

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

БЕДРАДІНА ГАННА КОСТЯНТИНІВНА

УДК 338.486.2:338.488(044.8)

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО
ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Одеса – 2018

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, професор
Герасименко Віктор Григорович,
Одеський національний економічний
університет, завідувач кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Яцун Леонід Миколайович,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі, завідувач кафедри
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
та туризму;

кандидат економічних наук, доцент
Охота Віталій Іванович,
Тернопільський національний економічний
університет, доцент кафедри міжнародного
туризму і готельного бізнесу.

Захист дисертації відбудеться 27 червня 2018 р. о 14.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.055.03 Одеського національного економічного університету за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8, ауд. 217.

З дисертацією можна ознайомитись в бібліотеці Одеського національного економічного університету за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8, ауд. 211.

Автореферат розісланий «26» травня 2018 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Н.А. Сиротенко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Проблема якості товарів та послуг в усьому світі розглядається як найбільш важлива, оскільки вона визначає престиж країни на світовому ринку, її науково-технічний потенціал і ступінь розвитку економіки. Випуск якісних виробів сприяє збільшенню обсягу їх реалізації і рентабельності капіталу, зменшує питомі витрати користувачів та забезпечує більш повне задоволення потреб людей. Погіршення якості продукції призводить до появи зворотних тенденцій: зменшенню обсягу продажів, прибутку і рентабельності, зменшенню експорту, національного багатства та добробуту народу. Особливо актуальною ця проблема стала після набуття чинності Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Необхідність підвищення якості продукції вітчизняних виробників повністю стосується туристичної галузі, яка при забезпеченні необхідних умов для її розвитку, здатна суттєво впливати на розвиток усієї національної економіки. Про це свідчить суспільна практика та досвід тих країн світу, які збудували свій добробут саме завдяки туристичній сфері. При цьому головною рушійною силою такого розвитку стала саме якість туристичного продукту. Підприємства, що спрямовують головні зусилля на досягнення все більш високої якості туристичних послуг при відносному зменшенні витрат, забезпечують собі не тільки стабільне ринкове становище, а й високу рентабельність господарської діяльності. Інакше кажучи, якість туристичного продукту перетворилася на основний чинник конкурентоспроможності, економічного зростання, сталого і збалансованого розвитку економіки.

Проблема якості товарів та послуг перебувала в полі зору видатних зарубіжних мислителів, науковців і професійних менеджерів: Л. Баумгартена, К. Гренрооса, Є. Демінга, Д. Джурана, К. Ісікави, Ф. Котлера, Ф. Кросбі, В. Мюлера, М. Рибова, С. Скобкіна, Г. Тагуті, А. Фейгенбаума, В. Шухарта та ін. Особливості управління якістю у сфері туристичних послуг аналізували й досліджують нині такі українські вчені-економісти: М. Бойко, Н. Гавкалова, С. Гаврилук, В. Герасименко, Л. Івченко, В. Кифяк, Н. Кудла, І. Кузнецова, М. Мальська, С. Мельниченко, С. Нездоймінов, В. Охота, О. Палеха, О. Решетняк, В. Семенов, І. Сидоренко, О. Тимошук, Т. Ткаченко, Л. Чепурда, Л. Шульгіна, Л. Яцун та ін.

Проте, віддаючи належне науковій значущості праць зазначених науковців, можна констатувати, що певне коло питань концептуального, методологічного та методичного характеру, пов'язане з проблемою теоретико-методичного обґрунтування заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств, є недостатньо розробленою. Відсутній комплексний підхід до оцінювання рівня якості послуг туристичних підприємств. Вимоги національних і міжнародних стандартів недостатньо інтегровані в практику оцінювання якості туристичних послуг.

Актуальність вищезазваних проблем, їх практична значущість та важливість вирішення у найближчій перспективі визначили вибір теми, мету та завдання дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету. Розробки, представлені в дисертації, є складовою держбюджетних і госпрозрахункових наукових робіт, які виконувалися за безпосередньої участі автора. Основними з них є: «Економічні засади функціонування та розвитку спеціалізованих туристичних ринків Одеського регіону» (номер держреєстрації 0110U002460, 2010-2012 рр.) – особистий внесок автора полягає в розробленні методичного підходу до оцінювання привабливості емісійних туристичних ринків на основі маркетингового стратегічного аналізу; «Аналіз і оцінка туристично-рекреаційного потенціалу Одеської області та визначення шляхів його раціонального використання» (номер держреєстрації 0113U000653, 2013-2015 рр.) – особистий внесок автора полягає у визначенні кількісних параметрів ринкового потенціалу організованого туризму та ефективності його використання; «Оцінка якості екскурсійних послуг Одеського зоологічного парку та розробка рекомендацій з її удосконалення» (номер держреєстрації 0112U003342, 2012 р.), у межах якої здобувачем оцінено якість екскурсійних послуг та розроблено методика і техніку їх надання працівниками еколого-просвітницького відділу зоопарку.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка методичних підходів і практичних рекомендацій щодо оцінювання та підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

- узагальнити наукові підходи стосовно дослідження якості туристичних послуг та їхньої специфіки, що надаються туристичними підприємствами за видами діяльності, та систематизувати найважливіші з них щодо забезпечення підвищення якості послуг;
- визначити науково-теоретичні засади щодо управління та підвищення якості послуг на туристичних підприємствах;
- проаналізувати концептуальні підходи до формування заходів підвищення якості послуг туристичних підприємств, які пропонуються науковцями, та визначити ступінь їх придатності для застосування на туристичних підприємствах;
- обґрунтувати вибір і застосування методики оцінювання якості послуг на туристичному підприємстві щодо подальшого поліпшення якості послуг;
- оцінити якість туристичних послуг на туристичному підприємстві згідно вимог національних і міжнародних стандартів;
- сформулювати методику забезпечення оцінювання якості функцій управління на туристичному підприємстві;
- визначити пріоритетні напрями підвищення якості послуг туристичних підприємств на основі методики бенчмаркінгу;
- сформулювати оптимальну програму заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств;
- запропонувати організаційні заходи щодо забезпечення підвищення якості послуг у туристичних підприємствах.

Об'єкт дослідження – організаційно-економічні процеси, що сприяють підвищенню якості послуг туристичних підприємств.

