

Л. М. Чепурда, С. О. Юрченко

Черкаський державний технологічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В статті розглянуто питання формування системи управління якістю на туристичних підприємствах. Визначено поняття «загальне управління якістю», як концепція, що передбачає цілеспрямоване та скоординоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності. Визначено чотири етапи розвитку якості на туристичному підприємстві та проаналізовано вісім принципів загального управління якістю, які є основою міжнародних стандартів ISO серії 9000 у галузі управління якістю та гарантують сталість у туристичному бізнесі. Розкрито поняття «система управління якістю» та аргументовано переваги, що отримують підприємства та організації від використання системи менеджменту якості, а також підтверджено необхідність її впровадження. Досліджено особливості застосування системи управління якістю на туристичних підприємствах, зокрема вимоги до персоналу, ресурсів та процесів, які дозволяють забезпечити високий рівень якості послуг. Оскільки успішне впровадження TQM в секторі туризму залежить від розробки ефективного бізнес-плану, забезпечення доданої вартості та впровадження процесів, що орієнтовані на потреби клієнта, то було систематизовано ключові фактори, які зроблять застосування TQM успішним в туристичному секторі. Обґрунтовано доцільність впровадження системи управління якістю на підприємстві, її розвитку та постійного поліпшення як інструменту зміцнення конкурентоспроможності, посилення ринкової влади та розширення присутності на ринку галузі. Визначено, що система управління якістю (QMS) дозволяє підприємству впроваджувати процеси контролю якості, відстежувати та аналізувати показники якості продукції або послуг, виявляти та усувати недоліки, покращувати продукцію та процеси її виробництва. В публікації систематизовано основні фактори та проаналізовано принципи, які є ключовими для успішного впровадження системи управління якістю (QMS). Методичним інструментарієм проведеного дослідження стали методи статистичного аналізу, описові, синтетичні та аналітичні методи. Об'єктом дослідження обрано аналіз теоретико-методологічних аспектів формування системи управління якістю на туристичних підприємствах.

Ключові слова: система управління якістю, якість, послуга, туристичне підприємство, управління якістю.

Постановка проблеми та її актуальність. У сучасних умовах зростаючої конкуренції серед підприємств туристичної індустрії, покращення якості туристичного продукту стає однією з головних проблем. Для того, щоб задовольнити потреби клієнтів і залишатися конкурентоспроможними, підприємства туристичної сфери повинні надавати послуги з відмінною якістю. Завдання формування привабливого національного туристичного продукту стає надзвичайно важливим і актуальним для держави. Один із ключових аспектів у покращенні якості туристичного продукту полягає у визначенні критеріїв якості та забезпеченні підвищення його конкурентоспроможності.

Успішна діяльність низки підприємств туризму своїм досвідом доводять, що сьогодні створення та впровадження систем управління якістю – не просто бажано, а й необхідне у конкурентній боротьбі.

Система управління якістю ґрунтується на комплексному підході до управління, що дозволяє організації досягати сталого покращення якості продукції та послуг, підвищувати кваліфікацію свого персоналу, оптимально використовувати наявні матеріально-технічні, трудові, інформаційні та фінансові ресурси.

Якість туристичних послуг є дуже актуальною в наші дні, оскільки пандемія COVID-19 в значній мірі вплинула на туристичну індустрію. За даними Світової організації туризму (UNWTO), у 2020 році число

міжнародних туристичних прибутків скоротилось на 74%, що призвело до втрат в розмірі 1,3 трлн доларів США в глобальному ВВП. У багатьох країнах, особливо залежних від туризму, тисячі готелів та інших підприємств змушені були припинити роботу або зменшити свої обсяги діяльності. Мільйони людей у всьому світі втратили роботу у зв'язку зі зменшенням попиту на туристичні послуги. Також зменшилися і внутрішні подорожі, що також суттєво вплинуло на галузь туризму [10].

У сучасних умовах конкурентного ринку якість продукції стала головним чинником успіху, тому розробка ефективної системи управління якістю є однією з найбільш важливих завдань для будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значним внеском у дослідження теоретичних і практичних проблем якості послуг у туристичній індустрії стали праці вчених: Е. Демінг, К. Ісікава, Дж. Джуран, Ф. Кросбі, Н. Мережко, О. Апілат, А. Астахов, А. Глебова, ін.

Метою статті проаналізувати теоретичні аспекти системи управління якістю на туристичному підприємстві з метою поліпшення ефективності управління та підвищення якості туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття якості є найважливішим у туризмі, як сфері послуг. Забезпечення якості послуг фірми – туроператора з допомогою управлінських функцій, є дуже

актуальною нашого часу, оскільки найчастіше саме недоробки за якістю продукції до нерентабельності продукту, до їх зниження відпливу клієнтів – і, як наслідок, можуть призвести фірму до банкрутства [4, с. 59].

