

УДК 65.012+338.48(075)

Шиманська В. В.

*к.е.н., викладач кафедри менеджменту,**Житомирська філія Київського інституту бізнесу та технологій*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В МЕЖАХ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Стаття присвячена розгляду теоретичних аспектів стратегічного управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України. Автором визначено сутність економічних категорій «якість» та «управління якістю», розглянуто мету стратегічного управління якістю в туризмі, виокремлено напрями стратегічного управління якістю. В статті виявлено недоліки у забезпеченні якості окремих складових туристичного комплексу України та запропоновано напрями їх усунення.

Ключові слова: туристичний комплекс, якість, управління якістю, стратегічне управління, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. У сучасних умовах посилення конкуренції на ринку (міжнародному та національному) і глобалізації бізнесу перед туристичними підприємствами стоїть завдання забезпечення конкурентоспроможності своїх послуг. Зауважимо, що ступінь спроможності туристичних підприємств «виживати» у конкурентній боротьбі багато в чому залежить від швидкості їх реакції на мінливі запити споживачів, постійного впровадження інновацій у процеси проектування нових послуг, їх просування на ринок та, відповідно, їх реалізації.

Кожному суб'єкту туристичного комплексу для успішної та ефективної роботи необхідно реалізувати запланований обсяг послуг, забезпечити їх низьку собівартість, дотримуватися установлених термінів при наданні послуг, домагатися необхідного рівня якості.

Слід зазначити, що в нашому розумінні туристичний комплекс тлумачиться як ресурсно-функціональна підсистема, що функціонує в межах системи національного господарства та забезпечує поліфункціональну взаємодію між підприємствами сфери

послуг, транспорту, пошти і зв'язку, торгівлі, готельного та ресторанного господарства, побутового обслуговування, реклами й інформаційних агентств, діяльність якої спрямована на задоволення потреб туристів у оздоровленні, відпочинку та наданні відповідної якості суспільно необхідних та регенеруючих послуг [9].

Поряд із цим, слід зауважити й наступне: формування туристичного комплексу на рівні країни передбачає раціональну його організацію на всій території та виконання багатьох загальних завдань суспільного поступу, а саме: 1) раціональне розміщення закладів туристичного комплексу по території з урахуванням природно-кліматичних умов, мінеральних, водних та інших природних ресурсів, історико-культурних ресурсів, туристично-географічного положення; 2) всебічне (комплексне) використання туристично-рекреаційних ресурсів; 3) встановлення оптимальних пропорцій між складовими туристичного комплексу; 4) досягнення оптимального поєднання між сферами спеціалізації, супутніми видами економічної діяльності та інфраструктурою; 5) розвиток сучасного транспорту, мережі доріг і всіх видів зв'язку, раціоналізація внутрішньорайонних та міжрайонних транспортних зв'язків; 6) забезпечення зайнятості населення та раціональне використання людських ресурсів; 7) збереження, охорона та покращення НПС на територіях масового туризму.

Необхідно відмітити, що реалізація зазначених завдань сприятиме створенню конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту та визначається нами як стратегічна мета розвитку туристичного комплексу України. Зауважимо також, що, на нашу думку, якісний його розвиток в цілому та окремих суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема, наразі потребує змін не тільки в структурі виробництва туристичного продукту, а й суттєвих змін в організації його виробництва.

Для забезпечення якості послуг, наданих туристичними організаціями, що функціонують в межах туристичного комплексу, потрібні не лише відповідна матеріальна база і зацікавлений, кваліфікований персонал, але й чітке управління якістю, що базується на сучасних концепціях. З цією метою, на нашу думку, необхідно сформувати стратегію, спрямовану на забезпечення задоволеності споживачів та поліпшення якості надаваних послуг з використанням системного підходу до його управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних проблем забезпечення якості послуг туристичного комплексу присвячені праці таких вчених як: Бедрадіна Г., Бігдан М., Денисенко М., Кифяк В.,

Мельниченко С., Саух І., Ткаченко Т., Чорненька Н., Школа І., Шульгіна Л. та ін. Розгляд механізмів стратегічного управління в своїх працях освічували такі науковці як: Алимов О., Амоша О, Демешок О., Кірдіна О., Кузьменко Л., Левицька І., Микитенко В., Хлобистов Є., Шкарлет С. та ін.

