

УДК 330.12:338.48

Бедрадіна Г.К.
старший викладач кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеського національного економічного університету

ЗАХОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ASSURANCE METHODS OF SERVICE-QUALITY MANAGEMENT IN TOURIST ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті запропоновано науково-методичний підхід до управління якістю послуг туристичних підприємств, який ґрунтується на принципах процесного менеджменту. Доведено, що за умов конкуренції найбільш реальним засобом досягнення лідерського положення є реалізація стратегії менеджменту якості на основі інтегрованого механізму управління якістю послуг, орієнтованого на побудову довготермінових відносин зі споживачами. Розроблено модель формування системи управління якістю послуг на засадах постійного вдосконалення якості бізнес-процесів та заходів підвищення якості послуг туристичного підприємства.

Ключові слова: якість туристичних послуг, система управління якістю послуг, підприємства сфери туризму, процесний підхід, споживачі послуг.

АННОТАЦИЯ

В статье предлагается научно-методический подход к управлению качеством услуг туристических предприятий, основанный на принципах процессного менеджмента. Доказано, что в условиях конкуренции наиболее реальным средством достижения лидерских положений является реализация стратегии менеджмента качества на основе интегрированного механизма управления качеством услуг, ориентированного на построение долгосрочных отношений с потребителями. Разработана модель формирования системы управления качеством услуг на основе постоянного совершенствования качества бизнес-процессов и мер повышения качества услуг туристического предприятия.

Ключевые слова: качество туристических услуг, система управления качеством услуг, предприятия сферы туризма, процессный подход, потребители услуг.

ANNOTATION

The scientific-methodical approach to quality management of tourism enterprises is proposed, based on the principles of process management. It has been proved that in conditions of competition, the most realistic way to achieve leadership positions is to implement a quality management strategy based on an integrated quality management mechanism aimed at building long-term relationships with consumers. The model of the formation of a quality management system based on the continuous improvement of the quality of business processes and measures to improve the quality of the services of a tourist enterprise is developed.

Keywords: quality of tourist services, quality management system, tourism enterprises, process approach, consumers of services.

Постановка проблеми. Проблема управління якістю туристичних послуг є актуальною на всіх етапах обслуговування споживачів. Якість продукції визначає престиж країни на світовому ринку, її науково-технічний потенціал і ступінь розвитку економіки. Випуск якісних виробів сприяє збільшенню обсягу реалізації та рентабельності капіталу, зменшує питомі витрати споживачів і забезпечує більш повне задоволення їх

потреб. Погіршення якості продукції приводить до появи зворотних тенденцій, а саме зменшення обсягів продажів, прибутку і рентабельності підприємств, зниження національного багатства й добробуту людей. На сучасному етапі суспільного розвитку оптимальне співвідношення критеріїв «ціна – якість» продукту є визначальним у забезпеченні високого іміджу та кращої конкурентної позиції підприємства на ринку. Звідси випливає необхідність постійної та цілеспрямованої роботи виробників туристичних товарів та послуг з підвищення якості своєї продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розробку проблеми якості зробив Арманд Фейгенбаум. Він одним із перших сприйняв проблему якості як широку підприємницьку задачу, яка повинна вирішуватись керівництвом організації шляхом прийняття на себе всієї відповідальності, пов'язаної з питаннями якості. У наступні часи ідеї А. Фейгенбаума знайшли чимало прихильників. Принцип «зверху – вниз» (“top – down”), орієнтація на споживача, залучення постачальників, екологічний менеджмент – всі перелічені положення знайшли своє відображення в сучасній концепції, яка отримала назву “Total Quality Management” – комплексне управління якістю, або управління через якість. Впровадження та розвиток концепції ТQC в різних країнах відбувались нерівномірно. Незважаючи на те, що всі основні ідеї прийшли із США та Європи, найбільшого поширення ця система набула в Японії. Саме в Японії ідеї ТQC зустріли із захватом і завдяки професору Ісікаві (який був прихильником залучення до процесу поліпшення якості всіх співробітників підприємства) отримали подальший розвиток. Система ТQC розвивалась на основі широкого використання методів математичної статистики та залучення персоналу до роботи в групах якості. Японський підхід отримав назву «Управління якістю в рамках компанії» (“Company Wide Quality Control”) [1, с. 11]. В науковій літературі з проблеми управління якістю послуг можна знайти схожі думки окремих авторів про розробку методів оцінки якості послуг та формування системи управління якістю туристичних послуг [2–5]. Так, зарубіжний дослідник Дж. Гловер вказує на пряму залежність якості туристичних послуг від ефективного управління

