

ПРЕИМУЩЕСТВА ЗА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ СЕРТИФИЦИРАНЕТО ИМ ПО ISO 9001

Гл. ас. д-р Любка Илиева

Резюме

Глобализацията и свободното движение на стоките и услугите поставят българските предприятия пред нови възможности за постигане на конкурентно предимство, базирано на качеството. Проучването на този проблем в икономическата практика е особено актуално, като се има предвид превесът на сектора на услугите в националната икономика и сложността от поддържането на постоянно качество в обслужването.

Основната цел на настоящото изследване е, на база ретроспективен и ситуационен анализ на разпространението на сертификацията по ISO 9001, да се изведат основните ползи от стандарта за бизнеса и съответните преимущества, които може да донесе за туристическите предприятия.

За постигането на така поставената цел се решават следните **изследователски задачи**: изследване на разпространението на стандарта ISO 9001 по икономически сектори; анализ на ползите от внедряването на стандарта за българските предприятия; представяне на основните инструменти за осигуряване качеството на туристическите услуги; извеждане на потенциалните преимущества от сертифицирането по ISO 9001 за туристическия бизнес.

Резултатите от проучването показват, че ISO 9001 е: най-разпространеният сред сертификационните стандарти на ISO; ясно разпознаваем знак за качество сред бизнеса; адаптиран за всеки бизнес; носи реални ползи за организациите; може да се прилага от туристическия бизнес.

Получените резултати от изследването доказват **авторовата теза**, че сертифицирането по най-разпространения международен стандарт предоставя редица преимущества за бизнеса, които могат да се използват и от туристическия бизнес.

Ключови думи: качество, сертификация, система за управление на качеството, ISO 9001, туризъм.

JEL: L83.

BENEFITS FOR TOURISM ENTERPRISES FROM THEIR ISO 9001 CERTIFICATION

Head Assist.Prof.Lyubka Ilieva, PhD

Abstract

Globalization and free movement of goods and services put new opportunities for Bulgarian businesses to achieve a competitive advantage based on quality. The study of this problem in the economic practice is especially relevant, considering the predominance of the service sector in the national economy and the complexity of maintaining a consistent quality of services.

The main objective of the present study is to highlight the key benefits of the business standard and the relative advantages it can bring to tourism businesses, based on a retrospective and situational analysis of ISO 9001 certification.

In order to achieve this goal, the following **research tasks** are solved: study of the distribution of ISO 9001 standard by economic sectors; analysis of the benefits from introduction of the standard for Bulgarian enterprises; presentation of the main tools for ensuring the quality of tourist services; exploiting the potential benefits of ISO 9001 certification for tourism business.

The results of the study show that ISO 9001 is the most common among ISO certification standards; it is a clearly recognizable sign of quality among businesses; it is adapted for every business; brings real benefits to organizations; can be applied in the tourism business.

The results obtained from the study prove the **author's thesis** that certification under the most common international standard provides a number of business benefits that can also be used in the tourism business.

Keywords: quality, certification, quality management system, ISO 9001, tourism.

JEL: L83.

Увод

Въпросите за качеството вълнуват човечеството от древни времена, затова няма да е преувеличено да се каже, че разбирането за него съществува от времето, когато първият продукт е бил продаден или първата услуга е била предоставена. Още от Древността се трупа потребителският опит, който провокира потребителското търсене да се ориентира към висококачествени стоки и услуги, отчитайки, че покупката на стоки и ползването на услуги с ниска цена е за сметка на качеството им.

Глобализацията, динамичното развитие на пазарите и свободното движение на стоките и услугите налагат пред българските предприятия

необходимостта да търсят нови възможности за постигане на конкурентно предимство, базирано на качеството. Проучването на този проблем и неговото приложение в икономическата практика е особено актуално, като се има предвид превесът на сектора на услугите в националната икономика и сложността от поддържането на качествено предоставяне на услуги от българските предприятия.

Според данни на Националния статистически институт (НСИ, 2018) за 2016 г., над 90% от активните предприятия в страната са от секторите на услугите, което налага изследването на възможностите за осигуряване и поддържане качеството на услугите.

Развитието на икономика, базирана на услугите, налага търсенето на сектори, които носят реални доходи за платежния баланс, а един от тях е туризмът. Това провокира държавното управление да го развива като приоритетен отрасъл и да търси възможности за повишаване на приходите от него чрез осигуряване на качествено обслужване. В тази връзка поддържането на качество в туристическото предлагане е свързано с категоризирането на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, лицензирането на туроператорите и туристическите агенти.

В дългосрочната визия на Министерството на туризма е поставен фокусът върху качеството чрез търсене на възможности за доброволна сертификация на туристическите предприятия. Сертифицирането по световно признати или национално разпространени стандарти, маркировки и знаци в туризма налага реорганизиране на дейността на туристическите предприятия, значителни инвестиции на време и средства, специфични знания и умения на мениджърските екипи и популяризиране на получените знаци за качество.

Алтернатива на този тип осигуряване на качеството на туристическите продукти и обслужване предоставят изграждането, внедряването и сертифицирането на Система за управление на качеството (СУК) по ISO 9001. Стандартът дава възможност на туристическото предприятие да изгради система за управление на качеството, която е съобразена с неговата дейност и технология за обслужване, да получи знак за качество, който е световно признат и наложен сред бизнеса и потребителите.

В тази връзка **предмет на изследване** са ползите, които носи сертификацията по стандарта ISO 9001, а негов **обект** са предприятията, които са внедрили и сертифицирали собствена СУК.

Очертаните предмет и обект на изследване са свързани с **основната цел на настоящото проучване**, а именно, на база ретроспективен и ситуационен анализ на разпространението на сертификацията по ISO 9001, да се изведат основните ползи от стандарта за бизнеса и съответните преимущества, които може да донесе за туристическите предприятия.

За постигането на така поставената цел се решават следните **изследователски задачи**:

- изследване на разпространението на стандарта ISO 9001 по икономически сектори;
- анализ на ползите от внедряването на стандарта за българските предприятия;
- представяне на основните инструменти за осигуряване качеството на туристическите услуги;
- извеждане на потенциалните преимущества от сертифицирането по ISO 9001 за туристическия бизнес.

Получените резултати от изследването доказват **авторовата теза**, че сертифицирането по най-разпространения международен стандарт предоставя редица преимущества за бизнеса, които могат да се използват и от туристическия бизнес.

За постигане на поставената цел и решаване на изследователските задачи в научното изследване се извършват теоретични и практико-приложни изследвания на разпространението на сертификацията по стандарта ISO 9001 и ползите, които носи за сертифицираните организации чрез научноизследователски метод, методите на анкетното проучване, наблюдението и анализа. Методиката на изследването включва теоретично проучване на основните инструменти за осигуряване качеството на стоките и услугите в лицето на световно признати системи за управление. На следващ етап се проучва практическото разпространение на сертификацията по стандарта ISO 9001 сред предприятията в различните сектори на икономиката в световен и национален мащаб. На база анкетно проучване на предприятията, внедрили СУК, се анализират отчетените ползи от сертифицирането и поддържането на сертификацията по ISO 9001. В края на изследването се извеждат потенциалните преимущества, които може да донесе внедряването и сертифицирането на СУК по стандарта ISO 9001 за туристическите предприятия.

1. Изследване разпространението на стандарта ISO 9001 в световен и национален мащаб

Необходимостта от постигане на високо и постоянно качество на стоките и услугите провокира изследователите да търсят решения на основните проблеми, свързани с това. Качеството е обект на изследване от много науки, но техните предмети изследват или индивидуални свойства, или групи от свойства. В резултат на тези изследвания се появява науката, изучаваща качеството, а именно квалитологията, която изследва качеството на обектите и явленията, които са навлезли най-масово в обкръжаваща човешка среда и му въздействат най-силно (Рибов, 1999, стр. 7). Квалитологията може да се разглежда като система от обективни знания, създаваща възможност за описание, обяснение и прогнозиране на явленията,

свързани с качеството на живота, труда и резултатите от него (Рибов, 1999, стр. 25). Или **квалитологията може да се разглежда като наука за качеството на обектите и процесите, създавани от човека.**

Има дори по-широко разбиране за качеството като фундаментална категория, която определя начина на живот, социалната и икономическа основа за успешното и хармонично развитие на човека и обществото. С други думи качеството на дейността на организацията днес не може да бъде признато за високо или дори задоволително дори ако качеството на стоките и услугите е безупречно, ако качеството на живот на служителите в организацията е лошо.

В икономическата литература категорията „качество“ се разглежда в стойностен аспект, отразяващ зависимостта между всички продукти на труда и осъществяваните процеси с обществените потребности, със социалните и производствените възможности, с личните и производствените потребности, със социалните и държавните норми и закони (Костов, 2007, стр. 7-10).

Изследването на научните постановки показва, че науката за качеството на стоките и услугите и неговото управление се появява сравнително скоро. Теорията за управление на качеството, в пълния му смисъл, бележи своето върхово развитие през 70-те години на XX век (Субетто, 2017). Осъзнаването на значението му, и до голяма степен приоритизирането му, е в резултат на засилената конкуренция в относително наситените световни пазари през втората половина на XX век особено във времената на икономически кризи и рецесии (Василев, 2008, стр. 11).

От представените теоретични схващания за качеството и неговото управление може да се обобщи, че **качеството** в съвременния смисъл на думата е концепция за системата, засягаща всички аспекти на дейността на организацията, а не само техническите и потребителските характеристики на стоката или услугата, които могат да задоволят и оправдаят очакванията на клиента. **Управлението на качеството** следва да обхваща всички процеси в организацията, от развитието на мисията на компанията, методите за мотивирането на персонала, маркетинговата стратегия до връзките с доставчици, клиенти и обществото като цяло. **Системата за управление на качеството** в една организация определя такова управление, с което се гарантира на клиентите едно постоянно качество, безопасност и сигурност на предлаганите стоки и услуги, в съответствие с приложимите нормативни изисквания, независимо от количеството и срока за изпълнение (Стефанов, 2001). Системата за управление цели непрекъснато повишаване на удовлетвореността на клиента и заинтересованите страни.

