

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві»

Студента 4 курсу, 5 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Туристичний менеджмент»

Крутова Кароліна
Олегівна

підпис студента

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Дупляк Тетяна
Петрівна

підпис керівника

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Дупляк Тетяна
Петрівна

підпис гаранта

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Туристичний менеджмент»

Затверджую
Зав. кафедри
Тетяна Іванівна Ткаченко
«__» _____ 2022 р.

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студента
Крутової Кароліни Олегівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:
Управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві

Затверджена наказом ректора ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2897

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: розробка та обґрунтування рекомендацій щодо вдосконалення управління якістю обслуговування туристичного підприємства «ДЖОІН АП», м. Київ

Об'єкт дослідження: процес управління якістю обслуговування туристичного підприємства

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти управління якістю обслуговування туристичного підприємства «ДЖОІН АП»

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

Вступ

Розділ 1. Аналітична оцінка управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві

1.1. Теоретико-методичні основи управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві

1.2. Оцінка ефективності управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП»

Розділ 2. Удосконалення управління якістю обслуговування туристичного підприємства «ДЖОІН АП»

2.1. Пропозиції щодо вдосконалення управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП» у післявоєнний період

2.2. Обґрунтування доцільності та ефективності запропонованих заходів

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів	
		за планом	Фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022-01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022-02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	09.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	17.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	01.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023 — 22.05.2023	15.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 — 01.06.2023	30.05.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	01.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	19.06.2023

6. Дата видачі завдання «2» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Дупляк Т.П.
(підпис, прізвище, ініціали)

8. Гарант освітньої програми Дупляк Т.П.
(підпис, прізвище, ініціали)

9. Завдання прийняв до виконання студент Крутова К.О.
(підпис, прізвище, ініціали)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Крутова Кароліна Олегівна виконала випускню кваліфікаційну роботу у повному обсязі в установлені терміни згідно з календарним планом виконання роботи. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам вищої школи, має практичне значення та наукову новизну, актуальний напрям досліджень. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі визначено теоретико-методичні основи управління якістю обслуговування та проведено аналіз ефективності управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП». У другому розділі розроблено та економічно обґрунтовано заходи щодо удосконалення управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП» у повоєнні роки.

Випускна кваліфікаційна робота рекомендується до захисту в ЕК та заслуговує на позитивну оцінку. Дослідження є самостійною авторською роботою, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями. Робота пройшла перевірку на плагіат. Виявлені недоліки усунуті. Електронну версію роботи отримано для передання до депозитарію ДТЕУ.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____

(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Крутової Кароліни Олегівни

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

(підпис, прізвище, ініціали)

«___» _____ 202__ р.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Аналітична оцінка управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві.....	9
1.1. Теоретико-методичні основи управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві.....	9
1.2. Оцінка ефективності управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП».....	15
Розділ 2. Удосконалення управління якістю обслуговування туристичного підприємства «ДЖОІН АП»	25
2.1. Пропозиції щодо вдосконалення управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП» у післявоєнний період.	25
2.2. Обґрунтування доцільності та ефективності запропонованих заходів.	36
Висновки та пропозиції	43
Список використаних джерел.....	45
Додатки.....	49

ВСТУП

Сфера туристичної індустрії постійно перебуває в інтенсивному розвитку, що провокує потребу підтримки високого рівня конкурентоспроможності туристичних організацій. Тому важливою та невід’ємною частиною успіху будь-якої компанії є якість надання туристичних послуг, результативність надання якої залежить від ефективного управління та контролю з боку керівництва.

Термін «управління якістю послуг» вперше з’явився в американській літературі в 1960-х роках. У цей час компанії ставали більш глобалізованими, а отже більш конкурентоспроможними. У результаті організаціям виникла потреба знайти шляхи досягнення досконалості бізнес-функції, звідки й виникла потреба освоєння способів надання відповідного якісного туристичного продукту та обслуговування, які і дотепер набувають все більшого значення. Організації можуть досягти досконалості у виконанні бізнес-функцій лише тоді, коли всі її відділи працюють разом та злагоджено, підпорядковуючись певній системі менеджменту.

