С. 1901–1918. DOI: 10.18334/ep.12.7.114892. EDN: LUAIVZ.
15. Гнеушева А. А., Липенин Е. А., Мельникова Т. Ф. Изучение потребительской ценности по методу Кано (на примере ООО «ИНТУРИСТ») // Аллея науки. 2018. Т. 2. № 6 (22). С. 610–618. EDN: UULUIN.
16. Постановление Правительства РФ от 30.12.2019 № 1937 Об утверждении требований к использованию животных в культурно-зрелищных целях и их содержанию // Нормативный фонд правовых и нормативно-технических документов. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/564089624> (дата обращения: 20.06.2026).
17. ГОСТ Р 54604-2022. Услуги экскурсионные. Общие требования. М.: ФГБУ Институт стандартизации, 2023. 7 с.
18. ГОСТ Р 57013-2016. Услуги населению. Услуги зоопарков. Общие требования. М.: Стандартинформ. 2016. 8 с.

**Конфликт интересов:** Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

**Conflict of interest:** The author declares that there is no conflict of interest.

**Финансирование:** Автор заявляет об отсутствии внешнего финансирования.

**Financing:** The research was performed without external funding.