

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності \_\_242 Туризм\_\_**  
(шифр та найменування спеціальності)  
**за освітньою програмою**  
**Туризм**  
\_\_\_\_\_

---

(назва освітньої програми)

на тему: «Удосконалення якості послуг туристичного підприємства (на прикладі турагенції «TOURS&TICKETS»)

**Виконавець:**

Студентка факультету міжнародної економіки

Білянська Владлена Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові) \_\_\_\_\_ /підпис/

**Науковий керівник:**

\_\_\_\_\_ к.е.н.

(науковий ступінь, вчене звання)

\_\_\_\_\_ Нечева Наталя Валеріївна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові) \_\_\_\_\_ /підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність теми* кваліфікаційної роботи обумовлюється проблемою якості обслуговування в туризмі – одна з найактуальніших у розвитку цієї галузі народного господарства. На міжнародному туристичному ринку якість обслуговування – найсильніша зброя в конкурентній боротьбі. Туристи, які задоволені обслуговуванням в готелях, ресторанах, бюро послуг, туристичних комплексах певних країн, стають їх активними пропагандистами. Вони часто відвідують ці місця, сприяючи збільшенню потоків туристів, створюючи високу репутацію вподобаним їм туристичним районам. Якість обслуговування в кінцевому рахунку сприяє підвищенню економічної ефективності туризму.

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю.

При управлінні якістю комплексної туристичної послуги безпосередніми об'єктами управління виступають процеси, що зумовлюють якість кожної послуги. Розробка управлінських рішень щодо визначення показників, які обумовлюють надання якісного туристичного продукту, розглядається як важлива складова програми управління якістю туристичних послуг.

**Метою кваліфікаційної роботи** є вивчення процесу вдосконалення якості послуг туристичних підприємств на прикладі турагенції «TOURS&TICKETS».

У відповідності з поставленою метою в даній роботі вирішуються наступні **завдання**:

- визначити сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга»;
- дослідити оцінку якості у туристичних підприємствах;
- вивчити специфіку формування системи управління якості послуг у сфері туризму;
- охарактеризувати діяльність турагенції «TOURS&TICKETS» ;
- проаналізувати фінансово-економічну діяльність турагенції «TOURS&TICKETS»;
- оцінити якість послуг та конкурентних позицій тур агенції «TOURS&TICKETS»;
- розробити загальні рекомендації щодо удосконалення якості послуг у підприємстві;
- розробити стратегію підвищення якості послуг у турагенції;
- розробити мотиваційні заходи персоналу для покращення якості послуг.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 44 найменувань та 1 додатків. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінок. Основний зміст викладено на 82 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 8 рисунків.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі «Теоретичні основи дослідження якості послуг у туристичній сфері» визначено сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга», досліджено оцінку якості у туристичних підприємствах, вивчео специфіку формування системи управління якістю послуг у сфері туризму.

У другому розділі «Дослідження процесу управління якістю послуг у турагенції «TOURS&TICKETS» охарактеризовано діяльність турагенції «TOURS&TICKETS», проаналізовано фінансово-економічну діяльність турагенції «TOURS&TICKETS», оцінено якість послуг турагенції «TOURS&TICKETS».

У третьому розділі «Шляхи удосконалення якості послуг у турагенції «TOURS&TICKETS» розроблено загальні рекомендації щодо удосконалення якості послуг у підприємстві, розроблено стратегію підвищення якості послуг у турагенції та мотиваційні заходи персоналу для покращення якості послуг.

## **ВИСНОВКИ**

1. Визначено сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга». Таким чином, з економічної точки зору туристичний продукт – це сукупність речовинних (фізичних товарів) і нематеріальних (у формі послуг) споживних вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, що виникли в період його подорожі. туристична послуга – це результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів. Туристичну послугу в умовах товарно-грошових відносин необхідно розглядати як продукт людської праці, призначений для обміну або продажу. Таким чином, будь-яка туристична послуга повинна володіти двома властивостями: мати споживну вартість – тобто бути корисною для туриста і здатною задовольнити його певні потреби; мати мінову вартість – тобто обмінюватися у певній пропорції на інші товари або послуги.

