**ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**IMPROVING THE QUALITY OF TOURIST SERVICES**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу

Кірносова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Потапова Анастасія Вікторівна

Supervisor: PhD, Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna

Bachelor Potapova Anastasiia Viktorivna

**Анотація:** Туризм є однією з ключових галузей для багатьох країн через своє значення для економіки та суспільства. Новітні тенденції відображають зростаючий попит на високий рівень обслуговування та персоналізовані послуги. Якісні туристичні послуги допомагають підприємству залучати і утримувати клієнтів, будувати сильну репутацію та збільшувати конкурентоспроможність. Саме тому, підвищення якості туристичних послуг є ключовим аспектом розвитку сучасної туристичної індустрії.

**Ключові слова:** якість; підвищення якості; послуги; туристичні послуги; обслуговування

**Annotation:** Tourism is one of the key industries for many countries due to its importance for the economy and society. The latest trends reflect the growing demand for high levels of service and personalised services. High-quality travel services help businesses attract and retain customers, build a strong reputation and increase competitiveness. That is why improving the quality of tourist services is a key aspect of the development of the modern travel industry.

**Keywords:** quality; qualityimprovement; services; touristservices; service

З огляду на міжнародні стандарти у сфері туризму, якість обслуговування стає найбільш ефективним інструментом у боротьбі за конкурентоспроможність. Це сприяє підвищенню економічної продуктивності галузі туризму в цілому, а також ефективності окремих туристичних підприємств.

Необхідно враховувати, що якість обслуговування складається з таких аспектів:

1. якість надання послуг, яка включає в себе відповідність сервісу конкретним вимогам, що визначені нормативними та технологічними стандартами, а також уподобанням кожного конкретного споживача туристичного продукту, обговореним при оформленні замовлення. Наприклад, готелі, ресторани, транспортні засоби та інші об’єкти повинні відповідати високим стандартам. Чистота, зручність, безпека та доступність основних сервісів є основними складовими якості;
2. відповідність бізнес-процесів обслуговування індивідуальним потребам кожного споживача туристичного продукту. Це означає, що мають бути забезпечені умови для отримання споживачем послуги з найменшими витратами часу та максимально високою культурою обслуговування [2, с.168].

Один суб’єкт туристичної діяльності не може гарантувати якість у всіх елементах туристичних послуг, таких як пасажирські перевезення, розміщення подорожуючих, харчування, екскурсійне супроводження тощо. Ці елементи туристичного продукту залежать від співпраці та взаємодії різних суб’єктів, а також розуміння спільних цілей забезпечення якості [1, с. 65].

Основними вимогами для підвищення якості туристичних послуг є дотримання таких принципів:

1. Сучасний сервіс, який орієнтується на максимальне задоволення потреб споживачів і відповідність їх споживацьким звичаям. Він повинен бути тісно пов’язаний з маркетингом, керуватися його основними принципами і завданнями, відрізнятися гнучкістю, адаптуючись до змінних вимог ринку.
2. Забезпечення якісного сервісу за допомогою створення необхідних умов для персоналу, що включає в себе ряд заходів:

* організація робочих місць з урахуванням комфорту і ефективності;
* впровадження чіткої системи оцінювання продуктивності праціників, що дозволить оцінювати якість обслуговування не тільки у кількісному, а й у якісному аспекті, який складно вимірювати, наприклад, доброзичливість і ввічливість;
* забезпечення мотивації працівників та їх бажання та здатності виконувати роботу максимально ефективно;
* введення системи постійного підвищення кваліфікації персоналу.

1. Оптимальною організаційною структурою управління підприємством, що надає послуги з туризму, є така, де кількість складових є мінімальною (при цьому не піддаючи якість обслуговування ризику). Чим більше етапів у процесі замовлення, тим вища ймовірність виникнення помилки.
2. Система повного, всебічного, об’єктивного і безперервного контролю якості сервісу, яка включає в себе ряд заходів:

* розробка методик та критеріїв для порівняння стандартів з фактичними показниками;
* використання технічних засобів для контролю якості;
* створення служб контролю, включаючи представників різних служб, таких як дирекція, фінансовий відділ, відділ безпеки, кадрова служба та інші функціональні підрозділи [3, с. 421].

