

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”**

10 жовтня 2023 р.

Київ
2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – ректор Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:

Семенець-Орлова Інна Андріївна – директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;

Каліна Ірина Іванівна – заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:

Дачій Олександр Іванович – завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Братусь Анна Анатоліївна – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Коваль Микола Іванович – завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Кришталь Галина Олександрівна – завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Кривоберець Марина Миколаївна – завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Мазур Юлія Володимирівна – декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 10 від 29.11.23)*

Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2023 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. 274 с.

ISBN 978-617-02-0389-2 (електронне видання)

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи в таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах цифровізації бізнесу.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Сахно Дмитро Сергійович Передумови реформування стратегії розвитку галузі залізничного транспорту	226
Семчук Дмитрій Володимирович Ринок поліграфічних послуг у світі	229
Середюк Катерина Володимирівна Акселерація та інкубація бізнесу: сутність та фактори вибору	232
Середюк Олена Володимирівна Бізнес-комунікації: сутність, основні елементи та методи застосування	234
Сєдова Аліна Геннадіївна Культурно-пізнавальний туризм у Румунії: перспективи розвитку	238
Скиба Ганна Іванівна Цифровізація облікових процесів в умовах сталого розвитку	240
Соломаха Валерія Юріївна Внутрішнє середовище туристичного підприємства та його елементи	243
Суцук Ольга Анатоліївна, Скиба Ганна Іванівна Облік виробничих витрат у поліграфії в умовах цифровізації бізнесу	246
Табаченко Данил Аркадійович Управлінські процеси в туризмі як засоби розвитку здоров'я та безпеки суспільства	250
Філіппов Іван Михайлович Управління персоналом торгових підприємств в умовах розвитку цифрових технологій	252
Цімошинська Оксана Валентинівна, Хіміч Св'яtosлав Володимирович Ефективність цифровізації для економіки України	254
Червінська Любов Петрівна Платформи цифрової праці: реалії, виклики	257
Шостак Вікторія Анатоліївна Система управління якістю туристичного підприємства	261
Школенко Оксана Борисівна, Мітряхін Роман Віталійович Маркетинговий інструментарій просування продукції вітчизняних підприємств	265
Шуляр Наталія Миколаївна, Шинкаренко Софія Ігорівна Відтворення ресурсної складової трудового потенціалу підприємства у повоєнний період	268
Яцюк Денис Юрійович Культурно-пізнавальний туризм у Польщі. Перспективи розвитку	270

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Система управління якістю обслуговування в процесі впровадження й удосконалення органічно взаємодіє з іншими соціальними й виробничими системами підприємств туристичної індустрії. У першу чергу це управління розробкою туристичного продукту (марш рути, тури), плануванням виробництва, технологічною підготовкою, матеріальними та фінансовими ресурсами, якістю праці, підготовкою кадрів тощо. Сукупно ці системи охоплюють усі сфери діяльності трудового колективу туристичного підприємства: виробничу, економічну, соціальну, технологічну та ін. [3].

При розробці системи управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві має бути забезпечено органічну, планову взаємодію усіх її підсистем на всіх етапах функціонування.

Основними з них є такі підсистеми управління [2]:

- планування туристичних маршрутів, турів, удосконалення програм обслуговування;
- застосування економічних методів господарювання з метою підвищення якості обслуговування туристів, агентів та контрагентів;
- технологічна та технічна підготовка матеріальної бази до обслуговування туристів;
- організація процесів надання послуг і виконання програм обслуговування;
- систематичне планування та проведення аудиту якості;
- інноваційна діяльність;
- підготовка, підвищення кваліфікації кадрів;
- упровадження заходів із забезпечення якості праці персоналу;
- соціальний розвиток трудового колективу.

Досягнення ефективності системи управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві не може бути забезпечено без використання різних форм конкретної участі й активного впливу обслуговуючого та управлінського персоналу на підвищення якості обслуговування туристів, туристичних агентів та контрагентів.

