

**Zabrodskaia Lubov**, PhD. Sc. Associate Professor, department of management organizations, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovskaya str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 052-349-45-27; e-mail: anyu24@mail.ru.

**Забродська Ганна Іванівна**, канд. екон. наук, доц., кафедра зовнішньоекономічної діяльності та туризму, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: 052-349-43-14; e-mail: anyu2043@gmail.com.

**Забродская Анна Ивановна**, канд. екон. наук, доц., кафедра внешнеэкономической деятельности и туризма, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: 052-349-43-14; e-mail: anyu2043@gmail.com.

**Zabrodskaia Anna**, PhD. Sc. Associate Professor, department of foreign trade and tourism, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovskaya str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: 052-349-43-14, e-mail: anyu2043@gmail.com.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук М.В. Чорною.  
Отримано 1.08.2014. ХДУХТ, Харків.*

УДК 64.018:379.8

## **ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОГО ПРОФІЛЮ**

**О.В. Ольшанський**

*Розглянуто проблеми формування політики якості послуг на підприємствах туристичного профілю в умовах сучасного світового ринку та європейської інтеграції України. Ефективність діяльності підприємств туристичного профілю залежить від якості туристичного продукту. Очевидно, що якість туристичного продукту є основною складовою конкурентоспроможності підприємства туристичного профілю. Особливу увагу приділено аналізу організаційно-економічного механізму управління якістю туристичних послуг, який складається з трьох рівнів: функціонального, інструментального та корпоративного. Запропоновано напрями реалізації політики у сфері підвищення якості надання туристичних послуг.*

**Ключові слова:** політика, якість, послуга, туризм, підприємство, управління.

---

© Ольшанський О.В., 2014

## ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

**А.В. Ольшанский**

*Рассмотрены проблемы формирования политики качества услуг на предприятиях туристического профиля в условиях изменения мирового рынка и европейской интеграции Украины. Эффективность деятельности предприятий туристического профиля зависит от качества туристического продукта. Очевидно, что качество туристического продукта является основной составляющей конкурентоспособности предприятия туристического профиля. Особое внимание уделено анализу организационно-экономического механизма управления качеством туристических услуг, который состоит из трех уровней: функционального, инструментального и корпоративного. Предложены пути реализации политики в сфере повышения качества предоставления туристических услуг.*

**Ключевые слова:** политика, качество, услуга, туризм, предприятие, управление.

## SHAPING THE SERVICE QUALITY POLICY IN TOURIST ENTERPRISES

**O. Olshanskiy**

*Problems of shaping of the service quality policy in tourist enterprises under the conditions of the present-day world market and the European integration of Ukraine are addressed. Efficiency of tourist enterprises' activity depends on quality of the tourist product. It is obvious that quality of the tourist product is a key element of the tourist enterprise's competitive ability. Special attention is given to analysis of levels of the organization and economic mechanism of the tourist service quality management, which consists of the following three levels: functional, tool and corporate. Shaping of the service quality policy in tourist enterprises depends on the following factors: 1. Condition of facilities, specifically: convenient layout and high-quality space planning of the enterprise's premises, provision of its public premises and residential rooms with comfortable furniture and equipment. 2. Use of advanced service techniques, which determine the procedure and methods of cleaning of public premises and residential rooms; check-in and check-out of guests, etc. 3. High professionalism and competence of the service personnel, their skills and readiness to provide the guest with service accurately, quickly and courteously. 4. Service quality management that provides for elaboration and implementation of quality standards, personnel training, service overseeing, adjustment and refinement.*

**Keywords:** policy, quality, tourism, enterprise, management.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Туризм є важливим чинником забезпечення економічного зростання конкретної країни в цілому і її окремих територій. Роль цієї сфери в структурі

глобальної економіки постійно зростає. Туризм і індустрія подорожей уже перетворилися на найбільший сектор світової економіки. Передбачається, що й надалі цей сектор активно розширюватиметься і генеруватиме створення нових робочих місць. Більш того він залишатиметься надійним двигуном регіонального і національного розвитку.

Туризм повинен стати одним із джерел поповнення державного та місцевих бюджетів, тому необхідно визначити проблеми роботи туристичної галузі та розглянути основні напрями щодо її вирішення.

В роботі туристичної галузі можна виділити наступні проблеми, що стримують її розвиток:

1. Відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном.

2. Податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму.

3. Недоліки в системі регіонального управління.

4. Проблема тіньової економіки.

5. Проблеми щодо якості наданих туристичних послуг.

Проблема забезпечення якості послуг в сучасному світі має універсальний характер. Показник якості, а також проблеми, пов'язані з випуском якісної продукції специфічні для кожної галузі, у тому числі і для сфери туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями теорії та практики формування системи управління якістю послуг у туристичному бізнесі займалися такі вчені, як С. Алешкін, А. Антонов, В. Беседіна, В. Версан, А. Горанін, Н. Гуков, С. Гуткевич, Л. Єрохіна, П. Каліта, К. Коляда, Т. Конти, Дж. Москадо, К. Моук, К. Омельчак, Є. Панфілов, В. Пила, Б. Предау, Б. Робертсон, М. Соїнова, Д. Стеченко, Б. Уртман, Т. Харченко, М. Шаповал, І. Школа [1–4].

Ці автори досліджували аспекти побудови системи управління якістю у сфері туристичних послуг, також упровадження якості щодо туристичного продукту. Проте відомі дотепер дослідження не містять повною мірою вирішення проблем формування політики якості послуг саме на підприємствах туристичного профілю.

**Мета статті.** Метою статті є визначення проблем, які виникають під час формування політики якості на підприємствах туристичного профілю в умовах зміни світового ринку та європейської інтеграції України. Головними завданнями є:

– аналіз рівнів організаційно-економічного механізму управління якістю туристичних послуг;

– визначення напрямів реалізації політики у сфері підвищення якості надання туристичних послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У багатьох країнах туризм перетворився на одну з провідних галузей економіки, що стала надійним джерелом поповнення бюджету. У державах, що активно розвивають цю галузь, іноземний туризм містить 30...40% усього товарного експорту.

Відповідно до визначення міжнародної організації зі стандартизації (ІСО) якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти зумовлені або передбачувані потреби споживача. Система управління якістю є частиною системи управління підприємства туристичного профілю, спрямована на одержання результатів у сфері якості з метою задоволення потреб, очікувань та вимог зацікавлених сторін. Завдання у сфері якості на підприємствах туристичного профілю тісно пов'язані з розвитком самого підприємства, його фінансуванням, рентабельністю, захистом навколишнього середовища.

Якість туристичного продукту залежить від роботи учасників, які задіяні в туристичній діяльності, при цьому необхідно проводити оцінку якості готового туристичного продукту, вивчаючи побажання споживачів, а також методи задоволення їх потреб. Якість туристичної послуги безпосередньо пов'язана із забезпеченням функціонування підприємства туристичного профілю в цілому.

Упровадження системи управління якістю має бути стратегічним рішенням вищого керівництва підприємства туристичного профілю. На її розроблення і впровадження можуть впливати такі чинники: динаміка потреб споживачів, розроблений туристичний продукт, виробничі процеси, завдання і цілі підприємства.

До основних напрямів і способів формування системи управління якістю можна віднести: розробку та реалізацію вищим керівництвом підприємства туристичного профілю чітко визначеної стратегії управління якістю, визначення потреб споживачів, формування цілісної політики підприємства в галузі якості.

Управлінські відносини трудового колективу підприємства туристичного профілю базуються на економічних, моральних та матеріальних стимулах. Управління якістю – скоординована діяльність, яка полягає у спрямуванні та контролі учасника відносин щодо якості, або напрями діяльності, для підвищення ефективності виробництва за рахунок впровадження системи управління якістю на підприємстві туристичного профілю.

Якість обслуговування справляє найбільший вплив на життєздатність підприємств туристичного профілю. Успішна реалізація якісних послуг гостям є головним джерелом їхнього існування.

Якість послуг – це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування на підприємствах туристичного профілю. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволеності, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступеня задоволеності клієнта – це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим [5].

Для ефективного забезпечення якості і конкурентоспроможності туристичних послуг актуальною проблемою є управління проєктуванням і контролем їх якості. При цьому ключову роль має не лише виявлення внутрішніх причин, але і вивчення потреб клієнтів, а також способи задоволення цих потреб.