Формування цілей статті. Метою статті є висвітлення та аналіз теоретичних аспектів системи стратегічного управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України. Виходячи із зазначеної мети основними завданнями дослідження є: визначення сутності економічних категорій «якість» та «управління якістю», дослідження мети стратегічного управління якістю в туризмі, виокремлення напрямів стратегічного управління якістю в межах розвитку туристичного комплексу.

Виклад основного матеріалу. Сформований та формалізований туристичний комплекс будь-якої держави – є невід’ємною частиною світової економічної системи та однією із точок зростання економіки. За даними ЮНВТО, туристичний комплекс генерує кожне 11 робоче місце, його внесок у світовий ВВП складає 9%. При цьому, ідентифікується і суттєвий внесок туризму у формування ВВП України – однак, у зв’язку з певними статистичними невизначеностями – він, наразі, складає лише 2,0%. Зважаючи на економічне та соціальне значення туризму, ЮНВТО здійснено прогностичні розрахунки розвитку туристичних потоків та доходів від туризму на довгострокову перспективу. ЮНВТО представлено звіт «Tourism Towards 2030», що став продовженням дослідної роботи «Tourism 2020 Vision». Згідно прогностичним даним число туристських прибуттів у світі щорічно зростатиме (табл. 1). Поряд із вказаним, слід підтвердити, що Україна за оцінкою Всесвітньої туристичної організації при ООН займає 9-те місце в Європі за кількістю туристів, що відвідують країну (за даними 2013 р).

Незважаючи на те, що кількість туристів, які відвідали Україну 2014 року скоротилась вдвічі та склала 13,2 млн. осіб в порівнянні з 2013 роком (25,7 млн. осіб), Україна все ж таки залишається дестинацією цікавою для туристів з різноманітними напрямками туризму, відпочинку та рекреації. Саме тому питання підвищення якості туристичного продукту та формування стратегії управління якістю туристичних послуг в сучасних умовах набуває важливого значення.

Таблиця 1

Визначення прогностичних значень міжнародних туристських прибуттів

	Число міжнародних туристських прибуттів, млн. осіб				
	Фактичні дані			Прогнозні дані	
	1980	1995	2010	2020	2030
Світ	277	528	940	1,360	1,809
Африка	7,2	18,9	50,3	85,0	134,0
Америка	62,3	109,0	149,7	199,0	248,0
Азія і Тихоокеанія	22,8	82,0	204,0	355,0	535,0
Близький Схід	7,1	13,7	60,9	101,0	149,0
Європа	177,3	304,1	475,3	620,0	744,0
З них:					
Північноєвропейський регіон	20,4	35,8	57,7	72,0	82,0
Західноєвропейський регіон	68,3	112,2	153,7	192,0	222,0
Центральносхідноєвропейський регіон	26,6	58,1	95,0	137,0	176,0
Південноєвропейський регіон	61,9	98,0	168,9	219,0	264,0

Як вже зазначалось, підвищення якості продукції та послуг в межах розвитку туристичного комплексу України на сучасному етапі має важливе економічне, соціальне та науково-технічне значення як для конкретних організацій, так і для країни в цілому. Туристи, які задоволені обслуговуванням в готелях, ресторанах, бюро послуг, туристичних комплексах, стають їх активними пропагандистами. Вони часто відвідують ці місця, сприяючи збільшенню потоків туристів, створюючи високу репутацію вподобаним їм туристичним районам. Якість обслуговування в кінцевому рахунку сприяє підвищенню економічної ефективності туризму [5]. А, отже, поліпшення якості продукції та послуг сприяє підвищенню конкурентоспроможності організацій на внутрішньому і міжнародному ринку, що в кінцевому результаті призводить до стійкого розвитку економіки країни та інтеграції її в світову економіку.

Слід зауважити, що поняття якість є складною, комплексною, багатогранною категорією. Воно охоплює якість туристичних продуктів та супутніх послуг в сфері туризму, якість обслуговування та якість менеджменту на мезо-, макро- та мікрорівні.

Якість – це здатність об'єкта чи дії задовольняти вимоги особистого, виробничого чи суспільного порядку завдяки властивостям, які складають його споживчу вартість.

