

ТУРИЗМ

DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(5\).2022.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.6)

УДК 005.6:338.48

Л. С. Безугла, Г. М. Пилипенко, Л. А. Бондаренко

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У статті досліджено особливості та основні характеристики управління якістю в туристичному підприємстві. Досліджено сутність поняття якості та її види. Розглянуто специфіку управління якістю в індустрії туризму в цілому. Встановлено, що узагальнене поняття якості в туристичному підприємстві зазвичай аргументується задоволенням потреб клієнта, а тому туристичне підприємство має надавати послуги або продукцію відповідно до попиту споживача. Доведено, що для забезпечення високого рівня управління якістю туристичного підприємства в умовах конкуренції та диверсифікації пропонованих послуг туристичне підприємство має переорієнтуватися на використання міжнародних стандартів. Встановлено, що туристичному підприємству, реалізуючи свою діяльність, важливо не тільки забезпечити необхідний рівень обслуговування і здатність задовольнити потреби клієнтів, а також здійснювати формування саморегулюючої системи вдосконалення якісних характеристик бізнес-процесів. Управління якістю туристичних послуг розглядається фахівцями як управлінська діяльність в умовах динамічного попиту та змін ринкового середовища, яка передбачає визначення вимог до якості обслуговування, оцінку та контроль параметрів якості, розробку заходів щодо підвищення якості туристичного продукту на кожному етапі формування та реалізації. У процесі реалізації менеджменту якості на туристичному підприємстві важливим елементом є забезпечення планомірної та органічної взаємодії кожної з підсистем на кожному етапі управління. Впровадження ефективної системи управління якістю на туристичному підприємстві неможливо здійснити без урахування впливу кваліфікованого персоналу на підвищення якості обслуговування клієнтів, туристичних агентів та контрагентів. На нашу думку, ключовим у процесі впровадження, є формування груп якості, метою яких є врахування точки зору персоналу в процесі вирішення стратегічних завдань щодо підвищення якості діяльності туристичного підприємства. Ефективність виконання завдань щодо впровадження управління якістю на туристичному підприємстві має стати критерієм науковості щодо процесу управління, що дозволить встановити рівень знання та використання на практиці закономірностей управління якістю послуг.

Ключові слова: туризм, якість, управління, система менеджменту якості, туристичне підприємство.

Постановка проблеми та її актуальність. В умовах сьогодення проблема якості стала однією з найважливіших в питаннях підвищення рівня життя населення, економічної, соціальної і екологічної безпеки. Ефективне функціонування сучасного туристичного підприємства має на меті швидке реагування на зміни ринкових тенденцій. Функціонування будь-якого туристичного підприємства, його стійка позиція на ринку описується рівнем конкурентоспроможності, яка, в свою чергу, пов'язана із двома показниками – рівнем ціни та рівнем якості туристичного продукту. Особливо якість поступово виходить на перше місце. Вищенаведене зумовлює необхідність створення системи управління якістю на туристичному підприємстві, ключовою метою якої є виявлення споживчих потреб і оцінка рівня відповідності цим вимогам якості туристичного продукту. Система управління якістю туристичного підприємства, ґрунтуючись на системному підході до управління, дає можливість досягти безперервного вдосконалення процесу надання послуг, здійснювати вдосконалення навичок та вмій праців-

ників, з більшою ефективністю застосовувати кадровий потенціал туристичного підприємства, інформаційний, матеріально-технічний, а також фінансовий.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ключові положення та необхідність здійснення процесу управління якістю в туристичних підприємствах розглядали у своїх працях вітчизняні та закордонні науковці та саме: Чорна Н.М., Хриплива Л., Охота В.І., Глебова А.О., Карчевський Б.О., Денисенко М.П., Терещенко Н.М., Астахов А., Гонтаржевська Л.І. та ін.

За твердженням Чорної Н.М.: «аналіз багаторічного досвіду провідних компаній розвинених країн світу свідчить, що здобути успіх на ринку можна лише шляхом гарантування якості. Та, якщо раніше, говорячи про якість, мали на увазі ґатунок продукції, наразі йдеться більше про якість функціонування підприємств, досконалість впроваджених на них систем управління якістю, націлених на постійне самовдосконалення та задоволення існуючого на ринку попиту» [1].

На думку Гонтаржевської Л.І.: «особливі вимоги висуваються до якості послуг. Специфіка туристич-

них послуг визначає наступні особливості управління їх якістю: 1) необхідність розгляду проблеми якості з двох боків – з позицій самого підприємства та з позицій споживача; 2) необхідність системності і комплексності в управлінні, що припускає залучення до процесу управління якістю продукції; 3) необхідність пошуку балансу між стандартизацією послуг, що зручно фірмі, та їх індивідуалізацією, що потрібно споживачу. З аналізу специфіки туристичних послуг виходить, що поняття якості послуги принципово відрізняється від поняття якості товару. У разі товару – це множина його фізичних і інших показників, що легко піддаються виміру» [4, с. 52].

