

## СЕКЦІЯ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

**Батиченко С. П.**

*кандидат географічних наук,  
асистент кафедри географії України,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-593-1-16>

### **ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: СИСТЕМНІСТЬ, КРИТЕРІЇ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ВПРОВАДЖЕННЯ**

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії якість туристичних послуг стає ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства. Споживачі дедалі більше орієнтуються не лише на ціну, а й на рівень обслуговування, індивідуальний підхід та позитивний досвід від подорожі. Саме тому ефективне управління якістю туристичних послуг є стратегічним завданням будь-якої туристичної компанії. Управління якістю передбачає системний підхід до планування, організації, контролю та вдосконалення всіх процесів, що формують туристичний продукт. Важливе значення мають визначення критеріїв і параметрів якості, які дозволяють об'єктивно оцінити рівень задоволення потреб туристів, ефективність роботи персоналу та відповідність послуг міжнародним стандартам.

Глобалізація туристичних ринків, цифровізація сервісів і поширення онлайн-платформ бронювання суттєво змінюють поведінку туристів. Сучасний споживач має доступ до великого обсягу інформації, відгуків і рейтингів, що формує його очікування ще до моменту придбання туристичного продукту. У зв'язку з цим якість туристичних послуг усе частіше оцінюється не за формальними стандартами, а за реальним клієнтським досвідом. Саме тому управління якістю перетворюється на безперервний управлінський процес, інтегрований у загальну стратегію розвитку туристичного підприємства.

Результатом ефективного управління якістю є підвищення довіри споживачів, зміцнення репутації підприємства, розширення ринку збуту та сталий розвиток туроператора або турагенції. Таким чином, система управління якістю стає не лише інструментом контролю, а й запорукою довгострокового успіху туристичного бізнесу.

Якість у туристичній сфері – це не лише набір стандартів і показників, а перш за все філософія мислення компанії, яка визначає ставлення до клієнта, працівників і власної репутації. Ефективне управління якістю туристичних послуг трактується, як безперервний процес удосконалення всіх етапів обслуговування, що базується на залученні персоналу, цифровізації процесів та постійному аналізі зворотного зв'язку від клієнтів [1].

Першим кроком до створення дієвої системи якості є чітке формулювання стандартів обслуговування, які охоплюють усі елементи сервісного циклу – від моменту першого контакту з туристом до післяпродажного супроводу. У сучасному підприємстві ці стандарти мають бути не лише описані в документах, а й підтримані корпоративною культурою, де кожен працівник усвідомлює власну роль у формуванні позитивного досвіду клієнта.

Особливу роль у системі управління якістю відіграє клієнтоорієнтований підхід, відповідно до якого турист розглядається як центральний елемент усіх управлінських процесів. Це передбачає глибоке розуміння очікувань клієнтів, сегментацію споживачів, персоналізацію сервісу та формування емоційної цінності туристичного продукту.

Ключовими елементами системи управління якістю туристичних послуг є:

- стратегія якості, узгоджена із загальною стратегією розвитку підприємства;
- стандарти обслуговування і регламенти бізнес-процесів;
- система навчання та мотивації персоналу;
- інформаційні та цифрові інструменти управління якістю;
- механізми моніторингу, оцінювання та коригування процесів.

Оцінювання якості туристичних послуг є складним багатокритеріальним процесом, який поєднує кількісні та якісні показники. Серед основних критеріїв ефективності управління якістю доцільно виділити [2]:

- рівень задоволеності туристів (Customer Satisfaction Index, NPS);

- стабільність процесів обслуговування (відсутність збоїв, помилок у бронюванні, реклаमाцій);
- кваліфікацію персоналу та якість внутрішніх комунікацій;
- відповідність послуг очікуванням і ціновому рівню;
- інноваційність у підходах до сервісу (автоматизація, мобільні сервіси, персоналізація).

Ці критерії можуть бути виміряні через параметри – кількість позитивних відгуків, швидкість реагування на запит клієнта, точність бронювання, частоту повторних покупок, відсоток скарг та їхнє своєчасне вирішення. У комплексі ці параметри дозволяють будувати систему управління за принципом PDCA (Plan–Do–Check–Act), яка забезпечує постійне вдосконалення процесів.

Практика діяльності туристичних підприємств свідчить, що впровадження ефективної системи управління якістю позитивно впливає на всі аспекти функціонування компанії. Насамперед це підвищення рівня задоволеності клієнтів, зростання довіри до бренду та формування стабільної клієнтської бази.

Економічні результати впровадження систем якості проявляються у зростанні обсягів продажу, підвищенні середнього чека, зменшенні витрат, пов'язаних із виправленням помилок та обробкою реклаमाцій. Соціальні результати полягають у підвищенні мотивації персоналу, покращенні внутрішнього клімату в колективі та зниженні плинності кадрів.

Крім того, система управління якістю сприяє підвищенню адаптивності туристичного підприємства до змін ринкового середовища, кризових явищ і трансформації споживчих уподобань. Це особливо важливо в умовах нестабільності та зростаючих ризиків у туристичній галузі.

**Висновки.** Ефективне управління якістю туристичних послуг є складним, багаторівневим і безперервним процесом, що потребує системного підходу, залучення персоналу та використання сучасних управлінських і цифрових інструментів. Якість у туризмі формується не лише через стандарти і регламенти, а насамперед через сервісну культуру підприємства та орієнтацію на створення позитивного клієнтського досвіду.

У результаті впровадження систем управління якістю туристичні підприємства отримують стійкі конкурентні переваги, зміцнюють свою репутацію та забезпечують умови для сталого розвитку в довгостроковій перспективі.

### **Література:**

1. Чорна Н.М. Система управління якістю на туристичному підприємстві: теоретичні аспекти впровадження та функціонування. *Економіка та суспільство*. 2021. №29.
2. Customer loyalty in the Travel Industry. URL: <https://www.vamoos.com/customer-loyalty-in-the-travel-industry/>