

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975)

Ефективна
ЕКОНОМІКА



Дніпровський державний
аграрно-економічний
університет



Видавництво ТОВ «ДКС-центр»

Ефективна економіка № 4, 2015

УДК: 658.56:338

*Т. С. Незвещук-Когут,
к. е. н., в. о. доцента кафедри менеджменту та туризму Чернівецького торговельно-
економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*T. S. Nezveschuk-Kogut,
acting as docent (associate professor) of the Chair of Management and Tourism
of Chernivtsi Trade and Economics Institute of Kyiv National Trade and Economics University*

PROBLEMS AND EFFICIENCY RISE TRENDS OF QUALITY MANAGEMENT SERVICES AT TOURISM SECTOR ENTERPRISES

Досліджено теоретичні та практичні проблеми якості послуг у туристичній сфері в сучасних умовах, наведено фактори та досліджено їх вплив на створення якісного туристичного продукту; визначено умови, за яких можлива ефективна виробнича діяльність сучасних туристичних підприємств, наведено найбільш суттєві критерії якості, що впливають на діяльність підприємств туристичної та готельної сфери. Запропоновано заходи для підвищення рівня якості туристичних послуг, обґрунтовано підсистеми управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві.

The author researches theoretical and practical problems of service quality in current tourism industry, indicates factors and defines their influence upon creation of quality tourism product. Besides it the work is dedicated to definition of conditions when efficient production activity of present tourist enterprises is possible and to finding out the most essential quality criteria influencing tourism and hotel service industry. The ways of tourist services' quality increase are offered here. As well as the subsystems of service quality management at a tourism enterprise are grounded in the work.

Ключові слова: туризм, туристичний продукт, туристична послуга, туристичні підприємства, якість, управління, держава.

Key words: tourism, tourist product, tourist service, tourist enterprises, quality, management, country.

Постановка проблеми. Україна є однією з найбільших європейських держав, геополітичне розташування, природні та антропогенні ресурси якої сприяють розвитку національного туризму. Успішний розвиток туризму в державі здійснює вагомий вплив на головні сектори національної економіки, надає значні можливості для зайнятості населення за рахунок створення нових робочих місць. Завдяки туризму розвиваються об'єкти інфраструктури, в яких враховуються місцеві культурні, політичні та історичні традиції. Національний туризм сприяє покращенню збалансованості економіки, являє собою сильний об'єднуючий фактор, який допомагає забезпечувати взаєморозуміння між різними мовними, релігійними і національними групами, сприяє укріпленню національної єдності та культурної інтеграції.

У сучасних умовах ведення туристичного бізнесу багато уваги необхідно приділяти виконанню комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг, розроблення дієвих стандартів обслуговування туристів, поліпшення роботи всіх підприємств сфери туризму. З метою вдосконалення організації туристичної діяльності більшість країн світу застосовує спеціальні механізми впливу на суб'єктів підприємництва, які виявляються у запровадженні процедури стандартизації, сертифікації туристичних послуг, ліцензування туристичної діяльності.

Стан вивчення проблеми. Значним внеском у дослідження теоретичних і практичних проблем якості послуг у туристичній сфері стали праці вчених Ільєнкової С.Д., Карсекіна В.І., Качанова В.С., Квартальнова В.О., Кирик В.Ф., Кочерги О.І., Мальська М.П., Окрепилова В.В., Папирян Г.А., Пуцентейло П.Р., Роглева Х.Й., Сидоренко І.О., Смирнов І.Г., Чорненька Н.В., Шаповалова О., Швець І.Ю., Школи І.М. та ін. Серед західних вчених подібна проблематика є також актуальною. Вона зустрічається в працях Дж. Кендемпаллі, Б. А. Спаркс, Б. Предау, Дж. Москадо, Е. Лоуз, М. Мекаві та інших.

Метою статті є дослідження теоретичних та практичних проблем якості послуг у туристичній сфері, факторів, що впливають на створення якісного туристичного продукту, визначення умов, за яких можлива ефективна виробнича діяльність туристичних підприємств.