Охота В.І. наголошує на тому, що: «менеджмент якості спрямовано на досягнення цілей, а саме: 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» [5, с. 197].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблематика досягнення певного рівня якості товару або послуги в реаліях сьогодення має універсальний характер. Успішність вирішення даної проблематики забезпечує сталий розвиток будь-якої галузі. Проте показники якості, проблематика покращення якості продукції або послуг, є специфічною для кожної галузі, не виключенням є і сфера обслуговування. Теоретичні дослідження в сфері управління якістю туристичного підприємства є надзвичайно актуальними, мають відображення в великій кількості наукових праць. Проте варто звернути увагу на те, що деякі аспекти по даному напрямку не отримали належного відображення. На наш погляд, недостатньо вивчені питання щодо створення систем управління якістю на туристичному підприємстві, відсутня методика визначення якості туристичного продукту. Все вищенаведене пояснює актуальність та необхідність вивчення процесу імплементації управління якістю в туристичному підприємстві.

Мета статті полягає у дослідженні науково-методичних засад і практичних рекомендацій відносно імплементації управління якістю в туристичному підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. За умов ринкових відносин на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми та різних галузей господарювання неабиякої актуальності набуває управління якістю, котре характеризується актуалізацією встановлення такого рівня якості продукції та послуг, котре здатне повністю задовольнити усі потреби споживачів. Якісна продукція і послуги виступають запорукою їх

конкурентоспроможності. Не маючи високої якості продукції або послуг, котрі відповідають потребам споживачів є неможливою раціональна інтеграція національної економіки до світового господарства та відповідно зайняття в ньому необхідної ніші. В сучасних умовах господарювання концепція ефективного управління якістю продукції та послуг за умов досягнення всіх цілей і завдань функціонування підприємства має на меті її абсолютний пріоритет між іншими шляхами управління. Не виключенням є і підприємства туристичної галузі.

Реалізація на туристичному підприємстві системи менеджменту якості, котра має сертифікат відповідності міжнародним стандартам ISO 9000, трактується його можливістю стабільно надавати якісні послуги, а отже, мати конкурентоспроможність як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Розглянемо більш детально сутнісні характеристики поняття якість. Так відповідно до тверджень Міжнародної організації із стандартизації якості: «це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів» [2].

Враховуючи вищенаведене Чорна Н.М. акцентує увагу на тому, що: «у туризмі виділяють чотири типи якості: якість як властивість та особливість продукту (послуги), яка викликає почуття задоволення у споживача, або відсутність недоліків, що підсилює стан задоволеності у нього; якість як технічна та функціональна характеристика продукту (послуги). Технічна якість це все те, що отримує і споживає клієнт, а також те, з чим він залишається після взаємодії зі спеціалістом туристичного сектору. Функціональна якість – це процес надання продукту (послуги), під час якого споживач проходить безліч етапів у своїй взаємодії з фахівцями туристичних підприємств; якість як складова культури обслуговування, яка формується поведінкою працівників туристичного підприємства по відношенню до споживачів, а критеріями її оцінки є дружелюбність, чуйність, уважність і люб'язність персоналу; якість як етична компонента продукту (послуги), яка може бути оцінена споживачем лише в процесі його споживання» [1].

Отже, підсумовуючи вищенаведене твердження варто наголосити на тому, що узагальнене поняття якості в туристичному підприємстві, зазвичай, аргументується задоволенням потреб клієнтів, а отже туристичне підприємство має надавати послуги чи продукти у відповідності до попиту клієнтів.

Згідно з ДСТУ ISO 9000:2015: «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» [3].

Ключовою особливістю в побудові даної системи виступає зацікавленість вищого керівництва туристичного підприємства у її створенні, запровадженні та координації.

Ми погоджуємося із твердженням таких науковців як Глебова А.О. та Карчевський Б.О. стосовно того, що: «якщо конкуренти досі не запропонували нічого подібного, у туристичного підприємства є можливість досягти переваги, ставши першим на ринку. Своєю чергою, система управління якістю – це сукупність взаємопов’язаних та/або взаємодіючих елементів організації, які дають змогу спрямовувати та контролювати її діяльність щодо якості. В умовах зростаючої конкурентної боротьби саме система управління якістю підприємства може стати інструментом зміцнення конкурентних переваг та розширення присутності на ринку» [6].