Провідним заходом з тотального управління якістю на туристичному підприємстві є створення груп якості як форми предметної участі працівників у вирішенні актуальних завдань з поліпшення якості туристичного обслуговування. Е. В. Ополченева вважає групи якості важливою системою управ-

ління якістю на туристично-рекреаційних підприємствах, які мають два основних напрями діяльності [4]:

- перший — підвищення якісного рівня процесів обслуговування клієнтів;
- другий — поліпшення умов праці.

Обидва напрями взаємозалежні, тому мають органічно поєднуватись.

При впровадженні системи управління якістю кожне туристичне підприємство має визначити цілі та політику з якості, поставити відповідні завдання із забезпечення стабільного, довгострокового характеру. Досягнення єдиних цілей підвищення якості має враховувати всі елементи та операції процесу комплексного обслуговування клієнтів, якості роботи всього трудового колективу [5].

Крім того, система управління якістю передбачає об'єднання цілого ряду взаємозалежних заходів щодо підтримки необхідного рівня якості реалізації програм туристичних маршрутів, турів, екскурсій на всіх стадіях “життєвого циклу” туристичного продукту. Тобто включати заходи з проектування, планування, організації роботи туристичного підприємства з обслуговування туристів та заходи з поліпшення їх задоволеності.

Всі заходи з управління якістю - організаційні, технічні, фінансово-економічні, правові, соціально-психологічні, виховні і т. д. мають бути об'єднані в єдиний, планово реалізований комплекс.

З огляду на необхідність поширення системних підходів в управлінні якістю туристичного обслуговування та оптимізації управлінських рішень з питань управління якістю туристичних послуг доцільним вбачається формування нормативно-методичної бази для планування, контролю, аналізу, обліку та стимулювання якості праці й обслуговування у сфері туризму.

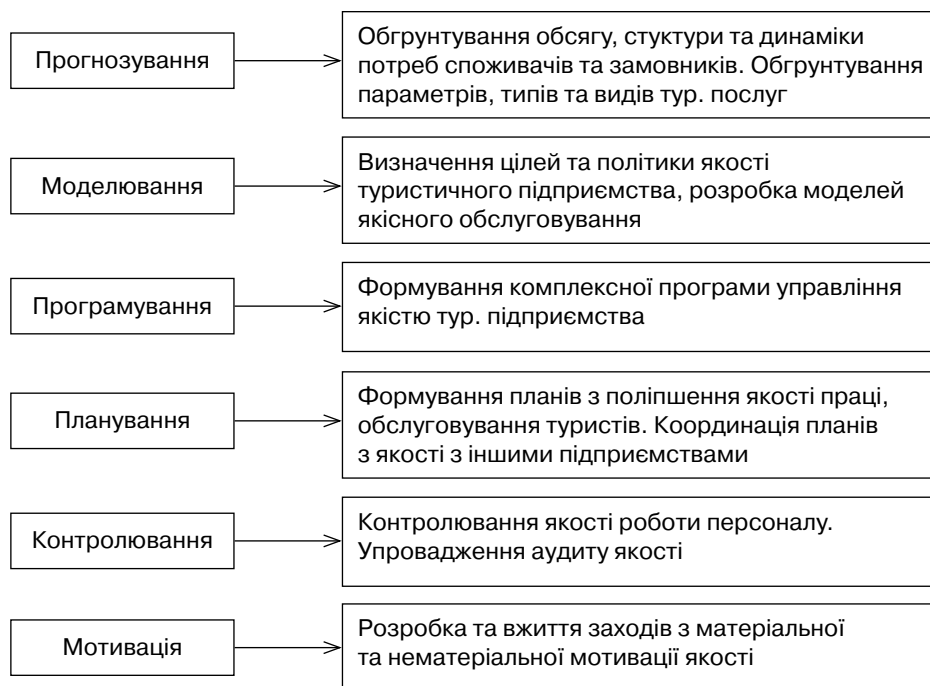
Сукупність усієї нормативно-методичної бази, нормативно-технічної документації має планомірно перерости в систему стандартизації у сфері туризму та туристичного підприємства.