Възприемането на качеството като съответствие го свързва с понятието „стандарт“. Стандартите са средство за оценяване и доказване на съответствието на стоките и услугите, като подпомагат бизнеса, осигурявайки му международно хармонизирани и признати изисквания, които да прилага за установяване и оценка на компетентността на персонала, ка-

чеството на стоките и услугите, ефикасността и ефективността от използването на ресурсите и технологиите (International Organization for Standardization, 2018). Стандартите предлагат насоки и инструменти за организациите, които се стремят към постоянно качество в производството и обслужването и желаят да гарантират пред заинтересованите страни, че техните продукти и услуги постоянно отговарят на потребителските изисквания.

Най-голямата организация, ангажирана с разработването и популяризирането на международните стандарти, е **Международната организация по стандартизация (ISO)**. Историята на ISO започва през 1946 г., когато делегати от 25 страни се срещат в Института на строителните инженери в Лондон и решават да създадат нова международна организация за улесняване на международната координация и унифициране на индустриалните стандарти (Станимирова, 2015, стр. 156). На 23 февруари 1947 г. официално започва дейността си и оттогава до днес публикува над 22 385 международни стандарта, обхващащи почти всички аспекти на технологиите, производството и услугите. Днес в нея членуват национални органи по стандартизация от 165 държави и работят 786 технически комитета и подкомисии, които разработват стандарти. Чрез своите членове тя обединява експерти, които споделят знания и разработват доброволни, основаващи се на консенсус, свързани с пазара международни стандарти, които подкрепят иновациите и осигуряват решения на глобалните предизвикателства (International Organization for Standardization, 2018).

Най-популярният стандарт е **ISO 9001** „Система за управление на качеството“, която е включена в групата от стандарти ISO 9000. Сертифицирането по тези стандарти дава допълнителна увереност на предприемачите, че не само са постигнали необходимото качество в дейността си, но и че независима страна – органът за сертифициране на качеството – е проверил това. Сертификатията реално е писмено уверение, издадено от трета (независима) страна, че даден продукт или услуга, процес, персонал, организация или система за управление е в съответствие с определени изисквания (Георгиева, Еф. и кол, 2014, стр. 3).

Други стандарти за изграждане и сертифициране на системи за управление, които ISO разработва, са:

- **ISO 14001** „Системи за управление на околната среда“ – определя изискванията към системата за управление на околната среда, която може да се интегрира с други изисквания за управление, за да подпомогне организациите за достигане както на икономическите, така и на целите, свързани с околната среда.

- **ISO/IEC 27001** „Системи за управление на сигурността на информацията (ISMS)“ – това е подход, който приоритетно цели управление на поверителността, целостта и наличността на информацията в дадена компания.

- **ISO 50001** „Системи за управление на енергията – Изисквания за прилагане“ – има за цел да подпомогне организациите в определянето на системите и процесите, необходими за подобряване на енергийните характеристики, вкл. енергийната ефективност, използването и потреблението на енергията. Прилагането на този стандарт цели намаляване на емисиите на парникови газове и други свързани въздействия върху околната среда и на енергийните разходи чрез систематично управление на енергията.

- **ISO 22000** „Системи за управление на безопасността на хранителните продукти“ – дефинира изискванията към системата за управление на безопасността на храните в хранителната верига.

- **ISO 13485** „Медицински изделия. Системи за управление на качеството. Изисквания за целите на нормативните актове. Техническа поправка 1 (ISO 13485:2003 + COR.1:2009)“ – съдържа специфични изисквания към системите за управление на качеството на организациите, които произвеждат медицински изделия и свързаните с тях услуги. Стандартът допълват техническите изисквания към продуктите.

- **ISO 22301** „Сигурност на обществото. Системи за управление на непрекъснатостта на дейността. Изисквания“ – има за цел да изгради система за управление на непрекъснатостта на бизнеса, в частност, минимализиране на рисковете и загубите от слабости в дейността на организацията. Стандартът описва основните елементи на управлението на непрекъснатостта на бизнеса: планиране, разработване, внедряване, функциониране, мониторинг, преглед, анализ и непрекъснато усъвършенстване. Изискванията на стандарта са предназначени да допринесат за: непрекъснатостта на дейността на организацията, за защита и намаляване вероятността от поява на инциденти, подготовка за реакция и възстановяване при възникване на разрушителни инциденти.

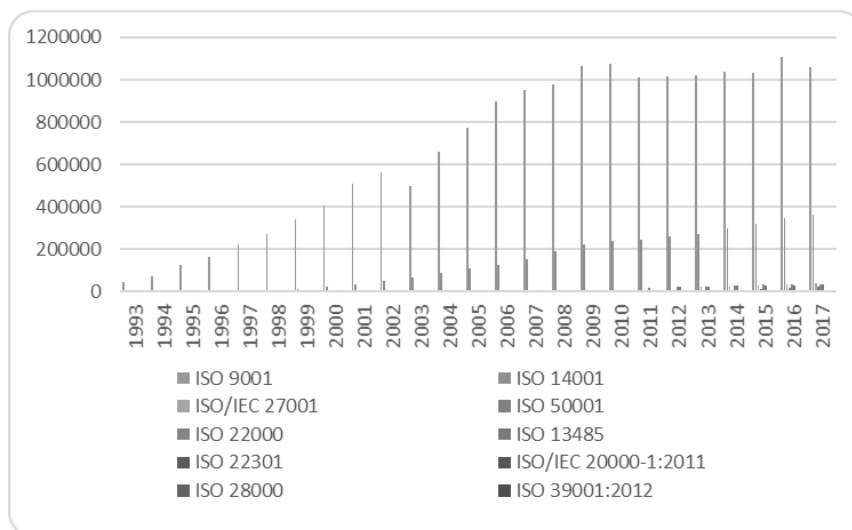
- **ISO/IEC 20000** „Информационни технологии – Управление на услугите“ – разработен е с цел повишаване качеството на услугите в ИТ сектора. Стандартът намалява оперативния риск, удовлетворява договорните изисквания и демонстрира качеството на предоставяните услуги на оптимизирана цена. **ISO/IEC 20000-1** е стандарт за система за управление на услугите. Той определя изискванията за доставчика на услуги, за планирането, създаването, внедряването, оперирането, а след това наблюдението, преразглеждането, поддръжката и подобряването на тази система.

- **ISO 28000** „Изисквания за системите за управление на сигурността на веригата за доставки“ – цели подобряване сигурността на веригата на доставки в организацията чрез оценка на сигурността на работната среда, анализ на въведените мерки за сигурност и допълнителните нормативни изисквания, които трябва да изпълнява организацията. Стандартът повишава нивото на сигурност в цялата верига на доставки на стоки,

транспортни средства и транспортна инфраструктура от потенциални заплахи от кражба, контрабанда, тероризъм.

От представените системи с най-широко приложение в туризма е ISO 9001, тъй като може да се прилага от всички организации – хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски, агентски, транспортни и др. ISO 14001 е подходяща за ориентирани към развиване на „зелен“ туризъм хотели, а ISO 22000 е подходяща за внедряване от ресторантьорските предприятия.

Ежегодно се извършва проучване на броя на валидните сертификати по стандартите на системите за управление на ISO по целия свят. ISO събира информация в това си проучване, чрез подадени справки от всички акредитирани сертифициращи организации за издадените от тях сертификати. По данни на ISO (International Organization for Standardization, 2018) стандартът за Системи за управление на качеството е с най-широко разпространение сред организациите, избрали да внедрят и сертифицират собствена система за управление (фиг.1 и фиг. 2).

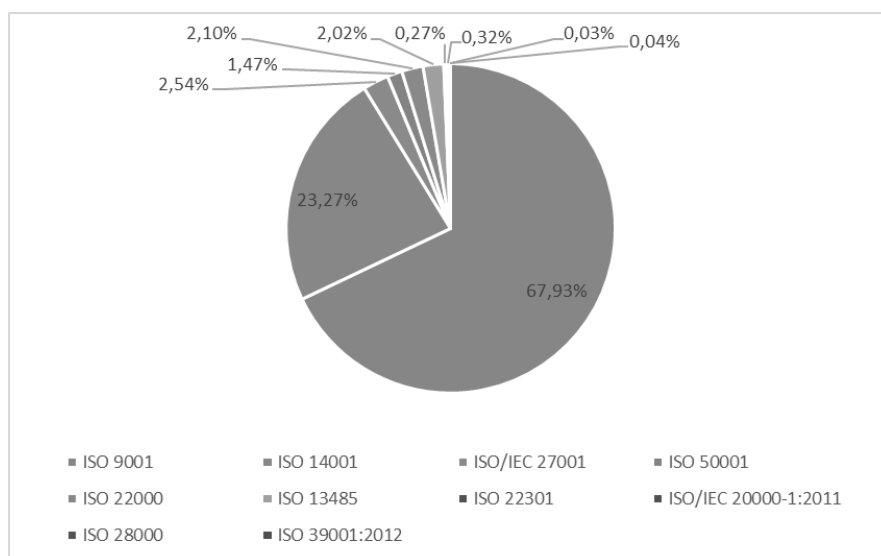


Фигура 1. Разпространение на сертификационните стандарти на ISO за периода 1993 – 2017 г.

Източник: по данни на ISO Survey.

Във Фигура 1 ясно се вижда, че ISO 9001 е не само най-разпространената, но и исторически с най-големи традиции сред системите за управление на ISO. Политиката на ISO е да се адаптира към променящата се среда и да съобразява новите стандарти с глобализацията и отварянето на държавните граници за свободна търговия със стоки и услуги. Това провокира създаването на нови стандарти като ISO/IEC 27001, ISO 50001, ISO 22000, ISO 13485, ISO 22301, ISO/IEC 20000-1, ISO 28000, ISO 39001.

Във Фигура 2 е представено структурното разпределение на основните стандарти за системи за управление на ISO за 2017 г. Данните показват, че относителният дял на сертификатите по ISO 9001 е най-висок – 67,93% от всички издадени сертификати, вторият по разпространение е ISO 14001 – 23,27 %.