Предмет дослідження – теоретичні положення, методичні підходи та прикладні аспекти оцінювання та підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Методи дослідження. Для досягнення мети роботи та реалізації поставлених завдань автором використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Зокрема, логічний аналіз – при побудові логіки та структури роботи; систематизації та порівняння – для уточнення і впорядкування понятійного апарату, пов'язаного з темою дисертації; історико-логічний – для дослідження еволюції підходів стосовно визначення понять «якість», «туристична послуга», «туристичний продукт» та похідних від них термінів; методи групування та узагальнення даних – при розрахунках одиничних і інтегральних показників якості послуг, що надаються, по групі обстежуваних туристичних підприємств; математико-статистичні методи – для проведення аналізу основних показників розвитку туристичних підприємств; методи експертних оцінок – під час залучення фахівців туристичної сфери до оцінювання значущості (ваги) окремих показників, а також до визначення якості послуг, які надаються туристичними підприємствами; методи маркетингових досліджень – при проведенні опитувань споживачів туристичних послуг та анкетування; графічний метод – для наочного відображення результатів дослідження; системного і процесного підходу – для обґрунтування методичного забезпечення оцінювання якості послуг туристичного підприємства та їх складових.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Головного управління статистики в Одеській області, показники статистичної і фінансової звітності сукупності туристичних підприємств Одеського регіону, а також результати маркетингових та експертних досліджень, одержаних автором у процесі дослідження якості послуг на прикладі групи туристичних операторів і агентів. У роботі використано монографічну і довідкову літературу, праці вітчизняних та зарубіжних учених з питань управління якістю туристичних послуг, наукові матеріали періодичних видань, результати анкетування, власні спостереження та аналітичні розрахунки, періодичні видання, дані мережі Інтернет.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у такому:

удосконалено:

- науково-методичний підхід до процесу підвищення якості послуг на туристичних підприємствах, який ґрунтується на концепції її трикомпонентного складу, а саме: якості туристичного продукту, якості обслуговування споживачів і якості функцій управління на туристичному підприємстві та визначення пріоритетних напрямів підвищення якості туристичних послуг за допомогою методу об'єднаної таксономії. Це дозволяє більш точно і достовірно оцінювати якість послуг туристичних підприємств у цілому;

- методичний підхід щодо визначення якості туристичного продукту та обслуговування споживачів, який базується на методах класичної та модифікованої таксономії, що, на відміну від наявних, дозволяє з урахуванням особливостей функціонування туристичних підприємств поєднати кількісні та якісні показники, а

також визначити пріоритети у формуванні заходів щодо підвищення якості послуг на підприємстві;

- підхід до аналізу якості функцій управління на туристичному підприємстві, який, на відміну від наявних, засновано на оцінюванні рівня виконання на підприємстві основних, базових функцій управління: планування, організації, мотивації, контролю. Обчислення загальної оцінки якості управління за всіма функціями дозволяє встановити рівень зрілості системи управління на підприємстві;

набуло подальшого розвитку:

- термінологічний апарат у сфері управління якістю послуг підприємств туризму щодо сутності понять: «туристичний продукт», «оцінювання якості туристичних послуг», «показник оцінювання якості», «критерій оцінювання якості», який, на відміну від наявних підходів, ураховує специфіку взаємовідносин між виробниками та споживачами послуг;

- класифікація методів оцінювання якості туристичних послуг, яка, на відміну від наявних розрізнених пропозицій, спирається на такі суттєві ознаки: спосіб і джерела отримання інформації, об'єкт оцінювання, ступінь новизни методу, що значно розширює можливості туристичних підприємств у виборі та застосуванні методів оцінювання якості послуг;

- застосування методики бенчмаркінгу задля вирішення завдання оцінити рівень якості послуг туристичних підприємств на основі зіставлення їх показників із показниками лідерів туристичного ринку, використовуючи при цьому результати попереднього таксономічного аналізу;

- управління та моделювання бізнес-процесів на туристичних підприємствах на засадах упровадження спеціалізованого програмного продукту, що дає змогу максимально автоматизувати всі внутрішні офісні процеси на туристичному підприємстві, використовуючи новітні досягнення у сфері інформаційних технологій та якості менеджменту.

Практичне значення одержаних результатів полягає у створенні науково-обґрунтованої методичної основи для вирішення найважливішого завдання вітчизняного туризму – підвищення якості послуг, що надаються туристичними підприємствами. Отримані в дисертації результати забезпечують можливість диференційного підходу до оцінювання якості туристичних послуг із урахуванням особливостей окремих її складових: якості туристичного продукту, якості обслуговування споживачів, якості функцій менеджменту на туристичному підприємстві. Розроблені науково-методичні рекомендації дозволяють порівнювати рівень якості послуг туристичного підприємства з вимогами стандартів, здійснювати заходи щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Основні положення дисертаційної роботи використано при розробці нових і вдосконаленні систем управління якістю туристичних послуг. Вони апробовані та впроваджені в практичну діяльність окремих підприємств туризму, серед яких КУ «Одеський зоологічний парк загальнодержавного значення» (акт про впровадження № 203 від 05.09.2012 р.), ТОВ «Селезньов Тур» (акт про впровадження № 09/17 від 12.09.2017 р.), Асоціація «Туризм Одеси» (довідка № 34 від 02.10.2017 р.), ТОВ «ІМПЕРІЯ ТУР ВІП КЛУБ» (довідка № 10 від 17.10.2017 р.).

Висновки та пропозиції дисертаційної роботи використовуються в діяльності управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації (довідка № 01/01-15/218 від 27.03.2018 р.).

Матеріали дослідження використовуються також у навчальному процесі Одеського національного економічного університету при викладанні дисциплін «Управління якістю туристичних послуг», «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів», «Туроперейтинг», «Економіка туристичних підприємств» (довідка № 01-17/289 від 20.03.2018 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, у якій відображено теоретико-методичне обґрунтування заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств. Теоретичне обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, що містяться в дисертаційній роботі, одержані автором особисто на основі аналізу й узагальнення теоретичного і практичного матеріалу. Серед наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційній роботі використані лише самостійно напрацьовані ідеї, положення та висновки, про що вказано в переліку наукових праць.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, результати досліджень доповідалися, обговорювалися та отримали схвальні відгуки на щорічних науково-практичних конференціях молодих учених та викладачів Одеського національного економічного університету та всеукраїнських і міжнародних науково-практичних конференціях, а саме: VI Міжнародній науково-практичній конференції (м. Святогірськ, 29 вересня – 1 жовтня 2006 р.), X Міжнародній науково-практичній конференції студентів, магістрантів, аспірантів і молодих учених «Проблеми та перспективи розвитку вітчизняного внутрішнього та в'їзного туризму: природна та матеріально-технічна база, економічна та соціальна ефективність» (м. Донецьк, 6-7 травня 2008 р.), XI Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та молодих учених «Шляхи виходу України зі світової фінансово-економічної кризи» (м. Донецьк, 31 березня 2009 р.), I Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом» (м. Маріуполь, 25 вересня 2009 р.), XII Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Розвиток туризму в період економічної кризи» (м. Донецьк, 13-14 квітня 2010 р.), Ist International Scientific-Practical Conference Proceeding «Economics and Business» (Batumi-Trabzon, 5-6 June, 2010), первой Международной научно-практической конференции «Управление развитием предпринимательства в современных условиях» (г. Севастополь, 6-9 октября 2010 г.), девятой Всеукраинской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов с международным участием «Менеджмент предпринимательской деятельности» (г. Симферополь, 11-12 апреля 2011 г.), I Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (м. Одеса, 18-19 жовтня 2012 р.), Всеукраїнській науково-практичній заочній конференції «Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності» (м. Черкаси, 2 грудня 2012 р.), Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти» (м. Умань, 22 березня 2013 р.),

Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 45-річчю факультету міжнародної економіки «Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних викликів» (м. Одеса, 19-20 вересня 2013 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи» (м. Кременчук, 30-31 жовтня, 2014 р.), I Науковій міжнародній конференції на честь доктора економічних наук, проф. Шкітної М.І. «Управлінські науки в сучасному світі» (м. Київ 27 листопада 2014 р.), VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес» (м. Черкаси, 8 грудня 2015 р.), International scientific-practical conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies (Tbilisi, February 24, 2017), VI Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 р.), VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети» (м. Харків, 27 жовтня 2017 р.).

Публікації. Основні ідеї, положення та результати досліджень висвітлено у 29 наукових працях, із них 2 – розділи у двох колективних монографіях, 6 статей – у наукових фахових виданнях України, 2 статті – у наукових виданнях, які включено до міжнародних наукометричних баз даних, 1 стаття – в інших виданнях, 18 публікацій – за результатами участі в роботі всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференцій. Загальний обсяг публікацій складає 7,64 д. а., з яких 6,52 д. а. належать особисто автору.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації – 212 сторінок, із них 169 сторінок – основний текст. Список використаних джерел із 227 найменувань викладено на 22 сторінках. Матеріали дисертації містять 38 таблиць, 17 рисунків, а також 14 додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету й завдання, визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну одержаних результатів та їх практичне значення, визначено особистий внесок здобувача, відображено апробацію результатів дисертаційної роботи.

У першому розділі «**Теоретико-методичні засади дослідження якості послуг туристичних підприємств**» узагальнено теоретичні основи сутності якості продукції як економічної категорії, що відображає сукупність характеристик продукції (процесів, послуг), зумовлює міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення, поглиблено зміст поняття «якість туристичної послуги», запропоновано наукові підходи до визначення сутності поняття «туристична послуга» та з'ясовано його специфічні ознаки як важливого компоненту складу туристичного продукту. Доведено, що якість виступає не лише сукупністю характеристик туристичної послуги, а й тим, що відрізняє її від інших аналогічних пропозицій на ринку.

Здійснено систематизацію найважливіших вимог діючих національних та міжнародних стандартів щодо забезпечення якості туристичних послуг, які варто

виконувати туристичним підприємствам як в процесі їх виробництва, так і в процесі обслуговування споживачів. У дисертації визначено місце оцінювання якості в зазначеній системі управління якістю на основі ідентифікації основних бізнес-процесів туристичного підприємства, методах оцінювання якості туристичного продукту і системи обслуговування споживачів.

Ураховуючи множинність моделей управління якістю послуг, що пропонують зарубіжні та вітчизняні дослідники, у роботі аргументовано та виокремлено найбільш істотні складові моделі якості послуг туристичного підприємства, які, на відміну від наявних моделей, засновані на трьох компонентах: якість туристичного продукту, якість процесів обслуговування та якість функцій управління на підприємстві. У роботі визначено, що менеджмент якості інтегрує в собі всі базові функції управлінської діяльності як такої, тому його методологію можна розглядати як сукупність складових щодо оцінювання та підвищення якості послуг.

У другому розділі «**Методичне забезпечення оцінювання якості надання послуг туристичними підприємствами**» проаналізовано основні методичні підходи щодо визначення оцінки якості надання послуг туристичними підприємствами, досліджено властивості математико-статистичних методів та запропоновано власний підхід, заснований на поєднанні методу експертних оцінок та таксономічного аналізу. Аналіз підходів та методики до оцінювання якості послуг туристичних підприємств, наявних у сучасній науковій літературі, дозволяє сформулювати основні передумови до розробки певної схеми оцінювання якості послуг. Вона спирається на низку ознак: спосіб отримання інформації про якість послуги, джерела отримання інформації, об'єкт оцінювання та інші.

Ураховуючи результати проведеного дослідження та існування специфіки туристичних послуг, необхідною стає розробка авторського підходу до оцінювання якості послуг, беручи до уваги такі ключові поняття, як «показник якості» та «критерій якості», що мають різне змістовне наповнення і повинні мати відповідне використання при оцінюванні якості туристичних послуг. Тому цілком правомірним є виділення, як мінімум, трьох видів якості, які умовно можна назвати «якість туристичного продукту», «якість обслуговування споживачів», «якість функцій управління». Відповідно до кожного із зазначених видів якості був підібраний свій методичний підхід при її оцінюванні. У дисертації аргументовано, що якість туристичного продукту та якість обслуговування на туристичних підприємствах є латентними показниками, тобто показниками, що закриті для безпосереднього вимірювання, та описуваними множиною, так званих, ознак-симптомів. Тому коректні результати їх оцінювання можуть бути отримані суто за допомогою методів порівняльного багатовимірного аналізу. Апробацію алгоритму оцінювання якості послуг туристичних підприємств було здійснено за допомогою методу таксономії та на основі класичного, модифікованого та об'єднаного алгоритмів за двохетапною схемою. На основі алгоритму об'єднаної таксономії автором проведено порівняльний аналіз якості туру та якості обслуговування по десяти туристичних підприємствах міста Одеси. Відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації» вибірку формують підприємства у знеособленому вигляді (підприємства 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10). Результати порівняльного аналізу

якості туру «Одеса-Анталія-Одеса», виконаного на основі методу об'єднаної таксономії, представлено в табл. 1,2.