Ефективність реалізації завдань управління якістю туристичного обслуговування має виступати критерієм науковості управління у сфері туризму, що дасть можливість визначити ступінь знання й використання законів і закономірностей управління якістю обслуговування на практиці.

Розвиток системи методів управління якістю туристичного обслуговування передбачає посилення координаційної діяльності відповідних підрозділів туристичних підприємств при вирішенні завдань із досягнення мети управління. На рисунку подано координацію функцій управління із загальними завданнями управління якістю туристичного обслуговування [4].

Система управління якістю обслуговування складається з безліч вхідних у неї блоків, що відрізняються входами, виходами і процесами, що інтегруються у загальний системний процес. У кожному блоці здійснюється управління приватним процесом за допомогою зворотного зв'язку. У цілому завдання системи зводиться до інтеграції конкретних завдань кожного блоку.

Система управління якістю являє собою погоджену робочу структуру, що функціонує на туристичному підприємстві, та має включати ефективні технічні й управлінські методи, що забезпечують найкращі і найбільш прак-



**Координація функцій управління із загальними завданнями управління
якістю туристичного обслуговування**

тичні способи взаємодії персоналу туристичного підприємства, його агентів, контрагентів та споживачів туристичних послуг [3].

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю.

Таким чином, здатність туристичних підприємств досягати своїх цілей, забезпечуючи конкурентоспроможність послуг, визначається діючою системою організації й управління — системою управління якістю.

Управління якістю туристичного обслуговування має проводитись системно, тобто на підприємствах — суб'єктах туристичної індустрії має функціонувати система управління якістю туристичних послуг. Така система являє собою організаційну структуру з чітким розподілом відповідальності, процедури, процесів та ресурсів, які необхідні для управління якістю туристичного продукту.

Світовий досвід сформував не тільки загальні ознаки діючих систем управління якістю, а й принципи та методи, які можуть застосовуватись у кожній із них. Якість послуг, що надаються туристичними підприємствами, залежить від сертифікації цих підприємств. Ст. 18 “Сертифікація та стандар-

тизація в сфері туристичної діяльності” Закону України “Про внесення змін до Закону України “Про туризм” говорить про те, що державна система стандартизації в сфері туризму спрямована на [4]:

- захист інтересів споживачів та держави у питаннях безпеки туризму, життя та здоров’я громадян, охорони майна та навколишнього середовища;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг у відповідності до вимог споживачів.

Активне і раціональне застосування у своїй діяльності стандартів (в першу чергу міжнародних) та сертифікатів якості економічно дуже доцільне для туристичних підприємств. Це дозволяє забезпечити необхідну якість продукції (послуг), організовувати налагоджений та безперервний технологічний процес, що, в кінцевому рахунку, приводить до подолання бар’єрів на зовнішніх ринках, встановлення більш високого рівня цін на туристичну продукцію (послуги), і в цілому підвищення рівня конкурентоспроможності туристичного підприємства на ринку туристичних послуг.

Література

1. Закон України “Про туризм” від 05.09.95 р. *Відомості Верховної Ради*. 1995. № 31 (зі змін., внесеними законом № 2608-VI (2608-1) від 19.10.2010 р.). С. 241–254.
2. Абрамова О. В. Управління якістю: класифікація витрат для забезпечення системи якості. *Бізнесінформ*. 2011. № 6. С. 82–85.
3. Астахов А., Хриплива Л. Система управління якістю — інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2011. № 4. С. 60–64.
4. Кривоберець М.М. Вплив сфери туристичних послуг на розвиток національної економіки. *Проблеми модернізації України* (12 листопада 2015 р.). Київ. Вип. 1. С. 399–403.
5. Левченко М. О. Тур як основний ринковий продукт. *Матеріали наук.-практ. конф. за міжнародною участю “Сучасні тенденції та суперечності розвитку світової економіки та бізнесу”*. К.: МАУП, 25 січня 2022 р. С. 322–327.