Сучасна концепція управління діяльністю, управління бізнесом – це концепція, що отримала в англійській літературі назву Total Quality Management (TQM). Загальне управління якістю (TQM) – це концепція, яка передбачає загальне, цілеспрямоване та добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності – від досліджень до післяпродажного обслуговування – за участі керівництва та співробітників усіх рівнів та за раціонального використання технічних можливостей. Метою TQM є досягнення довгострокового успіху шляхом максимального задоволення запитів усіх груп, зацікавлених у діяльності компанії. В поняття «зацікавлені сторони» входять люди або групи, зацікавлені в успіху діяльності організації [6].

Застосування TQM нещодавно показало свою важливість у сферах послуг для покращення якості обслуговування, покращення показників ефективності та задоволеності клієнтів, що призвело до збільшення конкурентних переваг. Швидкий розвиток нових рівнів можливостей надання послуг буде найкращим рішенням для надання послуг з високою доданою вартістю для задоволення потреб клієнтів у туристичному сфері [3, с. 62].

Усвідомлення важливості якості для виживання та конкуренції нещодавно почало поширюватися серед туристичних організацій. Оскільки ефективно впровадження TQM залежить від розробки бізнес-плану та забезпечення доданої вартості та процесів, орієнтованих на клієнта, цікаво вивчити ключові чинники, які зроблять застосування TQM успішним у секторі туристичного бізнесу. Як правило, якість має чотири етапи для розвитку. По-перше, інспекція якості, яка використовується для оцінки якості туристичних продуктів або послуг. Цей процес допомагає визначити, наскільки продукт відповідає встановленим стандартам та які кроки можна зробити для його покращення. По-друге, контроль якості – це система, що застосовується для перевірки етапів виробництва продукту, починаючи від перевірки якості сировини на різних етапах виробництва та контролю якості під час зберігання та доставки, щоб виявити помилки, але не запобігти їм назавжди. По-третє, забезпечення якості, в якому можна очікувати місця та типи проблем, оскільки це впорядкована система, яка гарантує якість конкретного продукту, який відповідає очікуванням споживачів і приймає стандарти. Четвертий етап – загальне/стратегічне управління якістю (QM). TQM – це система, розроблена Едвардом Демінгом і Джозефом Джураном, яка спрямована на використання процесу статистичного контролю (SCP) на етапах виробництва. Звичайно, впровадження цих етапів має керуватися принципами TQM, щоб гарантувати сталість у туристичному бізнесі. Ці принципи становлять основу міжнародних стандартів у галузі управління якістю ISO серії 9000 [8, с. 184].

1. Орієнтація на споживача. Цей принцип підкреслює, що бізнес повинен розуміти своїх клієнтів, що їм потрібно і коли. Намагаючись задовольнити їх потреби, але бажано, перевершити очікування клієнтів.

2. Лідерство керівника. Без чіткого та сильного керівництва бізнес провалюється. Підприємство має мати чіткі цілі та завдання, а також забезпечити активну участь своїх співробітників у досягненні цих цілей.

3. Залучення працівників. У TQM залучення працівників є важливою складовою, що передбачає активну участь кожного співробітника в управлінні якістю. Головною метою є стимулювання внутрішньої мотивації до покращення робочих процесів та виробничої ефективності кожного працівника.

4. Підхід до системи якості як процесу. Встановлення процесу дозволяє організаціям краще виявляти помилки, вносити покращення та отримувати більш послідовні, передбачувані результати.

5. Системний підхід до управління. Управління якістю ефективне, якщо організація виявляє системний підхід до управління та розуміє, що всі процеси взаємопов'язані і мають бути керовані як єдину систему, щоб досягти поставлених цілей. Такий підхід забезпечує підвищення ефективності функціонування організації в цілому, а не лише окремих її складових частин.

6. Постійне підвищення результатів діяльності організації. Постійне прагнення до вдосконалення всіх аспектів бізнесу не тільки покращує якість, але й допомагає підприємствам використовувати нові можливості та підвищує організаційну гнучкість.

7. Прийняття рішень, що ґрунтуються на фактах. Необхідно збирати та аналізувати фактичні дані та приймати рішення на їх основі. Найбільш поширеними зараз є статистичні методи контролю, аналізу та регулювання.

8. Взаємовигідні відносини з постачальниками [9].

Організація робіт по управлінню якістю передбачає створення систем якості і вживання необхідних заходів по забезпеченню їх ефективного функціонування.

Система управління якістю охоплює дії, за допомогою яких організація ідентифікує свої цілі та визначає процеси й ресурси, потрібні для досягнення бажаних результатів [1].

