

Бедрадіна Ганна Костянтинівна, викладач.

Одеський національний економічний університет (Україна, м. Одеса)

Формирование управленческих целей, как этап создания системы качества на туристическом предприятии

Качество туристических услуг и продуктов является одним из важнейших факторов успешной деятельности любого предприятия туристической сферы, обеспечивающих защищенную позицию в конкурентной среде, высокую долю продаж на рынке туристических услуг, повышенную и устойчивую цену продаж.

Качество стало наиболее эффективным вкладом в конкурентоспособность туристических производителей на мировом рынке. Это отражает фундаментальные перемены, которые происходят в самой природе международных перемены, которые происходят в самой природе международной конкуренции в сфере туризма. 80-е годы XX столетия стали беспрецедентными с точки зрения качества роста внимание к различным спектрам качества и практического их основания во всем мире.

Однако отечественная индустрия туризма недостаточно серьезно отнеслась к этой проблеме и в силу сложившихся обстоятельств упустила значительное время. У отечественных производителей сегодня единственный путь восстановившегося национального туризма — это совершенствование политики в области качества. Именно поэтому тема управления качеством услуг в сфере туризма на сегодняшний день весьма актуальна.

Управление качеством (англ. Quality control) – деятельность оперативного характера, осуществляемая руководителями и персоналом предприятия, воздействующими на процесс создания продукции с целью обеспечения её качества путём выполнения функции планирования и контроля качества, коммуникации (информации) разработки и внедрения мероприятий и

принятия решения по качеству. Цель в области качества является вершиной пирамиды планирования и устанавливает задачи бизнеса, определенные высшим руководством, а также тактику и стратегию, формируемые руководством среднего звена.

Руководство предприятия, опираясь на принцип целостности качества, которое распространяется на каждый процесс, каждый вид деятельности, каждого сотрудника, делает своей главной задачей обеспечение конкурентоспособности туристических продуктов и услуг на отечественном рынке. Например, главная задача обеспечения конкурентоспособности турпродуктов и услуг будет достигнута, если будут реализованы, например, такие цели:

1. Повышения качества продукции и услуг, например на 10% (Ц1)
2. Уменьшение себестоимости продукции и услуг, например на 5% за счет снижения количества рекламаций туров (Ц2).
3. Увеличение объема продаж например, на 8% за счет повышения качества обслуживания.

Частичные цели ориентируются на исполнителей тех структурных подразделений, которые в наибольшей степени влияют на их достижение.

Формулирование частичных целей возложено проводить по методу SMART:

S-Specific. Точность и ясность формирования, которых не оставляет места для множественного и неправильного толкования.

M-Measurable. Количественное выражение всего, что возможно, фиксация того, каким может быть результат, если цель будет достигнута.

A-Achievable. Цели должны быть достигнуты, чтобы поддерживать желание персонала работать.

R-Related. Цели должны совпадать с экономической степени организации, стратегией, корпоративной культурной (ценностями), интересами исполнителей и должны учитывать региональные условия.

T-Time-bound. Цели должны быть определены по срокам

достижения.

Дерево целей которое мы предлагаем рассматривать представлено на Рис.1.1.

При разработке цели учитываются:

- фактические и будущие потребности организаций и рынков, которые обслуживаются.
 - фактические характеристики продукции и показатели процессов.
 - уровень удовлетворенности заинтересованных сторон.
 - результаты самооценки.
- сравнение с лучшими достижениями, результаты анализа деятельности конкурентов, возможности для улучшения.
- ресурсы необходимые для осуществления целей.

В таблице 1.1 приведен пример развертывания цели Ц1-повышения качества и услуг на туристическом предприятии.

Таблица 1.1

Исполнитель	Формулирование цели
Директор предприятия	Создать условия, которые позволяют достичь повышения качества товаров и услуг на 10%. Обеспечить подразделения необходимыми ресурсами. Создать условия для постоянного совершенствования процессов предоставления услуг. Обеспечить эффективное использование системы управления качеством на предприятии.
Заместитель директора	Обеспечить персонал предприятия необходимой информацией о качестве услуг основных конкурентов.
Менеджер по качеству	Обеспечить оперативное получение и обработку информации о жалобах, претензиях, рекламациях полученных от туристов. Оперативно управлять проведением внутренних аудитов качества услуг. Раз в квартал разрабатывать на основе анализа информации из аудитов оперативные мероприятия по устранению отклонений и

	мероприятия по их предотвращению.
Начальник отдела туризма	<p>Добиться 100% наличия сертификатов на комплектующие туров.</p> <p>Разработать и внедрить (определить сроки) систему предупредительных мероприятий, которые предотвращают некорректное и непрофессиональное обслуживание туристов.</p> <p>Предупредительный статистический контроль перевести в усиленный режим. Сохранять его до тех пор, пока параметры и стабильность качества не будут доведены до нормы.</p> <p>Обеспечить постоянный анализ качества потребленных туристических продуктов посредством метода обратной связи с потребителями.</p>

Цели в области качества необходимо довести до сведения сотрудников предприятия таким способом, который даст им возможность принимать участие в их осуществлении. Цели необходимо систематически анализировать и пересматривать по мере необходимости. Каким образом создавать и внедрять систему управления качеством: своими силами или путем привлечения специализированной фирмы, которая проводит базовое обучение руководителей предприятия методологии управления качеством.

Для исполнения решения руководства разрабатывается план-график создания системы качества, в котором предусматривается выполнение следующих работ:

- определение функций и задач элементов системы управления качеством с учетом рекомендаций национальных, отраслевых стандартов и особенностей предприятия;

- определение состава структурных подразделений, которые должны выполнять функции в системе качества;

- разработка структурной и функциональной схем программы повышения качества;

- определение состава и разработка нормативных системы качества (

паспорт предприятия и указания по качеству);

- внедрение системы качества;
- обеспечение функционирования системы качества;
- проверка работы системы качества;
- усовершенствование системы качества.

В результате проделанных мероприятий создается и функционирует система качества с помощью которой можно и должно организовывать и проводить эффективную работу, повышая стабильность и уровень качества туристического продукта и обслуживания туристов, а значит и повышать конкурентоспособность предприятия на рынке в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Топольник В.Г. Управління якістю продукції ресторанного господарства: Навчальний посібник./ Топольник В.Г.- Донецьк: ДонНУЕТ, 2007.- 174 с.
2. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник/ О.Ю. Давидова, І.М. Писаревський, Р.С. Ладиженська; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва.- Х.: ХНАМГ, 2012.- 414 с.
3. Бурчакова М.А. Управление качеством/ М.А. Бурчакова, М.Ф. Мизинцева.- М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2004.- 176 с.
4. Управление качеством/ С.Д. Ильенкова, Н.Д.Ильенкова, В.С. Мхитарян и др.- М.: Юнити-Дана, 2004.- 334 с.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента.- М.: Дело, 1992.- 701 с.- ISBN 0-06-044415-0, ISBN 5-85900-015-4.
6. Кунц Г., О'Доннел С. Управление. Системный и ситуационный анализ управленческих функций. В 2-х т.- М.: Прогресс, 1981.
7. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики.- 6-е издание.- М.: Дело и Сервис, 2009.- 304 с.- ISBN 978-5-8018-0334-0.