

## **ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

Наукові праці МАУП, 2012, вип. 3(34), с. 196–200

*Індустрія туризму є одним з перспективних напрямів розвитку світогосподарських відносин, а в умовах трансформації економіки України, підвищення ефективності функціонування цієї галузі набуває особливої актуальності. Економічні перетворення, що відбуваються нині на теренах України, привертають увагу науковців і практиків до проблем підвищення якості надання послуг на підприємствах туристичної галузі.*

З активізацією євроінтеграційних процесів спостерігається постійне загострення конкуренції між туристичними підприємствами. Тому на сучасному етапі розвитку туристичної галузі постає питання формування системи менеджменту якості підприємства.

Надання споживачам високоякісних туристичних послуг на внутрішньому та міжнародному ринках має сприяти формуванню іміджу України, як країни з унікальними туристичними можливостями.

Більшість авторів (В. Г. Гамов, Н. В. Старичкова, І. В. Валентюк, Л. П. Дядечко, В. Ф. Кифяк, Т. І. Ткаченко, І. Ю. Швець) доходять висновку, що надання туристичних послуг супроводжується захистом прав та інтересів споживачів, що якісна туристична послуга дає можливість задовольнити потреби споживача.

Сформуємо модель системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії, для чого потрібно вирішити такі завдання: визначити структурні елементи системи менеджменту якості на підприємствах туристичної індустрії; сформувати основні завдання політики якості туристичних послуг; обґрунтувати основні елементи зовнішнього та внутрішнього аудиту якості надання туристичних послуг.

Відповідно до міжнародних стандартів будь-яка система, спрямована на забезпечення якості сервісних послуг, має відповідати комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог [6, 38].

Найчастіше на підприємствах індустрії туризму використовуються тільки елементи системи управління якістю, але відсутній системний підхід. Для створення системи менеджменту якості потрібно стратегічне рішення керівництва. На розробку та впровадження системи менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії (СТІ) впливають стратегічні цілі підприємства, ситуація на ринку, потреби споживачів у наданні якісних послуг та інші специфічні чинники.

Під системою якості розуміється сукупність організаційної структури, відповідальності, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю в організації [12, 69]. Система якості призначена для впровадження в туристичних фірмах з метою забезпечення якості роботи і безперервного контролю процесу надання послуг.

Для забезпечення необхідного рівня якості потрібні не тільки зацікавлені, кваліфіковані працівники, відповідна матеріальна база, а й добре налагоджена система менеджменту якості (СМЯ). Саме на цьому побудова-

ний успіх багатьох підприємств туризму. Але одного прагнення забезпечити якість послуг та обслуговування недостатньо — потрібно дуже грамотно підходити до СМЯ, оскільки від цього залежить враження клієнтів про фірму. Це дуже важливо для підвищення іміджу підприємства і, відповідно, залучення нових клієнтів. Тому саме на таких підприємствах дуже важливе, навіть головне значення набуває якість сервісу, управління якістю обслуговування, менеджмент якості.

Для досягнення цілей СТІ у сфері управління якістю туристичних послуг пропонуємо створити модель системи менеджменту якості у сфері туризму (див. рис.). Основними структурними елементами СМЯ у сфері туризму є менеджмент якості суб'єктів туристичної індустрії та якість туристичної послуги.

Розглянемо основні елементи менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії, до яких належать формування політики та моделі якості; системи зовнішнього та внутрішнього аудиту.

До зовнішнього аудиту в менеджменті якості належать управлінські дії, спрямовані на забезпечення відповідності суб'єктів туристичної індустрії ліцензійним вимогам України та міжнародним стандартам [7, 3–4].

