

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ

IMPROVING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF QUALITY MANAGEMENT SERVICES OF TOURIST SERVICES ENTERPRISES

У статті розглянуто окремі аспекти підвищення економічної ефективності управління якістю послуг підприємств задіяних в обслуговуванні туристів. Указано, що в умовах сучасного розвитку туризму управління якістю є однією з найважливіших складових ефективності та прибутковості туризму. Визначено, що в Україні помітне зниження кількості реалізованих туристичних пакетів туроператорам протягом досліджуваного періоду. Встановлено, що наразі найкращим каналом збуту туристичних продуктів є туристичні агенції, які конкуруючи між собою забезпечують кращу якість обслуговування та сервісну оболонку продукту туроператорів. Установлено, що на кожному з етапів реалізації розробленого туристичного пакету необхідним є контроль якості надання послуг туристові, адже від цього залежить фінальний економічний ефект роботи усіх учасників. Встановлено, що переважну частину споживачів туристичного продукту, обслуговуваних туроператорами та турагентами, складають туристи, що мандрують з метою, відпочинку та гарного проведення дозвілля. Зазначено, що за 2018–2020 роки в Україні найвищий рівень зростання мали витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, які надають послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування. Зазначено, що причинами негативних тенденцій на туристичному ринку України є військова агресія Російської Федерації на території України з 2014 року та пандемія SARS-CoV-2. Установлено, що у процесі підвищення ефективності управління якістю послуг підприємств задіяних у процесі обслуговування туристів важливим є впровадження міжнародних стандартів якості та сертифікація згідно вимог міжнародного стандарту ISO 9001 для туризму.

Ключові слова: туроперейтинг, туристична агенція, турист, сфера обслуговування, туристична послуга, туристичний продукт.

УДК 38.48 (072)(0758)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-25>

Тимчук С.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

Нещадим Л.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри технології
і організації туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманського державного педагогічного
університету імені Павла Тичини

Tymchuk Svitlana

Uman National University of Horticulture
Neshchadym Lydmila
Pavlo Tychyna Uman State
Pedagogical University

The article considers some aspects of improving the economic efficiency of quality management of enterprises involved in tourist services. It is pointed out that in the conditions of modern tourism development quality management is one of the most important components of tourism efficiency and profitability. It is determined that in Ukraine there is a noticeable decrease in the number of tourist packages sold by tour operators during the study period. It is established that currently the best sales channel for travel products are travel agencies, which compete with each other to provide the best quality of service and service shell of the product of tour operators. It has been determined that tour operators cooperate with a significant number of different market players that serve tourists. It is established that at each stage of implementation of the developed tourist package it is necessary to control the quality of services to tourists, because it depends on the final economic effect of all participants. It is established that the vast majority of consumers of tourism products, served by tour operators and travel agents, are tourists traveling for purpose, recreation and leisure. It is established that during the study period the costs of accommodation, meals and transportation of tourists within the implemented tourist packages decreased. It is noted that in 2018–2020 in Ukraine the highest level of growth was the cost of tour operators for the services of third-party organizations that provide services in the field of culture and excursions. It is noted that the reasons for the negative trends in the tourism market of Ukraine are the military aggression of the Russian Federation in Ukraine since 2014 and the SARS-CoV-2 pandemic. It is established that in the process of improving the efficiency of quality management of enterprises involved in the process of tourist services, it is important to implement international quality standards and certification in accordance with the requirements of the international standard ISO 9001 for tourism. It is noted that when implementing a quality management system, each enterprise in the field of tourist services should define goals and policies on quality, set appropriate tasks to ensure a stable, long-term nature.

Key words: tour rating, travel agency, tourist, service sphere, tourist service, tourist product.

Постановка проблеми. Підвищення економічної ефективності роботи туристичних підприємств та закладів сфери обслуговування туристів значно пов'язані з управлінням якістю обслуговування туристів і культурою життя населення, яке задіяне сфері туристичних послуг. Актуальним є управління якістю різноманітних послуг туристичного сегменту, які задовольняють не тільки фізіологічні, але й соціальні, духовні потреби людини – в спілкуванні, визнанні, новизні, гармонії тощо. Від ступеня задоволеності послугами підприємств сфери обслуговування туристів залежить відвідуваність, а, отже, – успіх і стабільність розвитку підприємства.