персоналом підприємства [6, с. 7]. Український дослідник В.І. Охота вважає, що «туристична компанія повинна не лише гарантувати якість обслуговування та можливість задовольнити вимоги клієнтів, але й спрямовувати зусилля на створення саморегульованої системи постійного підвищення якості бізнес-процесів» [7, с. 197]. Сьогодні на підприємствах використовуються різні системи управління якістю. Але для успішної діяльності нині вони повинні забезпечувати можливість реалізації восьми ключових принципів системного управління якістю, освоєних передовими міжнародними компаніями. Ці принципи складають основу міжнародних стандартів у сфері управління якістю ISO серії 9000, таких як орієнтація на споживача; роль керівництва; залучення працівників; процесний підхід до управління; системний підхід до управління; постійне поліпшення; прийняття рішень, заснованих на фактах; взаємовигідні відносини з постачальниками.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на різноманітність підходів до проблем формування системи управління якістю послуг, недостатньо досліджено теоретичні та науково-методичні питання розробки заходів щодо формування ефективної системи управління якістю туристичних послуг на підприємствах сфери туризму за умов конкуренції. Актуальність розв'язання цих питань зумовила вибір теми проведеного дослідження, визначила її мету та завдання.

Мета статті полягає в розробці науково-методичних засад та практичних заходів забезпечення управління якістю послуг туристичного підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження. Управління якістю туристичних послуг розглядається фахівцями як управлінська діяльність за умов динамічного попиту та змін у ринковому середовищі, що передбачає визначення якісних вимог до обслуговування, оцінку та контроль якісних параметрів, розробку заходів підвищення якості туристичного продукту на кожному етапі формування та реалізації. Згідно зі стандартом ISO 9000:2015 система управління якістю є певною системою для розробки політики цілей для керівництва й управління підприємством стосовно якості [8]. Головною умовою для побудови такої системи є гарантія, що вище керівництво туристичного підприємства зацікавлене в її створенні, впровадженні та підтримці. Цілі підприємства є визначальними під час формування таких вимог до побудови системи управління якістю. Дослідники вважають, що менеджмент якості спрямовано на досягнення таких цілей:

- підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку туристичних послуг та його прибутковості;
- розширення можливостей бізнесу з демонстрацією відповідності світовим стандартам;
- досягнення економічної стабільності підприємства за рахунок підвищення якісних

параметрів туристичних послуг та економії часу, засобів, ресурсів;

- дотримання вимог законодавчих актів, міжнародних та державних стандартів у сфері якості;

- задоволення потреб клієнтів у якісних туристичних послугах, збільшення клієнтської бази [7, с. 197].

За умов конкуренції найбільш реальним засобом досягнення лідерських положень підприємством є реалізація стратегії менеджменту якості на основі інтегрованого механізму управління якістю послуг, орієнтованого на побудову довготермінових відносин зі споживачами. Інструментом вирішення цього завдання, на наш погляд, є формування заходів організаційного забезпечення якості туристичних послуг, побудованого за такими складовими: внутрішній маркетинг, традиційний маркетинг, бенчмаркінг, управління відносинами зі споживачами та постачальниками туристичних послуг, стратегічний менеджмент тощо.

Формуючи модель системи управління якістю послуг, ми спирались на ту тезу, що управління якістю туристичних послуг полягає у впливі на виробничий процес через реалізацію управлінських функцій. При цьому традиційні управлінські функції наповнюються новим змістом. Перелік функцій управління якістю можна представити таким чином: аналіз складових якості послуг; ідентифікація пріоритетів за результатами бенчмаркінгу, конкурентних переваг; визначення цілей розвитку підприємства; обґрунтування заходів забезпечення якості туристичних послуг; контроль за вжиттям заходів підвищення якості туристичних послуг; моніторинг рівня витрат у сфері якості послуг тощо (рис. 1). Отже, у процес забезпечення управління якістю послуг слід включати тільки ті елементи діяльності туристичного підприємства, які мають найбільший вплив на споживчу якість послуг, зокрема елементи поточного контролю за процесом надання послуг, розробки нового туристичного продукту, моніторингу рівня витрат та реклаमाцій споживачів.

