

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ____ ” _____ 20 ____ р.

**ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 «Туризм»**

за темою:

«Шляхи підвищення якості послуг туристичного підприємства (на прикладі туристичної фірми “Anex Tour”)»

Виконавець

Студентка 47 групи
Факультету міжнародної економіки
Буганова Анна Олександрівна

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	6
1.1. Сутність та визначення поняття якості послуг	6
1.2. Система управління якістю послуг туристичних підприємств	14
1.3. Методи оцінки якості послуг туристичних підприємств	22
РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ANEX TOUR»	34
2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика туристичної фірми «Anex Tour» (ФОП Онацька)	34
2.2. Аналіз системи оцінювання якості послуг туристичної фірми «Anex Tour»	41
2.3. Оцінка конкурентної позиції туристичної фірми «Anex Tour» (ФОП Онацька) щодо якості обслуговування	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА “ANEX TOUR” (ФОП ОНАЦЬКА)	63
3.1. Стратегічні напрями підвищення якості послуг туристичних підприємств.....	63
3.2. Обґрунтування заходів підвищення якості послуг на туристичному підприємстві “Anex Tour” (ФОП Онацька)	71
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

Актуальність теми. В даний час в туризмі спостерігається тенденція, при якій такий показник, як якість відіграє одну з ведучих ролей в управлінні виробництвом туристичних послуг і її наступною реалізацією. У розвинутих країнах управлінню якістю на підприємстві приділяється особлива увага всім підрозділам, що впливають на якість туристичних послуг.

Функціонуючи в ринковій економіці як суб'єкт підприємницької діяльності, кожне підприємство має забезпечувати такий стан своєї господарської діяльності, за якого воно стабільно зберігало б здатність безперерійно виконувати свої фінансові зобов'язання перед своїми діловими партнерами, державою, власниками, найманими працівниками та отримувати прибуток.

Ефективність функціонування підприємства на ринку туристичних послуг залежить від результатів управління якістю. Багато компаній намагаються детально спланувати процес постановки управління якістю.

Якість туристичних послуг (включаючи новизну, технічний рівень, відсутність дефектів та зауважень при наданні) є одним з найважливіших засобів конкурентної боротьби, завоювання й утримання позицій на ринку. Тому підприємства приділяють особливу увагу забезпеченню високої якості туристичних послуг, установлюючи контроль на всіх стадіях виробничого процесу, починаючи з контролю якості використовуваних ресурсів і закінчуючи визначенням відповідності випущеного турпродукту характеристикам і параметрам не тільки в ході його дослідження, але й в експлуатації. Тому управління якістю туристичних послуг стало основною частиною виробничого процесу і спрямовано не стільки на виявлення дефектів або браку в готовому турпродукті, скільки на перевірку якості в процесі його виробництва та надання.

Поліпшення якості туристичних послуг має велике соціально-економічне значення. Висока якість є показником науково-технічного

прогресу, джерелом економії суспільної праці, природних, трудових і матеріальних ресурсів, значним резервом підвищення ефективності виробництва послуг. Соціальне значення поліпшення якості послуг полягає в тому, що воно формує сприятливі умови для відтворення і розвитку фізичних і духовних здібностей людей як головної продуктивної сили суспільства.

Метою даної дипломної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів підвищення якості обслуговування в туристичній фірмі.

Реалізація поставленої мети здійснювалась шляхом вирішення наступних задач:

- охарактеризувати основні поняття якості на туристичних підприємствах;
- визначити сутність системи управління якістю послуг туристичних підприємств;
- вивчити методи оцінки якості послуг туристичних підприємств;
- надати загальну характеристику діяльності туристичної фірми «Anex Tour» (ФОП Онацька);
- здійснити оцінку якості обслуговування туристичної фірми «Anex Tour»;
- зробити оцінку конкурентної позиції туристичної фірми «Anex Tour» (ФОП Онацька) щодо якості обслуговування;
- запропонувати шляхи підвищення якості туристичних послуг;
- обґрунтувати напрями підвищення якості послуг туристичної фірми «Anex Tour» (ФОП Онацька).

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів оцінки якості надання послуг туристичного підприємства. *Об'єктом* є процес підвищення якості надання послуг туристичного підприємства.

Базою дослідження виступає туристична фірма «Anex Tour» (ФОП Онацька).

У процесі дослідження були використані такі методи:

- спостереження та порівняння;

- аналогії;
- аналізу та синтезу;
- статистичного аналізу, групування та узагальнення даних;
- експертний.

Інформаційну базу дослідження складають закони України, наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених з економіки та якості в туризмі, фінансова звітність туристичного підприємства «Anex Tour» (ФОП Онацька).

Практична значущість отриманих результатів полягає в узагальненні науково-теоретичних підходів і розробці практичних рекомендацій для підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Окремі результати випускної роботи містяться в матеріалах студентської конференції:

Буганова А. О. Шляхи підвищення якості послуг туристичного підприємства / Н. М. Брянська // Туристичний та готельно-ресторанний: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 245 - 247.