Актуальність теми полягає у тому, що ефективність діяльності будь-якого туристичного підприємства напряму залежить від того наскільки якісне обслуговування надається споживачам. Для цього в організації важливо налагодити менеджмент якості туристичного обслуговування, адже це значно впливає на імідж та загальну оцінку підприємства, підвищує конкурентоспроможність, збільшує кількість потенційних клієнтів та забезпечує впізнаваність туристичного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за темою дослідження визначає, що питанням вивчення комунікацій на будь-якому підприємстві, сутності їх використання та можливості ефективного застосування цікавилися та досліджували безліч українських та зарубіжних вчених, а саме: М. Панченко, Т. Кузьміна, Н. Мережко, Е. Демінг, І. Писаревський, В. Топольник, М. Рутинський, М. Костюченко, О. Любіцева та ін. Вони внесли значний внесок у дослідження цього напрямку управління.

Мета дослідження полягає визначенні ефективності управління якістю обслуговування ТОВ «ДЖОІН АП».

Завданням дослідження є:

- дослідження загальних основ з управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві;
- оцінка ефективності процесу управління якістю обслуговування споживачів ТОВ «ДЖОІН АП»;
- визначення недоліків управлінської діяльності підприємства;
- визначення системи заходів щодо удосконалення якості обслуговування на туристичному підприємстві;
- обґрунтування пропонованої системи заходів щодо удосконалення якості обслуговування на туристичному підприємстві ТОВ «ДЖОІН АП».

Об'єктом дослідження процес управління якістю обслуговування тур оператора «ДЖОІН АП».

Предметом дослідження виступають управлінські процеси підприємства щодо якості надання тур продукту та обслуговування.

Методологічна основа роботи складається з використання статистичного аналізу, теоретичного аналізу різних джерел інформації з проблеми дослідження, а також метод порівняння, аналізу та синтезу.

Інформація про наукові дослідження студента. Конкурс «БІЗНЕС І ПРАВА ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА РІШЕННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ» проводився в рамках проекту.

Структура роботи: 6 таблиць, 9 рисунків, 5 додатки, 32 джерела.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ДЖОІН АП»

1.1. Теоретико-методичні основи управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві

Туристична індустрія завжди вважалася важливою складовою економіки та розвитку держави в цілому. Ця сфера діяльності постійно має значний попит і зацікавленість серед населення, саме тому надання якісного обслуговування та продукту на підприємствах туристичної галузі має дедалі більше значення.

Поняття «якості» з плином часу зазнало певних змін. Наявність великої кількості компаній на ринку туристичних послуг зумовило зростання конкуренції, а отже й розвитку сфери в цілому. Таким чином виникла необхідність створення кращого обслуговування для підтримки конкурентоспроможності, що є важливим фактором життєдіяльності будь-якого підприємства і дотепер.

Створення якісного туристичного продукту та обслуговування на туристичному підприємстві – це два поняття, які тісно пов'язані між собою та мають певний ряд чинників, які їх формують. Таким чином, до чинників відносять правові показники, показники безпеки, стандартизації, ергономічні, екологічні та економічні показники, а також показники функціонального та соціального призначення [1].

За даними проведених досліджень Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) було визначено, що 4 271 991 іноземний турист відвідав Україну в 2021 році, а це на 26,3% більше, ніж у 2020 році, тому забезпечення туристів якісним обслуговування з кожним роком набуває більшого значення [2].

Поняття якісного обслуговування – це насамперед задоволення установлених та передбачення можливих потреб споживача [3]. Здійснення

певного роду досліджень та спостережень щодо визначення основних тенденцій розвитку напрямів туризму, якими зацікавлений клієнт, налагодження системи комунікацій на підприємстві, як зовнішніх (спрямовані на споживача), так і внутрішніх (спрямованні на якісний обмін різного роду інформації всередині підприємства) та формування певної культури обслуговування.

