

підтримка та просування сайту не тільки дозволить відвідувачу (туристу) дізнатися детальну інформацію про фірму, але й підвищить рейтинг сайту та підніме його на лідируючі позиції пошукових систем.

Таким чином, у роботі розглянуто специфіку розробки та функціонування сайту туристичної компанії. Визначено набір спеціалізованих модулів сайту, що дозволить туристичним агентствам динамічно управляти ресурсами компанії та ефективно здійснювати інформаційну підтримку споживачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шаховалов Н.Н. Интернет-технологии в туризме: учебное пособие / Н.Н. Шаховалов; АлтГАКИ, кафедра информатики. – Барнаул: Изд-во АлтГАКИ, 2007. – 251 с.
2. WCDT Design Studio. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wcdt.com.ua>
3. SV Design – создание туристических сайтов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.toursite.kiev.ua>

#### **Васильєва С.І.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
Криворізький факультет  
Запорізького національного університету*

**Мурат Батихан**  
*General Manager,  
Sultan's Beach Hotel*

### **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

Проблема забезпечення якості завжди хвилювало людство. Історія управління якістю бере свій початок від виникнення виробництва товарів та послуг і пройшла ряд еволюційних етапів.

Сучасний етап розвитку українських підприємств характеризується позитивними змінами, головними з яких варто вважати послідовне прагнення поліпшити свої виробничо-економічні показники за рахунок реструктуризації систем

організації і управління, впровадження систем якості на базі міжнародних стандартів.

Питання в галузі управління якістю викладені у роботах таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як: Каліта П.Я., Бичківський Р.В., Звягінцева О.Б., Швець Ю.Ю., Векслер Е.М., Лапідус В.А., Бушуєв С.Д., Masaaki Imai, Shigeo Shingo, Phillip B. Crosby, В.Е. Демінг.

Наприклад, американський вчений Е. Демінг доводить, що чим вища якість, тим менші затрати. Е. Демінг одним з перших звернув увагу на організаційні аспекти управління якістю, роль вищого керівництва та управлінські аспекти забезпечення якості. Вагомим досягненням вченого було застосування системного підходу до проблем якості на виробництві.

Мета написання тез полягає в дослідженні стану управління якістю в організації як чиннику підвищення ефективності її діяльності.

Підготовка фахівців з проектування систем управління якістю є однією з найбільш актуальних проблем вищої освіти України.

У світі діяльність в сфері управління якістю уже набула стрімкого розвитку; виникла відповідна галузь науки та практики зі своїми специфічними концепціями, теоріями, методами і термінологією. Закономірно сформувалася потреба у фахівцях, що володіють сучасною концепцією якості, методами забезпечення й управління якістю. Адже сьогодні на великих і середніх підприємствах існують служби з якості, які нараховують десятки працівників, а на малих – повинен бути хоча б один фахівець з якості [1, с. 15].

Необхідним кроком до сучасного управління якістю є підготовка спеціалістів, здібних грамотно організувати роботу з проектування системи управління якістю (СУЯ).

У промислово-розвинутих країнах світу цьому питанню приділяється значна увага. Управлінню якістю навчають дітей у школах, студентів в вищих навчальних закладах, робітників на виробництві.

Якість є однією з основних категорій, що визначають спосіб життя, соціальну і економічну основу для успішного розвитку людини і суспільства. Якість – це об'єктивно існуюча сукупність властивостей та характеристик виробів, яка визначає виріб, як такий, що існує та відрізняє його від іншого.

Якість – це сукупність характеристик об'єкту, які стосуються його здатності задовольнити установлені й передбачені потреби [2, с. 59].

Система управління якістю продукції включає наступні функції:

1. Функції стратегічного, тактичного і оперативного управління.
2. Функції прийняття рішень, керуючих впливів, аналізу та обліку, інформаційно-контрольні.
3. Функції спеціалізовано-загальні для всіх стадій життєвого циклу продукції.
4. Функції управління з науково-технічних, виробничих, економічних і соціальних факторів і умов.

Якість продукції як економічна категорія тісно пов'язане з такою характеристикою, як споживча вартість. З точки зору економічної теорії споживча вартість розглядається як сукупність корисних властивостей товару, тобто його корисність; якість продукції відображає ступінь прояву споживчої вартості в конкретних умовах її використання. Тому якість нерозривно пов'язане з споживчої вартістю, однак не тотожне їй. Якість характеризує один або одночасно кілька властивостей споживчої вартості, а споживча вартість охоплює всю сукупність властивостей, у тому числі і не пов'язаних із задоволенням тієї чи іншої потреби, тобто є більш широким поняттям.

З точки зору використання сукупності споживчих властивостей продукції слід також розрізняти поняття «якість» і «корисний ефект». Якість – потенційна здатність товару задовольняти конкретну потреба, а корисний ефект – дійсна (фактична) здатність товару її задовольняти.

Показник якості продукції – це кількісна характеристика одного або кількох властивостей продукції, що становлять її якість продукції, розглянута стосовно певних умов її створення, експлуатації або споживання.

Слід приділити значну увагу, зосереджуючись на вивченні механізму реалізації встановлених функції в системі менеджменту якості. При цьому, перша частина цих функції належить до адміністративного управління якістю, а друга – до оперативного управління якістю.

Усі функції пов'язані між собою у вигляді «петлі якості» і в сукупності являють собою процес управління якістю в рамках всього підприємства.

Теоретичні матеріали і практичний досвід підприємств доводять, що діяльність щодо підвищення якості обов'язково веде до економічного успіху. Тому подібна активність повинна оцінюватися з позиції господарської корисності. Ще в 50-і роки була сформована концепція витрат, пов'язаних із якістю. Проте за її застосування виникає ряд проблем. Найістотнішою з них є оцінка прибутковості відповідних конкретних заходів.

Вплив заходів, пов'язаних із якістю, на збільшення прибутків і зниження витрат можна простежити за допомогою так званого ланцюжка успіху підприємства в галузі управління якістю. Збільшення прибутків досягається завдяки лояльності клієнта і його позитивній особистій комунікації з навколишніми, сприятливому розширенню збуту. Зниження витрат є результатом удосконалення виробничого процесу і попередження помилок.

Значення управління якістю для підприємства доведено багатьма емпіричними дослідженнями. Проте на практиці виявлено і ряд негативних прикладів підприємств, що не досягли успіху, не зважаючи на інтенсивну роботу з підвищення якості. Іншими словами, зусилля в галузі якості не завжди визначають економічний успіх [1, с. 3].

Висновки. Наявність стримуючих чинників зумовлює істотне зменшення можливості того, що вся сукупність зв'язків у наведеному на схемі ланцюжку матиме явно виражений лінійний характер. Не кожний захід в галузі якості обов'язково викликає зростання задоволеності клієнта пропорційно докладеним зусиллям, що, у свою чергу, підвищувало б його лояльність і забезпечувало б збільшення прибутку компанії.

Можна припустити, що заходи щодо підвищення якості призводять лише до невеликого збільшення прибутку або зниження витрат до конкретного моменту (або на визначеному рівні активності).

### **Список використаних джерел:**

1. Звягінцева О.Б. Значення управління якістю товару у маркетинговій діяльності підприємства / О.Б. Звягінцева // Економічний форум. – 2011. – № 2. – С. 14-19.
2. Швець Ю.Ю. Генезис теории менеджмента качества в условиях инновационного экономического развития / Ю.Ю. Швець // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 145-149.