

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА



Дніпровський державний аграрно-економічний університет



Видавництво ТОВ «ДКС-центр»

0 0 0 0 0 0 0

УДК 658.56:338.48

М. М. Кривоберець,

докторант, Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

М. М. Kryvoberets,

doctoral candidate, Interregional Academy of personnel management, Kyiv

TOOLS IMPROVING THE QUALITY OF TOURIST SERVICES

Досліджено проблеми аналізу якості послуг в управлінні туристичним підприємством. Розглянуто фактори, що значною мірою впливають на створення якісного туристичного продукту. Проаналізовано якість послуг та розглянуто її основні складові. Представлено перелік принципів, дотримання яких є необхідною вимогою щодо підвищення якості послуг в туристичних підприємствах.

The problems of analysis of service quality in the management of the tourism enterprise. Factors largely influencing the creation of quality tourist product. Analyzed service quality and examines its basic components. Presents a list of principles, compliance with which is a necessary requirement to improve the quality of services in tourism enterprises.

Ключові слова: *якість, туристична індустрія, послуга, туристичний продукт, споживач.*

Keywords: *quality, tourism industry, service, tourism product, consumer.*

Постановка проблеми. Розвиток національної економіки та поява в Україні верств населення з високим доходом спричинило інтерес до підвищення якості туристичних послуг. Крім того, туризм є провідною сферою діяльності у багатьох країнах світу та відіграє велику роль у формуванні валового внутрішнього продукту, в

забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм також вагомо впливає на розвиток різних ключових сфер економіки і є одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. Внаслідок цього, необхідно пришвидшити темпи розвитку туристичної індустрії в нашій державі.

Проблема якості обслуговування в туризмі являє собою актуальним питанням розвитку цієї галузі народного господарства. На міжнародному туристичному ринку якість обслуговування – найефективніша зброя в конкурентній боротьбі. Якість обслуговування в кінцевому результаті сприяє підвищенню економічної ефективності туризму загалом [2, с. 138].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комплексний характер туристичної діяльності ускладнює встановлення єдиного показника оцінки якості обслуговування. Крім того, вплив ряду чинників економічного, організаційного, технічного характеру не дозволяє виміряти якість обслуговування в різних видах туристичної діяльності з одного і того ж показника. Поняття «якість послуг» та «якість обслуговування» тісно взаємопов'язані між собою, так як і те і інше залежить від виробничих можливостей туристичних об'єктів, будь то туристична фірма, готель, пансіонат чи санаторій.

Необхідно зазначити, що серед вітчизняних вчених проблемами підвищення якості послуг та обслуговування займалися: Апілат О.В., Кифяк В.Ф., Сидоренко І.О., Городні Т.А., Чорненька Н.В., Школи І.М., Окрепилова В.В., Кочерги О.І., Роглева Х.Й., Пуцентейло П. Р., Карсекіна В. І., Ільєнкової С. Д., Качанова В. С., Квартальнова В.О. Проте, стосовно якості туристичних послуг все ще залишається велика кількість маловивчених проблем. Зокрема проблем пов'язаних з оцінкою якості та ефективності туристичних послуг і формуванням на цій основі ефективних систем управління туристичною фірмою. Молодослідженими є також питання, пов'язані з факторами зовнішнього середовища підприємства, які прямо та опосередковано відносяться до якості послуг, що надаються споживачу. Основними характеристиками зовнішнього середовища є її складність, динамізм і невизначеність. Зовнішні фактори в умовах ринкових відносин сприяють формуванню якості послуг. До них в першу чергу відносяться: вимоги ринку, тобто покупців; конкуренція; нормативні документи в області якості продукції; необхідність завоювання гідного місця, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку; забезпечення іміджу фірми в середовищі покупців, ділових людей та ін

Формулювання цілей статті є розгляд та дослідження проблем аналізу якості послуг в управлінні туристичним підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Якість послуг – це сукупність характеристик, що визначають її здатність задовольняти вже існуючі або передбачувані потреби людини. Якість послуг залежить від ряду факторів. Фактори якості – якісні або кількісні характеристики однієї або декількох властивостей послуги. Класифікація чинників якості послуг досить широка: показники функціонального призначення; показники соціального призначення; ергономічні показники; естетичні показники; показники безпеки; екологічні показники; патентно-правові показники; показники стандартизованості [3, с. 111-112].