Управління якістю обслуговування являє собою більш системний підхід, скоординований на створення досконалості у виконанні бізнес-функції, яка і включає в себе планування, прогнозування, мотивація та контроль якості послуг, які надає туристична організація (рис 1.1).

Функції управління якістю обслуговування			
Планування передбачає розробку стратегій та інструментів постановки цілей для досягнення досконалості у виконанні бізнес-функції	Прогнозування використовується для прогнозування можливих сценаріїв на основі зібраних даних і прийняття обґрунтованих рішень	Мотивація передбачає спонукання команди підприємства до плідної праці, задля досягнення поставлених результатів	Контроль передбачає впровадження стратегій і систем для мінімізації перебоїв у обслуговуванні та забезпечення задоволеності клієнтів

Рис. 1.1. Функції управління якістю обслуговування

Джерело: Складено автором на основі [4]

Організація може досягти досконалості у виконанні передбаченої бізнес-функції лише тоді, коли всі її відділи працюють разом і злагоджено, тому існує потреба в ефективних послугах, які підтримують виконання цієї функції. Варто зазначити, що згідно із Міжнародною організацією із стандартизації (ISO) існують загальні вимоги щодо системи управління якістю на підприємстві, які відносяться до державних стандартів України.

Таким чином зазначено, що організація повинна встановити, задокументувати, впровадити та підтримувати систему управління якістю, а також постійно контролювати та удосконалювати її. Основними обов'язками підприємства встановлено:

- Визначення та застосування усіх необхідних процесів для управління якістю, а також їх застосування на усіх рівнях в організації;
- Встановлення послідовності та взаємодії процесів;
- Визначення методів та критерій для досягнення результативності управлінської діяльності та поставлений цілей;
- Забезпечення наявності інформаційної системи;
- Проведення постійного аналізу та моніторингу процесів [5].

Використання цих вимог стандартизації забезпечує будь-якому підприємству, у тому числі і туристичному, ефективну систему управління та контроль якості випущеної продукції та наданих послуг.

Важливим аспектом у даній ситуації виступає те, що поняття «продукту» в туризмі може являти собою як матеріальні так і нематеріальні блага, але поряд з тим, бути абсолютно невідчутними та використовуватися споживачем одночасно з створенням цього продукту. У зв'язку з цим менеджмент якості туристичного обслуговування є ключовим елементом життєдіяльності та конкурентоспроможності туристичного підприємства та потребує його ефективного здійснення в організації в цілому.

Слід додати, що будь-яке туристичне підприємство варто розглядати як єдиний організм з наявністю різних відділів, розділів та підрозділів, робота та ефективність яких взаємопов'язана один між одним, тому управління якістю послуг може покращити продуктивність усіх відділів, що працюють на підприємстві. Це гарантує, що всі аспекти функціонування організації координуються з метою забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів у будь-який час, що приносить користь як і споживачам, так і компанії.

Варто зазначити, що на основі вивчення експертним шляхом питання якості обслуговування на туристичному підприємстві В.Г. Герасименко виділяє

також такі складові якості обслуговування, як: якість зустрічі клієнта, вміння персоналу надати доступно інформацію, швидкість обслуговування, а саме резервування та оформлення договору, якістю документації, вміння та навички персоналу підтримати та правильно завершити розмову, спонукаючи клієнта повернутися в компанію наступного разу [6].

Для будь-якого підприємства туристичної діяльності можна виокремити основні засоби ефективного управління та контролю обслуговування.

По-перше, до цього переліку належить налагодженість системи комунікацій на туристичному підприємстві. Дана система повинна включати в себе ефективний обмін інформацією між працівниками усіх розділів та підрозділів, між керівниками, адміністрацією та їх підлеглими, що дає можливість покращити роботу в середині команди та спрямувати її на ефективність виконання цілей. Ідентичне явище являє собою взаємозв'язок між наявним підприємством та зовнішнім середовищем, яке з ним пов'язане. Іншими словами, це насамперед спілкування із споживачами, клієнтами та постачальниками, яке здійснюється різними способами. Наприклад, обмін інформацією здійснюється через рекламу, презентації, виставки, статті у журналах, а також важливою складовою виступає індивідуальне спілкування. Правильно проведена консультація кадрового працівника щодо клієнта, яка включає в себе й культуру обслуговування, ввічливість та привітність персоналу, швидкість реакції та готовність допомогти формулює перше загальне враження споживача щодо компанії. Таким чином підприємство має змогу зрозуміти яке загальне враження вона складає для потенційних споживачів, що потрібно покращити або удосконалити в роботі та обслуговуванні компанії.