Всі послуги, що надає туристичне підприємство своїм клієнтам, потребують постійного відстеження і контролю. Якість пропонованих послуг безпосередньо впливає на задоволення клієнтів. Туристи очікують комфортного і безпечного перебігу подорожі, і якщо, наприклад, готель або інші послуги не відповідають їхнім очікуванням, це може погіршити їх враження від подорожі. Побудова довіри до бренду є важливим аспектом для компаній, оскільки вона сприяє зростанню кількості лояльних клієнтів, розвитку й покращує результативність у довгостроковій перспективі, при цьому підвищуючи прибуток. Щоб підтримувати довіру до бренду, потрібна щирість у маркетингових комунікаціях компанії, виконання обіцянок і чітке визначення її ролі у суспільстві [4, с. 74].

Задоволені клієнти частіше повертаються та рекомендують компанію іншим. Також, перевірка якості допомагає підприємству зберігати свою репутацію і впевнитися, що вони співпрацюють тільки з надійними партнерами. Якщо клієнти постійно стикаються з проблемами під час подорожі, це може негативно вплинути на репутацію туристичного оператора або агентства.

Відгуки клієнтів та опитування – це засоби, за допомогою яких туристична компанія може визначити рівень задоволеності клієнтів пропонованими послугами. Створення механізмів для збору відгуків від клієнтів допомагає зрозуміти їхній досвід та визначити сфери для вдосконалення.

Розгляд і вирішення скарг – ще один компонент управління клієнтським сервісом. Впровадження системи своєчасної та ефективної роботи зі скаргами клієнтів має вирішальне значення. Компанія повинна мати систему для отримання, реєстрації та обробки скарг, моніторингу вжитих заходів та надання зворотного зв’язку у визначені терміни [5, с. 32].

Отже, підвищення якості туристичних послуг є стратегічно важливою задачею для будь-якого туристичного підприємства та допомагає підтримувати високі стандарти обслуговування, що сприяє збільшенню задоволення клієнтів та залученню нових.

**Список літератури**

1. Аверчева Н. О. Якість туристичного продукту як основа конкурентоспроможності туризму. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: зб.матеріалів ІІ Всеукраїнської наук.-практ. конф., 25 квітня 2023 р. Херсон : ХДАЕУ, 2023. С. 62–66.

URL : <https://www.ksau.kherson.ua/files/konferencii/2023/04/zbir_tez_25_04_2023.pdf>   
(дата звернення: 20.04.2024)

1. Бондаренко Л. А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. *Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2021. № 13. С. 167–173.

URL : <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-17>   
(дата звернення: 20.04.2024)

1. Ваганян, Р. Т. Удосконалення якості послуг туристичного підприємства /   
   Р. Т. Ваганян ; наук. керівник Л. А. Бондаренко // *Тиждень студентської науки* : матеріали 78-ї студентської наук.-техн. конф., 24–28 квітня 2023 р. Дніпро : НТУ «ДП», 2023.   
   С. 419–421.

URL : <https://science.nmu.org.ua/ua/conferences/week-of-studsci/zvit-2023.pdf>   
(дата звернення: 20.04.2024)

1. Кірносова М. В. Довіра до брендів у цифровому просторі в сучасних умовах. *Маркетинг і цифрові технології*: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. 29-30 вересня 2022 р. / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022. С. 73–74.

URL : <https://mdt-opu.com.ua/files/download/2022/Tezy_2022.pdf>   
(дата звернення 20.04.2024)

1. Othman, A. K., Sibghatullah, A. How can customer service management be used to boost the tourism industry?. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*. 2023. Vol. 20. Issue 2. P. 29–38. URL : <https://teamjournalht.wordpress.com/wp-content/uploads/2023/12/how-can-customer-service-management-be-used-to-boost-the-tourism-industry.pdf> (дата звернення: 20.04.2024)