У зв'язку з високою конкуренцією на туристичному ринку усі суб'єкти туристичного ринку задіяні в обслуговуванні туристів повинні постійно вивчати варіанти підвищення якості послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних та практичних проблем якості послуг у туристичній сфері, факторів, що впливають на створення якісного туристичного продукту, визначення умов, за яких можлива ефективна виробнича діяльність туристичних підприємств вивчено Т. С. Незвещук-Когут. Чуєва І., Сидорук А. та Кравченко Д. досліджували управління якістю як фактору підвищення ефективності туристичних та ресторанных послуг на арені

міжнародного туристичного бізнесу. Дослідженням теоретико-методичних та прикладних аспектів функціонування на підприємствах (організаціях) системи управління якістю, відповідної міжнародному стандарту ISO серії 9000 (9001), обґрунтування доцільності її впровадження у діяльність туристських підприємств займалась Чорна Н.

Постановка завдання. Метою дослідження є економічний аналіз сучасних тенденцій реалізації туристичних продуктів та супутніх послуг і напрямів підвищення економічної ефективності управління якістю послуг підприємств сфери обслуговування туристів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання якості обслуговування в туризмі є одним з найактуальніших питань у розвитку цієї галузі економіки. На туристичному ринку якість послуг є найсильнішою зброєю конкуренції. Їх активними промоутерами стають туристи, які задоволені послугами готелів, ресторанів, сервісних агентств і туристичних комплексів у певних країнах. Вони відвідують ці місця, допомагаючи збільшити туристичний потік і створюючи чудову репутацію своєї улюбленої туристичної дестинації. Якість обслуговування в кінцевому підсумку сприяє економічній вигоді від послуг у секторі туризму.

Якість обслуговування в умовах сучасного розвитку туризму є однією з найважливіших складових ефективності та прибутковості туризму. Система управління якістю в туристичній сфері має бути безперервним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня обслуговування, покращення факторів виробництва та впровадження систем якості.

При управлінні якістю комплексних туристичних послуг безпосереднім об'єктом управління є процес визначення якості кожної послуги, яка включена у туристичний пакет. Прийняття управлінських рішень щодо визначення показників

доставки якісних туристичних продуктів вважається важливою частиною плану управління якістю послуг у туризмі.

Ефективна продуктивна діяльність у сфері туризму можлива за наступних умов: комплексне туристичне обслуговування відповідає всім вимогам вітчизняного законодавства та іншим вимогам регіону та суспільства; туристичні послуги необхідні за обсягом або метою; туристичні продукти відповідають вимогам і очікуванням споживачів; туристична продукція відповідає стандартам і технічним вимогам; інтегровані туристичні послуги, спрямовані, з одного боку, на отримання прибутку від туризму, з іншого боку – пропонується споживачам та туристичним агентам за конкурентоспроможними цінами; туристичний продукт задовольняє всі вимоги безпеки [1].

Система менеджменту якості є цілісною робочою структурою, яка діє на туристичному підприємстві і повинна включати ефективні технічні та управлінські методи для забезпечення найкращої та максимально практичної взаємодії з працівниками туристичного підприємства, їх агентами, підрядниками та споживачами туристичних послуг. Тому, чи зможуть туристичні підприємства досягти поставлених цілей і забезпечити конкурентоспроможність своїх послуг, визначається існуючою системою організаційного управління – системою управління якістю [1].

Досягнення ефективності системи управління якістю обслуговування в індустрії туризму невіддільне від конкретної участі та позитивного впливу різних форм обслуговування та управлінського персоналу на підвищення якості обслуговування туристів, туристичних агентств і підрядників.

Об'єднуючим елементом послуг у туризмі є туристичний пакет, який реалізується туристичними операторами (таблиця 1).

За 2018–2020 рр. помітне зниження кількості реалізованих туристичних пакетів туроператорам

Таблиця 1

Динаміка кількості та вартості реалізованих туроператорами юридичними особами туристичних пакетів

Показник	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення (%)
	од	тис. грн	од	тис. грн	од	тис. грн	
Реалізовано туристичних пакетів туроператорами, усього	1304256	26784541	1879646	36081309	926740	20767157	78
Реалізовано туристичних пакетів турагентами, усього	787436	17066305	1054034	23970542	298391	6850720	40
Реалізовано туристичних пакетів туроператорами безпосередньо туристам	710757	19928110	1045010	29242115	606086	298391	1
Реалізовано туристичних путівок іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	593499	6856431	834636	6839193	320654	5474343	80

Джерело: систематизовано автором на основі [2]

на 28% а турагентами на 60%. Результатом реалізації туристичних пакетів безпосередньо туристам особисто туроператорами було скорочення продажів майже у 67 разів. Найбільш ефективним каналом збуту туристичних пакетів у цей період стала реалізація через інших туроператорів та туристичних агентів. За досліджуваний період кількість реалізованих туристичних путівок іншим туроператорам і туристичним агентам для їх подальшої реалізації туристам зменшилась лише на 20% в порівнянні з іншими каналами реалізації туристичних пакетів.