Фигура 2. Разпространение на сертификационните стандарти на ISO за 2017 г.

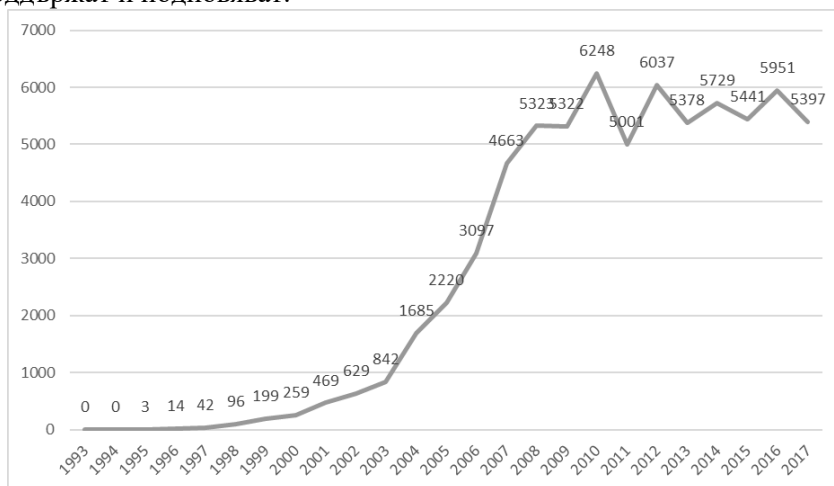
Източник: по данни на ISO Survey.

От представените данни се вижда, че стандартът за качество ISO 9001 е наложен във времето, достатъчно разпространен и разпознаваем сред бизнеса в световен мащаб.

В България не съществува единен публичен регистър на сертифицираните предприятия. Публична информация за сертифицираните предприятия предоставят два основни регистъра – Справочник на „Клуб 9000“ и Информационната система за българските предприятия (BEIS). За съжаление данните не позволяват изследване в динамика, което налага придържане към данните на ISO. Във Фигура 3, е представено хронологично разпространението на стандарта сред предприятията в България, които нарастват значително от 1993 г., когато са били 0 до 5 397 през 2017 г.

Сертифицирането се динамизира след 1997 г., когато започва масовата приватизация на държавната собственост, с което се активизира предприемаческата активност. Нарастването продължава и до днес, като интерес представлява ръстът в сертифицирането след 2007 г., т.е. след присъединяването на страната ни към ЕС, който не спира дори и в годините на световна икономическа криза, за да достигне своя пик през 2010 г. В

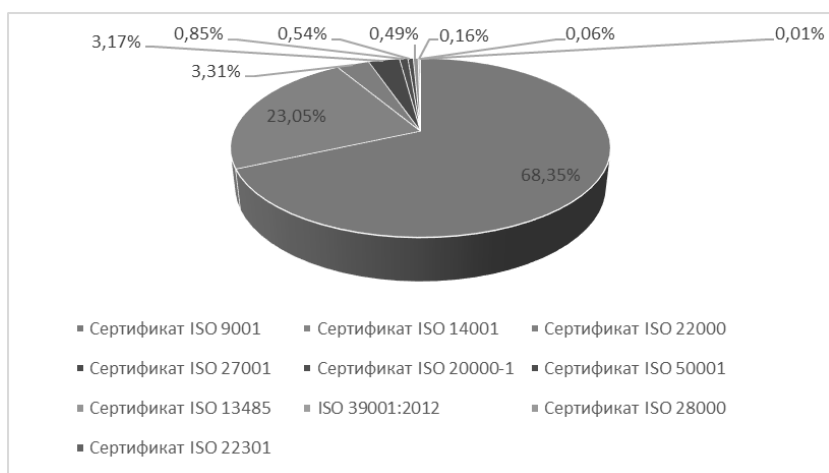
следващите години се наблюдава сравнителна стабилност в сертификацията на българския бизнес, което показва, че сертифицираните предприятия я поддържат и подновяват.



Фигура 3. Брой сертифицирани по ISO 9001 предприятия в България за периода 1993 – 2017 г.

Източник: по данни на ISO Survey.

На следващата фигура са представени валидните сертификати по ISO системи за управление в България за 2017 г. Сертификатите по стандарта ISO 9001 са 5 397 бр. от общо 7 896 валидни сертификата, т.е. 68,35%, по ISO 14001 – 23,05%, ISO 22000 – 3,31% и ISO 27001 – 3,17%.

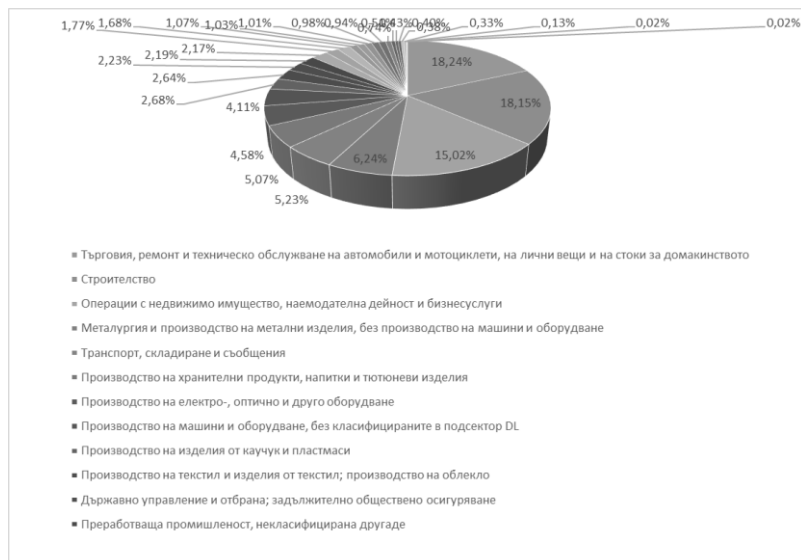


Фигура 4. Действащи ISO сертификати на българските предприятия към 2017 г.

Източник: по данни на ISO Survey.

Данните показват, че сертификацията на Системите за управление на качеството е утвърдена сред българския бизнес. Знакът за качество ISO 9001 е разпознаваем и носи допълнителна стойност към предлаганите стоки и услуги. Разпространението на останалите стандарти е свързано с изискванията към промишлеността за опазване на околната среда и възможността да се изградят Интегрирани системи за управление включващи ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001 (който скоро ще бъде заменен от стандарта ISO 45001).

За по-пълно представяне разпространението на стандарта сред българския бизнес интерес представлява секторното разпределение на сертифицираните организации. Икономическите сектори, към които ISO причисляват предприятията, се различават от обособените сектори в България, тъй като в страната действа Класификатор на икономическите дейности, очертаващ 19 сектора, разработен съгласно Европейски регламент за обща статистическа класификация на икономическите дейности (NACE Rev.2). Класификаторът на секторите в ISO се базира на класификацията на International Accreditation Forum (IAF), която обхваща 39 сектора на бизнеса. Секторното разпространение на сертификата е показано във Фигура 5.



Фигура 5. Секторно разпространение на сертификати по ISO 9001 в България към 2017 г.

Източник: по данни на ISO Survey.

От фигурата се вижда, че има представителство на всички сектори (без „Ядрено гориво“ и „Аерокосмическа промишленост“), което показва че стандартът дава възможност на всеки бизнес да гарантира качеството

на своите стоки и услуги. Най-голям е броят на сертифицираните предприятия от „Търговия, ремонт и техническо обслужване на автомобили и мотоциклети, на лични вещи и на стоки за домакинството“ – 18,24%, следвани от сектори „Строителство“ – 18,15%, „Операции с недвижимо имущество, наемодателна дейност и бизнес услуги“ – 15,02%, „Металургия и производство на метални изделия, без производство на машини и оборудване“ – 6,12 % и „Транспорт, складиране и съобщения“ – 5,23%. Сертифицираните предприятия в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ са едва 1,01%, което показва, че сертификацията по стандарта не е популярна в сектора.

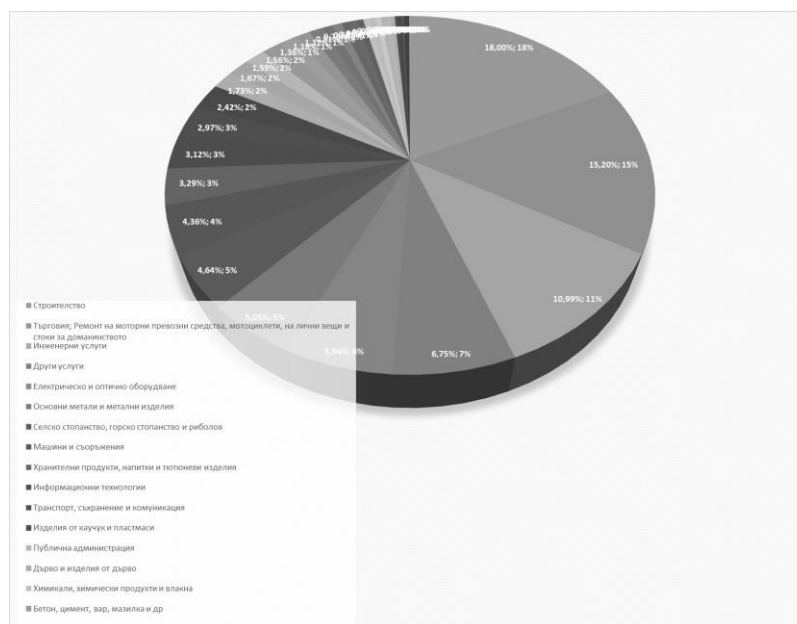
Организациите в тези сектори често пристъпват към сертификация с цел удовлетворяване на нормативните изисквания, касаещи тяхната дейност. Например, според чл. 51. (1) от Закона за обществените поръчки, „когато предметът на поръчката включва конкретни екологични, социални или други характеристики, в техническите спецификации, показателите за оценка или условията за изпълнение на поръчката, възложителите могат да изискват определени маркировки, които доказват, че изпълнението ще съответства на изискваните характеристики“. В този случай използването на удостоверения за сертификация по ISO 9001 са гаранция за международно признание и добра управленска практика, като сертифицираните предприятия, независимо от своята дейност, го прилагат за утвърждаване и доказване на притежаваните капацитет и умения, удовлетворяване на потребителските интереси, в съчетание с императивните правила на регулиращите органи в процеса на оптимизиране на стопанската дейност и повишаване нивото на обслужване.