По-друге, організація повинна встановити високі стандарти для своїх співробітників, коли вони надають послуги клієнтам. Високі стандарти означають організовані навчальні програми з кваліфікованими працівниками, які належним чином проінструктовані керівниками, встановлення первинного навчання. Співробітники також повинні знати, яких стандартів очікують від них їхні керівники, надаючи послуги клієнтам. Коли працівники знають, що від них

очікують, вони з більшою ймовірністю докладуть зусиль для досягнення цих цілей.

Наступним важливим засобом виступає наявність конкретних інструкцій, які відповідним чином задокументовані та містять у собі всю необхідну інформацію щодо відповідного надання послуг клієнтам туристичної індустрії. Будь-яке підприємство має можливість самостійно визначити, які технології якісного обслуговування впроваджувати та вимагати від співробітників.

По-четверте, якість обслуговування залежить від якості послуг та продукції, що надаються підприємством. Таким чином, необхідне створення якісного та цікавого туристичного продукту, яке повинна надати туристична організація. Важливим елементом залишається, постійне впровадження інноваційних технологій, що дасть змогу покращити продукт та збільшити рівень задоволеності споживача, а також проведення оцінки результативності створених нововведень. Створення такого виду послуг, який повинен відповідати принципу «очікування та реальність» клієнта, забезпечувати доступність цін та різноманітність послуг. На основі цієї якості, якщо продукт та надані послуги не відповідають очікуванню туриста, то й якість обслуговування буде низькою.

До основних засобів також варто віднести оптимізацію організаційної структури управління підприємством, найоптимальнішим варіантом якої є забезпечення гранично невеликої кількості елементів проходження, що дасть змогу здійснювати меншу кількість помилок, так як кількість рівнів проходження спростовується до мінімальної. У такому випадку набагато простіше запровадити й систему контрзаходів для усунення різного роду проблем, або ж взагалі запобігти їх подальшому виникненню чи повторенню [7].

На додачу до всього вищесказаного підприємству важливо запровадити систему оцінювання власно створених послуг, а також обслуговування, оцінка яких повинна враховувати думку не лише споживачів, а й кадрових працівників підприємства. Така методика туристичного підприємства може допомогти виявити слабкі місця в обслуговуванні та вдосконалити його. Одним із способів

оцінки якості обслуговування може бути проведення анкетування клієнтів або опитування на місці про задоволення споживача наданими послугами. Результати опитування можна аналізувати, і на їх основі підприємство може використовувати заходи для покращення якості обслуговування, зокрема:

1. Швидше реагування на проблеми, з якими зіткнулися клієнти.
2. Якісніше навчання персоналу для забезпечення більш ефективного та дружелюбного обслуговування.
3. Удосконалення процесу бронювання турів, включаючи проблеми з платіжними системами та зручності бронювання.
4. Покращення освіти, оздоблення, комфортності готельних номерів та інших сервісних приміщень.

Дії підприємства, покращення певних аспектів та просування його послуг можуть позитивно відзначитись на задоволених клієнтах та збільшити прибуток.

Контроль управління якістю обслуговування повинне здійснюватися постійно, тому умовно поняття «контролю якості» можна поділити на 3 основні взаємопов'язані складові (рис. 1.2).

Згідно з Міжнародною організацією із стандартизації (ISO) встановлюється відповідальність керівництва щодо забезпечення контролю якості.

Відповідно до Системи управління якістю вимог до обов'язків керівництва входить:

- доведення до всіх рівнів в організації важливості задоволення вимог замовника, а також регламентувальних та законодавчих вимог;
- формування політики у сфері якості;
- забезпечення установлення конкретних цілей у сфері якості;
- проведення аналізу з боку керівництва;
- забезпечення ресурсами [4].