Результати досліджень. Становлення ринкової економіки і поява в Україні високодохідних верств населення зумовило інтерес до підвищення якості туристичних послуг. Крім того, туризм у багатьох країнах відіграє велику роль у формуванні валового внутрішнього продукту, в забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм робить також величезний вплив на розвиток різних ключових галузей економіки і є одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. Тому так необхідно у нашій країні розвиток даної галузі прискореними темпами.

Деякі специфічні для сфери туризму фактори значною мірою впливають на створення якісного туристичного продукту:

1) дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання. Професіонали туристичного бізнесу часто говорять: «Гостинність – мистецтво дрібниць». У забезпеченні якості туристичного продукту всі служби повинні працювати однаково чітко і якісно. Для якісного виробництва туристичної послуги однаково важлива як робота технічної служби, відповідальної за ліфти, справність телефонів, замків, меблів та сантехніки.

2) можливість повторного виробництва туристичних послуг на однаково високому рівні, або тривалість якості. Рішення даної проблеми для багатьох виробників туристичного продукту виявляється непосильним завданням, що, в свою чергу, часто стає причиною різкого зниження конкурентоспроможності всього підприємства.

3) сфера туризму відноситься до такого виду діяльності, де вироблений продукт, будучи невідчутним, споживається одночасно з виробництвом. У персоналу підприємства немає шансу на виправлення браку, а також на повернення гостя. Це дуже важливий момент, оскільки якість роботи персоналу суттєво впливає на якісні характеристики самого туристичного продукту. [1, с. 56-57].

На практиці якість послуги визначається:

1) оперативністю роботи по підборі і організації турів по запитам клієнтів – швидкість обслуговування в комплексі визначає ступінь задоволення кожного клієнта;

2) термінами отримання довідкової інформації;

3) ввічливістю обслуговування, яке виражається в привітності співробітників туристичної фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту;

4) відповідністю пропонованого туру реальному змісту;

5) наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування [2, с. 65-70].

Проблема якості обслуговування в туризмі – одна з найактуальніших у розвитку цієї галузі народного господарства. На міжнародному туристичному ринку якість обслуговування – найсильніша зброя в конкурентній боротьбі. Туристи, які задоволені обслуговуванням в готелях, ресторанах, бюро послуг, туристичних комплексах певних країн, стають їх активними пропагандистами. Вони часто відвідують ці місця, сприяючи збільшенню потоків туристів, створюючи високу репутацію вподобаним їм туристичним районам. Якість обслуговування в кінцевому рахунку сприяє підвищенню економічної ефективності туризму.

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю.

При управлінні якістю комплексної туристичної послуги безпосередніми об'єктами управління виступають процеси, що зумовлюють якість кожної послуги. Розробка управлінських рішень щодо визначення показників, які обумовлюють надання якісного туристичного продукту, розглядається як важлива складова програми управління якістю туристичних послуг [3, с. 62].

Ефективна виробнича діяльність підприємств туристичної індустрії можлива за таких умов:

- комплексна туристична послуга задовольняє всі вимоги вітчизняного законодавства та інші вимоги регіону, суспільства;
- туристична послуга відповідає потребам сфери застосування або призначення;
- туристичний продукт задовольняє вимоги та очікування споживачів;
- туристичний продукт відповідає стандартам та технічним вимогам;
- комплексна туристична послуга, з одного боку, спрямована на одержання прибутку суб'єктами туристичної індустрії, з другого – пропонується споживачам та туристичним агентам за конкурентоспроможними цінами;
- туристичний продукт задовольняє всі вимоги безпеки.

Управління якістю туристичного обслуговування має проводитись системно, тобто на підприємствах – суб'єктах туристичної індустрії має функціонувати система управління якістю туристичних послуг [4, с. 45-49]. Така система являє собою організаційну структуру з чітким розподілом відповідальності, процедури, процесів та ресурсів, які необхідні для управління якістю туристичного продукту.

Світовий досвід сформував не тільки загальні ознаки діючих систем управління якістю, а й принципи та методи, які можуть застосовуватись у кожній із них. Якість послуг, що надаються туристичними підприємствами, залежить від сертифікації цих підприємств. Ст. 18 «Сертифікація та стандартизація в сфері туристичної діяльності» Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» говорить про те, що державна система стандартизації в сфері туризму направлена на [5]:

- захист інтересів споживачів та держави у питаннях безпеки туризму, життя та здоров'я громадян, охорони майна та навколишнього середовища;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг у відповідності до вимог споживачів.