Якість послуг – це сукупність характеристик, що визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби людини [3].

Якість обслуговування – це сукупність властивостей послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби туристів [4].

Погоджуємося із думкою [6] в тому, що вимоги щодо забезпечення якості туристичних послуг включають: формування політики у сфері якості; організацію роботи з управління якістю; аналіз керівництвом функціонування системи якості; документальне оформлення системи якості; взаємодію зі споживачем туристичних послуг; розробку і ведення документації; управління процесами; контроль і оцінювання якості туристичної послуги; аналіз відповідності якості послуг вимогам споживачів; здійснення коригувальних дій.

Також вважаємо, що розвиток туристичного комплексу України та підвищення його конкурентоспроможності на світовому туристичному ринку обумовлено не тільки вдосконаленням функціонування туристичних підприємств, проте й діяльності всіх суб'єктів туристичної індустрії, задіяних в наданні якісного комплексного туристичного продукту, стану інфраструктури та ресурсів туризму, його екологічності та безпечності [1].

Відмітимо, що останній період, який стосується розбудови на теренах держави, певного типу, економіки, характеризується значним спадом головних макроекономічних показників, які є індикаторами економічного розвитку кожної країни. Зазначене спричинено, перш за все, світовою економічною кризою 2008-2009 рр., а також Європейською революцією на території України 2013-2014 рр. Ми переконані, що туристичний комплекс України – став, наразі, невід'ємною частиною економіки та управління національним господарством, негативні тенденції поширились і на цю сферу, а, отже, розвиток туристичного комплексу України зазнав нищівних втрат, знизилась його конкурентоспроможність.

Аналіз туристичного комплексу України за критеріями та показниками якості засвідчує, що а) інфраструктура туризму не відповідає її ресурсному потенціалу; б) інфраструктурні об'єкти потребують модернізації; в) необхідна реконструкція транспортної інфраструктури; г) існують недоліки в інформаційно-комунікаційних технологіях; д) недостатню якість природного середовища та низький рівень екологічної стійкості та безпечності туризму в Україні, що заважає ефективному використанню туристичного потенціалу та гальмує в'їзний туризм в Україні.

У цій відповідності, слід відзначити, що рівень конкурентоспроможності ТК досліджується щорічно Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ) у співпраці з

представниками Booz&Company, Deloitte, Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), Міжнародного союзу охорони природи (IUCN), Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) і Всесвітньої Ради з подорожей і туризму (WTTC). У результаті складається аналітичний звіт конкурентоспроможності та туристичної привабливості країн (TheTravel&TourismCompetitivenessReport) [11, 12, 13]. Для визначення конкурентного статусу країн у сфері надання туристичних послуг розробляють Індекс конкурентоспроможності туризму (ІКТ), який розраховується як середня арифметична величина з трьох субіндексів: 1) законодавчої бази туризму; 2) умов бізнесу та інфраструктури туристичного комплексу; 3) людських, культурних і природних ресурсів туризму. Так, якщо в 2009 р. в рейтингу країн за ІКТ Україна займала 77-е місце, 2011 р. – 85-е, то в 2013 Україна піднялась на 76 місце [11].