Завдяки зростаючій активності у зовнішньоекономічних і культурних зв'язках, а також розвитку міжнародного туризму, на ринку туристичних послуг відбуваються якісні зміни. Це включає впровадження вітчизняними підприємствами закордонного досвіду та намагання забезпечити якість послуг на рівні сучасних світових стандартів. Тому підприємства туристичної галузі повинні розробляти та впроваджувати сучасні системи якості вже зараз.

Стратегії якості, які підтримують систему якості в туризмі, повинні розроблятися і переглядатися на постійній основі компаніями як специфічними секторами діяльності, прямо чи опосередковано пов'язаними з туристичною галуззю. Це означає, що якість повинна бути зобов'язанням до постійного вдосконалення, а не просто метою отримання сертифікації.

Тобто компанії повинні прийняти постійне вдосконалення як стратегічний імператив і прагнути перевершити очікування клієнтів. Крім того, для поліпшення якості важливо налагодити певні відносини між державним і приватним секторами. Однак, основною метою управління якістю має бути підвищення якості туристичного досвіду:

- задоволення потреб туристів;
- підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу;
- створення якісного бізнес-середовища;
- задоволення потреб працівників [8].

Вищезазначені фактори є ключовими для успішного впровадження системи управління якістю (QMS). Ці фактори сприяють підвищенню рівня задоволеності споживачів і поліпшенню ділової активності. Однак дослідження показали, що немає жодних гарантій того, що ці фактори можуть покращити результативність безпосередньо. Це пов'язано з тим, що фактори повинні розглядатися як цілісна вимога. Діяльність компанії не буде суттєво покращена, якщо вона врахує лише один або декілька критично важливих факторів [5, с. 162].

Існує кілька підходів або принципів, яких необхідно дотримуватися для успішного застосування системи управління якістю (QMS). Перший підхід полягає в розширенні повноважень працівників і заохоченні їх до участі в процесі прийняття рішень. Іншими словами, участь працівників дозволить їм усвідомити бажані цілі. Таку участь можна забезпечити шляхом проведення регулярних зустрічей і надання їм можливості висловити свою думку. Друга позиція – це інновації та творчість, які є результатом розширення прав і можливостей працівників. Третій – розподіл обов'язків і ролей між працівниками, щоб кожен з них знав, яку роль він/вона має відігравати в командній роботі. Участь команди допоможе виконати роботу більш ефективно, ніж якщо б її виконувала одна чи дві особи. Важливим питанням тут є вибір лідера команди, який повинен володіти спеціальними навичками, технічними, комунікативними та раціональним мисленням [2].

Внутрішня культура туристичної організації/компанії розглядається як фактор, що впливає на сприйнятливність її персоналу до клієнтів і, таким чином, на

якість туристичних послуг, які вона надає. При розробці та впровадженні успішної системи управління якістю важливими є наступні елементи:

1. Лідерство: життєво важливо, щоб керівництво туристичної компанії розробило або спроектувало відповідну систему управління якістю.

2. Участь: важливо надавати можливість працівникам та іншим зацікавленим сторонам брати участь у постійному поліпшенні.

3. Просування: зосередьтеся на основних ключових міжнародних, регіональних і внутрішніх туристичних ринках.

4. Заходи: розробка відповідних заходів/критеріїв, які гарантуватимуть, що дії керівництва призведуть до поліпшення.

5. План: необхідний детальний план реалізації із зазначенням дат і відповідальних за виконання дій.

6. Комунікації: створення належної системи комунікацій для забезпечення ефективних відносин із зацікавленими сторонами.

7. Фінансування: туристичні компанії повинні знайти відповідні джерела для фінансування витрат на створення ефективної системи управління якістю, особливо якщо їхній розмір невеликий.

Туристичні підприємства здійснюють багато видів діяльності, окрім організації подорожей. Вони також займаються розробкою, маркетингом, закупівлями, складуванням і дистрибуцією. Всі ці види діяльності є процесами, якими необхідно систематично керувати. Тому підприємство повинно створити, задокументувати і впровадити в своїй організації систему управління якістю, яка призначена для постійного підвищення її ефективності.

Висновки. Якість сфери послуг впливає на структуру споживчого попиту та є важливим фактором конкуренції на туристичному ринку в сучасних умовах господарювання. Тобто впровадження системи управління якістю на підприємстві є повністю обґрунтованою. Функціонування системи TQM на підприємстві розглядається споживачами та іншими зацікавленими сторонами як запорука відповідальності та надійності, що сприяє зміцненню конкурентних переваг та підвищенню ринкової позиції.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. URL: https://dnaop.com/html/62656_2.html (дата звернення: 22.02.2023).
2. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. URL: https://dnaop.com/html/61390_2.html (дата звернення: 23.02.2023).
3. Астахов А., Хриплива Л. Система управління якістю – інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). *Стандартизація. Сертифікація. Якість*. 2011. № 4. С. 60–64.
4. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристських послуг : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с.
5. Герасименко Г. В. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименка. Одеса : Астропринт, 2020. С. 304.
6. Система загального управління якістю (TQM). URL: https://pidru4niki.com/75377/tovaroznavstvo/sistema_zagalnogo_upravlinnya_yakisty (дата звернення: 22.02.2023).
7. Парфіненко А. Ю. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. С. 280.