Независимо от причината, поради която се сертифицират предприятията, широкото му секторно разпространение и големият дял на предприятията от сектора на услугите дават основание да се твърди, че той е достатъчно гъвкав и може да се използва от всеки предприемач, независимо от сферата, в която развива своята основна икономическа дейност.

2. Проучване на преимуществата за българските предприятия от сертификацията им по ISO 9001

За целите на изследването се подготви анкетна карта, която с помощта на Google Forms позволи анкетирането на всички сертифицирани по ISO 9001 български организации, съгласно Справочник на Сдружение „Клуб 9000“ (Сдружение "Клуб 9000", 2018) и регистъра на сертифицираните предприятия на BEIS (BEIS, 2017). От изпратените 5 397 анкети се получиха 3 467 отговора. Реално в on-line анкетното проучване, проведено през периода април–август 2018 г., анкетираните са 64,23% от общо серти-

фицираните по ISO 9001 предприятия в страната, работещи във всички икономически сектори (по действащият КИД 2008).

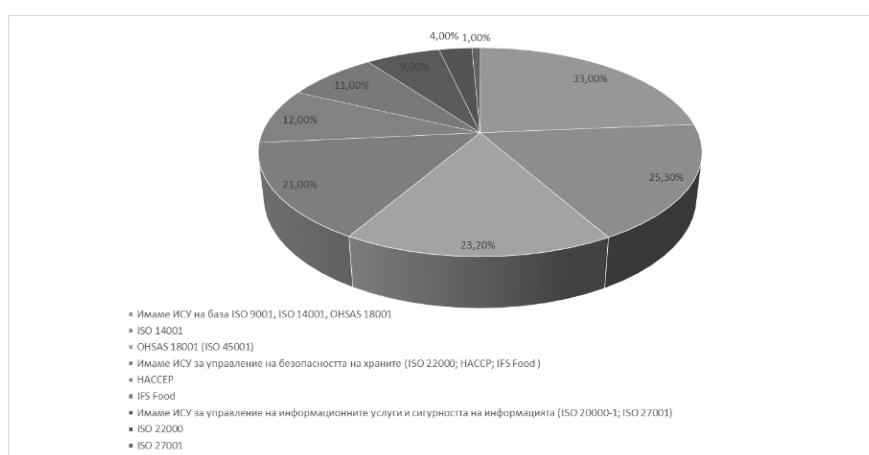


Фигура 6. Структура на проучените предприятия по основна икономическа дейност

Изследването на секторното разпределение на проучените сертифицирани по ISO 9001 предприятия показва, че с най-голям дял от анкетираните са сертифицираните предприятия в сектор „Строителство“ – 18% (624 предприятия), следван от сектори „Търговия, ремонт и техническо обслужване на автомобили и мотоциклети, на лични вещи и на стоки за домакинството“ – 15,20% (527 бр.) и „Инженерни услуги“ – 10,99% (381 бр.), 0,46% (16 бр.) от анкетираните са от сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“. Големият относителен дял на сертифицираните предприятия от сектор „Търговия, ремонт и техническо обслужване на автомобили и мотоциклети, на лични вещи и на стоки за домакинството“ съвпада с високия относителен дял на тези предприятия в общата структура на активните предприятия в България (41,13%) (НСИ, 2018), които заедно със сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ осигуряват заетост за 25% от заетите лица в националното стопанство.

Формулираните въпроси в анкетата позволяват да се проучат нагласите на бизнеса по отношение сертификацията им, ползите и недостатъците, които произтичат от това им решение. Повечето изследвани предприятия избират сертифициране и по други стандарти, с които допълват ефекта от внедрената си и сертифицирана СУК. Както може да се види във

Фигура 7, 33% от анкетираните предприятия поддържат Интегрирана система за управление, която включва ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001. Предприятия, които поддържат сертификация по ISO 9001 и ISO 14001, са 25,30%, приблизително колкото тези, които поддържат сертификация и по OHSAS 18001 (ISO 45001) – 23,20%. 21% от анкетираните организации поддържат Интегрирана система за управление на безопасността на храните (ISO 22000; HACCP; IFS Food), 12% - HACCP и 11% IFS Food.



Фигура 7. Структура на проучените предприятия

Данните от проучването показват, че тези, които са избрали сертификация по ISO 9001 лесно покриват изискванията и на други стандарти и се сертифицират по останалите системи за управление, не само на ISO, но и на други организации. Това е свързано с приравняването към Annex SL¹, Директива на ISO, свързана с уеднаквяване на структурата на всички ISO стандарти за системи за управление.

Процесът по изграждане, внедряване и сертифициране на СУК поставя въпроса пред бизнеса за избор на подход, чрез който да управлява и контролира качеството в своята организация. 42% от анкетираните посочват, че като подход за управление на качеството използват Total Quality Management (TQM), който дава възможност за цялостно управление на организацията на база качеството и удовлетвореността на клиента.

¹ Приложението SL е част от част 1 на директивите ISO/IEC, която предписва как трябва да бъдат написани стандартите на ISO за управление на системата (MSS). Целта на Приложение SL е да подобри съгласуваността и хармонизирането на MSS, като предостави обединяваща и съгласувана структура на високо равнище, идентичен основен текст, общи термини и основни дефиниции. Целта е, всички MSS ISO тип А (и В, където е уместно) да бъдат съгласувани и да бъде подобрена съвместимостта на тези стандарти (International Organization for Standardization, 2018).

Вторият подход, който използват предприятията, са Цикълът на Деминг (PDCA) – 36%, който се основава на схващането, че бизнес процесите са поставяни непрекъснато в обратна връзка, така че мениджърите да могат да идентифицират и променят частите от процеса, които се нуждаят от подобрения. Този подход бе в основата на стандарта във версията му от 2008 г. и вероятно е останал в основата на модифицираната документация, покриваща новите изисквания на стандарта от 2015 г. Друг използван подход е Тотален контрол на качеството (TQC) – 12,50%. Това е система за оптимизиране на производството въз основа на идеи, разработени от японската индустрия през 50-те години на XX век. Системата съчетава западните и източните идеи и се основава на концепцията за създаване на кръгове по качеството, в които групи от 10-20 работници са отговорни за качеството на произвежданите от тях продукти (Нешков, 2007). Постепенно се развива в различни техники, включващи работници и мениджъри, за да постигнат увеличаване производителността и качеството, включително внимателен мониторинг на персонала и отлично обслужване на клиентите. Концепцията за Kaizen поддържа идеята, че подобрието трябва да включва всички членове на една компания, което е от основно значение и за TQC, в тази връзка част от анкетиранияте посочват използването и на модела „KAIZEN“ (6%). Друг популярен подход, използван за контрол на качеството в сектора на услугите, е SERVQUAL, 12,00% от анкетиранияте са посочили, че използват тази концепция. Това е мултидименсионален изследователски инструмент, предназначен да обхване очакванията на потребителите и възприятията им за една услуга по петте измерения, за които се смята, че представляват качеството ѝ: отзивчивост, увереност, материални характеристики, съпричастност и надеждност (RATER) (Нешков, 2007). Други подходи, които посочват анкетиранияте, са Моделът „Спирала на качеството на Джоузеф Джуран“ (3%), Моделът „6 Сигма“ (2%), Развитие на функциите на качеството (Къщичка на качеството) (1%) и Методите на Тагучи (1%).

От представените популярни подходи резонно с най-голяма приложимост са TQM и PDCA, тъй като техните принципи са заложени в ISO 9001:2015 – фокус върху клиента; лидерство; приобщаване на персонала; процесен подход; подобряване; взимане на решения, основани на доказателства; управление на взаимоотношенията със заинтересованите страни.

В изследването основно се проучи виждането на бизнеса, избрал сертификацията по ISO 9001, относно ползите, които отчита от внедряването, сертифицирането и поддържането на СУК. **Ползите, които отчита бизнесът, са групирани в четири направления:**

- финансово-икономически ползи;
- ползи, свързани с взаимоотношенията на организацията с външната ѝ среда;
- ползи, свързани с вътрешните бизнес процеси;

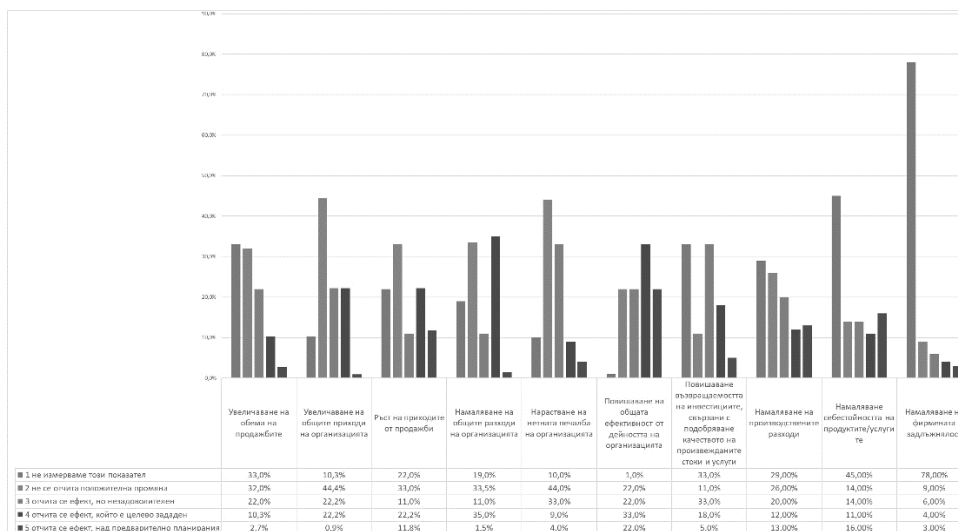
- ползи, свързани с персонала.