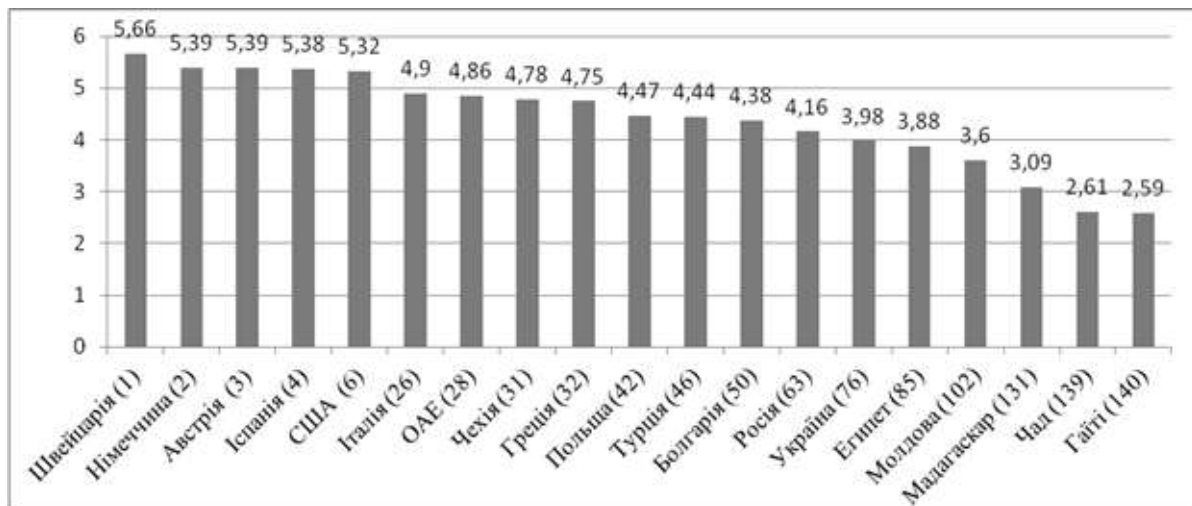


Рис 1. Ранжування та репрезентація рейтингу країн світу за ІКТ, 2013 р.

(приведено автором за свідченнями [10])

Визначені темпи й структурно-динамічні зрушення та, відповідного типу, прогрес є наслідком поліпшення позицій України за субіндексами: «Законодавча база туризму» – 60 місце, у 2011 році – 64; «Умови бізнесу та інфраструктура туризму» – 71 місце, у 2011 році – 76; «Людські, культурні і природні ресурси туризму» – 99 місце, у 2011 році – 118.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика показників складових ІКТ
України та Польщі 2009-2013 рр.

Складові індексу конкурентоспроможності туризму (ІКТ)	Польща			Україна		
	2009	2011	2013	2009	2011	2013
Субіндекс А. «Законодавча база туризму»						
Політичні норми і правила	75	61	84	114	107	114
Екологічні можливості	63	37	37	92	88	92
Безпека і захищеність	91	50	48	77	82	77
Здоров'я і гігієна	67	44	35	8	17	8
Пріоритетність туризму	82	98	96	84	101	84
Субіндекс В. «Умови бізнесу та інфраструктура туризму»						
Інфраструктура авіатранспорту	79	88	86	78	93	94
Наземна транспортна інфраструктура	68	78	66	73	74	72
Інфраструктура туризму	59	52	46	50	53	101
Інфраструктура зв'язку	41	44	41	70	68	119
Цінова конкурентоспроможність туристської індустрії	105	66	61	110	119	61
Субіндекс С. «Людські, культурні і природні ресурси туризму»						
Людські ресурси	56	43	45	65	68	68
Схильність до туризму	102	132	125	101	117	66
Природні ресурси	54	54	66	102	119	112
Культурні ресурси	21	17	18	80	86	88

Таблиця 3

Ідентифікація основних потенційно-факторних детермінант формування вимірів конкурентоспроможності туристичного комплексу України

Ключовий фактор	2013	2011	2009	Відх. 2013/ 2009, пт.	Ключовий фактор	2013	2011	2009	Відх. 2013/ 2009, пт.
1. Політичні норми і правила					8. Інфраструктура туризму				
надання переваг зарубіжним власникам	123	121	122	-1	кількість готельних номерів	94	113	107	+13
застереження майнових прав	131	135	123	-8	наявність великих компаній по оренді автомобілів	32	40	23	-9
заохочення прямих іноземних інвестицій	128	128	120	-8	наявність банкоматів, що приймають картки VISA	26	30	33	+7
візовий режим	101	87	91	-10	9. Інфраструктура зв'язку				
відкритість країни для двосторонніх угод про повітряне сполучення	114	108	105	-9	використання Інтернету бізнесом	80	76	44	-36
прозорість державної політики у сфері туризму	119	114	114	-5	кількість користувачів Інтернету	89	92	64	-25
час та витрати для відкриття бізнесу	92/21	90/53	76/44	-16/+23	кількість стаціонарних телефонів	44	45	49	+5
2. Екологічні можливості					ширококутний доступ до Інтернету	69	69	70	+1
жорсткість та ступінь регулювання екологічних норм	114/111	127/128	124/119	+10/+8	кількість абонентів мобільного зв'язку	43	37	14	-29
сталий розвиток туристичної індустрії	128	133	115	-15	10. Цінова конкурентоспроможність туристської індустрії				
викиди вуглекислого газу	98	93	89	-9	податки і збори в аеропортах	107	93	85	-22
концентрація твердих частинок у повітрі	26	27	33	+7	паритет купівельної спроможності	31	13	23	-8
зникаючі види флори і фауни	79	79	76	-3	оподаткування в країні	135	136	126	-9
ратифікація конвенцій по охороні природи	71	65	52	-19	рівень цін на паливо	44	49	68	+24
3. Безпека і захищеність					відносна вартість розміщення в готелі	110	115	114	+4
затрати бізнесу на боротьбу з	36	58	67	+31	10. Людські ресурси				

