

ВИКОРИСТАННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ В СИСТЕМАХ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

Сфера туризму – одна з найбільш постраждалих галузей української економіки під час війни. Проте саме вона має потенціал стати каталізатором соціально-економічного відновлення країни. Туризм створює робочі місця, сприяє розвитку малого бізнесу, популяризує національну культуру й підтримує імідж України як безпечної, гостинної держави. У цих умовах особливого значення набуває клієнтоорієнтований підхід у системах управління якістю послуг.

Сучасний турист розглядає подорож не лише як відпочинок, а як емоційний досвід, який має бути безпечним, комфортним і персоналізованим. Тому якість обслуговування – ключовий чинник довіри. Ефективне управління якістю неможливе без орієнтації на клієнта, цифровізації процесів і впровадження міжнародних стандартів (ISO 9001, ISO 14001), що формують єдиний підхід до забезпечення стабільності сервісу та задоволеності гостей [1].

Клієнтоорієнтований підхід у туризмі передбачає створення системи, де всі процеси – від бронювання до зворотного зв'язку — вибудовуються навколо потреб і очікувань клієнта. Як зазначають науковці, головним інструментом такої системи є управління якістю на основі стандартів ISO 9001, адже вони дозволяють структурувати процеси, визначити відповідальність персоналу й

чітко вимірювати рівень задоволеності споживачів.

Варто зосередити увагу на тому, що міжнародні стандарти якості забезпечують єдині вимоги до обслуговування незалежно від країни чи рівня готелю. Це особливо важливо для українських закладів, які прагнуть повернути довіру іноземних туристів після війни. Впровадження стандарту ISO 9001 у поєднанні з CRM-системами дозволяє не лише стандартизувати сервіс, а й глибше розуміти емоційні очікування гостей через аналіз їхніх відгуків, скарг і пропозицій [2].

Під час війни поведінка споживачів змінилася: зросла цінність безпеки, гнучкості та людяності. Туристи шукають не просто комфорт, а впевненість у тому, що їхні потреби почують і зрозуміють. Тому клієнтоорієнтованість має базуватися не лише на технічних стандартах, а й на етичних принципах сервісу – емпатії, довірі, прозорості. Підприємства сфери туризму навіть у кризових умовах демонструють увагу до клієнта, швидше відновлюють свою репутацію та ринкові позиції [3],

Важливим аспектом післявоєнної відбудови є підготовка кадрів. Персонал має не просто знати стандарти ISO, а розуміти, як їх застосовувати у щоденній роботі. Навчання комунікації, антикризовій взаємодії, психології гостинності – усе це формує культуру сервісу, орієнтовану на клієнта. Адже стандарти якості – це лише рамка, а наповнення створює команда.

Інноваційний вимір клієнтоорієнтованості полягає у використанні цифрових технологій. Нині CRM-системи, аналітика Big Data, мобільні додатки та соціальні мережі стають невід’ємними інструментами моніторингу клієнтського досвіду. Вони дозволяють закладам оперативно реагувати на запити, персоналізувати пропозиції й передбачати очікування споживачів [4].

Отже, поєднання міжнародних стандартів ISO 9001 із сучасними цифровими інструментами формує нову модель управління якістю у сфері туризму – адаптивну, відкриту та людиноцентричну. Саме ця модель здатна забезпечити конкурентоспроможність українських туристичних підприємств у післявоєнний період. Клієнтоорієнтований підхід у системі управління якістю

стає не лише умовою виживання, а й стратегічною перевагою на шляху до сталого розвитку туристичної галузі України.

Список використаних джерел:

1. Долинська О., Біницька О., Гільберг Т. Управління якістю туристичних послуг: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*, 2024, № 65. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-7> (дата звернення: 17.10.2025).
2. Сушко Н. Сучасні інструменти управління якістю послуг у готельному бізнесі. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2025. Вип. 8. С. 254–266.
3. Нечева Н., Давиденко І., Шикіна, О. Розвиток сервісу у курортних готелях України. *Економіка та суспільство*, № 71. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-33> (дата звернення: 17.10.2025)
4. Мороз С. Р., Никига О. В. Інноваційні підходи до управління якістю туристичних послуг. *Проблеми сучасних технологій*. 2025. №19. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-19-12-01> (дата звернення: 17.10.2025).