В сучасних умовах ведення бізнесу найефективнішою на ринку у сфері задоволення потреб споживачів

є послідовна система Загального управління якістю Total Quality Management, котра в перспективі стала основою для загальних систем управління якістю ISO.

З метою забезпечення високого рівня управління якістю в туристичному підприємстві за умов конкурентної боротьби та диверсифікації пропонуванних послуг, туристичне підприємство має переорієнтуватися на використання міжнародних стандартів, ключовим з яких виступає стандарт ISO 9000 котрий містить в собі стандарти, ключові характеристики яких представлені на рисунку 1.

Стандарти ISO 9000 є фундаментальними для усіх систем управління якістю на туристичних підприємствах. Кожен стандарт якості представлений на рисунку 1 виступає уніфікованою моделлю для створення управлінських структур в туристичному підприємстві, котрі відповідають за забезпечення належного рівня якості товару або послуги туристичного підприємства. Згідно із стандартами ISO 9000 зацікавлені треті сторони можуть проводити оцінку рівня взаємодії туристичного підприємства із клієнтами.



Рисунок 1 – Ключові стандарти якості в системі ISO 9000 для туристичного підприємства

Джерело: сформовано авторами

Аналізуючи рисунок 1 варто зауважити, що Міжнародний стандарт ISO 9000: «встановлює вимоги до систем управління якістю для підприємств (організацій), діяльність яких спрямовується на досягнення довготривалого успіху через задоволення вимог споживачів та отримання вигоди як персоналом підприємства, так і суспільством загалом» [2].

Туристичному підприємству реалізуючи свою діяльність важливо не тільки забезпечити необхідний рівень обслуговування і здатність задовольнити потреби клієнтів, а також здійснювати формування саморегулюючої системи вдосконалення якісних характеристик бізнес-процесів. В процесі імплементації управління якістю в туристичному підприємстві важливим етапом є забезпечення планової та органічної взаємодії кожної із підсистем на кожному етапі господарювання.

Денисенко М.П. та Терещенко Н.М. зазначають, що ключовими етапами господарювання в туристичному підприємстві є: « 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» [7].

Імплементацію ефективної системи управління якістю в туристичному підприємстві неможливо здійснювати без врахування впливу персоналу туристичного підприємства на покращення якості обслуговування клієнтів, туристичних агентів, а також контрагентів. Ключовим, на нашу думку, в процесі імплементації виступає формування груп якості, мета яких врахування точки зору персоналу в процесі вирішення стратегічних завдань з покращення якості туристичного підприємства.

В процесі імплементації управління якістю туристичне підприємство повинне встановити конкретні цілі і політику якості, встановити стратегічні завдання відносно стабільності розвитку.

Дієвість виконання завдань щодо імплементації управління якістю в туристичному підприємстві повинна стати критерієм науковості в управлінні, що дозво-



Рисунок 2 – Система управління якістю в туристичному підприємстві

Джерело: сформовано авторами

литель встановити рівень знань і використання законів і закономірностей управління якістю обслуговування на практиці.

Система управління якістю в туристичному підприємстві схематично представлена на рисунку 2.

За твердженням Астахова А та Хрипливої Л. такими принципами є: «акцент на споживача, який передбачає спрямування всієї уваги виробника на задоволення запитів і побажань споживача, котрий є учасником процесу, здійснюваного виробником, та арбітром в оцінюванні його якості. Аби орієнтуватися у смаках та вподобаннях споживачів, які є дуже мінливими, необхідним є постійне системне їх дослідження; залучення вищого керівництва до безпосередньої участі у функціонуванні системи та подання відповідного прикладу; акцент на процес.

Згідно системи управління якістю, процес – це будь-яка організована діяльність із трансформування факторів входу у попередньо спланований для відповідного споживача вихід (продукт, послугу); залучення

до роботи з поліпшування якості усіх учасників процесу» [8, с. 62]. Отже, в процесі імплементації управління якістю в туристичному підприємстві дотримання зазначених вище принципів загального управління якістю є актуальними.

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження варто акцентувати увагу на тому, що в сучасних умовах ведення туристичного бізнесу головною складовою рентабельності і ефективності виступає якість та якісне задоволення потреб споживачів. В умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг перевагу отримують підприємства, котрі пропонують вищу якість послуг та краще обслуговування ніж у конкурентів. Імплементація управління якістю в туристичному підприємстві має забезпечувати безперервну діяльність націлену на покращення сервісу та технологічної діяльності, а також забезпечення ефективної взаємодії всіх ланок функціонування туристичного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Чорна Н.М. Система управління якістю на туристичному підприємстві: теоретичні аспекти впровадження та функціонування. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-56>.
2. ISO – International Organization for Standardization URL: www.iso.org.
3. 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.
4. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
5. Охота В.І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії. *Бізнес-Інформ*. 2014. Вип. 9. С. 195–199.
6. Глебова А.О., Карчевський Б.О. Системи управління якістю на підприємстві в умовах євроінтеграційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 352–356. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/73.pdf>.
7. Денисенко М.П., Терещенко Н.М. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму. *Наукові праці МАУП*. 2014. Вип. 1 (40). С. 134–138.
8. Астахов А., Хриплива Л. Система управління якістю – інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2011. № 4. С. 60–64.

