

УДК: 338.48

О.Ю. Палеха

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

У даній статті досліджуються питання впливу якості надання транспортних послуг на ефективність туристичного продукту, проаналізовано співвідношення вартості вихідних ресурсів до вартості вхідної продукції, проаналізовано чинники впливу на якість транспортних перевезень та зміст елементів вигоди-витрати-ризика, які повинні задовольняти вимоги споживачів і виробників при розбудові туристичного продукту.

This article investigates the role of quality of transport services on the efficiency of the tourist product, the influence factors on the quality of transport services are analyzed; the issue of elements of benefit-cost-risk complex which must satisfy the consumer's and producer's requirements in tourism is discovered.

Ключові слова: якість транспортних послуг, туристична сфера, фактори впливу на якість, споживач.

Транспорт — одна з найважливіших складових частин матеріальної бази будь-якої держави. Він забезпечує нормальне функціонування економіки, підвищення ефективності суспільного виробництва, створює умови для раціонального розміщення продуктивних сил по території країни з урахуванням найбільш доцільного наближення підприємств різних галузей економіки до джерел сировини і районів споживання

продукції, спеціалізації і кооперації виробництва, дозволяє розвивати такі галузі, як торгівля, сільське господарство та інші. Сучасний транспорт зробив можливим значні досягнення у виробництві товарів та послуг й привів до збільшення конкуренції.

Значна роль відводиться транспорту у вирішенні соціальних проблем, забезпеченні ділових, культурних поїздок населення, розвитку культурного обміну як всередині країни, так і за її межами. Як відомо, будь-яка, навіть не найважча робота (особливо в умовах нестабільного і схильного до постійних стресових ситуацій суспільства) без повноцінного відпочинку вже через два-три роки призводить до повного виснаження життєвих сил людини, до розвитку ряду захворювань, до стану соціальної пасивності і пригніченості. У зв'язку з цим туризм, а також транспорт як його складова, будучи однією з ланок соціально-культурної діяльності, виконують важливу роль відновлення фізичного і духовного здоров'я людини й значно впливають на формування її світогляду.

Дослідженню проблеми управління якістю туристичних послуг, його організаційних форм присвячено праці вітчизняних науковців Л.І. Воротіної, А.В. Войчак, О.Л. Каніщенко, Т.І. Лук'янець, О.П. Луція, Г. Г. Почепцова, Т.О. Примак, Є.В. Ромата, Л.М. Шульгіної, В.Ф. Кифяка, М.П. Мальської, В.В. Худо та ін. Вагомий внесок у дослідження цієї теми зробили такі зарубіжні вчені, як М.Б. Біржаков, Дж. Боуэн, О.П. Дурович, В.А.Квартальний, Дж. Мейкензі та ін.

Транспортна послуга, як складова туристичного продукту і фактор оцінки якості туристичної послуги, подана в наукових працях Н.І.Кабушкіна, Т.П.Кондрашової, О.А. Нориганової, В.О.Черепанова.

Отже, питання, пов'язані з управлінням якістю послуг у туристичній сфері України розробляються як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками. Проте на сучасному етапі ще не доведено безпосередній характер залежності рівня розвитку туризму від якості надання окремих видів транспортних послуг, що є метою даної статті.

Історія сучасного туристського руху бере початок від англійського пастора Томаса Кука, який у 1843 році вперше організував проведення залізничних подорожей з Ліверпуля в Лондон і човнових екскурсій по Темзі. Практично в цей же час на легендарному пароплаві «Міссісіпі» компанією «Американ Експрес» відкрито регулярні екскурсії по Міссісіпі. Аналогічні круїзи стали відбуватися по Нілу, Рейну, Дунаю [5].

З розвитком туризму транспортні шляхи постійно розширюються, оскільки збільшення попиту на подорожі робить позитивний вплив на розвиток транспортної інфраструктури. Транспорт, у свою чергу, дозволяє розширювати географію подорожей й виступає однією зі складових частин туристичного продукту. Сьогодні проводяться значні державні інвестиції в транспортну мережу України з метою якісної організації і проведення чемпіонату світу з футболу Євро-2012. Передбачається закупівля нових транспортних засобів, ремонт аеропортів, залізничних вокзалів, реконструкція пунктів стоянки туристичних поїздів, під'їзних шляхів до готелів, тощо.