Таблиця 1

Результати таксономічного аналізу якості туру «Одеса-Анталія-Одеса», виконаного на основі об'єднаної таксономії

Підприємство	Класичний алгоритм		Модифікований алгоритм		Об'єднані результати	
	μ_i^k	R_i^k	μ_i^m	R_i^m	μ_i^o	R_i^o
01	0,8234	1	0,9305	1	0,9305	1
02	0,4295	6	0,5427	5	0,5124	6
03	0,7261	2	0,7888	3	0,8044	2
04	0,4972	5	0,5323	6	0,5467	5
05	0,3157	9	0,4080	8	0,3807	9
06	0,0385	10	0,2106	10	0,0722	10
07	0,3265	8	0,5208	7	0,4319	7
08	0,7117	3	0,7894	2	0,7968	3
09	0,3314	7	0,4034	9	0,3884	8
10	0,5433	4	0,5844	4	0,5988	4

Джерело: розраховано автором за результатами таксономічного аналізу

Результати таксономічного аналізу якості туру «Одеса-Анталія-Одеса», виконаного на основі об'єднаної таксономії, виявили безумовне лідерство за якістю туристичного продукту ($\mu_{01} = 0,9305$) підприємства «01», яке за таксономічним показником лише на 7 відсотків відстає від еталону; істотний відрив трійки лідерів (підприємств «01», «03», «08») від інших туристичних підприємств (табл.1). Дані, отримані за результатом таксономічного аналізу якості обслуговування, визначили підприємство-лідера «01», яке за таксономічним показником лише на 5 відсотків відстає від еталону ($\mu_{01} = 0,9490$). Також спостерігається суттєвий відрив трійки лідерів. До яскраво виражених аутсайдерів належать два туристичні підприємства: «06» і «07». За рівнем таксономічного показника вказані підприємства відстають від еталону на 83,1 відсотка і 77,61 відповідно. Основний об'єкт дослідження – підприємство «4» має 6-й ранг і разом із підприємствами «2» і «10» утворюють групу «середняків» (табл. 2). Також, незважаючи на середні позиції в ранжуваному ряду, підприємство «4» відстає від групи лідерів: на 49, 40 відсотка від підприємства «01» і на 34, 19 відсотка від підприємства «08», що замикає трійку лідерів.

Таблиця 2

Результати таксономічного аналізу якості обслуговування в туристичних підприємствах, виконаного на основі об'єднаної таксономії

Підприємство	Класичний алгоритм		Модифікований алгоритм		Об'єднані результати	
	μ_i^k	R_i^k	μ_i^m	R_i^m	μ_i^o	R_i^o
01	0,9103	1	0,9490	1	0,9490	1
02	0,5141	5	0,5201	5	0,5279	5
03	0,7693	2	0,7647	2	0,7829	2
04	0,4633	6	0,4774	6	0,4802	6
05	0,3409	8	0,3311	8	0,3428	8
06	0,1428	10	0,1731	10	0,1601	10
07	0,1687	9	0,2684	9	0,2125	9
08	0,7045	3	0,7250	3	0,7297	3
09	0,4161	7	0,4349	7	0,4343	7
10	0,5381	4	0,5656	4	0,5633	4

Джерело: розраховано автором за результатами таксономічного аналізу

На основі дослідження функцій якості управління на обраних туристичних підприємствах проведено ранжування рівня якості управління, яке засновано на експертній оцінці основних, базових функцій управління: планування, організації, мотивації, контролю, що дозволило запропонувати рекомендації щодо підвищення якості управління на підприємствах (табл. 3).

Таблиця 3

Рівні якості управління на туристичних підприємствах

Рівень	Оцінка (бали)	Туристичні підприємства	Характеристика стану управління	Рекомендації щодо підвищення якості управління
1	2	3	4	5
I	(0-20)	-	Управління ведеться безсистемно, цілі не визначені.	Для подальшого розвитку необхідно переглянути принципи ведення бізнесу.
II	(21-40)	-	Система управління має потенціал для розвитку, проте ці можливості реалізуються слабо.	Керівництву необхідно визначити цілі та розробити стратегію розвитку системи менеджменту на основі якості.
III	(41-60)	05,07,09,10	Систему управління на підприємстві сформовано.	Необхідно акцентувати увагу на оптимізації бізнес-процесу та поліпшенні якості на кожному його етапі.
IV	(61-80)	02,03,04,06,08	Постійне вдосконалення якості управління ведеться по більшості напрямів.	Необхідно підтримувати динаміку покращання та почати перетворення проблемних сфер, використовуючи методи бенчмаркінгу.
V	(81-100)	01	Досягнуті максимальні результати на всіх напрямках управлінської діяльності, система управління є еталонною.	Необхідно підтримувати контроль за своєчасним удосконаленням системи управління на основі базових стандартів якості.

Джерело: розроблено автором

Отже, за результатами таксономічного аналізу та розрахунку відстаней до еталонного об'єкта щодо ранжирування туристичних підприємств, зроблено висновок про доцільність розробки ефективних заходів організаційного забезпечення для досягнення цільового наближення до лідера на підприємстві «04».

У третьому розділі **«Науково-економічне обґрунтування напрямів удосконалення оцінювання та підвищення якості послуг на туристичних підприємствах»** запропоновано методичні підходи до формування напрямів і шляхів підвищення якості послуг туристичних підприємств на засадах бенчмаркінгу, розроблено механізм формування концепції якісного сервісу туристичного підприємства та процесно-орієнтована модель формування системи управління якістю послуг туристичного підприємства.

У дисертації визначено пріоритетні напрями підвищення якості послуг туристичних підприємств на засадах авторської методики, стрижневою основою якої є оцінка наближення аналізованого підприємства до підприємства-лідера за рахунок поліпшення кожного відповідного факторного показника. Для перших двох складових якості послуг указані розрахунки було здійснено за допомогою таксономічного аналізу, для третьої складової – на основі бальної оцінки.

Використання власної методики визначення пріоритетів на засадах бенчмаркінгу дозволило найбільш обґрунтовано підійти до формування програми заходів, спрямованих на підвищення якості туристичних послуг (у розрізі окремих його складових) на аналізованому підприємстві. За результатами дослідження розроблено матрицю «заходи-показники», що дозволяє здійснити обґрунтований і цілеспрямований вибір найбільш дієвих заходів і сформувавши їх оптимальний склад.

Доведено, що використання розробленого підходу щодо вдосконалення оцінювання рівня якості надання послуг на туристичних підприємствах, суттєво зменшить трудомісткість розрахунків і дозволить здійснити обґрунтований і цілеспрямований вибір комплексу заходів, упровадження якого забезпечить максимальне наближення до лідера за мінімальної кількості заходів. За результатами дослідження якості послуг на підприємстві розроблено складові механізми формування концепції якісного сервісу туристичного підприємства «04» (табл. 4).

Таблиця 4

Складові концепції якісного сервісу туристичного підприємства «04»

Цілі підвищення якості туристичних послуг		Складові концепції			Пріоритети в заходах щодо підвищення якості послуг
		1	2	3	
Лідерські позиції на ринку туристичних послуг	Задоволеність споживача туристичних послуг			Якість туристичного продукту	1. Підвищення якості екскурсійних програм за рахунок формування різноманітних варіантів проведення екскурсій.
				Якість обслуговування споживачів	1. Підвищення професійної підготовки менеджерів 2. Удосконалення комунікацій на засадах «зворотного зв'язку» зі споживачем, проведення екзит-полів, бета-тестувань. 3. Моніторинг реклаमाцій туристів
				Якість функцій управління на туристичному підприємстві	1. Формування та проведення сертифікації системи менеджменту якості туристичного підприємства.