References:

1. Chorna, N.M. (2021). Systema upravlinnia yakistiu na turystychnomu pidpriemstvi: teoretychni aspekty vprovadzhennia ta funktsionuvannia [Quality management system at a tourist enterprise: theoretical aspects of implementation and functioning]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-56> [in Ukrainian].
2. ISO – International Organization for Standardization URL: www.iso.org.
3. Systemy upravlinnia yakistiu. Osnovni polozhennia ta slovnyk terminiv [Quality management systems. Basic provisions and glossary of terms]. (2015). *DSTU ISO 9000:2015* [in Ukrainian].
4. Hontarzhavska, L. I. (2008). *Rynok turystychnykh posluh v Ukraini* [Market of tourist services in Ukraine]. Donetsk: Skhidnyi vydavnychyi dim. [in Ukrainian].
5. Okhota, V.I. (2014). Formuvannia systemy upravlinnia yakistiu na pidpriemstvakh turystychnoi industrii [Formation of the quality management system at enterprises of the tourism industry]. *Biznes-Inform*, no. 9, pp. 195–199. [in Ukrainian].
6. Hliebova, A.O., Karchevskiy, B.O. (2015). Systemy upravlinnia yakistiu na pidpriemstvi v umovakh yevro-intehratsiinykh protsesiv [Quality management systems at the enterprise in the context of European integration processes]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 8, pp. 352–356. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/73.pdf>.
7. Denysenko, M.P., Tereshchenko, N.M. (2014). Formuvannia systemy upravlinnia yakistiu posluh u sferi turyzmu [Formation of the service quality management system in the field of tourism]. *Naukovi pratsi MAUP*, no. 1(40), pp. 134–138. [in Ukrainian].
8. Astakhov, A., Khrypilyva, L. (2011). Systema upravlinnia yakistiu – instrument udoskonalennia zahalnoi systemy upravlinnia orhanizatsiiei (pidpriemstvom) [Quality management system – a tool for improving the general management system of an organization (enterprise)]. *Standartyzatsiia. Sertyfikatsiia. Yakist*, no. 4, pp. 60–64. [in Ukrainian].

Liudmyla Bezuhla, Hanna Pylypenko, Liudmyla Bondarenko
Dnipro University of Technology

QUALITY MANAGEMENT IMPLEMENTATION IN THE TOURIST ENTERPRISE

The article discusses the features and main characteristics of quality management in a tourist enterprise. The essence of the concept of quality and its types is investigated. The specifics of quality management in the tourism industry is generally considered. It is established that the general concept of quality in a tourist enterprise is usually approved in the needs of the client, and therefore a tourist enterprise should provide services or products in accordance with the demand of the consumer. It is proved that in order to ensure a high level of quality management of a tourist enterprise in the context of competition and diversification of the proposed services, a tourist enterprise should be reoriented to the use of international standards. It is established that the tourist enterprise in the implementation of its activities is important not only to ensure the necessary level of service and the ability to satisfy the needs of customers, as well as to develop a self-regulatory system for improving the qualitative characteristics of business processes. The quality management of tourism services is considered by specialists as managerial activity in the context of dynamic demand and changes in the market environment, which provides for determining the requirements for the quality of service, evaluating and controlling quality parameters, developing measures to improve the quality of the tourism product at each stage of formation and sale. In the process of quality management at a tourist enterprise, an important element is to ensure the systematic and organic interaction of each of the subsystems at each stage of control. The introduction of an effective quality management system at a tourist enterprise cannot be performed without taking into account the influence of qualified personnel on improving the quality of customer service, tourist agents and counterparties. In our opinion, the key to the implementation process is the formation of high-quality groups, the purpose of which is to take into account the point of view of personnel in the process of solving strategic problems to improve the quality of a tourist enterprise. The effectiveness of the implementation of tasks for the introduction of quality management at a tourist enterprise should be a criterion for the scientific management process, which will establish the level of knowledge and use in practice the laws of quality management.

Key words: *tourism, quality, management, quality management system, tourist enterprise.*

Статтю подано до редакції 22.09.2022