Анкетираните посочват един от пет възможни отговора за всяка от предложените ползи:

1. не измерваме този показател;
2. не се отчита положителна промяна;
3. отчита се ефект, но незадоволителен;
4. отчита се ефект, който е целево зададен;
5. отчита се ефект, над предварително планирания.

Основните финансово-икономически ползи, които анкетираните оценяват, са:

- Увеличаване обема на продажбите;
- Увеличаване на общите приходи на организацията;
- Ръст на приходите от продажби;
- Намаляване на общите разходи на организацията;
- Нарастване на нетната печалба на организацията;
- Повишаване на общата ефективност от дейността на организацията;
- Повишаване възвръщаемостта на инвестициите, свързани с подобряване качеството на произвежданите стоки и услуги;
- Намаляване на производствените разходи;
- Намаляване себестойността на продуктите/услугите;
- Намаляване на фирмената задлъжнялост.



Фигура 8. Финансово-икономически ползи

Както може да се види от Фигура 8, 78% от анкетираните предприятия не измерват ефект по отношение на междуфирмената задлъжнялост,

45% не измерват влиянието на сертификацията върху намаляване себестойността на продуктите или услугите. 33% от анкетираните не измерват въздействието на сертификацията по ISO 9001 върху увеличаването обема на продажбите, 32% не отчитат положителна промяна, а едва 22% отчитат ефект, който е незадоволителен. Видно е, че по отношение увеличаването обема на продажбите предприятията не отчитат положителна промяна, това се отнася и до увеличаването на общите приходи на организацията – 44,4%, ръстът на приходите от продажби – 33%, намаляването на общите разходи на организацията – 33,5% (но за 35% има ефект, който е целево зададен), нарастването на нетната печалба на организацията – 44% (но за 33% се отчита незадоволителен ефект), намаляването на производствените разходи – 26% (като за 20% се отчита незадоволителен ефект).

По отношение повишаването на възвръщаемостта от инвестициите, свързани с подобряване качеството на произвежданите стоки и услуги, 33% от анкетираните са посочили, че не измерват този показател, а 33% отчитат незадоволителен ефект. Едва 18% отчитат ефект, който е предварително целево зададен.

От проучването става видно, че предприятията отчитат постигане на поставените цели по отношение намаляване на общите разходи на организацията – 35%, повишаване на общата ефективност от дейността на организацията – 33%, ръст на приходите от продажби – 22,2%, увеличаване на общите приходи – 22,2%.

От оценката, която дават анкетираните организации, става видно, че повечето от тях са постигнали основните икономически цели, а по отношение на предложените показатели, които не отчитат, те считат, че няма пряка връзка между тях и сертификацията по ISO 9001.

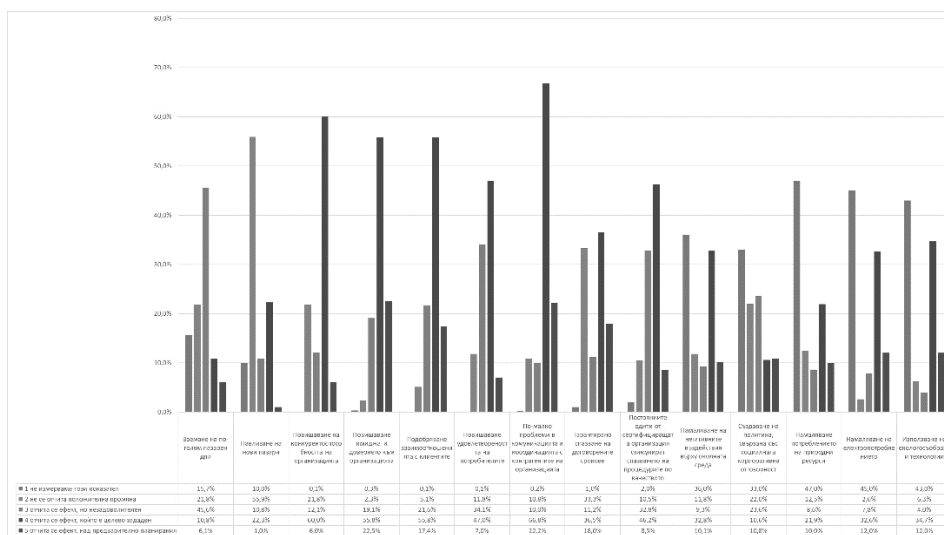
Изграждането и внедряването на СУК е насочена към удовлетворяване на изискванията на заинтересованите страни и най-вече на клиента. В тази връзка е резонно измерването на ефекта от сертификацията върху взаимоотношенията на организацията с външната ѝ среда.

Основните ползи, свързани с взаимоотношенията на организацията с външната ѝ среда, които анкетираните оценяват, са:

- Заемане на по-голям пазарен дял;
- Навлизане на нови пазари;
- Повишаване на конкурентоспособността на организацията;
- Повишаване имиджа и доверието към организацията;
- Подобряване взаимоотношенията с клиентите;
- Повишаване удовлетвореността на потребителите;
- По-малко проблеми в комуникацията и координацията с контрагентите на организацията;
- Гарантирано спазване на договорените срокове;
- Постоянните одити от сертифициращата организация стимулират спазването на процедурите по качеството;

- Намаляване на негативните въздействия върху околната среда;
- Създаване на политика, свързана със социалната корпоративна отговорност;
- Намаляване потреблението на природни ресурси;
- Намаляване на електропотреблението;
- Използване на екологосъобразни технологии.

От предложените показатели 47% от анкетираните предприятия посочват, че не измерват „намаляване на потреблението на природни ресурси“, 45% „намаляване на електропотреблението“ и 43% „използване на екологосъобразни технологии“. Тези, които измерват цитираните показатели, отчитат постигнат целево зададен ефект, съответно 21,9%, 32,6% и 34,7%. 36% от анкетираните не измерват показателя „намаляване на негативните въздействия върху околната среда“, но от тези, които го измерват, 32,8% постигат целево зададения ефект. 33% от запитаните не измерват „създаването на политика, свързана със социалната корпоративна отговорност“, а 22 % от тези, които го измерват, не отчитат положителна промяна или отчитат незадоволителен ефект – 23,6%.



Фигура 9. Ползи, свързани с взаимоотношенията на организацията с външната ѝ среда

Както може да се види от Фигура 9, незадоволителен ефект отчитат предприятията и по показателите „заемане на по-голям пазарен дял“ – 45,6%, „повишаване удовлетвореността на потребителите“ – 34,1% (но 47% отчитат постигнат целево зададен ефект), „постоянните одити от сертифициращата организация стимулират спазването на процедурите по качеството“ – 32,8% (но 46,2% отчитат постигането на целево зададения ефект).

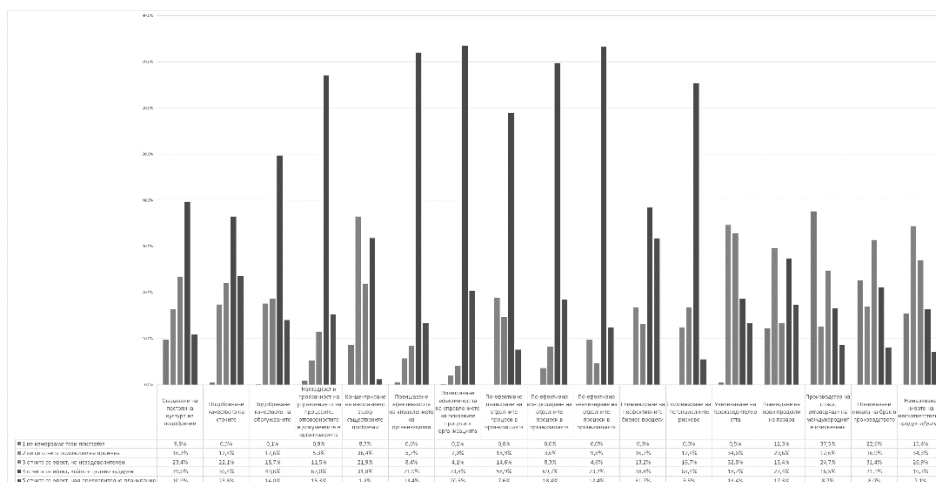
Постигане на целево зададен ефект се отчита и по показателите „повишаване на конкурентоспособността на организацията“ – 60%, „повишаване имиджа и доверието към организацията“ – 55,8%, „подобряване взаимоотношенията с клиентите“ – 55,8%, „по-малко проблеми в комуникацията и координацията с контрагентите на организацията“ – 66,8% и „гарантирано спазване на договорените срокове“ – 36,5%.

По-високи от планираните резултати са постигнали 22,5% от организациите по отношение повишаване на имиджа и доверието към организацията, 22,2% по отношение намаляване на проблемите в комуникацията и координацията с контрагентите на организацията, 18% в гарантираното спазване на сроковете и 17,4% в подобряването на взаимоотношенията с клиентите.

От представените данни ясно се вижда, че ползите, свързани с взаимоотношенията на организацията с външната ѝ среда, са целево търсени от предприятията предвид философията на стандарта ISO 9001 – поставяне на фокус върху удовлетвореността на клиента и интересите на заинтересованите страни.

На следващо място се проучи **оценката на бизнеса по отношение постигнатите ползи, свързани с вътрешните бизнес процеси:**

- Създаване на постоянна култура на подобрене;
- Подобряване качеството на стоките;
- Подобряване качеството на обслужването;
- Нагледност и прозрачност на управлението на процесите, отговорностите и документите в организацията;
- Концентриране на вниманието върху съществените проблеми;
- Повишаване ефективността на управлението на организацията;
- Повишаване ефективността на управлението на основните процеси в организацията;
- По-ефективно планиране на отделните процеси в организацията;
- По-ефективно контролиране на отделните процеси в организацията;
- По-ефективно анализиране на отделните процеси в организацията;
- Елиминиране на неефективните бизнес процеси;
- Елиминиране на потенциалните рискове;
- Увеличаване на производителността;
- Въвеждане на нови продукти на пазара;
- Производство на стоки, отговарящи на международните изисквания;
- Понижаване нивата на брак в производството;
- Намаляване нивото на несъответстващи продукти/услуги.