Джерело: розроблено автором

Механізм формування концепції якісного сервісу туристичного підприємства побудований нами на принципах процесного підходу: якість функцій управління – якість обслуговування споживачів – якість туристичного продукту.

У дисертації визначено переваги комплексного підходу до формування організаційних заходів щодо підвищення якості послуг, в основу його дії покладено систему цілей туристичного підприємства. Доведено, що система управління якістю послуг, побудована на вищезазначених принципах, є достатньо обґрунтованою платформою для об'єднання всіх цих елементів у єдину інтегровану систему.

Для комплексного вирішення прикладних проблем підвищення якості туристичних послуг, у дисертації розроблено модель формування системи

управління якістю послуг на туристичних підприємствах, що полягає у впливі на процеси виробництва та обслуговування споживачів через реалізацію управлінських функцій, урахуває вимоги міжнародних та національних стандартів щодо менеджменту якості. Обґрунтовано, що управління якістю послуг також повинно базуватися на організаційному забезпеченні реалізації заходів підвищення якості туристичних послуг (рис. 1).

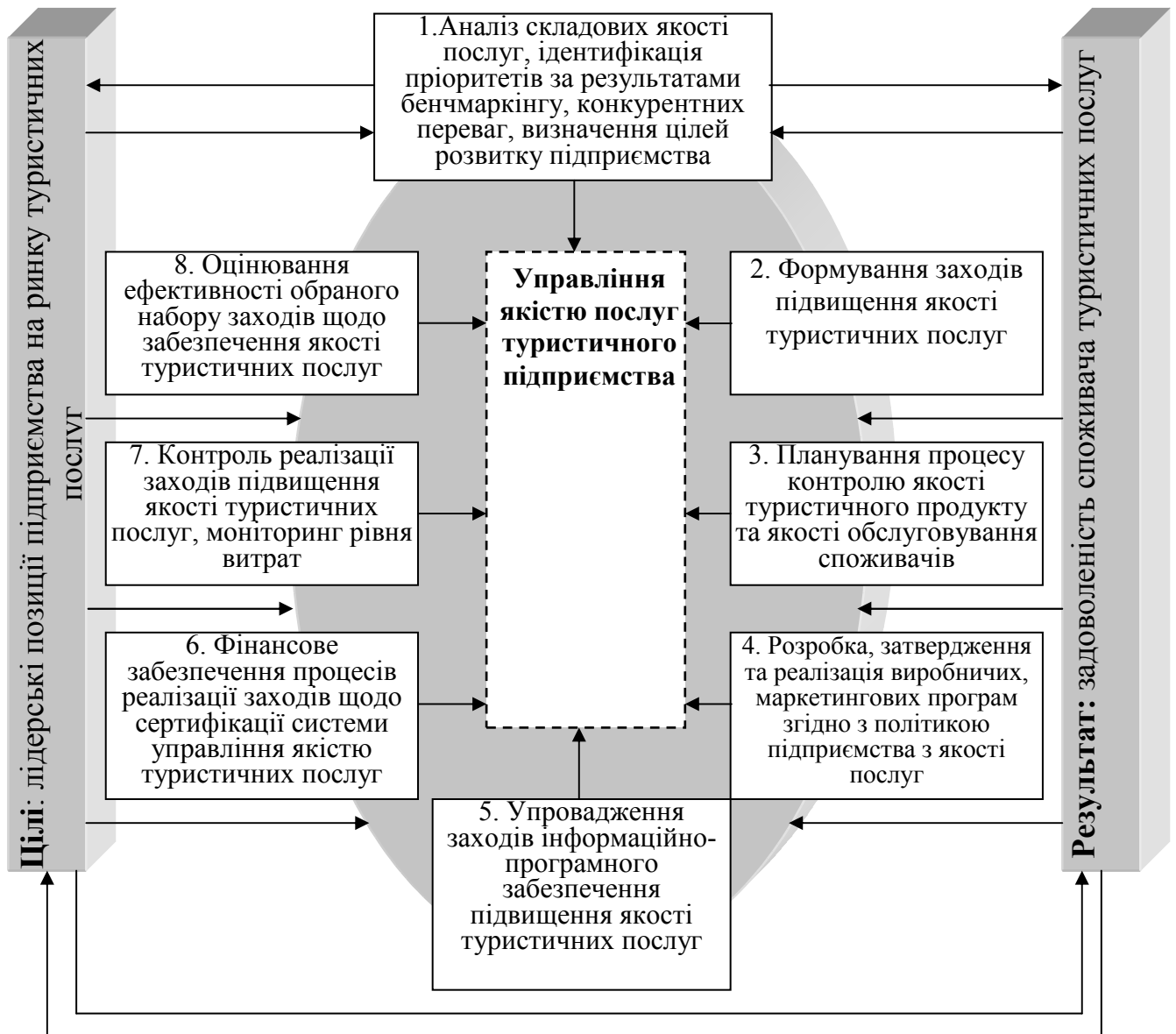


Рис. 1. Процесно-орієнтована модель формування системи управління якістю послуг туристичного підприємства

Джерело: розроблено автором

У роботі обґрунтовано, що впровадження процесно-орієнтованої моделі управління якістю туристичних послуг на підприємстві має бути узгоджено зі стратегічними цілями туристичного підприємства передусім за рахунок цілеспрямованої координації планування і реалізації виробничих програм, пов'язаних із діяльністю на рівні підприємства, на рівні ринку, які базуються на принципах якісного сервісу та задоволеності споживача. У сучасних ринкових

умовах на взаємовідносини підприємства, постачальників і споживачів впливає механізм сертифікації систем якості на відповідність стандартам серії ISO-9000.

Доведено, що задля сучасного управління та моделювання бізнес-процесів на аналізованому туристичному підприємстві, підвищення якості послуг у цілому необхідно впровадження спеціалізованого програмного продукту, розробленого виключно для потреб туристичної галузі. Визначено та обґрунтовано доцільність впровадження програмного комплексу, завдання якого створити сучасне робоче місце менеджерів офісу продажів і максимально автоматизувати всі внутрішньоофісні процеси в туристичному підприємстві, використовуючи новітні досягнення у сфері інформаційних технологій та якості менеджменту. Встановлено, що узгодженість між пріоритетними завданнями підприємства у сфері підвищення якості послуг та цілями загальної сукупності бізнес-процесів є умовою ефективного та перспективного розвитку підприємства. Процес управління підприємством повинен ґрунтуватися на прийнятті виважених управлінських рішень.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення актуальної наукової задачі щодо теоретико-методичного обґрунтування заходів підвищення якості послуг туристичних підприємств.