Активне і раціональне застосування у своїй діяльності стандартів (в першу чергу міжнародних) та сертифікатів якості економічно дуже доцільне для туристичних підприємств. Це дозволяє забезпечити необхідну якість продукції (послуг), організовувати налагоджений та безперервний технологічний процес, що, в кінцевому рахунку, приводить до подолання бар'єрів на зовнішніх ринках, встановлення більш високого рівня цін на туристичну продукцію (послуги), і в цілому підвищення рівня конкурентоспроможності туристичного підприємства на ринку туристичних послуг [6, с. 79-80].

Стандарт визначає місце туристичного продукту (послуги) серед різноманіття послуг, що надаються населенню. Сертифікація туристичного продукту (послуг) дозволяє реалізувати єдиний підхід до оцінки якості різноманітних об'єктів, гарантує стабільність виготовлення продукції (послуг) необхідної якості, оскільки поширюється й на організацію виробництва. Сертифікат на продукцію, послуги або систему якості служить споживачу путівником у лабіринтах конкурентного середовища, а виробнику-документом-підтвердженням його конкурентоспроможності.

Якість туристичної діяльності підприємств підтверджується перевіркою на відповідність до чинних стандартів, правил, вимог для встановлення належного класу обслуговування. На якість обслуговування впливають такі чинники, як комплексність послуг і товарів, їх спрямованість на конкретного споживача, своєчасність їх надання.

До найбільш суттєвих критеріїв якості належать:

- відповідність стандарту всіх туристичних послуг, що надаються;
- відповідність їх технічним показникам найкращих товарів - аналогів;
- рівень точності всіх виробничих процесів, що здійснюють такі послуги;
- відповідність якості туристичних послуг потребам покупця;
- відповідність якості платоспроможному попиту.

Дотримання вимог до якості продукції та послуг дає змогу запобігти відхиленням, які виникають у процесі надання послуг і пов'язаних з ними витрат, забезпечує безпеку діяльності на підприємствах туристичної та готельної сфери.

Надання продукції і послуг високої якості та дотримання вимог стандартів обслуговування призводить до конкурентоспроможності туристичного підприємства. Конкурентоспроможність виробництва туристичної продукції – це основа існування підприємства, так як в ній суть якості продукції [7, с. 110-112].

Стратегією держави та туристичного підприємства повинні бути стандартизація та сертифікація як ефективний засіб підвищення конкурентоспроможності, якості, безпеки продукції та послуг. З метою підвищення рівня якості туристичних послуг в майбутньому необхідно також:

- займатися вивченням та впровадженням передового вітчизняного та закордонного досвіду, нових форм обслуговування туристів;
- постійно працювати над створенням нового якісного туристичного продукту, враховуючи існуючий та прогнозований споживачський попит;
- запобігати випуску неякісної продукції (послуг) та приділяти увагу стратегічному плануванню випуску якісної продукції (послуг).

При розробці системи управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві має бути забезпечено органічну, планову взаємодію усіх її підсистем на всіх етапах функціонування. Основними з них є такі підсистеми управління:

- планування туристичних маршрутів, турів, удосконалення програм обслуговування;
- застосування економічних методів господарювання з метою підвищення якості обслуговування туристів, агентів та контрагентів;
- технологічна та технічна підготовка матеріальної бази до обслуговування туристів;
- організація процесів надання послуг і виконання програм обслуговування;
- систематичне планування та проведення аудиту якості;
- інноваційна діяльність;
- підготовка, підвищення кваліфікації кадрів;
- упровадження заходів із забезпечення якості праці персоналу;
- соціальний розвиток трудового колективу.

Досягнення ефективності системи управління якістю обслуговування на підприємствах туристичної індустрії не може бути забезпечено без використання різних форм конкретної участі й активного впливу обслуговуючого та управлінського персоналу на підвищення якості обслуговування туристів, туристичних агентів та контрагентів.