Фигура 10. Ползи, свързани с вътрешните бизнес процеси

От представените критерии 37,5% от анкетираните предприятия не измерват ползите от производството на стоки, отговарящи на международните изисквания, като почти същият процент от анкетираните са отговорили, че не отчитат промяна или отчетената е незадоволителна.

По повечето показатели организациите отчитат целево зададен ефект: 67% по отношение нагледността и прозрачността на управлението на процесите, отговорностите и документите в организацията, 71,9% отчитат повишаване ефективността на управлението на организацията, 73,4% повишаване ефективността на управление на основните процеси в организацията, 73,2% в по-ефективното контролиране на отделните процеси в организацията, 65,4% по отношение елиминирането на неефективните бизнес процеси.

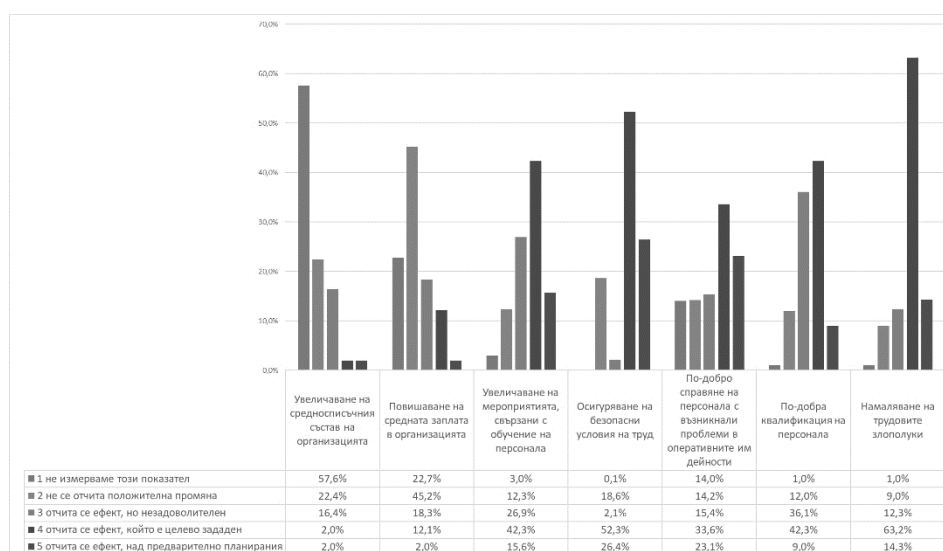
Постигнатите ползи над предвидените за 23,6% от предприятията е по отношение подобряване на качеството, като 36,4% са посочили, че са постигнали целево зададения ефект. 23% от анкетираните са посочили, че са постигнали над предвидения ефект по отношение повишаване ефективността на управлението на повечето процеси в организацията. Получените отговори показват ефективно управление на процесите в организацията в по-голямата част от предприятията, което кореспондира с философията на ISO 9001.

Ползите за предприятията в четвъртото направление са свързани с персонала. Предвид важната роля, която му отрежда новата версия на стандарта и проблемите с кадрите във всички сектори на българската икономика, изследването на този въпрос има особена важност за бизнеса.

Ползите, които оцени бизнесът по отношение въздействието на сертификацията по ISO 9001 върху персонала, включват:

- Увеличаване на средносписъчния състав на организацията;

- Повишаване на средната заплата в организацията;
- Увеличаване на мероприятията, свързани с обучение на персонала;
- Осигуряване на безопасни условия на труд;
- По-добро справяне на персонала с възникнали проблеми в оперативните им дейности;
- По-добра квалификация на персонала;
- Намаляване на трудовите злополуки.



Фигура 11. Ползи, свързани с персонала

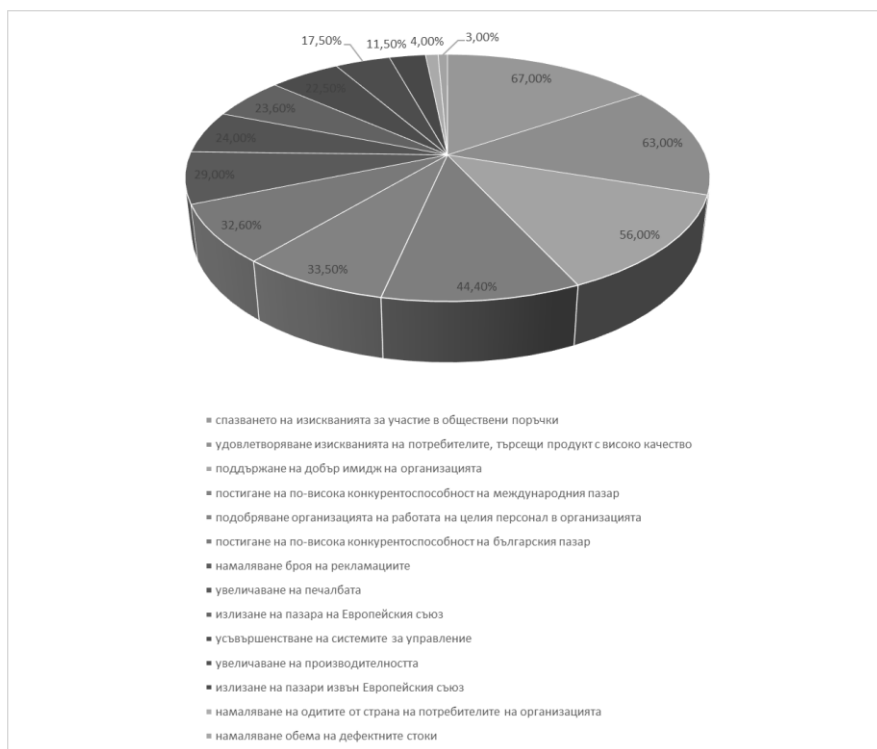
Както се вижда от Фигура 11, повече от половината от анкетираните (57,6%) не изследват показателя „увеличаване на средносписъчния състав на организацията“, 22,4% не отчитат положителна промяна, а 16,4% отчитат ефект, който е незадоволителен. Голяма част от анкетираните (45,2%) не отчитат положителна промяна по отношение повишаване на средната заплата в предприятието вследствие сертификацията по ISO 9001.

По всички останали показатели анкетираните отчитат ефект, който е целево зададен, а именно 63,2% отчитат намаляване на трудовите злополуки, 52,3% постигат осигуряване на безопасни условия на труд, 42,3% увеличават мероприятията, свързани с обучение на персонала и подобряване квалификацията на персонала, което в 33,6% от предприятията води до по-добро справяне на персонала с възникнали проблеми в оперативните им дейности.

Постигането на положителна промяна по отношение на персонала е важен елемент от ефективното управление на качеството във всяка орга-

низация, тъй като качеството на персонала рефлектира върху качеството на действията, които извършва в производствения или обслужващия процес.

За постигането на желаните ефекти от направените инвестиции в изграждането, въвеждането и сертифицирането на СУК, всяко предприятие следва да си поставя ясно изпълними цели. Анкетираните посочиха, че основните им цели са свързани със спазването на изискванията за участие в обществени поръчки (67%), удовлетворяване изискванията на потребителите, търсещи продукт с високо качество (63%), поддържане на добър имидж на организацията (56%), постигане на по-висока конкурентоспособност на международния пазар (44,4), подобряване организацията на работата на целия персонал в предприятието (33,5) и др. (фиг.12).



Фигура 12. Основни цели, свързани с поддържането на ISO 9001 сертификация

В стремежа си за непрекъснато подобряване успешните организации „надскачат“ изискванията на стандарта и си поставят много по-високи цели, търсейки нови инструменти и възможности за подобряване на тяхното изпълнение. Това става с помощта на друг тип стандарти, документи и процедури, създадени с цел да подпомогнат организациите, опитващи се да подобрят своите системи за управление, процеси или дейности. Това

често са стандарти, по които организациите не се сертифицират, но към които могат да се придържат в осъществяването на своята дейност.

3. Основни инструменти за осигуряване качеството на туристическите продукти и обслужване

Отварянето на пазарите в рамките на ЕС и произтичащите от това предизвикателства пред конкурентоспособността на българските туристически предприятия налага търсенето на възможности за осигуряване и указване на качеството на техните услуги. Свободното движение на туристите налага развитие на категорийните системи в световен план в посока осигуряване и гарантиране качеството на туристическия продукт и обслужване. Критериите, които поставят тези системи, към настоящия момент покриват основните технически изисквания към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения, поставят изисквания по отношение степента на образование и езикова квалификацията на персонала, но реално не оценяват процеса по предоставяне на туристическата услуга.

Категоризацията на местата за настаняване, заведенията за хранене и развлечения, лицензирането на туроператорите, туристическите агенти и транспортните компании са свързани с поставяне на базови изисквания към туристическите предприятия, които служат за регулиране и контрол от страна на държавните органи по отношение обхвата и качеството на предоставяните туристически услуги.

Туристическите предприятия, които възприемат качеството на своя продукт и обслужване като приоритетни, избират пътя на доброволната сертификация по национални и световни стандарти, награди, маркировки и етикети. Стандартите в туристическия бизнес са необходимост, тъй като създават ред, осигуряват необходимата безопасност и качество въз основа на изискванията на клиентите, а сертифицирането по тях е гаранция за постигнатите резултати.

Сред специализираните инструменти за осигуряване на качеството в туризма е получаването на маркировки и сертифициране чрез покриване на посочените от сертифициращите организации критерии. Към настоящия момент, основните системи за сертифициране, награди и екоетикети се свързват с екологичното и социално-отговорното управление на предприятията и дестинациите (Иванова, книга 4, 2004, стр. 63).

Програмите за сертифициране в туристическата индустрия служат като важни инструменти за отличаване на действително отговорните компании, продукти или услуги от тези, които просто използват „еко“ или „устойчиво“ като маркетингов инструмент за привличане на потребителите. Сами по себе си тези системи представляват един аспект от далеч по-

мащабни и всеобхватни процеси по интегриран мениджмънт на качеството (Integrated Quality Management), осъществяван в туристическите дестинации (Министерство на туризма, 2018).