Проведене дослідження дало можливість зробити такі основні висновки та надати рекомендації щодо наукового та практичного використання здобутих результатів:

1. В умовах глобалізації ринків якість туристичних послуг стає не лише складовою конкурентоспроможності, а й необхідною передумовою формування попиту на послуги туристичних підприємств. Встановлено що головною орієнтацією підприємств галузі є спрямованість діяльності на постійне адаптування та вдосконалення сучасних методів оцінювання та підвищення якості послуг, формування моделей управління якістю послуг, впровадження міжнародних та національних стандартів менеджменту якості з метою забезпечення економічно-результативної діяльності туристичних підприємств.

2. На основі міжнародного досвіду та аналізу науково-теоретичних засад щодо підвищення якості туристичних послуг та визначення методів оцінювання автором сформовано узагальнену їх класифікацію, яка спирається на низку таких суттєвих ознак, як спосіб отримання інформації про якість послуги, джерела отримання інформації про об'єкт оцінювання, вибір системи показників та інші. Визначено, що в системі управління якістю важливу роль відіграє оцінювання якості окремих складових туристичної послуги.

3. У роботі доведено, що менеджмент якості інтегрує в собі всі базові функції управлінської діяльності як такої, тому його методологію можна розглядати як сукупність складових щодо оцінювання та підвищення якості послуг. З урахуванням основних моделей управління якістю послуг, що пропонують зарубіжні та вітчизняні дослідники, у дисертації аргументовано та виокремлено найбільш істотні складові власної моделі якості послуг туристичного підприємства,

які засновані на трьох компонентах: якість туристичного продукту, якість процесів обслуговування та якість функцій управління на підприємстві.

4. Сформовано систему показників і методичний інструментарій запропонованого автором підходу до оцінювання якості послуг туристичного підприємства з урахуванням наявності окремих її складових. Обґрунтовано, що якість туристичного продукту та якість обслуговування на туристичних підприємствах є латентними показниками, тобто показниками, що закриті для безпосереднього вимірювання, та описуваними множиною, так званих, ознак-симптомів. Встановлено, що коректні результати його оцінювання можуть бути отримані суто за допомогою методів порівняльного багатовимірного аналізу. На основі розглянутого алгоритму об'єднаної таксономії проведено порівняльний аналіз якості туристичного продукту по десяти туристичних підприємствах міста Одеси.

5. Запропоновано методика оцінювання та підвищення якості послуг туристичного підприємства на основі зіставлення їхнього рівня з вимогами національних і міжнародних стандартів, з показниками якості послуг лідерів організованого туристичного ринку. Обґрунтовано рекомендації щодо виконання такої роботи за допомогою метода самооцінки, під якою розуміється регулярна й систематична перевірка діяльності підприємства в галузі якості та її результатів із використанням моделі досконалості.

6. Доведено, що після аналізу відповідності якості своїх туристичних послуг вимогам національних і міжнародних стандартів туристичним підприємствам доцільно здійснювати їх порівняльну оцінку з якістю аналогічних послуг, які надають лідери ринку. Для формування заходів щодо підвищення якості послуг найкращим підґрунтям можуть бути результати дослідження за методикою бенчмаркінгу. Апробація результатів проведеного дослідження показала, що з метою підвищення якості туристичного продукту на аналізованому підприємстві можна сформулювати 120 комплексів і 57 комплексів-заходів щодо підвищення якості обслуговування.

7. Обґрунтовано системно-структурні аспекти формування та реалізації організаційно-економічного механізму концепції якісного сервісу та заходи щодо підвищення якості послуг туристичного підприємства «04», які побудовано на принципах процесного підходу: якість туристичного продукту – якість обслуговування споживачів – якість функцій управління. Розроблено процесно-орієнтовану модель формування системи управління якістю послуг, яка дозволяє розглядати дану систему управління якістю туристичних послуг як сукупність управлінських дій, що належать до різних бізнес-процесів у діяльності туристичного підприємства та найбільше впливають на якість послуг через відповідні методи їх оцінювання щодо подальшого поліпшення якості.

8. Встановлено, що узгодженість між пріоритетними завданнями підприємства у сфері підвищення якості послуг та цілями загальної сукупності бізнес-процесів є умовою ефективного та перспективного розвитку підприємства. Визначено, що для сучасного управління та моделювання бізнес-процесів на підприємствах, швидкості і якості обслуговування клієнтів необхідно впровадження

спеціалізованого програмного продукту, розробленого виключно для потреб туристичної галузі.

9. Визначено та обґрунтовано економічна доцільність упровадження програмного комплексу, завданням якого є створення сучасного робочого місця менеджерів офісу продажів і максимальна автоматизація всіх внутрішньоофісних процесів у туристичному підприємстві, використовуючи новітні досягнення у сфері інформаційних технологій та якості менеджменту.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділи в колективних монографіях:

1. Бедрадіна Г. К. Оцінка привабливості емісійних туристичних ринків на основі маркетингового стратегічного аналізу / Г. К. Бедрадіна // Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка. – Одеса: Астропринт, 2013. – С. 76-82 (0,30 д.а.).

2. Бедрадіна Г. К. Кількісні параметри та ефективність використання ринкового потенціалу організованого туризму / Г. К. Бедрадіна // Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – С. 123-142 (0,98 д.а.).

Статті у наукових фахових виданнях України:

3. Бедрадіна Г. К. Вибір і застосування методики оцінки якості послуг на туристичному підприємстві / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2008. – № 14 (70). – С. 60-70 (0,40 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,20 д.а.: розроблено наукові підходи щодо оцінки якості послуг на туристичному підприємстві.*

4. Бедрадіна Г. К. Оцінка якості менеджменту туристичної фірми на основі ключових економічних показників / Г. К. Бедрадіна // Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 40. – С. 9-13 (0,32 д.а.).

5. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Научно-практический журнал «Экономика Крыма». – 2010. – № 1(30) – С. 178-183 (0,36 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,18 д.а.: розроблено методичні підходи щодо аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві.*

6. Bedradina G. Methods of Definition of Tourism Product Quality/ G. Bedradina // Socio-economic Research Bulletin: Collection of scientific works – Odessa, 2011. – Issue 41. – P. 5-7 (0,13 д.а.).

7. Бедрадіна Г. К. Сучасні підходи до оцінювання якості послуг підприємств туризму / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2011. – № 20(145). – С. 50-59 (0,53 д.а.).

8. Бедрадіна Г. К. Оцінка рівня відповідності системи управління якістю послуг на туристичному підприємстві вимогам стандартів Європейського союзу / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський національний економічний

університет. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2012. – № 5 (157). – С. 96-106 (0,54 д.а.).