Крім того, в туристичній індустрії досить різноманітна низка факторів, що значною мірою впливають на створення якісного туристичного продукту, а саме:

1) Дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання. Фахівці туристичного бізнесу часто говорять: «Гостинність – мистецтво дрібниць». У забезпеченні якості турпродукту всі служби повинні працювати однаково чітко та якісно.

2) Можливість повторного виробництва турпослуг на однаково високому рівні, або тривалість якості. Рішення даної проблеми для багатьох виробників турпродукту виявляється непосильним завданням, що, в свою чергу, часто стає причиною різкого зниження конкурентоспроможності підприємства загалом.

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 турпродукту. [1, с. 156-157].

Стосовно реалій, то на практиці якість послуги визначається перш за все оперативністю роботи по підборі і організації турів по запитам клієнтів - швидкість обслуговування в комплексі визначає ступінь задоволення кожного клієнта; термінами отримання довідкової інформації; ввічливістю обслуговування, яке виражається в привітності співробітників туристичної фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту; відповідністю пропонованого туру реальному змісту; наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування [2, с. 255].

Якість послуг має специфічні можливості і складається з наступних складових: якості виконання послуг і якості обслуговування населення (рис.1).

Якість виконання послуг – ступінь відповідності споживчих властивостей послуги конкретної суспільної потреби, що відповідає як вимогам діючої нормативно-технічної документації, так і побажань конкретного споживача послуги, погодженим при прийомі замовлення, при оптимальних соціально-економічних результатах її виконання.

Якість обслуговування споживачів – ступінь відповідності споживчих властивостей процесів обслуговування суспільної потреби, яка характеризується сукупністю умов, методів і засобів, що забезпечують конкретному споживачеві можливість одержання послуги з мінімальними витратами часу і високою культурою обслуговування при оптимальних соціально-економічних результатах обслуговування.[4, с. 100].



Рис. 1. Складові якості послуг

Необхідною вимогою підвищення якості послуг у туристичних підприємствах є дотримання наступних принципів:

Перше – це дотримання основних і найбільш важливих для сфери туризму принципів сучасного сервісу: максимальна відповідність послуг вимогам споживачів і характеру споживання; нерозривний зв'язок сервісу з маркетингом, його основними принципами і завданнями; гнучкість сервісу, його спрямованість на облік мінливих вимог ринку, переваг споживачів туристичних послуг.

Друге – створення необхідних умов для персоналу, покликаного забезпечити якісний сервіс. До них відносяться: ергономічність робочих місць; чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником; чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника, яка дозволяє об'єктивно вимірювати кількісно та якісно ефективність сервісу, особливо таких, що слабо піддаються обліку елементів як доброзичливість та ввічливість; мотивація персоналу, його щира зацікавленість в процвітанні всього підприємства, бажання та вміння робити всю роботу максимально ефективно; система підвищення кваліфікації персоналу.

Третє – оптимізація організаційної структури управління підприємства, яке надає турпослуги. Оптимальною є така організаційна структура управління, де кількість елементів гранично невелика (але без шкоди для якості обслуговування), тобто чим більше етапів проходження замовлення, тим більша ймовірність здійснення помилки. Необхідною умовою забезпечення безперервності технологічного процесу з однаковим рівнем якості обслуговування є також ефективність взаємодії всіх елементів структури, що дозволяє негайно виправляти трапилися помилки і виключати можливість їх повторення.

Четверте – всебічний, повний, об'єктивний і безперервний контроль за якістю сервісу, що передбачає: участь гостя в оцінці якості і контроль за ним;

створення методик і критеріїв, що дозволяють співвіднести вимоги стандартів з фактичним станом справ; створення систем самоконтролю персоналу; постійна робота з групами якості; застосування чітко сформульованих кількісних критеріїв оцінки якості наданих послуг; участь персоналу в створенні систем і критеріїв якості; застосування технічних засобів контролю за якістю; створення служб контролю, куди б входили представники різних служб: дирекції, фінансового відділу, відділу безпеки, кадрової служби, керівники або співробітники всіх функціональних служб [1, с. 287-288].