Таблиця 3

Ідентифікація основних потенційно-факторних детермінант формування вимірів конкурентоспроможності туристичного комплексу України

Ключовий фактор	2013	2011	2009	Відх. 2013/ 2009, пт.	Ключовий фактор	2013	2011	2009	Відх. 2013/ 2009, пт.
тероризмом									
надійність поліції	119	122	105	-14	кількість населення, що має початкову освіту	90	104	84	-6
кількість дорожньо-транспортних пригод	90	88	101	+11	кількість населення, що має середню освіту	48	48	50	+2
4. Здоров'я і гігієна					якість системи освіти	69	56	40	-29
кількість лікарів та лікарняних ліжок	25/4	30/3	29/3	+4/-1	локальна доступність спеціалізованих послуг з навчання та тренінгових послуг	97	84	66	-31
доступність засобів покращення санітарії	58	50	52	-6	ступінь підготовки кадрів	104	109	99	-5
доступність питної води хорошої якості	52	51	53	+1	практика найму та звільнення працівників	16	18	11	-5
5. Пріоритетність туризму					залучення іноземної робочої сили	58	64	106	+48
визнання урядом пріоритетності розвитку туристичної індустрії	126	130	125	-1	поширеність ВІЛ	107	109	110	+3
бюджетні витрати на туризм	38	38	36	-2	внесок бізнесу у боротьбу з ВІЛ/СНІДом	42	96	99	+57
ефективність маркетингу і брендингу для приваблення туристів	109	120	113	-4	середня тривалість життя в країні	93	96	95	+2
участь країни в міжнародних туристичних виставках	28	101	41	+13	12. Схильність до туризму				
6. Інфраструктура авіатранспорту					рівень відкритості для туризму	56	52	57	+1
якість інфраструктури	85	110	105	+20	ставлення населення країни до іноземних туристів	127	127	119	-8
внутрішні і міжнародні рейси:					можливість продовження термінів ділових поїздок	108	117	41	-67
внутрішній пасажиро-кілометраж	45	43	42	-3	13. Природні ресурси				

Таблиця 3

Ідентифікація основних потенційно-факторних детермінант формування вимірів конкурентоспроможності туристичного комплексу України

Ключовий фактор	2013	2011	2009	Відх. 2013/ 2009, пт.	Ключовий фактор	2013	2011	2009	Відх. 2013/ 2009, пт.
міжнародний пасажиро-кілометраж	59	64	59		кількість природних об'єктів світової спадщини	45	43	40	-5
вильоти на 1000 населення	84	90	93	+9	території, які знаходяться під охороною	115	108	103	-12
щільність мережі аеропортів	98	108	98		якість природного середовища	104	133	123	+19
кількість авіакомпаній	35	31	31	-4	всесвітньо відомі види флори і фауни	82	81	78	-5
мережа міжнародних авіасполучень	101	117	120	+19	14. Культурні ресурси				
7. Наземна транспортна інфраструктура					культурні об'єкти світової спадщини	63	73	65	+2
якість доріг	135	136	120	-15	кількість спортивних стадіонів	85	86	89	+4
якість інфраструктури залізниць і портів	24/74	25/94	30/87	+6/+13	кількість міжнародних ярмарок і виставок в країні	76	76	68	-8
якість національної транспортної мережі	51	37	42	-9	експорт у сфері культури і мистецтва	46	49	51	+5
густота мережі автодоріг	77	73	68	-9	Загальний рейтинг	76	85	77	+1

Визначені темпи й структурно-динамічні зрушення та, відповідного типу, прогрес є наслідком поліпшення позицій України за субіндексами: «Законодавча база туризму» – 60 місце, у 2011 році – 64; «Умови бізнесу та інфраструктура туризму» – 71 місце, у 2011 році – 76; «Людські, культурні і природні ресурси туризму» – 99 місце, у 2011 році – 118.