Під ліцензуванням розуміють видачу, переоформлення та анулювання ліцензій, видачу дублікатів ліцензій, контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов і т. д. У процесі ліцензування передбачено певні ліцензійні умови та вимоги до ліцензіатів, що й передбачає контроль за якістю послуг. В Україні ліцензійні вимоги до СТІ визначені законами України “Про ліцензування пев-

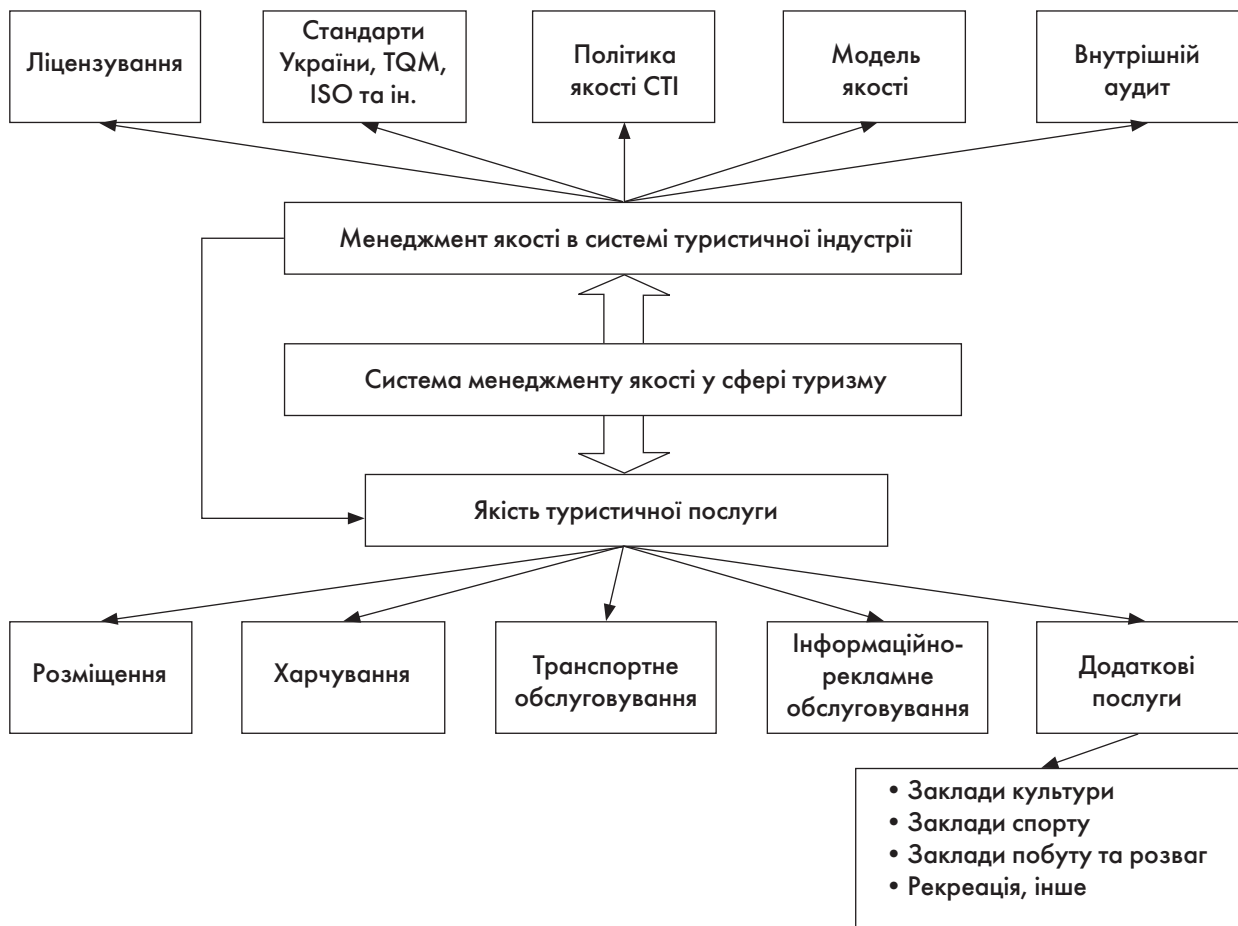


Рис. Система менеджменту якості у сфері туризму

них видів діяльності”, “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності”, іншими законодавчими та нормативними актами [5, 1–2].

