

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності 242 «Туризм»**  
**за освітньою програмою «Туризм»**  
на тему: **«УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ**  
**СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ**  
**ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»)**

**Виконавець**

студентка ЦЗФН

Божок Ганна Сергіївна

**Науковий керівник**

професор Герасименко В.Г.

**Одеса 2020**

## Структура змістової частини кваліфікаційної роботи бакалавра

**Актуальність теми:** Проблема якості стосовно виробництва різних товарів є важливою темою досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Більшість дослідників даної проблематики відмічають, що зараз на рівні функцій держави актуалізується питання щодо оцінки якості та управління нею згідно міжнародних стандартів.

Однак комплексних робіт з питань управління якістю обслуговування туристичних фірм бракує на сьогоднішній день, а отже обрання даної теми дослідження є актуальним на сьогоднішній день.

Крім того діяльність ринку туристичних послуг в ситуації кризових заходів у випадку пандемії та в умовах карантинних обмежень після подолання пандемії ставить перед туристичною галуззю нові виклики для підвищення якості обслуговування як невід'ємної умови виживання в несприятливих обставинах.

**Мета і задачі дослідження.** Метою роботи є аналіз системи управління якістю обслуговування споживачів туристичних фірм та розробка заходів щодо їх удосконалення на прикладі турагенції «Поїхали з нами».

Для досягнення визначеної мети сформульовані такі **завдання:**

- розглянути поняття і сутність якості в сфері туристичних послуг ;
- вивчити показники якості обслуговування споживачів туристичної фірми;
- визначити поняття та структуру механізму та системи управління якістю обслуговування;
- здійснити оцінку якості обслуговування турагенції «Поїхали з нами»;
- визначити проблемні моменти забезпечення якості обслуговування в компанії «Поїхали з нами»;
- надати пропозиції щодо підвищення якості обслуговування клієнтів в

офісах «Поїхали з нами».

**Об'єктом дослідження** є відносини, що виникають між персоналом та споживачами у зв'язку зі здійсненням туристичними фірмами функцій з обслуговування клієнтів-туристів.

**Предметом дослідження** є теоретичні, методичні та практичні питання управління якістю обслуговування споживачів туристичних фірм.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження склали загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, вибір яких зумовлений особливостями його об'єкта, предмета, мети і завдань. Методологічною основою дослідження є логіко-діалектичні методи наукового пізнання, статистично-економічні, а також спеціальні методи, зокрема логічного узагальнення, статистично-економічний та інші. Методи прогнозування, моделювання сприяли формулюванню пропозицій щодо удосконалення системи контролю за якістю обслуговування туристичних фірм.

**Інформаційною базою дослідження** є законодавчі та нормативні акти України, праці вітчизняних та зарубіжних учених з питань управління якістю туристичних послуг, матеріали періодичних видань, власні спостереження і розрахунки, дані мережі Інтернет.

Практична значущість отриманих результатів полягає в узагальненні інформації і розробці деяких рекомендацій щодо удосконалення системи обслуговування споживачів на підприємствах туристичної сфери

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (58 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст роботи викладено на 62 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 13 рисунків.

## **Основний зміст роботи.**

У розділі 1 «**Управління якістю обслуговування споживачів туристичних фірм як передумова підвищення їх конкурентоздатності**» розглянуто теоретичні питання формування систем управління якістю обслуговування клієнтів туристичних підприємств, розкрито зміст основних понять, що відносяться до управління якістю в сфері послуг.

У розділі 2 «**Аналіз системи управління якістю обслуговування споживачів туристичного агентства «Поїхали з нами»**» надана організаційно-економічна характеристика підприємства. Визначено цільовий сегмент споживачів туристичних послуг фірми. Проведено аналіз якості обслуговування клієнтів фірми.

У розділі 3 «**Шляхи удосконалення управління якістю обслуговування споживачів турагентства**» надана оцінка задоволеності клієнтів фірми її послугами. Сформульовано умови, які мають бути створені для підвищення рівня обслуговування споживачів послуг підприємства, що досліджувалось.