Під час пандемічної кризи припинили своє існування до 30% туристичних агентств. У 2022 році туризм знову під серйозною загрозою пов'язаною з карантинними обмеженнями через постійну мутацію коронавірусу та появу штаму «Омікрон» і бойові дії в Україні.

Крім того, туристичні агентства починають відходити від використання промо-прайсів. Уникнення значного використання промо-прайсів є важливим кроком у здоровій конкуренції в туристичній індустрії. Така практика дозволить турагентам підвищити свій професіоналізм і підтримувати свою діяльність на нормальному рівні. Середній рівень комісії сьогодні становить близько 12%, з яких турфірма сплачує 9,4%.

За ринкових умов агенти також створюють свої продукти та їхню цінність – наприклад, сервісні оболонки для продуктів туристичних агентств. Підвищити якість туристичних послуг намагаються й туристичні агенції. За останні два роки вартість туристичних агентств істотно зросла. Зрештою, саме турагенти мають додаткові турботи, коли справа доходить до збору даних та інформування відвідувачів про правила в'їзду, карантинні обмеження, вимоги до тестування тощо. Управління якістю послуг підприємств, що займаються туристичним бізнесом, та надання прямих послуг туристам стає ключовим питанням кризи туристичного ринку. Туроператори, які впроваджують турпакети, працюють з великою

кількістю різноманітних гравців туристичного ринку. На кожному етапі реалізації розробленого туристичного пакету необхідно контролювати якість обслуговування туристів, оскільки від цього залежить кінцевий економічний ефект усіх учасників процесу.

Туристичні оператори співпрацюючи з іншими суб'єктами туристичного ринку несуть ряд фінансових витрат на послуги розміщення туристів, їх перевезення, харчування та інші види послуг (таблиця 2).

Враховуючи кризові явища на туристичному ринку за останні роки витрати туроператорів з розміщення туристів скоротились на 15,2%, послуги пасажирського транспорту на 11,9, послуги із забезпечення стравами та напоями на 46,1%. Такий сегмент витрат як надання в оренду транспортних засобів втратив свою актуальність у цей період (зниження показника на 96%).

Переважну частину споживачів туристичного продукту, обслугованих туроператорами та турагентами, складають туристи, що мандрують з метою, відпочинку та гарного проведення дозвілля. Їх питома вага в загальній кількості туристів перевищує 90% [3]. Протягом 2018–2019 рр. витрати туроператорів на послуги сторонніх організацій, які надають послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування (без урахування транспортних послуг) зросли на 725,7%. Поряд з цим стали зростати витрати на інші послуги, що включені до вартості туристичного пакета (зростання на 543,3%).

У туристичному бізнесі необхідно дотримуватися вимог Міжнародної організації зі стандартизації (ISO). Стандартизація туризму визначається як встановлення та застосування правил і положень для регулювання діяльності в конкретних сферах на користь і участь усіх сторін, залучених до процесу створення туристичних продуктів, включаючи досягнення оптимальної економії відповідно до функціональних умов і стандартів безпеки [4].

Таблиця 2

Динаміка витрат туроператорів на послуги сторонніх організацій, що включені до вартості туристичних пакетів, тис. грн

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення (%)
Витрати на послуги сторонніх організацій, усього	22648825,3	32263851,9	18338938,4	81,0
Послуги з розміщення туристів	16939879,8	24259092,5	14361219,6	84,8
Послуги пасажирського транспорту	3937774,6	6737699,9	3468085,5	88,1
Надання в оренду транспортних засобів	87749,8	42943,6	3474,1	4,0
Послуги із забезпечення стравами та напоями	232924,0	623335,7	125526,7	53,9
Послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування (без урахування транспортних послуг)	29797,0	19994,0	216236,3	725,7
Інші послуги, що включені до вартості туристичного пакета	29797,0	322133,4	161893,3	543,3

Джерело: систематизовано автором на основі [2]

Управління якістю обслуговування підприємствами туристичного обслуговування як фактор підвищення ефективності надання послуг є управлінням четвертого покоління, яке фактично переходить у власність провідного керівництва підприємств і установ різних форм організацій і компаній. Найвищий рівень конкуренції в будь-якому секторі бізнесу, включаючи готелі чи ресторани, змушує компанії уважно стежити за якістю послуг. Важливим фактором управління якістю є стандартизація туристичних та супутніх послуг. Найбільш відчутним чинником якості обслуговування виступає робота з персоналом [5].