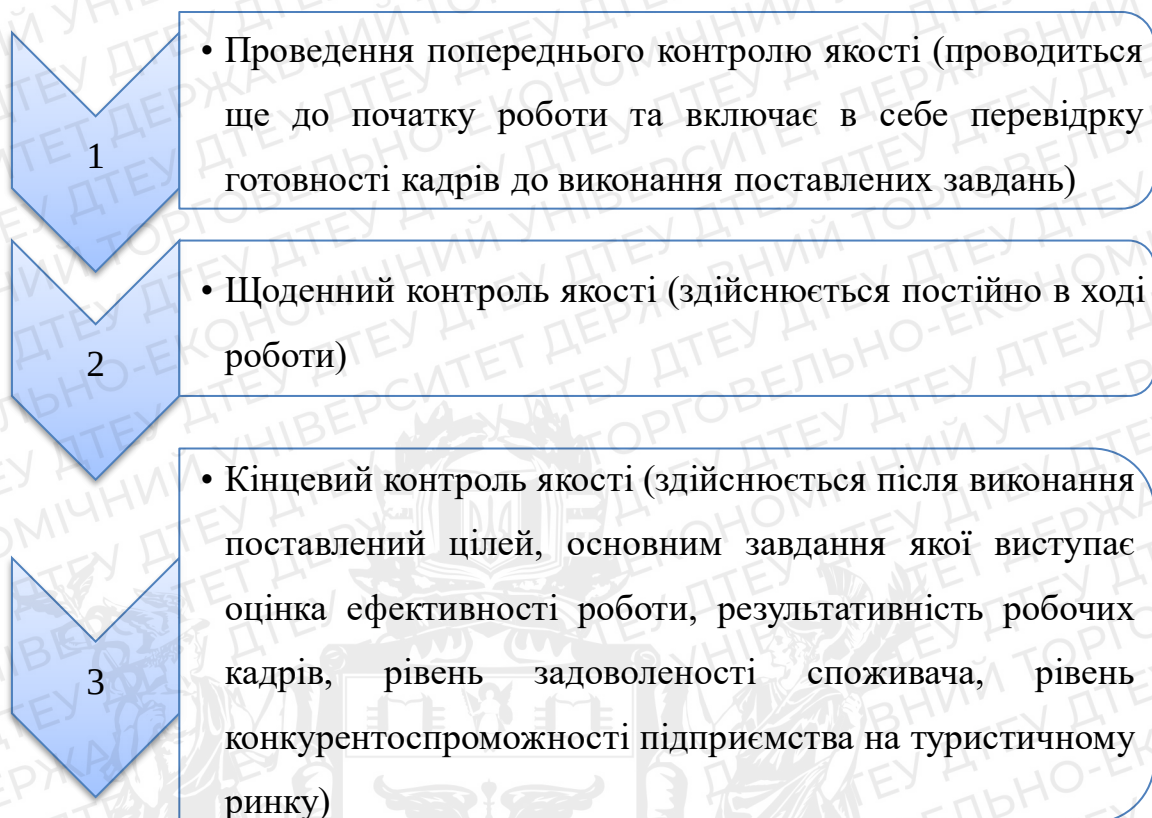


Рис. 1.2. Складові контролю якості на туристичному підприємстві
Джерело: Складено автором на основі [8]

Сутність вищевикладеного зводиться до того, що ефективно проведений менеджмент якості туристичного обслуговування підтримує життєдіяльність та конкурентоспроможність компанії на належному рівні, забезпечує створення певної культури та політики обслуговування клієнтів, впровадження відповідних стандартів щодо обслуговування. Управління якістю послуг постійно повинне бути спрямоване на задоволеність клієнта, а також моніторинг, пошук та аналіз усіх можливих тенденцій розвитку створеної туристичної продукції.