ВИСНОВКИ

Сучасний туристичний ринок достатньо розвинутий. Як і будь-який інший ринок, туристичний ринок свого часу пройшов шлях від ринку продавця, коли виробник вирішує, який продукт, в якій кількості виробляти і де продавати, до ринку покупця, коли покупець визначає, що, в якій кількості і по якій ціні виробляти.

Зараз туристична індустрія є галузь з високим рівнем конкуренції. Все частіше ми стаємо свідками того, як відкриваються нові фірми. Нові концепції створюються з метою максимально задоволення потреб певних груп споживачів. Підприємства створюються, а через кілька днів частина їх не витримує конкуренції й виходить із бізнесу. І чим вище якість обслуговування клієнтів, - тим вище імідж фірми, тим привабливішим він клієнтам і тих успішніше матеріальне становище фірми.

Важливим завданням для туристичних фірм є створення репутації підприємства високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників, постійних і ефективним контролем адміністрація, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення та впровадження передового досвіду, нової техніки і технології, розширення асортименту та вдосконалення якості послуг, що надаються.

При сьогоденній конкуренції підприємства туристичної індустрії, якщо хочуть існувати, не можуть більше опиратися на традиційні неефективні консервативні форми культури виробництва, тому якість надання послуг є одним з головних складових успіху та отримання прибутку.

Тільки злагоджена робота колективу підприємства та її керівництва може підвищити приплив клієнтів.

У наданні туристичних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування туристична фірма не здатна досягти

своїх основних цілей. Світова практика, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом високої якості обслуговування.

Як показує практика, що головним чинником вибору клієнтом туристичної фірми ще раз є якість наданого йому обслуговування. Якщо привабити нового клієнта можна якісною рекламою чи розкішним інтер'єром, то вдруге він прийде тільки завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування.

Отже в умовах глобалізації ринків якість туристичного обслуговування є необхідною передумовою функціонування туристичних підприємств. Головною орієнтацією за таких умов повинно бути спрямування на постійне адаптування та вдосконалення сучасних методів і моделей управління якістю з тим, щоб якнайкраще забезпечити економічно-результативну конкурентоспроможність стосовно інших суб'єктів господарювання та корисну для клієнтів з погляду обслуговування.

У першому розділі дипломної роботи проаналізовані такі поняття, як: якість, система якості. Структуровані наукові трактування системи управління якістю на підприємствах туристичної галузі. Розглянуті існуючі методи оцінки якості туристичних послуг.

У другому розділі проведено характеристику організаційно-економічного стану туристичної фірми «Anex Tour» (ФОП Онацька), надано аналіз систем оцінювання якості послуг на підприємстві з використанням методів «Будинок якості», SERVPERF, CIT, метод К. Ісікави та продемонстрована GAP-модель підприємства, а також проведена оцінка конкурентоспроможності турфірми з використанням методу SWOT-аналізу.

У третьому розділі розроблено напрями та заходи для поліпшення якості обслуговування клієнтів в туристичній фірмі за рахунок:

- застосування інновацій;
- застосування практики введення в діяльність стандартів обслуговування для всіх менеджерів туристичної фірми;

- розробки системи мотивації та комплекс тренінгів для підвищення якості обслуговування;

Одним із запропонованих заходів було застосування навчання працівників завдяки тренінгам. Це є однією з ефективних форм сучасного активного навчання, що сприяє набуттю та розвитку у співробітників спеціальних знань, умінь і навичок з метою підвищення кваліфікації, є тренінги.

Наведені в цій роботі рекомендації щодо підвищення якості обслуговування туристів мають практичну цінність, оскільки можуть бути застосовані в даній туристичній фірмі. Мета випускної роботи, яка полягала в розробці та обґрунтуванні практичних рекомендацій організаційно-економічного характеру, спрямованих на підвищення якості обслуговування туристичної фірми «Апex Tour» (ФОП Онацька) була досягнута.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурчакова М.А. Управление качеством : учеб. пособие / М. А. Бурчаков, М.Ф. Мизинцева. – Москва : Изд-во Российского университета дружбы народов, 2004. – С. 200.
2. Буганова А. О. Шляхи підвищення якості послуг туристичного підприємства / Н. М. Брянська // Туристичний та готельно-ресторанний: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 245 - 247.
3. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса: Атлант, 2014. – 242 с.
4. Давиденко І. В. Питання визначення якості готельних послуг / І. В. Давиденко, А. В. Ушатова // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпро: НО «Перспектива», 2017. – Ч. 1. – С. 78-81.
5. Всеобщее управление качеством : учебник / под ред. О.П. Глудкина. - Москва : Горячая линия, 2001.
6. Ильенкова С.Д. Управление качеством : учебник для вузов / Под ред. С. Д. Ильенковой. -2-е изд. ,перераб.и доп - Москва : Юнити-Дана, 2004. – С. 334.
7. Исикава К. Экономические методы управления качеством / К. Исикава. Москва : Экономика, 1988.- С. 216.
8. Бедрадіна Г. К. Проблемні питання впровадження міжнародних стандартів в систему менеджменту якості туристичних підприємств / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. - Науки: економіка, політологія, історія. - 2011. - №20(145). - С. 50-59.