Решаващ фактор за развитието на националния туризъм е наличието на устойчиво развиващи се и конкурентоспособни туристически предприятия, работещи в съответствие с актуалните световни тенденции. През последните десет години конкурентоспособността, базирана на качеството, е национален приоритет за развитието на туризма в България. Насърчаване на въвеждането и сертификацията на системи за управление на качеството са част от мерките, които правителството предвижда в Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014 – 2030 г., като се планират конкретни действия в Плана за действие за периода 2017 – 2020 г. До края на 2018 г. се предвижда развитие на системата за контрол на качеството на туристическия продукт в сътрудничество с отговорните институции (КЗП, ДАМТН, БАБХ и други), вкл. конкретизиране на контролните правомощия и развитие на механизми за междуинституционална координация. До края на 2019 г. се планира създаване и въвеждане в действие на Национална система за сертифициране на качеството (или национален етикет за качество) в туризма, който доброволен „етикет за качество“ да се присъжда на хотели и заведения, които надвишават нормативните изисквания. По този начин се планира стимулиране на собствениците, които полагат допълнителни усилия за повишаване на качеството, и по-лесно ориентиране на потребителите при търсенето на качествен продукт на туристическия пазар.

Според обхвата на сертифициращите органи специфичните за туризма стандарти и маркировки се подразделят на международни, европейски и национални. Сред популярните международни стандарти, маркировки и етикети попадат:

- GSTC – глобални стандарти за устойчиво развитие, установени от Глобалния съвет за устойчив туризъм (GSTC). Стандартите са свързани с два набора от критерии: за дестинации, касаещи създаващите политики и органите за управление на дестинациите, и за индустрията, касаещи хотелиерската и туроператорската индустрии. Това са водещите принципи и минималните изисквания, които всяко туристическо предприятие или дестинация трябва да се стремят да достигнат, за да защитят и поддържат природните и културните ресурси в света, като същевременно осигуряват възможността, туристическият сектор да разгърне своя потенциал в ролята си на инструмент за опазване на околната среда и намаляване на бедността.

- Green Key, международен екоетикет, разработен от Фондацията за екологично образование (FEE). Разпространен в световен мащаб, предназначен за организации за почивка и отдих, включително хотели, хостели

за младежи, конферентни и ваканционни центрове, къмпинги, ваканционни къщи и съоръжения за отдих.

- Green Globe е програма, базирана върху Дневен Ред 21. Green Globe International (GGI) е американско публично дружество, член на Съвета за устойчивост на туризма (TSC), което управлява програмата Green Globe. Този етикет е позициониран на пазара като стандарт за устойчивост в туристическата индустрия.

Сред популярните европейски маркировки и етикети попадат:

- ECEAT Quality Label – предназначен за европейските ферми, хотели и пансиони, отдава голямо значение на екологичната, социокултурната и икономическата устойчивост на хотелите и на услугите, които те предлагат. Създаден е от Европейски център за екологичен и агрокултурен туризъм, който представлява мрежа от 1300 малки места за настаняване и туристически услуги из цяла Европа.

- Travellife, разработен чрез финансираня от ЕС проект LIFE, създаден за подкрепа на ефикасни и рентабилни принципи за устойчивост в туроператорския сектор в Германия, Белгия, Великобритания и Нидерландия.

- Сертификатът PAN Parks, разработен от Световния фонд за дивата природа (WWF) и нидерландската туристическа компания Molecaten, с цел създаване на национални паркове в Европа по модела на Националните паркове Йелоустоун и Йосемити в Северна Америка. Фондацията понастоящем е в ликвидация.

- EDEN е акроним на European Destinations of Excellence (Най-добри европейски дестинации) – проект, който популяризира моделите на устойчиво развитие на туризма на територията на целия Европейски съюз. Проектът се базира на национални конкурси, които се провеждат ежегодно и в рамките на които се избира туристическа „най-добра дестинация“ за всяка участваща държава. Чрез подбора на дестинации проектът EDEN ефективно постига целта да привлича вниманието към ценностите, многообразието и общите характеристики на европейските туристически дестинации.

- BIO-Hotels е етикет на германската асоциация на независимите хотели, които са насочени към потребителите на биологични храни. Основана през 2001, асоциацията BIO-Hotels има за цел да допринесе за по-голяма екологична устойчивост и висока стойност на туризма. Членовете на асоциацията спазват строги правила и минимални стандарти за храните, напитките и общи критерии. Етикетът е признат основно в Германия, Австрия, Швейцария и Франция.

- Награда Green Tourism. Във Великобритания повече от тридесет известни лондонски хотели и атракции са се регистрирали за получаване на такава награда заради своите екологични постижения според Системата Green Tourism на Агенцията за развитие в Лондон.

Сред популярните национални маркировки и етикети попадат:

- Син флаг – тази програма обединява туристическия и екологичен сектор на местно и национално ниво. Тя поощрява чисти и сигурни плажове и яхтени пристанища и образова цялото общество да опазва околната среда по крайбрежието, като допринася както със своето доброволно участие в екологични инициативи, така и с ежедневно си поведение.

- Зелена къща – сертификат, който се присъжда на къщи за гости и семейни хотели, които успешно са преминали оценка за съвместимост с европейските критерии за качествено настаняване, където отрицателното въздействие върху природата е сведено до минимум.

- системата Eco hotel, която е специфична за хотелиерския бранш и поставя изисквания за опазване на околната среда при извършване на хотелиерска и други свързани с нея дейности.

- марка за качество „Автентична България“, която се издава от неправителствената организация „Асоциация автентична България“ на места за настаняване – малки хотели и къщи за гости, винарски изби, туристически атракции, маршрути, населени места и дестинации, отговарящи на изискването за автентичен български продукт. Основните ѝ характеристики са устойчивост на бизнес практиките, в т.ч. управление на процеси, свързани с околната среда и местната култура. Обръща се особено внимание на гостоприемството, личното отношение при обслужването и цялостните атмосфера и дизайн, кухня и връзки с местната общност, които са изключително важни за пълноценното преживяване на посетителите.

Представените профилирани стандарти и маркировки дават възможност на туристическите предприятия да се отличат от своите конкуренти, да контролират, поддържат и оптимизират желаното ниво на обслужване, както и да повишат цялостно качеството на предлаганите от тях продукти и услуги, съобразени с изискванията и очакванията на потребителите. Често обаче пазарът налага да се търсят нови възможности за справяне с променящите се условия и става икономически нецелесъобразно да се поддържа тази сертификация, налагаща тясна специализация в туристическото предлагане. Именно твърде конкретните изисквания към материалната база и предлаганите услуги са сред основните недостатъци на този тип стандарти и маркировки.

Поради тази причина и фактът, че преобладаващата част от подобни схеми за управление и оценка на качеството, създадени специално за туристическия сектор, са базирани почти изцяло на международния стандарт ISO 9001, дава основание да се популяризира сертификацията по ISO 9001 като възможност за удостоверяване качеството на туристическия продукт и обслужване сред бизнеса.

4. Ползи от внедряването на СУК и сертифицирането по стандарта ISO 9001 за туристическите предприятия

От извършеното изследване става видно, че качеството попада в полезрението на редица научни и практически изследвания. Осигуряването на качествено обслужване и качествен туристически продукт е цел не само на бизнеса, но и на неправителствени организации, местната администрация и на държавата като цяло. Търсенето на единни стандарти, еднакво приложими за основните туристически дейности, е настоящата цел за българското правителство, което разработва и финансира редицата проекти, свързани с изследване на проблема и търсене на решения за него. Всички предприети и планирани държавни мерки губят своя смисъл до момента, в който бизнесът не осъзнае ползите от изграждане на СУК и нейната сертификация по стандартите за качество.

Стандартът ISO 9001 (Системи за управление на качеството) не трябва да се асоциира със специализираните стандарти за конкретните туристически дейности (настаняване, транспорт, екологосъобразност и др.). Макар че тези стандарти дават категорични изисквания, които специфичните продукти и услуги трябва да спазват, стандартите за управление на качеството (и по-специално ISO 9001) определят изискванията за добри практики за управление, за да се постигне качество, но без да се отнасят към конкретен вид продукт или услуга.

Философията на стандарта е, че независимо от големината на организацията и дейността, която извършва, тя може да управлява качеството на своите стоки и услуги, а сертификацията се явява механизъм за самодисциплина и гаранция пред заинтересованите страни, че тя е способна да управлява дейността си, така че да предлага еднакво добро качество всеки ден.

В тази връзка преимуществата, които произтичат от сертификацията на туристическите предприятия, могат да се разгледат от **гледна точка на бизнеса, на потребителите и на обществото.**

От извършеното проучване могат да се обобщят следните **ползи за бизнеса**, от които могат да се възползват и туристическите предприятия:

- намаляване на общите разходи и повишаване на общата ефективност от дейността на организацията;
- повишаване ефективността на цялостното управление и на основните процеси в организацията;
- нагледност и прозрачност в управлението на процесите, отговорностите и документите в организацията;
- концентриране на вниманието върху съществените проблеми;
- по-ефективно планиране, контролиране и анализиране на отделните процеси в организацията;

- елиминиране на неефективните бизнес процеси и потенциалните рискове;
- повишаване конкурентоспособността, имиджа и доверието към организацията;
- подобряване на взаимоотношенията с клиентите и контрагентите и повишаване удовлетвореността на потребителите;
- създаване на постоянна култура на подобрене;
- увеличаване на мероприятията, свързани с обучение на персонала, водещо до повишаване на квалификацията и по-добро справяне с възникнали проблеми в оперативните им дейности;
- осигуряване на безопасни условия на труд и намаляване на трудовите злополуки.

От представените положителни ефекти за бизнеса, ясно се отличават икономическите ползи, които търси всяка организация – намаляване на общите разходи на организацията и повишаване на общата ефективност от дейността ѝ.