1.2. Оцінка ефективності управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП»

«ДЖОІН АП» - загальновідомий український туроператор, головною особливістю якого є багатoproфільні напрямків своєї діяльності. Вони

пропонують широкий спектр послуг, тобто споживач продукту їхньої туристичної діяльності може обрати будь-який вид послуг: як і індивідуальні поїздки за власними побажаннями, так і уже готовий створений продукт. Сама компанія налічує загалом близько 60 можливих варіантів подорожей у різні куточки світу. Головний офіс знаходиться у Києві, а також має різні представництва у інших містах України.

Мета – пропозиція найкращого туристичного продукту, а також стати одним з найбільших перевізників у Європі.

Статутні документи:

- Ліцензія (Додаток А);
- Виписка;
- Банківська гарантія [9].

Основні відомості підприємства «ДЖОІН АП» наведені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні відомості підприємства «ДЖОІН АП»

Назва відомості	Визначення
Повна назва підприємства	Товариство з обмеженою відповідальністю ДЖОІН АП
Скорочена назва підприємства	ТОВ «ДЖОІН АП!»
Форма власності	Недержавна власність
Статус юридичної особи	Не перебуває в процесі припинення
Дата реєстрації	13.05.2013 р.
Організаційно правова-форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Місце розташування	Україна, місто Київ, вулиця Харківське Шосе, будинок 201-203, літера 2 А

Джерело: Складено автором на основі [10]

Туроператор має широкий успіх на ринку туристичних послуг та користується популярністю серед туристів, проте через значний занепад туризму у 2020 р. та 2022 р. фінансова результативність підприємства залишається досить нестабільною. Дані табл. 1.2 наочно показують зміни у показниках фінансової діяльності «ДЖОІН АП!» за 2020 р. (Додаток Б), 2021 р. (Додаток В) та 2022 р. (Додаток Г).

Таблиця 1.2

**Динаміка основних економічних показників діяльності «ДЖОІН АП»
у період з 2020 по 2022 рр.**

Назва показника	2021 р. тис.грн	2022 р. тис.грн	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення %
Чистий дохід	5319,90	3433,70	-1886,2	26,8
Собівартість	4205,00	267,20	-3937,8	176
Чистий прибуток	305,50	-1784,30	-2089,3	-282,6

Джерело: складено автором на основі [11]

Аналізуючи дані таблиці можна визначити, що фінансові показники компанії досить нестабільні та мають, в більшості, від'ємне значення. На дохід та прибуток туроператора вплинув період пандемії, а також повномасштабне вторгнення на територію України. Спостерігається також від'ємне значення абсолютного та відносного приросту на основі показників 2020 – 2022 рр.

Зазначмо, що ТОВ «ДЖОІН АП!» має широку популярність на ринку туристичних послуг та кожного року приваблює значну кількість споживачів. Проте, динаміка туристів туроператора за останні роки носить також нестабільний характер, що пояснюється різким збільшенням чи зменшенням показників (рис. 1.3).



Рис. 1.3 Динаміка кількості туристів «ДЖОІН АП!» за 2018 – 2022 рр.

Джерело: створено автором на основі [12], [13]

Як і будь-яке інше підприємство «ДЖОІН АП» здійснює управління якістю туристичного обслуговування в межах своєї компанії для забезпечення ефективності її роботи.

Контроль управління якістю обслуговування здійснюється генеральним директором. Для ефективного здійснення управління призначаються головнокомандуючі для кожного з відділів, а саме туристичного, маркетингового, кадрового відділів та бухгалтерії, які контролюють процес надання послуг, збору необхідної інформації, аналізу та моніторингу у межах власної компетенції. Для кожного рівня управління керівником встановлені певні права та обов'язки. Кожен з них має своє завдання та ціль і повинен слідкувати за роботою підлеглих. Результати діяльності працівники повинні вчасно звітувати керівництву.