Статті у наукових виданнях інших держав та у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз даних:

9. Бедрадина А. К. Место сферы туризма в международной и национальной классификации товаров и услуг / А. Бедрадина, В. Герасименко, В. Павлоцкий // *Studia Uninersitatis Moldaviae. Seria « Stiinte exacle si ecomice »*. – 2015. – № 2 (82). – С. 120-124 (*Sherpa /Romeo, Cite Factor*). (0,50 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,17 д.а.: проведено аналіз видів економічної діяльності, які в сукупності формують сферу туристичних послуг.*

10. Бедрадина Г.К. Місце оцінювання в системі управління якістю на туристичних підприємствах / Г. К. Бедрадина // *Економіка та суспільство*. – 2016. – № 5.– Режим доступу до журналу: http://economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/23.pdf. (*Index Copernicus, Cite Factor*) (0,53 д.а.).

Статті в інших виданнях

11. Бедрадина Г. К. Визначення рівня якості менеджменту на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадина // *Збірник «Наукові праці МАУП»*. – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2011. – Вип. 1 (28). – С. 113-118 (0,18 д.а.).

Матеріали наукових конференцій

12. Бедрадина Г. К. Рекреационный потенциал курортной анимации как фактор повышения качества туристических услуг / Г.К. Бедрадина, С.Г.Нездойминов // *Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу : збірник наукових праць VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Святогірськ, 29 вересня– 1 жовтня 2006 р.)*. – Донецьк: ТОВ «Норд Комп'ютер», 2006. – С. 113-115 (0,15 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,08 д.а.: виділено чинники якості послуг курортної анімації.*

13. Бедрадина Г. К. Взаємодія виробника і споживача у формуванні якості туристичних послуг / Г. К. Бедрадина // *Проблемы и перспектива развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистров, аспирантов и молодых ученых (г. Донецк, 6-7 мая 2008 г.)* – Донецк: ООО «НОРД Компьютер», 2008. – С. 65-66 (0,12 д.а.).

14. Бедрадина Г. К. Моніторинг якості туристичного продукту у туроператорській діяльності / Г. К. Бедрадина // *Шляхи виходу України із світової фінансово-економічної кризи: матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Донецьк, 31 березня 2009 р.)* – Донецьк: ТОВ «ДЕГП», 2009. – С. 32-34 (0,12 д.а.).

15. Бедрадина Г. К. Управління якістю послуг туристичного підприємства на засадах бенчмаркінгу / Г. К. Бедрадина // *Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної*

конференції (м. Маріуполь, 25 вересня 2009 р.). – Маріуполь: МДГУ, 2009. – С. 40-42 (0,19 д.а.).

16. Бедрадіна Г. К. Методика оцінки якості туроператорської діяльності / Г. К. Бедрадіна // Розвиток туризму в період економічної кризи: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Донецьк, 13-14 квітня 2010 р.). – Донецьк: ТОВ «Цифрова друкарня», 2010. – С. 147- 148 (0,11 д.а.).

17. Bedradina G. Methodical Bases of Definition of Tourist Product Quality / G. Bedradina and V. Gerasymenko // Tourism: Economics and Business : Ist International Scientific-Practical Conference Proceeding (Batumi-Trabzon, 5-6 June, 2010). – Tbilisi: Publishing House «UNIVERSAL», 2010. – P. 358-360 (0,15 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,08 д.а.: визначено особливості оцінювання якості туристичного продукту.*

18. Бедрадіна Г. К. Експерес-аналіз якості готельного господарства крупного міста / Г. К. Бедрадіна // Управление развитием предпринимательства в современных условиях: материалы I международной научно-практической конференции (г. Севастополь, 6-9 октября 2010 г.). – Симферополь: «ДИАЙПИ», 2010. – С. 182-183 (0,11 д.а.).

19. Бедрадіна Г. К. Проблемні питання впровадження міжнародних стандартів в систему менеджменту якості туристичних підприємств / Г. К. Бедрадіна // Менеджмент підприємств: матеріали дев'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених, аспірантів і студентів з міжнародним участям (г. Симферополь, 11-12 апреля 2011 г.). – Симферополь: «ДИАЙПИ», 2011. – С. 304-306 (0,13 д.а.).

20. Бедрадіна Г. К. Особливості побудови системи управління якістю на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали першої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 18-19 жовтня 2012 р.). – Одеса: Атлант, 2012. – С. 69-70 (0,10 д.а.).

21. Бедрадіна Г. К. Оцінювання якості як інструмент забезпечення конкуренто-спроможності туристичного підприємства / Г. К. Бедрадіна // Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності : збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції (м. Черкаси, 2 грудня 2012 р.). – Черкаси: ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. – С. 92-95 (0,20 д.а.).

22. Бедрадіна Г. К. Квалітологія як актуальний науковий напрям дослідження сфери туризму / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти : збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Умань, 22 березня 2013 р.). – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2013.– С. 92-94 (0,16 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,08 д.а.: визначено сучасні методи кваліметрії щодо дослідження якості туристичних послуг.*

23. Бедрадіна Г. К. Визначення місця сфери туристичних послуг у стандартній міжнародній класифікації продукції / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко, В. Я. Павлоцький // Актуальні проблеми розвитку економіки в контексті глобальних

викликів : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю факультету міжнародної економіки (м. Одеса, 19-20 вересня 2013 р.). – Одеса: Атлант, 2013. – С. 254-256 (0,15 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,05 д.а.: проведено аналіз видів економічної діяльності сфери туристичних послуг, що формують міжнародній класифікатор продукції.*

24. Бедрадіна Г. К. Трансформація туристичної політики та її вплив на взаємовідносини туроператорів і турагентів / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко // Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кременчук, 30-31 жовтня, 2014 р.). – Кременчук: Видавець Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, 2014. – С. 237-240 (0,18 д.а.). *Особистий внесок здобувача 0,09 д.а.: визначено чинники трансформації туристичної політики в туроператорському секторі.*

25. Бедрадіна Г. К. Формирование управленческих целей, как этап создания системы качества на туристическом предприятии / Г. К. Бедрадіна // Управлінські науки в сучасному світі: матеріали I Наукової міжнародної конференції на честь доктора економічних наук, проф. Шкітної М.І. (м. Київ, 27 листопада 2014 р.). – Київ: Київський національний лінгвістичний університет, 2014. – С. 231-235 (0,20 д.а.).

26. Бедрадіна Г. К. Шляхи вдосконалення системи якості обслуговування в готельному бізнесі на прикладі готеля «Континенталь» м. Одеса / Г. К. Бедрадіна // Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (м. Черкаси, 8 грудня 2015 р.). – Черкаси: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – С. 203-207 (0,21 д.а.).

27. Бедрадіна Г. К. Бенчмаркінг, як метод оцінки якості послуг туристичного підприємства / Г. К. Бедрадіна // International scientific-practical conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies (Tbilisi, February 24, 2017). – Tbilisi, Georgia: Baltija Publishing, 2017. Part 1. – P. 135-138 (0,28 д.а.).