Від якості транспортних перевезень великою мірою залежить ефективність туристської індустрії в Україні в цілому. Так, за даними Державного комітету статистики України лише в 2009 році за кордон на тому чи іншому виді транспорту виїхало 15,3 млн. українських туристів, а прибуло 20,7 млн. гостей з інших країн [7]. В структурі в'їзного туризму за країнами походження 71% склали представники країн СНД, 27% – з країн Європейського союзу і лише 2% – туристи з інших країн.

У залежності від тривалості та відстані подорожі частка транспортних послуг коливається від 20 до 60%. Це пов'язано з тим, що всі туристські маршрути (крім

пішохідних) припускають, наявність транспорту для доставки до місця відпочинку або екскурсії та повернення додому [5].

У системі транспортного забезпечення в туризмі розрізняють:

1. туристські перевезення, що входять до основного комплексу туристичних послуг і включаються в тур;
2. трансферт — надання транспортних засобів для забезпечення зустрічей та провідів туристів;
3. транспортне обслуговування програмних заходів по турах.

Якість туристичного продукту значною мірою залежить від обраного виду транспорту. Немає абсолютно однакових туристських маршрутів, кожен маршрут має тільки йому притаманні особливості.

Для того, щоб не виникало диспропорцій як усередині кожного виду транспорту, так і на стиках між ними, не утворювалися збої в роботі, які впливають на якість туристичного обслуговування, необхідно раціонально розвивати і ефективно використовувати всі елементи транспортної системи. Найважливіша вимога до транспорту як складової туристичного продукту сьогодні полягає в неухильному підвищенні якості обслуговування, швидкості доставки пасажирів, зростанні обсягів перевезень, підвищенні рівня екологічної чистоти і ефективності перевезень. Організація маршрутів туристичного транспорту повинна забезпечувати зручний якісний транспортний зв'язок з найменшими витратами часу проїзду по основних напрямках туристичних потоків між регіонами країни.

Суб'єкти туристичного ринку працюють під впливом багатьох чинників: демографічних, економічних, природних, технологічних, політичних, соціальних, культурних та ін. За таких умов операторам та агентам для забезпечення ефективної господарської діяльності необхідно вивчати тенденції ринку та вчасно реагувати на зміни у середовищі. При цьому конкурентоздатність виявляється в сукупності якісних і вартісних переваг туристично-рекреаційного продукту, у ступені задоволення потреб споживача, у комплексі витрат на придбання і споживання відповідного турпродукту.

З точки зору споживача більшою конкурентоздатністю володіє той з аналогічних турпродуктів, що забезпечує найвищий корисний ефект стосовно сумарних витрат споживання. Разом з тим, на оцінку якості турпродукту впливає емоційна реакція споживача, яка значною мірою залежить від поведінкових характеристик обслуговуючого персоналу, а також від реакції самого туриста. Якість продукту прямо залежить від величини витрат і ефективного їхнього використання.

Однією з проблем визначення ефективності витрат на забезпечення якості послуг є виділення окремих елементів, сукупність і взаємодія яких утворюють об'єктивні передумови для формування послуги визначеної якості. Ефективність діяльності транспорту, задіяного туристичним підприємством, може бути представлена як відношення вартості вихідних ресурсів до вартості вхідної продукції.

Так, транспортні послуги як складова туристичного продукту спрямовані на додання їм установленої якості і необхідних властивостей, здійснюються за наявності та правильності вибору визначених транспортних засобів. Фахівці підкреслюють, що характерними рисами туристично-транспортних ресурсів є такі категорії, як цілісність, динамічність, ємність, надійність, комфортність, привабливість.

Під вхідними економічними ресурсами або факторами виробництва транспортних послуг розуміємо усі види транспортних засобів, що використовуються в процесі виробництва

туристичного продукту. Кількісний і якісний склад факторів виробництва і їхня роль у процесі створення продукції або надання послуг визначається галузевою специфікою, тобто особливостями застосування транспорту в залежності від фінансової спроможності замовників, дальності перевезень, застосовуваних технологій та інших факторів.

Питання якості — це, насамперед, питання до ресурсів як постачальника, так і споживача. Загалом, в управлінні якістю рекомендується проголошувати як зобов'язання честолобні, але досяжні прагнення. Зобов'язання можуть бути продемонстровані шляхом недопущення даремного, безрезультатного використання ресурсів у кожному виді робіт, тобто витрати на забезпечення якості транспортних перевезень повинні приносити прибуток, бути ефективними.

Поряд із цим, міжнародний стандарт ISO 9001:2008 підкреслює, що всі поняття, в яких згадується про якість, мають економічне значення. Це значить, що управління якістю має на меті досягнення економічного ефекту.