Таким чином, ми пропонуємо розглядати систему управління якістю туристичних послуг як сукупність управлінських дій, що належать до різних сфер діяльності туристичного підприємства та здійснюють найбільший вплив на якість послуг через відповідні методи з використанням необхідних ресурсів підприємства. Крім того, важливо мати на увазі, що управління якістю туристичного продукту є впливом на процес надання послуги через реалізацію головного маркетингового завдання, що полягає у задоволенні очікувань споживача.

Водночас якість обслуговування туристів є складним економічним об'єктом управління, що складається із сукупності діючих окремо підсистем, що вимагають від туристичної фірми застосування специфічних навичок, пов'язаних з аналізом і вибором виконавців, які безпо-



Рис. 1. Процесно-орієнтована модель системи управління якістю послуг туристичного підприємства

Джерело: складено автором

середньо реалізують туристичний продукт на збалансованому рівні якості за всіма його складовими. Отже, основною проблемою якісного обслуговування туристів є вибір підприємством виконавців послуг, що утворюють туристичний продукт. Як правило, ці виконавці розташовуються на відстані від підприємства та функціонують незалежно один від одного. З точки зору підприємства туристичний продукт становить сукупність певної кількості та якості послуг і товарів, які задовольняють потреби туристів. Для споживачів туристичний продукт – це сукупність об'єктів туристичного показу та благ, джерела яких знаходяться в природі (кліматичні умови), в матеріальній (товари, будівлі, інфраструктура) та в нематеріальній (послуги, суспільне середовище) формах.

Як свідчать дослідження, проблеми управління якістю послуг потребують уваги туристичних підприємств у зв'язку зі збільшенням туристичних потоків. Звернемо увагу на те, що мережа суб'єктів туристичної діяльності України, а саме юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, у 2016 р. становила 3 506 оди-

ниць, що на 324 одиниці більше, ніж у 2015 р. У структурі мережі за типами суб'єктів туристичної діяльності найбільш численною категорією є турагенти (80% від загальної кількості суб'єктів, туроператорів усього 552). Кількість туристів-громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом року, становила понад 2,5 млн. осіб, іноземних туристів – 35 тис. осіб (у 2015 р. 2,0 млн. та 15 тис. відповідно). Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності складає 8 545 осіб, дохід від надання туристичних послуг підприємствами, а саме туроператорами та туристичними агентами, в 2016 р. склав 11 522,5 млн. грн. (табл. 1) [9].

Згідно з даними державної статистики для більшості туристів (85%) основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку. Все зазначене підтверджує факт тісної взаємодії учасників туристичного ринку у формуванні розгалуженої мережі збуту туристичних послуг та зацікавленості туроператорів у високій якості не тільки своїх продуктів, але й послуг туристичних агентств [10, с. 136].

Таблиця 1

Суб'єкти туристичної діяльності в Україні станом на 1 січня 2017 р.

Суб'єкти туристичної діяльності за типами	Усього	У тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Юридичні особи				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1 838	552	1 222	64
Середньооблікова кількість штатних працівників, ос.	8 545	4 926	3 448	171
з них:				
мають спеціальну освіту в галузі туризму	3 723	2 064	1 602	57
жінки	6 219	3 483	2 646	90
особи до 30 років	2 442	1 583	829	30
Дохід від надання туристичних послуг, млн. грн. ¹	11 522,5	10 983,1	518,4	21,0
Фізичні особи-підприємці				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1 668	x	1 581	87
Середньооблікова кількість штатних працівників, ос.	1867	x	1 776	91
з них ті, що мають спеціальну освіту в галузі туризму	763	x	732	31
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), ос.	926	x	871	55
Дохід від надання туристичних послуг, млн. грн. ¹	413,2	x	402,7	10,5

Примітки: ¹ без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів; географічне охоплення: усі регіони України, крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, а також частини зони проведення антитерористичної операції

Для ефективного управління якістю туристичного обслуговування необхідно використувати найсучасніші методи ситуаційного та евристичного управління, багатокритеріальні методи оптимізації та методи адаптивного управління, що дають змогу оптимізувати склад туристичного продукту за якістю та вартістю послуг, що його утворюють. На нашу думку, для ефективного управління якістю туристичних послуг та підвищення продуктивності праці персоналу доцільно буде рекомендувати керівництву туристичних підприємств впровадження автоматизованої системи формування туристичних послуг на основі високопродуктивних інформаційних систем та програмного продукту з менеджменту якості. Основу такої системи становить база даних, яка містить інформацію про всіх потенційних постачальників туристичних послуг за географією попиту туристів.

