

Olesia Dolynska
*Doctor of Philosophy, Docent,
Associate Professor at the Department of Tourism,
Theory and Methods of Physical Education and Health
Khmelnitskyi Humanitarian-Pedagogical Academy*

Долінська О.О.
*доктор філософії, доцент, доцент кафедри туризму,
теорії і методики фізичної культури та валеології
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-501-3-16>

QUALITY MANAGEMENT OF TOURISM SERVICES: CURRENT TRENDS

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Туризм є однією з найдинамічніших та найшвидше зростаючих галузей економіки, що має значний вплив на соціальний, культурний та економічний розвиток країн. З розвитком глобалізації та нових технологій туристична індустрія постійно змінюється, що вимагає від підприємств гнучкості та здатності адаптуватися до нових реалій. У таких умовах забезпечення високої якості туристичних послуг стає важливою умовою для успіху. Якість обслуговування безпосередньо впливає на задоволення потреб споживачів, репутацію підприємства та конкурентоспроможність. Управління якістю послуг у туризмі передбачає постійний моніторинг, удосконалення та впровадження інновацій, що забезпечують комфорт і безпеку для туристів. Якість туристичних послуг є одним із головних факторів, які визначають не тільки рівень задоволення туристів, але й загальну конкурентоспроможність туристичної індустрії. В умовах постійно зростаючої конкуренції на світовому ринку послуг, туристичні компанії повинні не лише відповідати вимогам клієнтів, а й передбачати їхні очікування, щоб підтримувати високу репутацію та залучати нових відвідувачів. Якість обслуговування впливає на лояльність клієнтів, що, у свою чергу, забезпечує сталий розвиток бізнесу, зростання попиту та прибутковості. Тому ефективне управління якістю стає важливим інструментом у забезпеченні конкурентних переваг і розвитку туристичних напрямків, особливо в умовах глобалізації та зміни смаків споживачів.

Теоретичним та практичним аспектам забезпечення якості послуг у туристичній сфері присвячено роботи таких науковців, як М. Бігдан, М. Денисенко, В. Кіфяк, Н. Чорненка, Л. Шульгіна та ін. Основні питання формування та функціонування механізму управління туристичною галуззю розглянуті в працях І. Давидюка, Є. Козловського, О. Мельниченка, Н. Остап'юк та інших. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг аналізував В. Азар та інші.

У сучасному світі туризм є важливою складовою економіки багатьох країн. Від туристичної індустрії залежить не лише рівень розвитку регіонів, але й імідж держави на міжнародній арені. Одним із основних факторів успіху в цій сфері є якість туристичних послуг, яка визначає здатність туристичних компаній та організацій задовольняти потреби та очікування своїх клієнтів. Якість обслуговування має безпосередній вплив на репутацію туристичного підприємства, формування лояльності до бренду і загальний успіх на ринку [1].

Якість туристичних послуг – це сукупність властивостей, що дозволяють задовольняти потреби та очікування споживачів. Якість туристичних послуг охоплює

не лише фізичні характеристики (зручність, безпека, комфорт), а й психологічні фактори, які визначають рівень задоволення від досвіду подорожі. Це не просто загальний рівень обслуговування, а також здатність послуги відповідати певним стандартам, вимогам і критеріям, які виникають у туристів під час їхньої подорожі. Висока якість туристичних послуг сприяє не тільки задоволенню потреб туристів, а й створенню позитивного іміджу для компаній і регіонів, що пропонують ці послуги [3].

Потреби туристів можуть бути дуже різноманітними і змінюватися залежно від багатьох факторів, таких як тип подорожі (екскурсійний, відпочинковий, діловий тощо), країна призначення, рівень доходів споживача та інші обставини. Тому якість туристичних послуг слід розглядати як багатогранну концепцію, яка включає в себе ряд важливих складових [2].

Якість туристичних послуг є важливим фактором, який впливає на успіх туристичної індустрії. Вона визначається сукупністю властивостей послуг, здатних задовольняти потреби та очікування туристів. Комфорт, безпека, зручність, доступність і професіоналізм обслуговуючого персоналу є основними компонентами, що забезпечують високу якість [4]. У конкурентному середовищі туризму важливо постійно вдосконалювати ці складові, адже задоволений клієнт – це запорука успіху і сталого розвитку туристичних підприємств. Тому управління якістю в цій галузі є необхідною умовою для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності та розвитку.