Ползите от сертификацията на бизнеса за **потребителите** се свързват със следното:

- потребителите имат възможност да формират своите конкретни очаквания към обхвата и особеностите на туристическия продукт и обслужване, съобразно сертификата, маркировката или знака за качество;
- лесно идентифициране на продукт, който отговаря на най-високите и разпространени изисквания за качество, безопасност и сигурност;
- потребяването на екосертифициран туристически продукт дава възможност на туриста да покаже своята социална отговорност към опазването на околната среда.

Сертифицирането на туристическия бизнес носи ползи и за **общността**:

- сертификацията налага на бизнеса да отчете въздействието на своята дейност върху заинтересованите страни, включително местната общност и държавните органи за управление и контрол в туризма;
- бизнесът се ангажира с опазване на ресурсите, които формират регионалния туристически продукт и заобикалящата околна среда;
- стандартите стимулират бизнеса да подпомага местните общности и инициативи, свързани с развитието на човешките ресурси, опазване на културното наследство, самобитност и традиции;
- сертифицираните предприятия, ориентирани към постигане на качество на своя продукт и обслужване, изграждат имидж, който се трансферира и върху дестинацията и регионалния туристически продукт.

Представените ползи са само част от положителното въздействие на стандартите и сертифицирането на бизнеса. Те са достатъчна предпоставка да се следва национална политика към насърчаване на добровол-

ната сертификация на бизнеса, осъзнал значението на качеството за своето развитие и трайно присъствие на пазара.

Заклучение

За разлика от изследванията на СУК и сертификацията от научни и професионални организации в настоящото изследване е поставен фокус върху всички сертифицирани по ISO 9001 български предприятия, независимо от сектора, в който се намират. Проучването доказва, че независимо от своята дейност, предприятието може да изгради и сертифицира своята СУК и това да му донесе конкретни икономически ползи.

За да се постигнат дългосрочните национални цели за конкурентоспособност и устойчив растеж, е необходимо, българските предприятия да осъзнаят икономическата целесъобразност от управлението на качеството. От извършеното изследване **може да се заключи**, че:

Първо, качеството попада в ползрението на редица научни и практически изследвания, което показва неговата значимост за всички сфери на икономиката и за обществото като цяло.

Второ, осигуряването на качествено обслужване и качествен продукт е цел не само на бизнеса, но и на неправителствени организации, местната администрация и на държавата като цяло. Търсенето на единни стандарти, еднакво приложими за всички сектори на икономиката, следва да е основна цел за българското правителство, което разработва и финансира редицата проекти, свързани с изследване на проблема и търсене на решения за него.

Трето, тясно специализираните стандарти дават категорични изисквания, които производителите и търговците на стоки и услуги трябва да спазват, а стандартите за управление определят изискванията за добри практики за постигане на качество. Това позволява съвместно използване на стандартите за продукти и услуги, стандартите за система за управление на качеството и подходите за подобряване на качеството като средства за подобряване удовлетвореността на клиентите и конкурентоспособността на организацията.

Четвърто, наложилите се в практиката отделни инициативи за налагане на качествено туристическо обслужване са твърде разнородни по отношение на обхват, критерии и процедури и се прилагат изолирано една от друга, което ги прави слабо популярни сред бизнеса и клиентите.

Пето, липсата на интерес за сертификация на туристическите предприятия е следствие на съществуващата задължителна категоризация и лицензирането на туроператорите и агентите, това замества в техните представи сертификацията. Всички предприятия и планирани държавни мерки губят своя смисъл до момента, в който бизнесът не осъзнае ползите

от изграждане на СУК и нейната сертификацията по стандартите за качество.

Шесто, ползите, които произтичат от сертификацията на предприятията, могат да се разгледат от гледна точка на бизнеса, на потребителите и на обществото, като те са идентични за всички сектори на икономиката, което ги прави реално приложими и за туристическия бизнес. От представените ползи за сертифицираните предприятия може да се предвиди, че **въвеждането и сертифицирането на СУК от туристическите предприятия ще доведе до следните специфични преимущества за тях:**

- предимство пред конкурентите – по-ясно разпознаваеми като целящи качество в осъществяваното обслужване сред контрагенти и клиенти;
- създаване на трайни взаимоотношения с клиентите – клиенто-ориентираният подход, заложен в принципите на ISO 9001:2015, включва ясно фокусиране върху заинтересованите страни, а това предполага тяхното познаване и поддържане на дългосрочно и тясно сътрудничество в процеса на продажба и осъществяване на туристическото обслужване;
- оптимизиране на ресурсите в туристическото предприятие – определянето на необходимите ресурси и тяхното ефективно управление води до намаляване на разходите, оптимизиране на дейността, подобряване на възможностите за финансиране на иновациите и увеличаване на печалбата;
- подобряване средата на туристическото предприятие – управлението на качеството води до стабилно развитие на туристическото предприятие, което рефлектира върху запазване на работните места, повишаване на жизнения стандарт на местното население и окуражаване на активното управление на туристическите дестинации.

Въз основа на извършеното проучване могат да се очертаят следните **препоръки:**

Първо, необходимо е да се популяризират сред практиката и сред държавните институции ползите от внедряването и сертифицирането на СУК, с което да се активизира сертификацията по ISO 9001.

Второ, резултатите от проучването отчетоха и негативи, които отбелязва бизнесът, свързани с високите разходи за поддържане на сертификацията, което налага да се проведе политика по популяризиране значението на сертификацията за клиентите и за организациите във всички сектори на икономиката, включително в туризма.

Трето, редно е да се популяризира дейността на сертифициращите организации, тъй като те са част от работещ механизъм за оценка адекватността на системите за управление на качеството и представляват обективен и независим орган.

Четвърто, удачно е, всички политики в отделните сектори, свързани с качеството, да се координират, като тази мярка ще повиши ефекта от

предприетите мерки за насърчаване на конкурентоспособността и качеството на българския бизнес, и в частност на туристическия бизнес.

Пето, препоръчително е към Българския институт по стандартизация да се създаде единен регистър на сертифицираните предприятия. Това ще подпомогне потребителите и контролните органи при извършването на справки и проверки за актуалността на обявената информация.

Всички дейности в туристическото предприятие, вградени в единна система за управление, дават възможност, всеки процес да бъде проследяван, оценяван, контролиран и подобряван. Това от своя страна води до постигане на по-високо качество, стабилизиране на бизнеса, подобряване на удовлетвореността на клиента и конкурентоспособността на предприятието, т.е. сертификацията на СУК може да се използва от организациите не само за гаранция пред клиентите и контрагентите, но и като инструмент за ефективно и ефикасно управление.

Значимостта на настоящото изследване може да се представи чрез конкретните **приносни моменти**:

Първо, изяснени са в теоретичен план въпроси, свързани със сертифицирането по ISO 9001, които не се радват на голям изследователски интерес у нас.

Второ, анализирани са резултатите от проведено изследване, отчитащо ползите за предприятията от внедряването на този стандарт.

Трето, в практикоприложен план са изложени основните инструменти за определяне на качеството на туристическите продукти и услуги.

Четвърто, изследването на качеството, конкурентоспособността и ефективността на предприятията от конкретни сектори са обект на изследване от редица български автори, но към настоящия момент не е извършвано изследване, което да обхване предприятия от различни браншове, общото между които е внедряването и поддържането на система за управление на качеството с цел извеждане на основните ползи, които получават те от това.

Пето, доказват се приложимостта и ефикасността на стандарта за туристическия бизнес, който търси, но не намира решение на въпроса, как да осигури качество на услугите си.

Шесто, изведени са възможните преимущества за туристическия бизнес от сертификацията му по ISO 9001.

Използвани източници

- BEIS. (2017). *Сертифицирани фирми*. Извлечено от Информационна система за българските предприятия: <http://beis.bia-bg.com/index.php?p=aboutbeis>
- Biswas, P. (2018). *Seven principles of Quality management*. Извлечено от APB Consultant: <http://isoconsultantpune.com/apb-consultant-iso->

- 90012015-quality-management-system/apb-consultant-seven-principles-quality-management-per-iso-90012015/
International Organization for Standardization. (2018). *ISO Survey*. Извлечено от International Organization for Standardization: <https://www.iso.org/the-iso-survey.html>
- Василев, Д. (2008). *Управление на качеството*. София: Издателство на ВТУ - „Годор Каблешков“.
- Георгиева, Еф. и кол. (юли-септември 2014 г.). Редакционен коментар. *БДС Компас*, стр. 3.
- Дъбева, Т., Рафаилова, Г., Стефанов, Св., Кадиева, Сн. (2013). *Сертифициране на качеството на семейното хотелиерство (по примера на община Варна)*. Варна: Наука и икономика.
- Иванова, П. (книга 4, 2004). Сертификационните програми и екоетикети - инструмент за устойчиво развитие в туризма. *Народностопански архив*, 61-70.
- Класификация на икономическите дейности (КИД 2008). *КИД 2008 на Националния Статистически Институт*. Извлечено от Класификация на икономическите дейности (КИД 2008).
- Костов, Д. (2007). *Управление на качеството*. Стара Загора: Искра М-И. Министерство на туризма. (15 октомври 2018 г.). *Програми и проекти*. Извлечено от Министерство на туризма: http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/programi_i_proekti/prikliuchili/project_09_new.pdf
- Нешков, М. (2007). *Управление на качеството и сертифициране в туризма (на примера на туроператорски, турагентски, транспортни и други малки и средни предприятия в туризма)*. Варна: ВАРХ & ВТК.
- НСИ. (26 октомври 2018 г.). *Активни предприятия по икономически дейности*. Извлечено от Национален статистически институт: <http://www.nsi.bg>
- Рибов, М. (1999). *Квалитология на туристическия продукт*. София: УИ „Стопанство“.
- Сдружение „Клуб 9000“. (2018). *Справочник Клуб 9000*. Извлечено от <https://www.club9000.org/>
- Станимирова, М. (2015). *Управление на качеството*. Варна: Наука и икономика.
- Стефанов, Н. (2001). *Управление на качеството - стратегически и оперативни аспекти, подходи и техники*. София: Сиела.
- Субетто, А. И. (2017). *Теория качества жизни*. Санкт-Петербург: Астерион.