УДК 004.457:005:004.422.422:796.5

СЕРВІСНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ

Анна Пустовіт,
здобувачка ОС Магістр,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Науковий керівник: д.е.н, професор Світлана Мельниченко

У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції у туристичній сфері сервісне управління відіграє ключову роль у забезпеченні високої якості обслуговування клієнтів та підвищенні ефективності діяльності туристичних операторів. Високий рівень сервісу здатен формувати лояльність клієнтів, впливати на репутацію бренду та сприяти стійкому розвитку підприємства. Сервісне управління туристичного оператора охоплює організацію, контроль та вдосконалення всіх етапів взаємодії з клієнтом – від первинного запиту до постобслуговування [1]. Основними напрямами сервісного управління є персоналізація послуг, якісна комунікація, застосування сучасних технологій, управління скаргами та зворотним зв’язком.

Цифровізація бізнес-процесів відкрила нові можливості в управлінні сервісом. Одним із ефективних інструментів є CRM-системи, які дозволяють зберігати історію взаємодії з клієнтами, автоматизувати розсилки, сегментувати аудиторію та аналізувати поведінку споживачів. Туристичні оператори активно впроваджують мобільні додатки, чат-боти, онлайн-супровід та платформи самостійного бронювання, що підвищує рівень задоволеності клієнтів [2].

Поряд із технологічними інноваціями важливе місце займає людський фактор. Професіоналізм менеджерів з продажу, гідів, операторів кол-центрів має

вирішальне значення. Успішні компанії інвестують у навчання персоналу, розвиток soft skills, емоційного інтелекту та культурної обізнаності.

Таблиця 1.

Порівняльна храктеристика різних типів управління

Критерій	*Традиційне управління*	*Сервісне управління*
Фокус	Продаж туру	Повний цикл обслуговування
Комунікація	Одноразовий контакт	Безперервна взаємодія
Інструменти	Офлайн, телефон	CRM, чат-боти, онлайн-платформи

Окрім технічних аспектів, важливим елементом є управління враженнями клієнтів. Customer Experience Management (CEM) стає невід'ємною частиною сучасного сервісного управління, де увага приділяється кожній точці контакту споживача з брендом. Туристичні оператори все частіше впроваджують стратегії емоційного маркетингу, спрямовані на формування позитивного іміджу компанії. Сучасний турист прагне не лише високої якості послуг, а й унікального досвіду. Це вимагає від туроператорів гнучкості, інноваційного мислення та адаптивності до змін. Важливо створювати продукти, що враховують культурні особливості, екологічну відповідальність та індивідуальні потреби клієнтів [3].

У контексті сталого розвитку сервісне управління також має бути орієнтованим на мінімізацію негативного впливу на довкілля. Це стосується як вибору партнерів, так і організації подорожей з урахуванням екологічних стандартів. Використання екотранспорту, співпраця з місцевими громадами, підтримка «зелених» ініціатив — усе це стає частиною комплексного сервісу нового покоління.

Таким чином, ефективне сервісне управління потребує комплексного підходу, який включає технологічні, організаційні, соціальні та етичні аспекти. Його розвиток є запорукою успіху туристичних операторів на сучасному ринку.

Список використаних джерел

1. Назаренко Т.В. Управління якістю обслуговування в туризмі. – К.: Університет, 2022.
2. Туризм в умовах цифровізації. URL: https://tourism-digital.org.ua
3. ISO 9001 в туристичних компаніях: досвід впровадження // ТурБіз, 2023.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ВАРШАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ, М. ВАРШАВА, ПОЛЬЩА
ГДАНСЬКИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, М. ГДАНСЬК, ПОЛЬЩА
АЙОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, США
ЗАХІДНОЧЕСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ЧЕХІЯ
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЛУЛЕО, ШВЕЦІЯ
ШКОЛА ГУМАНІТАРНИХ НАУК ЛОНДОНСЬКОГО СТОЛИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ, ВЕЛИКА БРИТАНІЯ
АКАДЕМІЯ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ “МЕРКУР”, СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

IV МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

«ГОСТИННІСТЬ І ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: НАУКОВІ ТА ПРАКТИЧНІ ГОРИЗОНТИ»

30 квітня - 01 травня 2025 року, м. Київ

КИЇВ – 2025

УДК 338.48 “40”

Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей IV-ої міжнародної науково-практичної конференції (30 квітня - 1 травня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 243 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С.В. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Бандура В.М. – доктор технічних наук, професорка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Мосіюк С.І. – кандидат економічних наук, доцентка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції висвітлюються результати наукових досліджень з питань глобального, національного та регіонального розвитку туризму і сфери гостинності, соціокультурного виміру туризму та реалізації концепції сталого розвитку, маркетингу туристичних дестинацій та діджиталізації бізнес-процесів суб’єктів туристичної діяльності, інноваційних технологій та еко-трендів в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі.

Видання розраховане для студентів бакалаврату та магістратури, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, суб’єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за зміст і достовірність тез доповідей несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

© Колектив авторів, 2025
© НУБіП України, 2025