Як ми можемо побачити з рис. 1 Польща за індексом конкурентоспроможності туризму, а відповідно і за показниками якості випереджає Україну на 34 позиції за даними 2013 року. У таблиці 2 зображена порівняльна характеристика складових індексу конкурентоспроможності туризму України та Польщі за період 2009 – 2013 рр., яка демонструє, що здобутки Республіка Польща має кращу показники за 11 критеріями ІКТ з 14 можливих. Саме тому, на нашу думку, можливим є використання досвіду Польщі у формуванні напрямів розвитку туристичного комплексу України в цілому та забезпеченні якості туристичних послуг.

Як видно з таблиці 3 індекс конкурентоспроможності туризму включає такі складові якості туристичного комплексу як: а) якість інфраструктури авіатранспорту; б) якість освіти; в) якість доріг; г) якість інфраструктури залізниць і портів; д) якість національної транспортної мережі; е) якість природного середовища. До даного переліку, на нашу думку, слід долучити: якість медичного обслуговування, якість готельних та екскурсійних послуг, якість підготовки фахівців сфери туризму, якість закладів харчування та інших розважальних закладів та ін.

У зв'язку із переліченими недоліками у розвитку туристичного комплексу України та якості надання туристичних послуг в межах його функціонування виникає нагальна необхідність в створенні системи стратегічного управління якістю.

Управління якістю – це процес покращення усієї пов'язаної із об'єктом управління сукупності параметрів якості шляхом послідовного наближення їх характеристик до заданих з одночасним зниженням частоти та амплітуди їх коливань у межах цільових значень [8].

Управління якістю туристичного продукту, на нашу думку, має проводитись системно, тобто на національному рівні повинна функціонувати система стратегічного управління якістю послуг, що надаються, в контексті функціонування туристичного комплексу. Така система являє собою певний організаційно-економічний механізм з чітким розподілом повноважень та відповідності, нормативно-правовим забезпеченням, економічним підґрунтям, процедурами, процесами та ресурсами, які необхідні для

управління якістю туристичного продукту, що виробляється та реалізується на території України.

Метою стратегічного управління якістю (туристичного продукту, туристичної послуги, супутніх послуг, що забезпечують формування та реалізацію туристичного продукту, підготовки кадрів у сфері туризму), на нашу думку, а також реалізації зазначеного організаційно-економічного механізму є підвищення прибутковості та конкурентоспроможності того чи іншого підприємства туристичного комплексу (та, як наслідок, національного господарства) за рахунок підвищення не тільки якості продукції але й всіх супутніх процесів. Вважаємо, що задля розкриття і деталізації системи стратегічного управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України необхідно здійснити детальний опис та світоглядний і методологічний синтез сутнісного визначення базового категоріального апарату – певні викладки і дефініційні визначення ми представляємо у табл. 4.

Таблиця 4

Дефініційне визначення та світоглядно-методологічне трактування базового категоріального апарату стратегічного управління якістю

Стратегія управління якістю	Планування якості	Складова стратегії управління якістю, що направлена на встановлення цілей у сфері якості. Передбачає необхідні операційні процеси життєвого циклу туристичного продукту, супутніх робіт та послуг і відповідні ресурси для досягнення цілей в сфері якості
	Управління якістю	Складова стратегії управління якістю, яка направлена на виконання вимог до якості
	Забезпечення якості	Складова стратегії управління якістю, що направлена на створення впевненості, що вимоги до якості будуть виконані
	Покращення якості	Складова стратегії управління якістю, що направлена на збільшення здатності виконати вимоги до якості. Вимоги можуть відноситись до будь-яких аспектів таких як результативність, ефективність тощо

В зв'язку із вищезазначеним ми вважаємо, що на національному рівні повинні бути сформовані наступні положення в якості концепції стратегічного управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України:

- загальне підвищення якості продукції та послуг в якості національної ідеї;
- оволодіння методами управління якістю керівниками та фахівцями всіх рівнів управління;
- створення правових, економічних, соціальних та організаційно-технічних умов, що забезпечують організаційно-технічну можливість успішно вирішувати завдання у сфері якості;

– формування механізму захисту споживачів від недоброякісної продукції.