9. ДСТУ ISO 9000:2015. Основоволожні поняття та принципи управління якістю. Вимоги: чин. від 21.12.2015 р. – Київ: Держстандарт України, 2015.

10. Койфман Ю.І. Принципи, методи та досвід роботи у сфері забезпечення якості та сертифікації. Система якості, правила сертифікації та акредитації : посібник / Ю.І. Койфман. - Львів - Київ, 1995. – С. 349.

11. Шемаєва Л.Г. Управління якістю бізнес-процесів на підприємстві: монографія . / Л.Г. Шемаєва – Харків : ХНЕУ, 2009 . – С. 240.

12. Основи комплексного управління якістю (ТрМ) / С. Ланциські, Х. Мрук, Х. Янушек, Я. Личак; за ред. Н.В. Мережко; пер. з пол. – Київ :КНТЕУ, 2006.- С. 288.

13. ISO 9001:2008 Quality management systems — Requirements. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=46486

14. ISO 9004:2009 Managing for the sustained success of an organization. A quality management approach. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=41014

15. Хил Найджел. Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО-9000 / Найджел Хил. - Москва : Технология, 2004. – С. 192.

16. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Экономика Крыма. - 2010. - №1 (30). - С. 178-183

17. Білецький Е.В., Янушкевич Д.А., Шайхлісманов З.Р. Управління якістю продукції та послуг/ Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р., Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ- Х. : ХТЕІ, 2015.

18. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. — 2-ге вид., випр. та доповн. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — С. 463.

29. Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг : монографія /

Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — С. 234.

20. Капуста И. Поддерживать законные ожидания потребителей / И. Капуста // Новый маркетинг. — 2003. — № 9. — С. 71–77.

21. Шульгіна Л. М. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах України // Університетські наукові записки. — 2005. — № 4 (16). — С. 375–382.

22. Бедрадіна Г. К. Управління якістю послуг туристичного підприємства на засадах бенчмаркінгу / Г. К. Бедрадіна // Сучасні технології управління туристичними та готельно-ресторанним бізнесом: Матеріали першої Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (25 вересня 2009 р). — 2009. — С. 40-42.

23. Василенко А.О., Ткаченко Т.Л. Виробничий (операційний) менеджмент: Навчальний посібник. / А.О. Василенко, Т.Л. Ткаченко. - Київ: ЦУЛ, 2003. — С. 532.

24. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Навчальний посібник / М.І. Шаповал. — Київ, 2007. — С. 471.

25. Звітна інформація ФОП Онацька за 2015-2016 рр.

27. Захожай В.Б., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Чорний А.Ю. Управління якістю: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ В.Б. Захожай, Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська, А.Ю. Чорний за наук.ред. В.Б. Захожая. — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. — 936 с. : іл. — Бібліогр.: С. 899-931.

28. Кібанов А. Я. Оцінка економічної ефективності удосконалення управління підприємством / А. Я. Кібанов. — М: Инфра, 2009. — С. 342.

29. Бедрадіна Г. К. Оцінка якості менеджменту туристичної фірми на основі ключових економічних показників / Г. К. Бедрадіна // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. — Одеса, 2010. — Вип. 40. - С. 9-13.

30. Семенов В. Ф. Методи оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства / В. Ф. Семенов, М. М. Жигаліна // Науковий вісник. – Одеса, 2010. – № 14 (115). – С. 75-85.

31. Мазур І.І. Управління якістю.- 2 –ге видав. / І.І. Мазур, В.Д. Шاپіро та інші – «Омега - Л», 2006.- С. 400.

32. Труш Ю.Л. Оцінка ефективності напрямів підвищення якості продукції / Ю.Л. Труш // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – К.: НУХТ, 2010. – № 36 - С. 99–102.

33. Новиков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. – М. : ИЦ «Академия», 2007. – С. 208.

34. Смолкин А. М. Методы активного обучения /А. М. Смокин. – М. : Выс. шк., 1991. – С. 267.

35. Федорченко В. К. Підготовка фахівців для сфери туризму: Теоретичні і методологічні аспекти : [монографія] / Федорченко В. К. – К. :Вища шк., 2002. – С. 350.

36. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму [Текст] / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух - К.: Видавничий дім «Слово», 2006. – С. 372.

37. Бондарева Л.І. Навчальний тренінг як засіб професійної підготовки майбутніх менеджерів організацій в економічних університетах: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Л.І. Бондарева - Київ, 2006. – С. 21.