Невід'ємною складовою досягнення високої якості послуг є наявність системи контролю. При створенні системи контролю необхідно дотримуватися принципу безперервності. Система контролю за якістю послуг повинна забезпечувати в буквальному сенсі щосекундний контроль на всіх етапах технологічного циклу і за всіма параметрами. Крім того, функція контролю повинна безпосередньо забезпечувати гнучкість і коригування всіх інших дій щодо забезпечення якості послуг.

Таким чином, можна виділити два основних критерії системи якості: вона повинна забезпечувати високий рівень якості послуг, його відповідність стандартам і потребам туриста, а також служити інструментом для створення спеціальних технологій з раціонального управління підприємством. Як приклад, можна ввести такі напрямки щодо підвищення рівня обслуговування і надання послуг: підвищення вимог до персоналу під час прийому на роботу; підвищення кваліфікації кадрів за рахунок підприємства: первинне навчання відповідно до завдань підприємства та специфіки роботи; навчання для ліквідації розриву між вимогами до посади та особистими якостями; навчання для підвищення загальної кваліфікації; навчання для засвоєння нових прийомів і методів виконання трудових операцій; впровадження нових технологій в обслуговуванні туристів; застосування методу нульового дефекту; скорочення випадків порушення трудової дисципліни завдяки проведенню роботи з персоналом; зниження кількості витрат, пов'язаних з проведенням робіт щодо обслуговування персоналу; впровадження заходів наукової організації праці: розстановка кадрів у відповідності з кваліфікацією, освітою, віком, темпераментом.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Важливим відповідальним завданням для туристичних підприємств є створення репутації високої якості обслуговування гостей, яке забезпечується колективними зусиллями працівників всіх служб підприємства, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивченню й впровадженню передового досвіду, нової техніки й технології, розширенню асортиментів і вдосконалюванню якості надаваних послуг.

Надані туристичні послуги повинні відповідати очікуванням і фізичним можливостям споживачів, яким адресується послуга, а також вимогам, які передбачають додаткові зручності для споживачів, привабливість і престижність послуг. До рекомендованих вимог до туристичних послуг і умов обслуговування відносяться: відповідність призначенню; точність і своєчасність виконання; комплексність; етичність обслуговуючого персоналу; комфортність; естетичність; ергономічність. Необхідно, щоб надання туристичних послуг забезпечувало можливість отримання не тільки основних, але і додаткових послуг, що створюють реальні комфортні умови життєзабезпечення споживачів [2, с. 118].

Отже, щоб своєчасно реагувати на зниження задоволеності клієнтів наданими послугами, підприємство не повинно нехтувати оцінкою такого важливого показника, як якість надаваних послуг.

Список літератури.

1. Захожай В.Б., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Чорний А.Ю. Управління якістю: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ В.Б. Захожай, Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська, А.Ю. Чорний за наук.ред. В.Б. Захожая. – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. – 936 с. : іл. – Бібліогр.: с. 899-931.
2. Кібанов А. Я. Оцінка економічної ефективності удосконалення управління підприємством / А. Я. Кібанов. – М: Інфра, 2009. – 342 с.
3. Мазур І.І. Управління якістю.- 2 –ге видав. / І.І. Мазур, В.Д. Шапіро та інші – «Омега - Л», 2006.- 400 с.
4. Труш Ю.Л. Оцінка ефективності напрямів підвищення якості продукції / Ю.Л. Труш // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – К.: НУХТ, 2010. – № 36 - С. 99–102.

References.

1. Zakhzhay, V. B., Saluhina, N. G., Jazvinska, O.M. and Chomyj, A. Ju. (2011), *Upravlinnia jakistiu* [Quality Management], Personal, Kyiv, Ukraine.
2. Kibanov, A. Ju. (2009), *Otsinka ekonomichnoi efektyvnosti udoskonalennia upravlinnia pidpnyemstvom* [Evaluation of economic efficiency of perfection of management of the enterprise], Infa.
3. Mazur, I. and Shapiro, V. (2006), *Quality Management*, 2nd ed, Omega-L.
4. Trush, Y. L. (2010), 'Evaluation of the effectiveness of activities aimed at quality improvement of products'', *Scientific proceedings of National University of food technologies*, no. 36, pp. 99-102.



Вропу

ТОВ "ДКС Центр"