Інструменти та методи управління якістю туристичних послуг:

- Стандартизація, використання національних та міжнародних стандартів якості (ISO 9001, ISO 22000 для безпеки харчових продуктів тощо).
- Система управління якістю, впровадження системи управління якістю на підприємствах галузі для забезпечення стабільної якості послуг.
- Моніторинг і оцінка якості. Регулярні перевірки, анкетування клієнтів, використання відгуків для корекції процесів.
- Навчання і розвиток персоналу: регулярні тренінги, підвищення кваліфікації для підтримки високих стандартів обслуговування.

Зворотний зв'язок від клієнтів і управління репутацією є критично важливими для туристичних компаній у сучасному цифровому світі [5]. Збір, аналіз та реагування на відгуки дозволяють оперативно виявляти недоліки та покращувати якість послуг, а також формують позитивний імідж компанії. Репутація в онлайн-середовищі має безпосередній вплив на попит і конкурентоспроможність, тому ефективне управління відгуками і рейтингами може значно підвищити шанси на успіх і розвиток бізнесу. Активне залучення зворотного зв'язку (Наприклад, відгуки на TripAdvisor або Google Reviews) та позитивна реакція на нього сприяють покращенню не лише якості обслуговування, а й загального досвіду клієнтів, що, в свою чергу, створює довгострокові конкурентні переваги для компанії.

Сталий туризм став важливою концепцією в розвитку сучасної туристичної індустрії, і його значення невпинно зростає через необхідність збереження навколишнього середовища, підтримки культурної спадщини та забезпечення економічної стабільності. У цьому контексті управління якістю туристичних послуг має набагато ширший вимір, ніж просто забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Це комплексний підхід, який включає в себе не лише традиційні аспекти якості, такі як комфорт, безпека та професіоналізм, але й екологічну, соціальну та економічну відповідальність. В умовах глобалізації та збільшення кількості туристів важливо, щоб туристична індустрія стала не тільки прибутковою, але й відповідальною по відношенню до природних ресурсів, культурної спадщини та місцевих громад.

Управління якістю туристичних послуг у контексті сталого туризму вимагає комплексного підходу, що поєднує екологічну, соціальну та економічну відповідальність. Зменшення екологічного сліду, підтримка місцевих ініціатив та збереження культурної спадщини є складовими високої якості послуг і є невід’ємною частиною стратегії сталого розвитку туризму. Лише завдяки інтеграції цих аспектів можна створити туризм, який приносить користь не лише економіці, але й навколишньому середовищу та суспільству загалом. Тому важливо, щоб туристичні компанії активно працювали над впровадженням принципів сталого розвитку в усі етапи своєї діяльності, адже це дозволить забезпечити гармонійний розвиток туристичної індустрії та підтримати природні та культурні багатства для майбутніх поколінь. Сертифікація сталих туристичних послуг (наприклад, Green Key, EarthCheck) стала сучасною потребою.

Туризм є ключовою галуззю економіки, що має великий вплив на соціальний, культурний та економічний розвиток. Якість туристичних послуг визначає успіх і конкурентоспроможність підприємств, оскільки задоволення потреб туристів і позитивна репутація компанії прямо залежить від цього чинника. Для досягнення високої якості важливо впроваджувати інструменти управління, зокрема стандартизацію, моніторинг, навчання персоналу та зворотний зв’язок з клієнтами. Крім того, сталий туризм стає необхідним компонентом, який поєднує екологічну, соціальну та економічну відповідальність, забезпечуючи гармонійний розвиток туристичної індустрії. Тому, щоб забезпечити довгострокову конкурентоспроможність, туристичні компанії повинні постійно адаптуватися до змінюваних вимог споживачів, інтегруючи принципи сталого розвитку в усі етапи своєї діяльності.

Література:

1. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристських послуг : підручник [за заг. ред. І. М. Писаревського] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с.
2. Глєбова А. О., Карчевський Б. О. Системи управління якістю на підприємстві в умовах Євроінтеграційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 352–356.
3. Денисенко М. П., Терещенко Н. М. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму. *Наукові праці МАУП*. 2014. Вип. 1. С. 134–138.
4. Долинська О.О., Біницька О.П., Гільберг Т.Г. Управління якістю: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65.
5. Лузан І. В., Луценко І. С. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2012. Вип. 6. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-7.pdf>