При впровадженні системи управління якістю кожне туристичне підприємство має визначити цілі та політику з якості, поставити відповідні завдання із забезпечення стабільного, довгострокового характеру. Досягнення єдиних цілей підвищення якості має враховувати всі елементи та операції процесу комплексного обслуговування клієнтів, якості роботи всього трудового колективу. Крім того, система управління якістю передбачає об'єднання цілого ряду взаємозалежних заходів щодо підтримки необхідного рівня якості реалізації програм туристичних маршрутів, турів, екскурсій на всіх стадіях "життєвого циклу" туристичного продукту [8, с. 240-241]. Тобто включати заходи з проєктування, планування, організації роботи туристичного підприємства з обслуговування туристів та заходи з поліпшення їх задоволеності. Всі заходи з управління якістю – організаційні, технічні, фінансово-економічні, правові, соціально-психологічні, виховні і т. д. – мають бути об'єднані в єдиний, планово реалізований комплекс.

З огляду на необхідність поширення системних підходів в управлінні якістю туристичного обслуговування та оптимізації управлінських рішень з питань управління якістю туристичного продукту доцільним вбачається формування нормативно-методичної бази для планування, контролю, аналізу, обліку та стимулювання якості праці й обслуговування у сфері туризму [9]. Сукупність усієї нормативно-методичної бази, нормативно-технічної документації має планомірно перерости в систему стандартизації у сфері туризму та підприємств туристичної індустрії.

Висновки і пропозиції. Система управління якістю являє собою погоджену робочу структуру, що функціонує на туристичному підприємстві, та має включати ефективні технічні й управлінські методи, що забезпечують найкращі і найбільш практичні способи взаємодії персоналу туристичного підприємства, його агентів, контрагентів та споживачів туристичних послуг.

Таким чином, здатність туристичних підприємств досягати своїх цілей, забезпечуючи конкурентоспроможність послуг, визначається діючою системою організації й управління – системою управління якістю.

Список використаної літератури.

1. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме / Л.В. Баумгартен. – Москва: Издательский центр «Академия», 2010 – 304 с.
2. Швец И.Ю. Управление качеством туруслуги / И.Ю.Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 61. – С. 61-72.
3. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 247 с.
4. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.
5. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 04.06.2011 р. № 324 / 95 – ВР. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. – Назва з екрану
6. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання / І.О. Сидоренко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – Вип. 3 (46) / Наук. ред. І. К. Бондар. – К., 2005. – С. 78-80.
7. Смирнов І.Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму / І.Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 4. – С. 106-114.
8. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
9. Goeldner C.R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / C.R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. – Ed. 9th. – John Wiley & Sons, Inc, 2002. – 624 p.

References.

- p.304.
1. Baumgarten, L.V. (2010), *Upravlenie kachestvom v turizme*, Izdatel'skij centr «Akademija», Moscow, Russia, p.304.
 2. Shvec, I.Ju. (2005), “Upravlenie kachestvom turuslugi”, *Kul'tura narodov Prichernomor'ja*, vol. 61, pp. 61-72.
 3. Kvartal'nov, V.A. (2009), *Menedzhment turizma*, Finansy i statistika, Moscow, Russia, p.247.
 4. Papirjan, G.A. (2008), *Mezhdunarodnye jekonomicheskie otnoshenija: marketing v turizme*, Finansy i statistika, Moscow, Russia, p.160.
 5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2011), The Law of Ukraine from 04.06.2011 # 324 / 95 "Pro turyzm", [Online], available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
 6. Sydorenko, I.O. (2005), “Napriamy shchodo udoskonalennia systemy upravlinnia yakistiu diialnosti turystychnykh pidpriemstv (orhanizatsii, firm) v suchasnykh umovakh hospodariuvannia”, *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini: Zbirnyk naukovykh prats*, vol. 3 (46), Kyiv, Ukraine, pp. 78-80.
 7. Smyrnov, I.H. (2010), “Pro pryvablyvist ta lohistychnist rekreatsiino-turystychnykh obiektiv ta resursiv (v konteksti lohistychnoi modeli staloho rozvytku turyzmu)”, *Heohrafiia ta turyzm*, vol. 4, pp. 106-114.
 8. Malska, M.P. and Khudo, V.V. (2012), *Turystychnyi biznes: teoriia ta praktyka*, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine, p.368.
 9. Goeldner C.R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / C.R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. – Ed. 9th. – John Wiley & Sons, Inc, 2002. – 624 p.

Стаття надійшла до редакції 19.04.2015 р.