

Профессиональное туристское образование

И. И. ОПОЛЧЕНОВ

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ УСЛУГ

*Рекомендовано
научно-методическим советом РМАТ
в качестве учебника*

Москва
«Советский спорт»
2008

УДК 651
ББК 65.050.2
О 60

*Серия основана в 2004 году
доктором педагогических наук, профессором И. В. Зориным*

Рецензенты

В. Р. Веснин, профессор, доктор экономических наук,
завкафедрой управления социально-экономическими
процессами Московского государственного
индустриального университета,

Е. Е. Филипповский, профессор, доктор экономических наук,
завкафедрой экономики туризма и гостеприимства РМАТ

Ополченев И. И.

О 60 Управление качеством в сфере услуг [Текст] : учебник /
И. И. Ополченев ; Российская международная академия
туризма. – М. : Советский спорт, 2008. – 246, [2] с. –
(Профессиональное туристское образование).

ISBN 978-5-9718-0331-7

В учебнике изложены основы теории управления качеством
услуг. Представлена концепция формирования конкурентоспо-
собности туристской услуги на основе обеспечения ее качества.
Рассмотрены стратегии совершенствования бизнеса туристской
организации с учетом специфики ее деятельности.

Для студентов, аспирантов и преподавателей вузов, а также
специалистов сферы туризма.

УДК 651
ББК 65.050.2

ISBN 978-5-9718-0331-7

© Российская международная академия
туризма, 2008
© Ополченев И. И., 2008
© Оформление. РМАТ, ОАО «Издатель-
ство “Советский спорт”», 2008

ПРЕДИСЛОВИЕ

Менеджер должен осознавать, что философия управления
организацией непрерывно изменяется. Если в первой половине
XX века, когда спрос на услуги был больше, чем предложение,
задача менеджеров сводилась к организации производства, на-
целенного на достижение установленных конечных объемов
предоставления работ (услуг), то в настоящее время, когда
предложение значительно превышает спрос, т. е. когда конку-
ренция предельно обострилась, главной заботой менеджеров
стало определение стратегий, обеспечивающих устойчивые кон-
курентные преимущества фирмы в условиях реально существ-
ующего рынка.

Конкуренция – это сложный и весьма чувствительный
механизм, реагирующий на любые изменения рыночных ожида-
ний, на сложившуюся рыночную ситуацию. Здесь у производи-
телей может быть только одна цель – достичь самых высоких
показателей в производстве услуг и предложить потребителям
наиболее привлекательную продукцию. Менеджмент выработал
несколько стратегий конкурентной борьбы, но главной страте-
гией, способной возвести непреодолимые для конкурентов ры-
ночные барьеры, является стратегия, основой которой является
качество.

Качество услуги это не только экономическая, но и нравст-
венная категория, относящаяся к числу важнейших показателей
деятельности организации в условиях перенасыщенного рынка
и преобладающей монополистической конкуренции. Повыше-
ние качества производственных процессов и, как следствие,
повышение качества производственной системы туристской
фирмы оказывает существенное влияние на интенсификацию
экономики, конкурентоспособность отечественных туристских
предложений, приносит потребителям блага.

Современная концепция управления деятельностью и развития
бизнеса хозяйствующего субъекта базируется на международ-
ных стандартах ISO 9000 и принципах TQM (Total Quality Mana-
gement – всеобщее управление качеством). Российские произво-
дители, широко использующие идеи Тейлора, основанные на