2. Досліджено оцінку якості послуг у туристичних підприємствах. З'ясовано, що оцінка якості пов'язується з порівнянням. У випадку оцінювання відповідності пропонованого до очікуваного продукту порівняння стосується ознак певного продукту і ознак взірця чи ідеалу. Про якість продукту засвідчує якість усіх наданих послуг, які входять до його складу. Незадовільна якість однієї з послуг зумовлює низьку оцінку продукту

загалом. До основних параметрів оцінки якості та споживчої цінності туристичних послуг належать показники, що визначають технічну, функціональну та етичну цінність окремих видів послуг і комплексного туристичного продукту та показники їхньої суспільно необхідної вартості.

3. Вивчено специфіку формування системи управління якості послуг у туризмі. Система контролю якості сервісу має забезпечувати контроль на всіх етапах технологічного циклу і за всіма параметрами (кожної хвилини). Крім того, функція контролю має забезпечувати пряму гнучкість і коригування всіх інших дій по забезпеченню якості послуг. Таким чином, можна виділити два основних критерії системи якості: вона повинна забезпечувати високий рівень якості, його відповідність стандартам і потребам туриста, а також служити інструментом для створення спеціальних технологій з раціонального управління підприємством.

4. Охарактеризована діяльність тургенції «TOURS&TICKETS». Турагенція «TOURS&TICKETS» одна із провідних туристичних фірм України та є оператором з виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму. Виїзний туризм включає індивідуальні і групові тури за такими провідними напрямками як Польща, Словаччина, Чорногорія, Туреччина, Болгарія, Хорватія, Сербія, Чехія, Угорщина, Румунія, Грузія, Єгипет, Таїланд; а також бронювання готелів і приватних апартаментів, трансфери, оренда автотранспорту, організація екскурсій.

В'їзний туризм включає наступні послуги: індивідуальні та групові тури, візова підтримка, бронювання готелів, відпочинок на Чорному та Азовському морях, морські круїзи, гірськолижні курорти, екскурсійні тури містами України, лікування на вітчизняних курортах (Трускавець, Моршин, Східниця та інші).

Внутрішній туризм – це насамперед відпочинок на курортах Карпат: Славське, Яремча, Ворохта, Буковель, Драгобрат; лікування та відпочинок на курортах Трускавця, Моршина та Східниці; організація святкових

відпочинкових турів і їх проведення у автентичній обстановці; екскурсійні програми по Івано- Франківську, Львову, замках Західної України, а також тури по всій Україні.

У турагенції «TOURS&TICKETS» працюють висококваліфіковані працівники, які закінчили вищі навчальні заклади, постійно проходять стажування як в Україні, так і закордоном, беруть участь у щорічних конференціях, на яких обмінюються досвідом з працівниками інших турагенцій України.

5. Проаналізовані фінансово-економічні показники діяльності досліджуваного підприємства. Фінансові показники діяльності турагенції «TOURS&TICKETS» покращилися порівняно з 2016 р. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції зріс на 87,77%, а величина прибутку на 105,66%. Внаслідок зростання прибутку від операційної діяльності та звичайної діяльності, величина чистого прибутку турагенції «TOURS&TICKETS» збільшилася на 166,36%. Проте одночасно відбулося і зростання собівартості реалізованої продукції на 73,62%. З усіх складових витрат найбільше зросли матеріальні витрати (на 190,85%), амортизація (на 139,85%) та інші операційні витрати (на 77,46%).

Варто звернути увагу, що у структурі активів турагенції TOURS&TICKETS найбільше зростання відбулося по таких статтях як дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом, виробничі запаси, інша поточна заборгованість та основні засоби. Загалом активи у 2017 р. порівняно з попереднім 2016 р. зросли на 55,60%.

6. Оцінені якість послуг та конкурентні позиції тур агенції «TOURS&TICKETS». Був проведений SNW-аналіз діяльності тур агенції. Результати аналізу показали, що найбільш сильними сторонами турагенції «TOURS&TICKETS» є якість послуг, що надаються, цінова політика, психологічний клімат в колективі та умови праці. Слабкими сторонами –

плинність кадрів, стратегія, організація маркетингу та обсяг реалізації послуг.