Підприємство туристичного профілю зобов'язане не лише виявити внутрішні чинники, що впливають на якість послуг, але і вивчити весь комплекс запитів і потреб клієнтів, створити і реалізувати методику і технологію, що забезпечать найбільш повне їхнє задоволення. Ефективне управління якістю послуг, що надаються, є найважливішим важелем підвищення рівня обслуговування клієнтів, прибутковості підприємства туристичного профілю, забезпечення його економічної безпеки.

Концепція якості багатогранна й охоплює всі властивості послуги, а саме: технічні та інші характеристики, рівень передпродажної підготовки, супровід послуги в процесі її надання, просування товарної марки на ринку і забезпечення її престижності в конкурентному середовищі.

Організаційно-економічний механізм управління якістю туристичних послуг складається з трьох рівнів: функціонального, інструментального та корпоративного (рис.).

У свою чергу функціональний рівень управління якістю туристичних послуг поділяється на:

- загальні функції, такі як: організація, планування, регулювання, координування, стимулювання та контроль;
- основні функції: формування інформаційної бази даних, управління фінансовими ресурсами, укладання договорів;
- часткові функції: зовнішньоекономічні зв'язки, рекламна діяльність, управління якістю надання туристичних послуг.

Інструментальний рівень, який безпосередньо займається управлінням туристичних послуг розробляє політику туристичного спрямування, яка складається з таких компонентів:

- визначення та оптимізації товарного асортименту;
- визначення термінів оновлення туристичного продукту;
- визначення термінів виходу на ринок з новим продуктом;
- розробка системи модифікації туристичного продукту.

Корпоративний рівень організаційно-економічного механізму управління якістю туристичних послуг складається з елементів міжнародного маркетингу, таких як:

- виробництво конкурентного туристичного продукту;
- задоволення споживача в умовах конкуренції;
- міжнародні угоди в галузі туризму;
- міжнародна інвестиційна співпраця.

Міжнародний досвід свідчить про те, що необхідним інструментом, який гарантує відповідність якості послуг вимогам нормативно-технічної документації, є сертифікація. У загальноприйнятій міжнародній термінології сертифікація – це комплекс заходів, що проводяться з метою підтвердження відповідності послуг готелю певним вимогам або стандартам, технічним умовам [6].

Сертифікація з'явилася у зв'язку з необхідністю захисту внутрішнього споживчого ринку від продукції, непридатної до використання. Питання безпеки та захисту споживачів змушують законодавчу владу, з одного боку, установлювати відповідальність постачальника (виробника, продавця тощо) за введення в обіг недоброякісної продукції або послуг; а з іншого боку – узаконювати обов'язкові до виконання мінімальні вимоги, що стосуються характеристик продукції або послуг, що реалізуються. До першого належать такі законодавчі акти, як, наприклад, Закон «Про захист прав споживачів» прийнятий у багатьох країнах світу.

Розвиток сертифікації в економічному просторі різних держав має на меті забезпечення взаємного визнання результатів сертифікації продукції або послуг, що засновується на гармонізації законодавчої бази, використанні єдиних стандартів і взаємно визнаних механізмів установлення відповідності.

При цьому виробник повинен забезпечити стабільне дотримання необхідних параметрів у припустимих межах, що визначаються вимогами або стандартами, на які він посилається в декларації про відповідність, і контролювати всі види своєї діяльності на всіх етапах виробництва, а у випадку підприємства туристичного профілю – на всіх етапах надання послуг.



**Рис. Схема рівнів організаційно-економічного механізму управління якістю туристичних послуг**

Конкурентоспроможність туристичних послуг визначається рівнем їхньої якості й ціни. Якість – це комплексне поняття, що всебічно характеризує ефективність діяльності, стиль управління, стратегію, маркетинг і організацію надання послуг, тому ефективне управління якістю є однією з найбільш актуальних проблем для підприємства туристичного профілю. Якість впливає на кінцевий результат (прибуток) і збільшує обсяг продажів [7].

Проте підвищення якості пов'язане зі збільшенням витрат на надання послуг. Додаткові витрати на підвищення якості збільшують собівартість, але з цього впливає і збільшення продажів. При цьому збільшується загальна ефективність, що отримується від підвищення якості послуг (підвищення прибутку та ефективності витрат на надання послуг). Дії завжди вимірюються результативністю, а підвищення якості не можна перетворювати на самоціль.