Найефективніше запитам ринку споживача відповідає ідеологія системи Загально-го управління якістю — TQM (Total Quality management), яка включає в себе загальне управління якістю, забезпечення якості, політику якості, планування якості, поліпшення якості. Для того щоб реалізувати TQM на підприємстві, необхідно здійснити багато різних перетворень, які торкнуться не тільки процесів управління, а й менталітету, ставлення до всього, що відбувається, з боку всіх без винятку працівників. Технологією системи TQM є міжнародні стандарти ISO серії 9000 [8, 9].

ISO серії 9000 — серія міжнародних стандартів, що описують вимоги до системи менеджменту якості організацій і підприємств. Стандарти ISO серії 9000 роблять акцент на постійний моніторинг організацією запитів і очікувань споживачів на їх повне задоволення. Проте міжнародні стандарти ISO серії 9000 не встановлюють перелік критеріїв та показників якості, процедури і методи їх оцінювання, а також нормативні значення показників якості туристичних послуг [11, 23].

Підходи до систем менеджменту якості, наведені в стандартах ISO 9000 і моделі якості, засновані на загальних принципах. Обидва ці підходи:

- дають можливість СТІ виявляти свої сильні та слабкі сторони;
- містять положення щодо оцінювання порівняно із загальними моделями;
- забезпечують основу для постійного поліпшення;
- включають способи зовнішнього визнання.

Різниця між підходами систем менеджменту якості серії ISO 9000 та моделями якості полягає у сфері їх застосування. Стандарти серії ISO 9000 містять вимоги до СМЯ і рекомендації щодо поліпшення діяльності, оцінювання систем управління якістю та встановлюють виконання цих вимог. Моделі якості

містять критерії, що дають можливість проводити порівняльну оцінку діяльності СТІ, і це може бути застосовано до всіх зацікавлених сторін. Критерії оцінки в моделях якості забезпечують підприємству основу для порівняння її діяльності з діяльністю інших підприємств.

Однією з найважливіших складових менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії (СТІ) має стати політика якості, спрямована на реалізацію таких основних завдань: задоволення споживача з точки зору професійних стандартів та етики, безперервне підвищення якості послуги, облік вимог суспільства, ефективність надання послуги.

Політика та цілі у сфері якості встановлюються, щоб слугувати орієнтиром для підприємства. Вони визначають бажані результати і сприяють використанню СТІ ресурсів для досягнення цих результатів. Політика у сфері якості забезпечує основу для розробки та аналізу цілей у сфері якості. Цілі у сфері якості необхідно погоджувати з політикою у сфері якості і здатністю до постійного поліпшення, а результати мають бути вимірними. Досягнення цілей у сфері якості може позитивно впливати на якість послуг, що надаються, ефективність роботи та фінансові показники, і як наслідок — на задоволеність та впевненість зацікавлених сторін [7, 8].

Політику якості керівництво туристської організації має визначити і документально оформити, представляючи завдання, основні напрями і цілі туристської організації у сфері якості. Керівництво, яке несе відповідальність за політику у сфері якості, має забезпечити її роз'яснення і доведення до всіх структурних підрозділів і працівників підприємства. Відповідальність за політику у сфері якості несе керівник.

Крім зовнішнього аудиту з боку органів державної влади, Державного агентства України з туризму та курортів і міжнародних організацій, менеджмент якості СТІ передбачає впровадження системи внутрішнього аудиту. Аудит якості — систематична і незалежна оцінка якості компанії, яка може підрозділятися на аудит: системи якості; процесу; сервісу; продукту.

Ці елементи менеджменту якості на підприємствах туристичної індустрії безпосередньо впливають на якість туристичної послуги.

Якість туристичних послуг є найважливішим чинником успішної діяльності будь-якої туристичної фірми, що забезпечує захищену позицію в конкурентному середовищі та високу частку на ринку туристичних послуг [10, 311].

Під якістю послуги розуміється сукупність характеристик послуги, що визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача.