Висновки. Отже, забезпечення якості виробленої продукції та послуг у сучасних умовах розвитку туристичного комплексу України є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії, зокрема, та національного господарства в цілому. Доведено, що якість окремих складових туристичного комплексу України не відповідає світовим стандартам і зумовлює низький рівень його конкурентоспроможності. Система стратегічного управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу, на разі, має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня надаваних послуг в сфері туризму, удосконалення елементів виробництва супутніх послуг та впровадження національної системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему стратегічного управління якістю та бути затвердженими на національному рівні.

Список використаної літератури

1. Баєв В. В. Складові якості сфери туризму та їх оцінювання [Текст] В. В. Баєв // Ефективна економіка. – 2013. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2220>
2. Бондар В. П. Якість аудиту та фактори її підвищення / В. П. Бондар // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – №4 (46). – С. 22-27.
3. Господінова М. П. Підвищення якості туристичних послуг [Текст] М. П. Господінова, Д. Р. Жаворонкова, А. І. Шкробтак // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – №220. – С. 25-28.
4. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: Навчальний посібник. – К: Знання, 2011. – 351 с.
5. Мазур І. І. Управління якістю / І. І. Мазур, В. Д. Шапіро. – М: Вища школа, 2007; Орлов А. В. Менеджмент: учеб. / А. І. Орлов. – М.: Смарагд, 2010. – 298 с.
6. Мельниченко С. В. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах [Текст] / С. Мельниченко // Вісник КНТЕУ. – 2012. – № 1. – С. 24-33.
7. Саух І. В. До проблеми алгоритму формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту [Текст] Географія і туризм: національний та

міжнародний досвід / Матеріали VI міжнародної наукової конференції. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2012. – С. 341-346.

8. Сутність та аспекти управління процесом підвищення якості – передумови конкурентоспроможності та лідерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/qm/qm021.html>

9. Шиманська В. В. Організаційно-економічний механізм розвитку туристичного комплексу України в контексті євроінтеграції [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / Шиманська В. В.; Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів, 2014. – 20, [1] с.: табл.

10. Шиманська В. В. Дослідження чинників формування конкурентоспроможного туристичного комплексу України [Текст] / В. В. Шиманська // Актуальні проблеми економіки. – Київ: Вид-во Національної академії управління, 2012. – № 5 (131). – С. 132-140.

11. TheTravel&TourismCompetitivenessReport 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_CompetitivenessReport_2013.pdf

12. TheTravel&TourismCompetitivenessReport 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf

13. TheTravel&TourismCompetitivenessReport 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf

14. UNWTO TourismHighlights, 2013 Edition. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights_13en_lr_0.pdf

ШИМАНСКАЯ В. В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РАМКАХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Статья посвящена рассмотрению теоретических аспектов стратегического управления качеством туристических услуг в рамках развития туристического комплекса Украины. Автором определена суть экономических категорий «качество» и «управление качеством», рассмотрены цели стратегического управления качеством в туризме, выделены направления стратегического управления качеством. В статье выявлены недостатки обеспечения качества отдельных составляющих туристического комплекса Украины и предложены направления их устранения.

Ключевые слова: туристический комплекс, качество, управление качеством, стратегическое управление, конкурентоспособность.

SHIMANSKAYA V. V. STRATEGIC MANAGEMENT OF QUALITY OF TOURIST SERVICES IN THE FRAMEWORK OF THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST COMPLEX OF UKRAINE: THEORETICAL ASPECTS

Article is devoted to consideration of the theoretical aspects of strategic management of the quality of tourist services in the development of the tourist sector. The author defines the essence of the economic categories of "quality" and "quality management", the goal of a strategic quality management in tourism, outlines directions for strategic quality management. The article reveals the shortcomings in the quality of the individual components of the tourist complex of Ukraine and suggests directions for their elimination.

Keywords: tourist complex, quality, quality management, strategic management, competitiveness.