8. Шиманська В. В. Стратегічне управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України: теоретичні аспекти. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2015. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_44
9. The 8 principles of QMS. URL: <https://www.british-assessment.co.uk/insights/the-8-principles-of-quality-management> (дата звернення: 22.02.2023).
10. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70%. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (дата звернення: 23.02.2023).

References:

1. DSTU ISO 9000:2015. Systemy upravlenyia yakystyu. Osnovni polozhennya y slovnyk termynov. Available at: https://dnaop.com/html/62656_2.html (accessed 22 February 2023).
2. DSTU ISO 9001:2015. Systemy upravlinnyia yakystyu. Vymohy. Available at: https://dnaop.com/html/61390_2.html (accessed 23 February 2023).
3. Astakhov A., Khrypivya L. (2011) Systema upravlinnyia yakystyu – instrument udoskonalennya zahal'noyi systemy upravlinnyia orhanizatsiyeyu (pidpryyemstvom). *Standartyzatsiya. Sertyfikatsiya. Yakist'*, no. 4, pp. 60–64.
4. Bohdan N. M., Pysarevs'kyi I. M., Pohasiy S. O. (2021) Upravlinnyia yakystyu turysty's'kykh posluh: pidruchnyk. Kharkiv: KHNUMH im. OM. Beketova, 340 p.
5. Herasymenko H. V. (2020) Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsiyi rozvytku: monohrafiya / za zah. red. V. H. Herasymenka. Odesa: Astroprint, p. 304.
6. Systema zahal'noho upravlinnyia yakystyu (TQM). Available at: https://pidru4niki.com/75377/tovarovnavstvo/sistema_zagalnogo_upravlinnyia_yakystyu (accessed 22 February 2023).
7. Parfinenko A. Yu. (2019) Osoblyvosti formuvannya ta realizatsiyi turystychnoyi polityky derzhavy: mizhnarodnyy, natsional'nyy, rehional'nyy dosvid: monohrafiya / kol. avt.; za red. A. Yu. Parfinenka. Kharkiv: KHNU imeni V. N. Karazina, p. 280.
8. Shymans'ka V. V. (2015) Stratehichne upravlinnyia yakystyu turystychnykh posluh v mezhakh rozvytku turystychnoho kompleksu Ukrayiny: teoretychni aspekty. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*, no. 1. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_44
9. The 8 principles of QMS. Available at: <https://www.british-assessment.co.uk/insights/the-8-principles-of-quality-management> (accessed 22 February 2023).
10. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70%. Available at: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (accessed 23 February 2023).

Larysa Chepurda, Serhii Yurchenko
Cherkasy State Technological University

THEORETICAL ASPECTS OF FORMING A QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AT TOURISM ENTERPRISES

The article considers the issues of forming a quality management system at tourism enterprises. The concept of «total quality management» is defined as a concept that provides for the targeted and coordinated application of quality management systems and methods in all areas of activity. Four stages of quality development at a tourism enterprise are defined and eight principles of total quality management are analyzed, which are the basis of the international ISO 9000 series standards in the field of quality management and guarantee sustainability in the tourism business. The concept of «quality management system» is disclosed, the benefits that enterprises and organizations receive from the use of a quality management system are argued, and the need for its implementation is confirmed. The peculiarities of applying the quality management system at tourism enterprises, in particular the requirements for personnel, resources and processes that allow to ensure a high level of quality of services, are researched. Since the successful implementation of TQM in the tourism sector depends on the development of an effective business plan, ensuring added value and implementing customer-oriented processes, the key factors that will make the application of TQM successful in the tourism sector are systematized. The expediency of implementing a quality management system at an enterprise, its development and continuous improvement as an instrument for strengthening competitiveness, enhancing market power and expanding market presence in the industry is substantiated. It is determined that a quality management system (QMS) allows an enterprise to implement quality control processes, monitor and analyze the quality indicators of products or services, identify and eliminate deficiencies, and improve products and their production processes. The publication systematizes the main factors and analyzes the principles that are key to the successful implementation of a quality management system (QMS). The methodological tools of the study were statistical analysis, descriptive, synthetic and analytical methods. The object of the study is to analyze the theoretical and methodological aspects of the formation of a quality management system in tourism enterprises.

Key words: quality management system, quality, service, tourism enterprise, quality management.

Статтю подано до редакції 23.02.2023