Оптимальне співвідношення критерію «ціна/якість» туристичних послуг є визначальним у забезпеченні високого іміджу і підвищенні конкурентного статусу підприємства туристичного бізнесу на ринку. Це визначає необхідність перегляду основ управління проектуванням якості як позиції дослідження та прийняття передового світового досвіду.

Туристичні послуги мають низку особливостей, що дозволяють маневрувати їхньою якістю, знижуючи або підвищуючи їх рівень для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність. Якість послуг неможливо перевірити попередньо, оскільки її надання і споживання відбуваються одночасно, послуги не можна зберігати, вони характеризуються мінливістю, невідчутністю, невіддільністю об'єкта і суб'єкта (клієнт бере участь у процесі надання послуги) [8].

Сьогодні одним із найважливіших напрямів у діяльності українських підприємств туристичного профілю є створення ефективної системи з управління якістю, що дозволить здійснювати надання конкурентоспроможних готельних послуг. Система якості важлива також і підчас проведення переговорів із закордонними туроператорами та іншими корпоративними партнерами, що, як правило, вважають за обов'язкову умову перевірити перед підписанням контракту існуючу систему якості і наявність сертифіката на цю систему, що виданий авторитетним органом. Клієнт повинен бути впевненим, що якість послуг, які йому пропонуються, відповідає його потребам.

Для допомоги підприємствам туристичного профілю у створенні сучасних систем з управління якістю були сформовані універсальні моделі, що визначають основні елементи системи



управління якістю послуг і методи ефективного досягнення цілей, які можна використовувати в туристичному бізнесі з урахуванням особливостей конкретного готелю, прийнятої технології обслуговування, специфіки готельних послуг. Серед них варто виділити модель «п'ять М», розроблену відомим ученим Ф. Котлером, «Петлю якості» Е. Деминга, прийняту за основу в міжнародних стандартах ISO 9000-9004, документи Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО). Національні законодавчі акти, нормативна документація і стандарти безпосередньо регулюють управління процесами надання готельних послуг та узаконюють чіткі вимоги до систем забезпечення якості.

**Висновки.** Формування політики якості послуг на підприємствах туристичного профілю залежить від таких чинників: стану матеріально-технічної бази, а саме: зручності планування і якісного облаштування приміщень підприємства, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями та устаткуванням; використання прогресивних технологій обслуговування, що визначають порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів; реєстрацію і розрахунок із клієнтами; високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу, його вміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостей; управління якістю обслуговування, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, удосконалення обслуговування.

#### Список джерел інформації / References

1. Алешкін С. Л. Методологічні основи управління якістю надання побутових послуг / С. Л. Алешкін // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – С. 175–178.

Aleshkin, S.L. (2012) “Methodological foundations of quality management provision of public services” [*Metodologichni osnovi upravlinnya yakistu nadannya pobutovih poslug*], *Economic Bulletin of Donbass* [Ekonomschniy visnik Donbasu], No. 3 (29), pp. 175-178.

2. Харченко Т. Б. Методика впровадження системи управління якістю на підприємстві / Т. Б. Марченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 12. – С. 152–155.

Kharchenko, T.B. (2009) “Methods implemented a system of quality control” [*Metodika vprovadzennya sistemi upravlinnya yakistu na pidpriemstvi*], *Actual Problems of Economics* [Aktualni problemi ekonomiki], No. 12, pp. 152-155.

3. Омельчак К. О. Державне регулювання туристичної галузі на національному, регіональному та місцевому ринках / К. О. Омельчак // Держава та регіони. – 2012. – № 1. – С. 80–85.

Omelchak, K. O. (2012) "State regulation of the tourism industry at the national, regional and local markets" [*Dergavne reguluvannya turistichnoi galuzi na nazionalnomu, regionalnomu ta miszevomu rinkah*], *State and Regions* [Dergava ta regiony], No. 1, pp. 80-85.

4. Гуткевич С. О. Ефективність функціонування системи менеджменту якості на підприємстві з позиції попроцесного підходу / С. О. Гуткевич, О. В. Кравченко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 3. – С. 75–85.

Gutkevich, C.O. (2006) "The effectiveness of the system of quality management in the enterprise from a position poprotsesnoho approach" [*Efektivnits funkzionuvannya sistemi menedzmentu yakosti na pidpriemstvi z pozizii poprozetsnogo pidhodu*] *Actual Problems of Economics* [Aktualni problemi ekonomiki], No. 3, pp. 75-85.