Враховуючи ризики для економічної діяльності в туристичному секторі, включаючи часті зміни стандартів та інших нормативних актів, щоб гідно конкурувати та розширювати свою присутність на туристичному ринку, туристичний бізнес повинен постійно вдосконалюватися. Збільшувати кількість нових клієнтів і водночас формувати лояльність споживачів, які скористалися послугами цієї туристичної компанії, і лише шляхом постійного підвищення якості обслуговування останніх можна перетворити на стабільну конкурентну перевагу та забезпечити стійкий розвиток. Тому сертифікат, що відповідає вимогам міжнародного туристичного стандарту ISO 9001, є знаком якості, який необхідно регулярно підтверджувати [6].

Здатність туристичних підприємств досягати поставлених цілей та забезпечувати конкурентоспроможність послуг визначається діючою системою організаційного управління – системою управління якістю. Спільна мета досягнення покращення якості повинна враховувати всі елементи та операції в інтегрованому процесі обслуговування клієнтів, а також якість роботи, що виконується всім персоналом. Крім того, система управління якістю передбачає поєднання низки взаємозалежних заходів для підтримки рівня якості, необхідного для реалізації туристичних маршрутів, турів, екскурсій на всіх етапах «життєвого циклу» туристичного продукту. При впровадженні системи управління якістю кожне туристичне підприємство має визначити цілі та політику з якості, поставити відповідні завдання із забезпечення стабільного, довгострокового характеру.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що у процесі підвищення ефективності управління якістю послуг підприємств задіяних у процесі обслуговування туристів важливим є впровадження міжнародних стандартів якості та сертифікація згідно вимог міжнародного стандарту ISO 9001 для туризму. Встановлено, що роздрібна торгівля туристичними продуктами через туристичні агенції наразі залишається найефективнішим каналом збуту. Найвищий рівень економічної ефективності серед послуг у туристичному секторі

спостерігається у послугах в галузі культури, екскурсійне обслуговування та інших послуг, які включені туристичний продукт та носять розважальний характер.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Незвещук-Когут Т. С. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління якістю обслуговування на туристичних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3995> (дата звернення: 14.05.2022).
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.05.2022).
3. Neshchadym L., Lazariev O., Fernos Y., Komisarenko N., Tymchuk S. and Movchan L. Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism. 10–11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, Spain. P. 7077–7081.
4. Вакулєнко А. В. Управління якістю : Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ : КНЕУ, 2013. 167 с.
5. Чуєва І., Сидорук А та Кравченко Д. Упровадження якості як фактор підвищення ефективності туристичних та ресторанных послуг в сфері міжнародного туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 29. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/582/558> (дата звернення: 15.05.2022).
6. Чорна Н. Система управління якістю як інструмент удосконалення менеджменту туристичного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 28. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/485/464> (дата звернення: 14.05.2022).

REFERENCES:

1. Nezveshchuk-Kohut T. S. (2015) Problemy ta napriamy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia yakistiu obsluhovuvannia na turystychnykh pidpriemstvakh. [Problems and directions of improving the efficiency of service quality management at tourism enterprises]. *Efficient economy*, vol. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3995> (accessed 14 May 2022).
2. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 May 2022).
3. Neshchadym L., Lazariev O., Fernos Y., Komisarenko N., Tymchuk S. and Movchan L. (2019) Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism. 10–11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, pp. 7077–7081. (in Spain)
4. Vakulenko A. V. (2013) Upravlinnia yakistiu [Quality management]. Educational and methodical manual for independent study of the discipline. Kyiv. 167 p. (in Ukrainian)
5. Chuieva I., Sydoruk A., Kravchenko D. (2021) Upravlinnia yakistiu yak faktor pidvyshchennia efektyvnosti turystychnykh ta restorannykh posluh v sferi

mizhnarodnoho turystychnoho biznesu [Quality management as a factor in improving the efficiency of tourism and restaurant services in the field of international tourism business]. *Economy and society*, vol. 29. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/582/558> (accessed 15 May 2022).

6. Chorna N. (2021) Systema upravlinnia yakistiu yak instrument udoskonalennia menedzhmentu turystychnoho pidpriemstva [Quality management system as a tool for improving the management of a tourist enterprise]. *Economy and society*, vol. 28. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/485/464> (accessed 14 May 2022).