## **ВИСНОВКИ**

На підставі здійсненого дослідження нами зроблено наступні висновки:

Управління якістю послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму передбачає розуміння декількох принципіальних положень. Перше з них полягає в тому, що сучасна концепція якості відбивається у двох основних формах: об'єктивній ( вимоги з якості встановлені стандартами ISO-9000) та суб'єктивній (у вимогах з якості пріоритет надається споживачеві послуг).

Друге положення передбачає, що на будь-якому туристичному підприємстві можна виділити декілька рівнів управління якістю: управління якістю обслуговування клієнтів і управління якістю туристичного продукту, що продається споживачам.

Зазначені дві складові забезпечують відповідний рівень якості роботи ту-

ристичної фірми в цілому.

Система заходів управління якістю обслуговування туристичних фірм включає в себе нерозривно пов'язані заходи з оцінки, контролю, забезпечення та поліпшення якості обслуговування.

З'ясовано, що методика оцінки якості обслуговування туристичних фірм включає наступні етапи: збір початкової інформації за допомогою проведення анкетування споживачів туристичної послуги; обробка результатів анкетування та систематизація даних за показниками очікуваної якості туристичних послуг, фактичної якості та за коефіцієнтами важливості групи показників; визначення інтегрального показника якості обслуговування і меж його зміни.

Відповідно до існуючих в туристичній агенції «Поїхали з нами» стандартів якості було розроблено наступний перелік показників якості обслуговування: наявність комфортабельного офісу та технічне оснащення (інтер'єр, меблі, оргтехніка та ін.); методи продажу турів; кваліфікація персоналу; можливість формування програм туристичного обслуговування за індивідуальними вимогами; дотримання встановлених норм продажу; ступінь використання засобів внутрішньо-фірмової реклами та інформації; зовнішній вигляд співробітників, доброзичливість та ввічливість при спілкуванні; збільшення кількості туристичних продуктів.

Для співвіднесення рівня очікування та реального рівня обслуговування туристичною фірмою було здійснено опитування клієнтів щодо відповідності їх очікувань реальному стану справ відносно окремих показників якості обслуговування.

Результати аналізу дали змогу встановити високий рівень очікувань клієнтів турагенції «Поїхали з нами» та ключові проблеми обслуговування клієнтів на сьогоднішній день:

- незручності розташування та відсутність парковки;
- відсутність довіри до електронної форми договорів;
- недосконалість організаційного та мотиваційного аспекту формування

системи управління якістю обслуговування.

Пропонується впровадити до діяльності компанію практику бенчмаркінгу, тобто діяльності з вивчення і оцінки існуючого досвіду конкурентів та лідерами ринку з метою пошуку найкращого та найбільш можливого для адаптації досвіду. Для мережі турагенцій «Поїхали з нами» потрібно запровадити практику бенчмаркінгу обслуговування, яка має бути здійснена за такою процедурою: визначення об'єкту бенчмаркінгу (система обслуговування клієнтів); вибір об'єкта порівняння (лідери ринку туристичних послуг); пошук інформації (збір інформації за допомогою доступних методів); аналіз (інформація класифікується, систематизується, вибирається метод аналізу, оцінюється ступінь досягнення мети і чинники, що визначають результат); впровадження (теоретичне опрацювання результатів аналізу та практичне впровадження); контроль за процесом і повторення аналізу.

Для підвищення кваліфікації менеджерів всіх рівнів в компанії «Поїхали з нами» вважаємо за необхідне збільшення числа та ефективності семінарів та тренінгів, що проводяться. Для забезпечення доступності інформації з тренінгів, лекцій та семінарів доречним було б використання електронної форми проведення лекцій та тренінгів. Крім того слушним було б формування електронної бібліотеки проведених тренінгів та лекцій з метою постійного безперешкодного доступу до них співробітників компанії.

Важливим напрямком вдосконалення кваліфікації менеджерів має бути сфера інтернет-відносин, адже все більше обслуговування туристичних фірм переходить поза межі офісів, а це означає, що саме менеджерам туристичних фірм необхідно допомогти подолати клієнтам властиву їм консервативність при спілкуванні та оформленні покупки в онлайн-режимі. Високий рівень знань менеджерів щодо принципів забезпечення умов безпеки інтернет-обслуговування клієнтів має допомогти в процесі спілкування з інтернет-клієнтами з боку менеджерів фірм.