28. Бедрадіна Г. К. Сучасні аспекти якості обслуговування на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали шостої міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 р.). – Одеса: Атлант, 2017. – С. 44-46 (0,13 д.а.).

29. Бедрадіна Г. К. Сучасні підходи до трактування поняття «Туристична послуга» / Г. К. Бедрадіна // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 27 жовтня 2017 р.). – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. – С. 23-24 (0,18 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Бедрадіна Г. К. Теоретико-методичне обґрунтування заходів щодо підвищення якості послуг туристичних підприємств. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Одеський національний економічний університет, Одеса, 2018.

Дисертаційна робота присвячена обґрунтуванню теоретико-методичних засад та прикладних положень підвищення якості послуг туристичних підприємств, які є важливою складовою загальної системи управління підприємствами туристичної сфери. Узагальнено наукові підходи стосовно дослідження якості туристичних послуг та їхньої специфіки, систематизовано найважливіші з них щодо забезпечення підвищення якості послуг. Удосконалено методологічний підхід до оцінювання якості послуг туристичних підприємств з урахуванням наявності окремих її складових. Сформовано авторську методику оцінювання якості послуг туристичного підприємства на основі алгоритму об'єднаної таксономії, зіставлення їхнього рівня з вимогами національних і міжнародних стандартів та показниками якості послуг лідерів організованого туристичного ринку. Розроблено комплекс організаційно-економічних заходів з метою ефективного впровадження в практику туристичних підприємств концепції якісного сервісу та підвищення якості туристичних послуг, які побудовано на принципах процесного підходу.

Ключові слова: туристичне підприємство, туристична послуга, якість туристичних послуг, оцінювання якості, таксономічний метод, процеси обслуговування, функції управління, система управління якістю.

АННОТАЦІЯ

Бедрадина А. К. Теоретико-методическое обоснование мероприятий по повышению качества услуг туристических предприятий. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Одесский национальный экономический университет, Одесса, 2018.

Диссертация посвящена обоснованию теоретико-методических основ и прикладных положений повышения качества услуг туристических предприятий, являющихся важной составляющей общей системы управления предприятиями туристической сферы. Обобщены научные подходы к исследованию качества туристических услуг и их специфики, систематизированы важнейшие из них по обеспечению повышения качества услуг. Усовершенствован методологический подход к оценке качества услуг туристических предприятий с учетом наличия отдельных ее составляющих. Сформирована авторская методика оценки качества услуг туристического предприятия на основе алгоритма объединенной таксономии, сопоставления их уровня требованиям национальных и международных стандартов и показателям качества услуг лидеров организованного туристического рынка. Разработан комплекс организационно-экономических мероприятий с целью эффективного внедрения в практику туристических предприятий концепции качественного сервиса и повышения качества туристических услуг, построенного на принципах процессного подхода.

Ключевые слова: туристическое предприятие, туристическая услуга, качество туристических услуг, оценка качества, таксономический метод, процессы обслуживания, функции управления, система управления качеством.

ABSTRACT

Bedradina G. Theoretical and methodological substantiation of actions used to improve the quality of services of tourist enterprises. - Manuscript copyright.

Dissertation for the scientific degree of a Candidate of Economic Sciences, specialty 08.00.04 economics and management of enterprises (according to the types of economic activities). – Odessa National Economic University, Odessa, 2018.

The focus of this thesis is the substantiation of theoretical and methodological foundations and applied provisions of improving the quality of tourist agencies, which are an important component of the tourism industry entities overall management system.

The article summarizes the theoretical basis of the products quality essence as an economic category, which reflects the totality of products (processes or services) characteristics and determines the extent of their suitability for satisfaction of human needs according to their design, deepens the concept of “tourism services quality”, offers a classification criteria for the “tourism service” category and elucidates its characteristics as an important component of the tourism product composition. It is proven that the quality acts not only as a tourism service characteristics totality, but also sets it apart from other similar offerings on the market.

Proceeding from the international experience and analysis of scientific and theoretical approaches to the improvement of the tourism services quality and definition of assessment methods, the author establish their generic classification, which is based on a number of such essential features as the way of obtaining information about the services quality, choice of sources of information about the assessed object and indicators system, etc. It was determined that assessment of the quality of individual components of a tourism service plays an important role in the quality management system. The thesis proves that the quality management integrates all the basic functions of administrative activity as such, therefore, its methodology can be viewed as a set of components in assessment and improvement of the services quality. Taking into account the principal models of the services quality management offered by foreign and domestic researchers, the work argues and identifies the most important components of the author’s own model of the tourist company services quality, which are based on three components: the quality of the tourism product, quality of service processes and quality of management functions in the company.

It was established that the main orientation of the tourism industry enterprises is the fact that their activities are focused on continuous adaptation and improvement of the modern methods for evaluating and improving the services quality, forming the models of quality management and implementing the international and national standards of quality management to ensure the tourism enterprises cost-effective operation. Formed were a system of indicators and methodological toolset for assessment of a tourism enterprise services quality subject to the availability of their individual components. Based on the considered algorithm of the integrated taxonomy, a comparative analysis of the tourism products quality of ten tourist companies of Odessa was made. The author proposes a method of evaluating and improving the quality of tourist companies based on their level comparison with the national and international standards and service quality indicators of the leaders of the organized tourism market. It is proved that after the analysis of the tourism services quality compliance with the requirements of the national and international standards, it is expedient for the tourism companies to carry out their comparative

assessment with the quality of similar services provided by the market leaders. To define the measures for the services quality improvement, the best basis can be the results of a study by the benchmarking methods. The approbation of the results of the study showed that with the aim of improving the quality of the tourism product of the analysed company it is possible to generate actions aimed at improving the services quality.

Justified were the systemic and structural aspects of forming and implementing the organization and economic mechanism of the quality service concept and activities aimed at improving the quality of services provided by tourism company "04", which are built on the principles of the process approach: quality of the tourism product –quality of the customer service – quality of the management functions.

Developed was a process-oriented model of the quality management system formation, which allows considering the above-mentioned system of the tourism services quality management as a set of management actions belonging to various business processes in the activities of a tourist company and have the greatest impact on the quality of services through appropriate methods of their evaluation regarding further quality improvements. It was determined that the modern management and modeling of the companies' business processes, and the speed and quality of customer service require a specialized software product introduction, which is developed exclusively for the needs of the tourism industry. The paper substantiates the economic feasibility of implementing the program complex whose task is to create a modern workplace for managers of the sales office and automate all internal office processes of a tourism company with the use of latest achievements in the field of information technology and management quality.

Keywords: tourist enterprise, tourist service, quality of tourist services, quality assessment, taxonomic method, service processes, management functions, quality management system.