Транспортні послуги, як складова туристичного продукту, на нашу думку, будуть задовольняти вимоги споживачів, якщо вони: відповідають чітко визначеним потребам, сфері застосування або призначення; відповідають вимогам замовника за стандартами, що застосовуються; враховують вимоги охорони навколишнього середовища; пропонуються споживачам за конкурентоздатними цінами; економічно вигідні для підприємства.

Перед кожним транспортним підприємством і кожним споживачем завжди виникають проблеми, пов'язані з вигодами, витратами і ризиками. Зміст елементів вигоди-витрати-ризика частково представлений в таблиці 1.

Таблиця 1

Співвідношення вигоди-витрати-ризика

	З боку виробника туристичного продукту	З боку споживача туристичного продукту
Економічний ефект	Зростання рентабельності; збільшення обсягів перевезень	Скорочення витрат; забезпечення очікуваної функціональної придатності; зростання довіри; більш повне задоволення потреб
Витрати на якість	Витрати, що виникають унаслідок незадовільного обслуговування; зменшення обсягів транспортних послуг, розтрачання ресурсів	Зниження витрат при забезпеченні очікуваної послуги, безпеки перевезень; збереження майна, надання комфортних умов перевезень і відпочинку
Ризики	Увага до ризиків, що ведуть до зниження авторитету перевізника, втрати ринку, судових позовів	Увага до ризиків, що пов'язані зі здоров'ям і безпекою перевезень, збереженням майна, комфорту споживачів

[розробка автора]

Результати управління якістю продукції (послуг) повинні характеризуватися кількісними показниками, що відповідає вимогам ISO 9001:2008 [1] про необхідність дотримання економічних інтересів. Витрати, пов'язані з якістю перевезень, треба визначати без-

посередньо на транспортному підприємстві у відповідності зі стратегічними планами, елементами яких є мета і конкретні показники ефективності перевезень.

Для однопорядкованості, можливості порівняння й узагальнення господарської інформації міжнародні стандарти дають рекомендації тільки по деяких методах калькулювання витрат на якість для зовнішньої звітності про діяльність виробника товарів, послуг, робіт.

Витрати на якість надання транспортних послуг в туризмі, пов'язані з внутрішньогосподарською діяльністю того чи іншого перевізника, їхній склад повинен враховуватися, співвідноситися й аналізуватися відповідно до конкретних завдань кожного транспортного підприємства. При цьому орієнтиром мусить бути мета в галузі підвищення якості послуг, забезпечення їхньої конкурентноздатності і на цій основі — зростання обсягу реалізації послуг і прибутку.

Одним зі шляхів підвищення якості туристичних послуг може бути створення туристичних авіакомпаній, які б спеціалізувались на чартерних перевезеннях. Такий досвід вже є у світовій практиці. В Росії, наприклад, за участю туроператора TEZ TOUR створена авіакомпанія 1 FLY, яка в грудні минулого року здійснила перший рейс в Анталію. Зараз в розпорядженні компанії чотири BOING-758, які надають їй широкий простір для творчості й забезпечення якості надання всього спектру туристичних послуг [8].

Таким чином, ефективність діяльності транспорту, задіяного туристично-рекреаційним підприємством, може бути подана як співвідношення вартості вихідних ресурсів до вартості вхідної продукції, факторів впливу на якість транспортних перевезень та змісту елементів вигоди-витрати-ризика, які повинні задовольняти вимоги як споживачів, так і виробників.

1. Системы менеджмента качества. Требования: ISO 9001:2008. 2. *Котлер Ф.* Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз / пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой.- М. : Юнити, 2003. — 787 с. 3. *Лук'янець Т.І.* Рекламний менеджмент / Т.І. Лук'янець — К. : КНЕУ, 2007. — 440 с. 4. *Осипова О.Я.* Транспортное обслуживание туристов: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. / О.Я.Осипова — М. : Издательский центр «Академия», 2004 г. — 368 с. 5. *Зорин И.В.* Туризм как вид деятельности / И.В.Зорин, Т.П.Каверина, В.А. Квартальнов — М. : Финансы и статистика, 2005. — 288 с. 6. *Шульгіна Л. М.* Маркетингова теорія продажу туристичного продукту / Л. М. Шульгіна // Проблеми науки. — 2005. — №4. — С. 33–39. 7 <http://ukrstat.gov.ua/2010> 8 <http://divantravel.ru/novosti/29-tez-tour-investirovala-aviakompaniyu-i-fly.html>