У сучасній теорії та практиці значна увага приділяється процесу та методам моделювання (опису) бізнес-процесів як частині технології управління підприємством. Моделювання бізнес-процесів є важливою складовою проєктів реінжинірингу бізнес-процесів і створення масштабних систем програмного забезпечення діяльності підприємств туристичної індустрії. Основними цілями моделювання бізнес-процесів є перетворення моделі "asis" («як є») у модель "astobe" («як повинно бути»), розуміння, як діє (повинно діяти) підприємство для досягнення своїх цілей [11, с. 102].

Таким чином, можна вважати, що основними заходами забезпечення управління якістю послуг в діяльності туристичного підприємства є такі:

- системний підхід (управління в системі менеджменту якості бізнес-процесами і зв'язками в туристичному підприємстві);
 - проведення регулярного збору та аналізу даних про діяльність туристичного підприємства;
 - мотивація персоналу (максимальне залучення персоналу до вдосконалення системи менеджменту якості);
 - розвиток і постійне вдосконалення основних і підтримуючих процесів системи менеджменту якості залежно від факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;
 - систематичний моніторинг відповідності якості послуг постачальників;
 - формування відкритих, довгострокових і взаємовигідних відносин з клієнтами, підвищення статусу підприємства на ринку туризму в регіоні, створення іміджу надійного туристичного підприємства;
 - постійні інновації (впровадження програмного продукту та нових технологій контролю якості туристичних послуг);
 - систематичне навчання і тренування персоналу на основі спеціальних стандартів і правил обслуговування, що відповідають міжнародним вимогам;
 - систематичний моніторинг відповідності якості та вартості послуг туристичного підприємства;
 - моніторинг реклаमाцій споживачів послуг туристичного підприємства;
 - максимальне використання всіх каналів зв'язку з метою забезпечення оперативного контакту споживача з персоналом туристичного підприємства.
- Кінцевий вибір набору інструментів підприємства щодо розроблення заходів форму-

вання системи управління якістю туристичних послуг, які надаються споживачам, може варіюватися залежно від прийнятої стратегії свого економічного розвитку і, зрештою, визначається балансом його цільових інтересів як соціально-економічної системи. Якість послуг стала однією з найважливіших конкурентних переваг, яку повинні взяти на озброєння туристичні підприємства для забезпечення свого успіху на внутрішньому та міжнародному ринках.

Висновки. Отже, важливим практичним завданням туристичного підприємства є організаційно-економічне забезпечення формування системи управління якістю послуг. Запропоновані заходи організаційного забезпечення управління якістю послуг дадуть змогу поліпшити фінансово-економічні результати діяльності підприємства та підвищити рівень підготовки, прийняття й реалізації управлінських рішень. Розробка подальших розвідок у цьому напрямі буде спрямована на формування науково-методичних підходів до оцінки менеджменту якості послуг туристичних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безродна С.М. Управління якістю: навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей. Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. 174 с.
2. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 328 с.
3. Астахов А.В., Хриплива Л.Ю. Система управління якістю – інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). Стандартизація, сертифікація, якість. 2011. № 4. С. 60–64.
4. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.
5. Чепурда Л.М., Таньков К.М., Скрипник Л.В., Чепурда Г.М. Управління якістю туристичних послуг: теоретико-методологічні аспекти: монографія. Черкаси: ЧДТУ, 2014. 199 с.
6. Гловер Дж. Управление качеством в индустрии гостеприимства: учебник. Москва: ЮНИТИ, 2008. 453 с.
7. Охота В.І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії. Бізнес-Інформ. 2014. Вип. 9. С. 195–199.
8. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT). URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=64030.
9. Мережа суб'єктів туристичної діяльності у 2016 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Бедрадіна Г.К. Місце оцінювання в системі управління якістю на туристичних підприємствах. Економіка та суспільство. 2016. № 5. С. 130–136. URL: <http://economyandsociety.in.ua>.
11. Мельниченко С.В., Шесенкова К.А. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 264 с.