5. Артеменко В. С. Проблеми управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування / В. С. Артеменко, О. В. Ольшанський // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. у 2-х ч. Ч. 2 / ХДУХТ. – Харків, 2013. – Вип. 2 (18). – С. 253–258.

Artemenko, V.S., Olshanskiy, O.V. (2013), "Problems of service quality in the service sector enterprises" [*Problemi upravlinnya yakistu poslug na pidpriemstvakh sferi obslugovuvannya*], *Economic strategy and prospects for the development of trade and services* [Ekonomichna stratehiya i perspektyvu rozvytku sfery torhivli ta posluh: *zb. nauk. pr.*], KhDUKh, Kharkiv, No. 2 (18), P. 2, pp. 253-258.

6. Ольшанський О. В. Проблеми впровадження міжнародних стандартів якості в операційну діяльність готелів / О. В. Ольшанський // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. у 2-х ч. Ч. 1 / ХДУХТ. – Харків, 2014. – Вип. 1 (19). – С. 264–273.

Olshanskiy, O.V. (2014), "Problems of international standards of quality in operating activities hotel" [*Problemi vprovadzennya miznarodnih standartiv yakosti v operatsiynu diyalnist hoteliv*], *Economic strategy and prospects for the development of trade and services* [Ekonomichna stratehiya i perspektyvu rozvytku sfery torhivli ta posluh: *zb. nauk. pr.*], KhDUKhT, Kharkiv, No. 1 (19), P. 1, pp. 264-273.

7. Ольшанський О. В. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств санаторно-курортного комплексу / О. В. Ольшанський // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. у 2-х ч. Ч. 1 / ХДУХТ. – Харків, 2013. – Вип. 2 (18). – С. 179–186.

Olshanskiy, O. V. (2013), "Ensuring the competitiveness of enterprises resort complex" [*Zabezpechennya konkurentospromognosti pidpriemstv sanatorno-kurortnogo kompleksu*], *Economic strategy and prospects for the development of trade and services* [Ekonomichna stratehiya i perspektyvu rozvytku sfery torhivli ta posluh: *zb. nauk. pr.*], KhDUKhT, Kharkiv, No. 2 (18), P. 1, pp. 179-186.

8. Ольшанський О. В. Заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного профілю / О. В. Ольшанський // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. у 2-х ч. Ч. 1 / ХДУХТ. – Харків, 2013. – Вип. 1 (17). – С. 291–297.

Olshanskiy, O.V. (2013), "Measures to increase competitiveness in tourism profile" [*Zahodi z pidvishennya konkurentospromognosti pidpriemstv tyristichnogo*

*profilu), Economic strategy and prospects for the development of trade and services [Ekonomichna stratehiya i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh: zb. nauk. pr], KhDUKKhT, Kharkiv, No. 1 (17). P. 1, pp. 291-297.*

**Ольшанський Олександр Васильович**, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та туризму, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, 61051, Україна, Тел.: (057)3494527, (057)3494314; e-mail: olshanskiya@mail.ru.

**Ольшанский Александр Васильевич**, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности и туризма, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, 61051, Украина Тел.: (057)3494527, (057)3494314; e-mail: olshanskiya@mail.ru.

**Olshanskiy Oleksandr**, PhD. Sc. Associate Professor of management of foreign economic activity and tourism department, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkovskaya str., 333, Kharkiv, 61051, Ukraine, Tel.: (057)3494527, (057)3494314; e-mail: olshanskiya@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації канд. екон. наук Л.М. Яцуном, канд. екон. наук, В.М. Селютіним.*

*Отримано 1.08.2014. ХДУХТ, Харків.*

УДК 339.378

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ НА МАКРОРІВНІ**

**О.В. Жегус, В.Л. Соболев**

*Розглянуто питання планування розвитку роздрібної торговельної мережі на макрорівні, які набули особливого значення в умовах трансформації торговельної інфраструктури. Проаналізовано тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі в Україні. Розроблено рекомендації щодо процесу планування розвитку роздрібної торговельної мережі та охарактеризовано його етапи.*

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, роздрібна торговельна мережа, склад та структура роздрібної мережі, планування, дослідження, оцінка.