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Раздел 1. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ	5
Глава 1. Современные проблемы управления развитием организаций туристской сферы	9
1.1. Основные тенденции развития туристской сферы	11
1.2. Анализ конкурентности туристского рынка	34
1.3. Конкурентоспособность туристского продукта	52
Выводы по главе 1	60
Контрольные вопросы	62
Глава 2. Теоретические положения и стратегии управ- ления качеством в туристских организациях	64
2.1. Основные положения теории управления качеством	64
2.2. Концепция управления качеством в сфере туризма ...	82
2.3. Модель управления качеством в турорганизации на основе ISO 9000 и принципах TQM	104
Выводы по главе 2	112
Контрольные вопросы	114
Глава 3. Разработка стратегии внедрения системы каче- ства на принципах TQM в туристской фирме	115
3.1. Ключевые факторы внедрения TQM	115
3.1.1. Приверженность первого руководителя фирмы проблемам внедрения TQM	118
3.1.2. Создание организационной субкультуры вне- дрения TQM	122
3.1.3. Постепенное поэтапное внедрение TQM	127
3.2. Практическое усовершенствование производствен- ной системы на основе принципов TQM в целях по- вышения ее конкурентоспособности	129
Выводы по главе 3	138
Контрольные вопросы	140

Глава 4. Статистическое регулирование, анализ и управ- ление производственными процессами в орга- низации	141
4.1. Измерения и оценки в сфере услуг	141
4.2. Методы статистического регулирования производ- ственных процессов	145
4.2.1. Контрольная карта	148
4.2.2. Причинно-следственная диаграмма	150
4.2.3. Диаграмма Парето	151
4.2.4. Гистограмма	154
4.3. Совершенствование управления производственными процессами	155
Выводы по главе 4	162
Контрольные вопросы	162
Раздел 2. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГИ	163
Глава 5. Концепция создания и развития конкуренто- способной услуги на основе ее качества	167
5.1. Сущность туристской услуги	167
5.2. Потребительский спрос национального рынка	172
5.3. Разработка идеи туристского продукта	175
5.4. Взгляды на туристский продукт	179
5.5. Составляющие туристского продукта с позиции по- требителя	182
5.5.1. Функциональные показатели и потребительские свойства	182
5.5.2. Марка продукта	184
5.5.3. Имидж продукта	186
5.5.4. Гарантии продукта	190
5.5.5. Структура продукта с позиции потребителя	192
Выводы по главе 5	193
Контрольные вопросы	194
Глава 6. Инновационные технологии формирования качества туристской услуги в соответствии с потребительскими ожиданиями	195
6.1. Стратегия создания нового продукта	197
6.2. Сущность функционального подхода	199
6.3. Построение функциональной модели туристской услуги	201

6.4. Оценка значимости функций туристского продукта ..	203
6.5. Оценка функциональной организованности туристского продукта и эффективности реализации его потребительских свойств	207
6.6. Оценка эффективности реализации потребительских свойств туристской программы	210
Выводы по главе 6	218
Контрольные вопросы	219
Глава 7. Стратегия совершенствования бизнеса туристской организации	220
7.1. Сертификация системы менеджмента качества организации	220
7.2. Развитие портфеля туристских предложений	229
7.3. Возможные стратегии конкурентной борьбы на основе качества продукции	235
7.4. Изучение мировых эталонов (бенчмаркинг) как фактор повышения конкурентоспособности организации	237
Выводы по главе 7	240
Контрольные вопросы	241
Литература	242

Учебное издание

Ополченев Иван Иванович

**УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ
В СФЕРЕ УСЛУГ**

Учебник

Подготовлено к изданию
редакционно-издательским центром РМАТ
Директор центра *Л. С. Плахова*
Редактор *Е. А. Семина*
Корректор *Н. А. Гатилова*
Компьютерная верстка *Д. В. Рябов*
Художник *Е.А. Ильин*

Подписано в печать 25.06.2008 г. Формат 60×90¹/₁₆.
Печать офсетная. Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 15,5. Уч.-изд. л. 16,0. Тираж 1000 экз.
Изд. № 1333. С–52. Заказ №

ОАО «Издательство “Советский спорт”».
105064, г. Москва, ул. Казакова, 18.
Тел./факс: (495) 267-94-35, 267-95-90.
Сайт в Интернете: www.sovsportizdat.ru
E-mail: sovsport@mail.tascom.ru

Отпечатано с готовых диапозитивов
в ПФ «Полиграфист».
160001, Вологда, ул. Челюскинцев, 3.
Тел. (8172) 72-55-31