Аналіз мікросередовища досліджуваного підприємства показав, що найбільш впливовими факторами мікросередовища є високий ступінь прихильності покупців до послуг турагенції «TOURS&TICKETS» надання посередниками вигідних для фірми форм оплати та умов отримання послуг, низький рівень інформованості покупців про товари, невідповідність асортименту (якості) послуг вимогам покупців, висока чутливість покупців до ціни.

Також в ході дослідження було опитано 100 відвідувачів турагенції TOURS&TICKETS і кожному з них запропоновано оцінити вагу (значущість) кожного обраного показника з використанням 5-ти бальної шкали. Кожний бал від 1 до 5 відповідав певній якісній оцінці. Дані табл. 2.12 свідчать, що найбільша задоволеність клієнтів якістю обслуговування спостерігається за показниками «середній час надання послуг»- 4,4, «уміння працівників фірми завершати бесіду і спонукати до повторного звернення» - 4,3. Найгірший стан справ спостерігається за показником «уміння персоналу надавати кваліфіковану інформацію про туристичний продукт».

7. Розроблені рекомендації щодо удосконалення якості туристичного підприємства. Для покращення якості роботи в туристичних фірмах необхідно забезпечити підприємство такими факторами: - наявністю цивілізованих умов перетину кордону та сприятливий візовий режим для іноземних туристів; - забезпеченість розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном; - упровадження нових інформаційних технологій; - податкове законодавство, яке б сприяло вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму.

Діяльність щодо поліпшення рівня якості має бути направлена на досягнення як термінових, так і перспективних завдань поліпшення якості, і

має включати: - визначення того, які дані підлягають збиранню; - аналіз даних і приділення першочергової уваги видам діяльності, які чинять найбільш негативний вплив на якість туристських послуг; - передачу результатів аналізу за допомогою зворотного зв'язку оперативному керівництву з рекомендаціями щодо невідкладного поліпшення якості; - періодичне інформування вищого керівництва для аналізу рекомендацій щодо перспектив поліпшення якості.

Співробітники різних підрозділів організації, яка надає туристські послуги, що працюють разом, здатні висувати плідні ідеї щодо поліпшення якості і зниження витрат. Керівництву слід заохочувати персонал всіх ланок робити свій внесок у програми поліпшення якості, відзначаючи їхні зусилля і участь якій викладені загальні методи маркетингового впливу на формування ринкового попиту, визначення конкурентної позиції підприємства.

8. Розроблена стратегія підвищення якості туристичних послуг у турагенції «TOURS&TICKETS». Рекомендації щодо вдосконалення системи менеджменту якості на турагенції «TOURS&TICKETS» припускають впровадження наступних заходів: в організаційну структуру управління турагенції «TOURS&TICKETS» ввести посаду відповідального за контролінг менеджменту якості (контролера якості); впровадити моніторинг якості; проводити «Дні якості»; впровадити систему зворотного зв'язку зі споживачами.

9. Запропоновано додати новий вид оцінювання персоналу та мотивації персоналу як фактора підвищення якості послуг у підприємстві. Найпоширеніший метод, який рекомендується використовувати, - метод «360 градусів». Ця оцінка включає у себе не тільки аналіз діяльності з боку безпосереднього керівника співробітника, але й отримання розширеного оціночного зворотного зв'язку від його найближчого оточення – колег, підлеглих, а в окремих випадках – і зовнішніх клієнтів даного співробітника, з якими він веде безпосередню взаємодію.

Запропоновано шляхи мотивації персоналу. Достатнє матеріальне забезпечення виводить на перше місце соціальні мотиви – реалізацію творчого потенціалу, професійне зростання та забезпечення прозорості і дружніх стосунків у колективі.

Основний ефект який досягається до допомогою нематеріальної мотивації - це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в компанії.

З метою підвищення ефективності мотиваційних заходів необхідно дотримуватись певних правил: розвивати і підтримувати почуття самоповаги у працівників, надавати їм більше можливостей відчуття самостійності і контролю ситуації, заохочення за досягнення проміжних цілей, прояв постійної уваги з боку керівництва, підтримання розумної внутрішньої конкуренції та надання можливості співробітникам відчутти себе переможцями.