Туристичні послуги є комплексним поняттям, до якого належать послуги з розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів (відвідувачів) [9, 32]. Якість туристичної послуги характеризується сукупністю складових якості всіх послуг, що надаються, та культурою обслуговування туристів. Якість виражається через систему показників, що відображають різні види діяльності із обслуговування туристів.

Управлінням якістю туристичних послуг є процес, що включає виявлення характеру та обсягу потреб клієнтів, оцінку фактичного рівня з якості туристичної послуги, розробку, вибір і реалізацію заходів щодо забезпечення та контролю запланованого рівня якості.

Якісні послуги можливі за умови створення в кожній організації туризму системи управління якістю, яка складається з менеджменту якості підприємства, та комплексним управлінням якістю туристичної послуги.

Побудова моделі системи менеджменту якості в туристичній фірмі дасть можливість підприємству надалі підвищити свій статус на ринку послуг, що надаються, стати більш конкурентоспроможним, збільшити показники прибутковості та рентабельності.

Система менеджменту у сфері якості туристичних послуг має бути спрямована на реалізацію таких основних завдань: безперервне підвищення якості послуги з метою максимального задоволення споживача з точ-

ки зору професійних стандартів, етики та філософії культури обслуговування, врахування вимог суспільства, ефективність надання послуги.

В умовах все більш розширеного процесу глобалізації виробники туристичних послуг не можуть зупинятися на досягнутому рівні якості. Жоден виробник не може бути гарантовано захищений від експансії власних ринків конкурентами як національними, так й іноземними. Розробка і впровадження моделі системи управління якістю на конкретному підприємстві мають залежати від її власних потреб, специфічних цілей, послуг, що надаються, процесів і практики роботи, що склалася.



## Література

1. Закон України “Про ліцензування певних видів діяльності” від 01.06.2000 р. № 1775-III // ВВР України, 2000. — № 36. — С. 299.
2. Закон України “Про туризм” від 18.11.2003 № 1282-IV // ВВР України, 2004. — № 13. — С.180.
3. Закон України “Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності” від 05.04.2007 № 877 // ВВР України, 2007. — № 29. — С.389.
4. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності в туристичній сфері та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю)” від 21.01.2009 р. № 25. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
5. Закон України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності” від 19.10.2010 р. № 2608-VI // ВВР України, 2011. — № 11. — С. 69.
6. Альперин Л. Современный взгляд на системы качества и их развитие // Стандарты и качество. — 1998. — № 10. — С. 38–42.
7. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління / Нац. акад. держ. управління при Президентові України; Київ. регіональний ін-т держ. управління. — К., 2005. — 20 с.
8. Гамов В. Г. Менеджмент качества и оценка соотвествия в туризме / В. Г. Гамов, Н.В. Старичкова. Владивостокский государственный университет экономики

и сервиса. — Режим доступа: [abc.vvsu.ru /books /mened\\_kach\\_turizma/](http://abc.vvsu.ru/books/mened_kach_turizma/)

9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Книги-XXI, 2003. — 300 с.

10. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф.Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. — М.: Юнити, 1998. — 458 с.

11. Шаповал М. І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації: Підручник / М. І. Шаповал. — К.: Вид-во Європ.; Ун-т фінансів, інформ. — 2000. — С. 23 .

12. Швец И. Ю. Управление качеством турслуги // Культура народов Причерноморья. — 2005. — № 61. — С. 61–72.

*Розглянуто питання системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії в умовах інтеграції України в міжнародне співтовариство. Система управління якістю у сфері туризму складається з менеджменту якості підприємств туристичної індустрії та управління якістю туристичним продуктом.*

*Рассмотрен вопрос системы управления качеством на предприятиях туристической индустрии в условиях интеграции Украины в международное содружество. Система управления качеством в сфере туризма состоит из менеджмента качества предприятий туристической индустрии и управления качеством туристическим продуктом.*

*The question of control the system by quality is considered on the enterprises of tourist industry in the conditions of integration of Ukraine in an international concord. System of quality management in the sphere of tourism consists of management of quality of enterprises of tourist industry and quality management a tourist product.*

Надійшла 20 березня 2012 р.