Необхідно підкреслити, що керівництво компанії зацікавлене у постійному розвитку кадрів підприємства, що істотно покращує якість роботи та обслуговування. Зокрема, «ДЖОІН АП» проводить різні програми навчання та мікронавчання для своїх працівників, ділить їх на певні категорії, сортує за різними напрямками інформації та дає змогу навчатися у зручний для колег час, також спрямовує навчання на формування певної культури обслуговування та спілкування з клієнтами. У освітню програму підприємства варто віднести проведення різних вебінарів, семінарів, регіональних зустрічей, а також одного з наймасштабніших проєктів компанії – «J Forum».

Важливим аспектом для туроператора, враховуючи економічну сферу, виступає те, що «ДЖОІН АП» є незалежним у вирішенні певних питань. Таким чином формування власного туристичного продукту, можливість керування цінами на послуги, розподіл та розпорядження прибутку, можливість введення певної моделі бізнесу, що відповідає інтересам компанії дає змогу створювати унікальний та якісний туристичний продукт, а також формувати певну модель бізнес-управління, ефективну для будь-якої керуючої посади на підприємстві.

Істотно те, що у компанії присутні певні особливості, які впливають на загальну задоволеність клієнтів, а також на результативність діяльності підприємства у загалом. Варто зазначити, що основними пунктами є:

- розроблення та надання споживачам індивідуальних турів;
- цінова політика компанії, яка надає можливість придбати тур послугу для різних класів туристів:
- наявність чартерних програм;
- створена система он-лайн бронювання;
- пропозиція реєстрування туристів у системі ДРУГ (добровільна реєстрація українських громадян), яка страхує від можливих форс-мажорних ситуацій;
- існує два варіанти оплати туру: по договору або ж за умовами акції PitSTOP (вигідні умови оплати);
- можлива компенсація коштів за послуги, які не вдалося отримати;
- широкий вибір послуг, створений для різної вікової категорії туристів (рис 1.3).

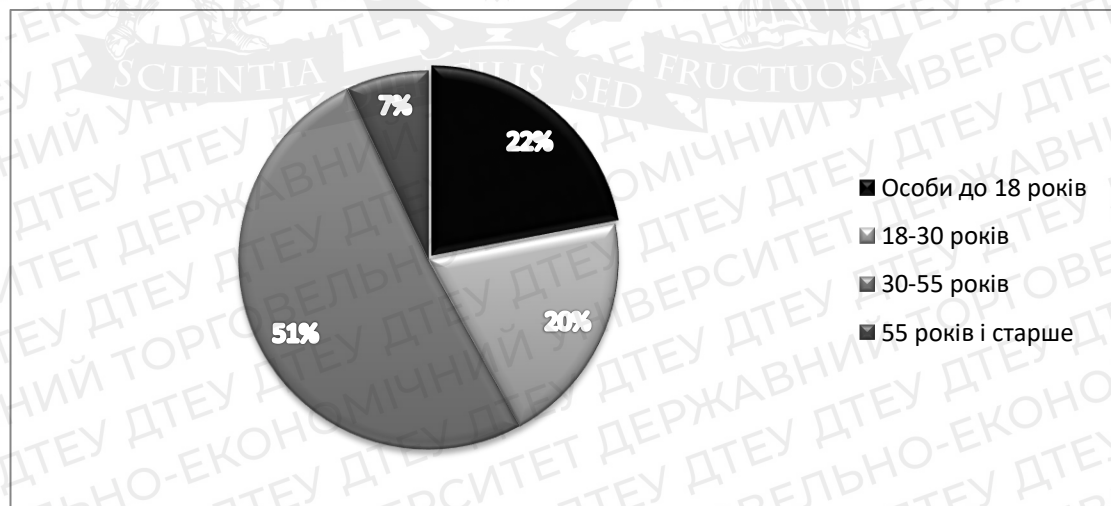


Рис. 1.3. Вікова категорія туристів ТОВ «ДЖОІН АП»

Джерело: створено автором за даними [14]

Аналізуючи дані статистичного спостереження можна визначити, що пропозиції на туристичні послуги компанії актуальні для будь-якої вікової

категорії населення, найбільшим активними споживачами тур послуг є особи від 30 до 55 років.

Як відомо, культура обслуговування та манера спілкування з клієнтами формує позитивний імідж компанії і є важливою якості обслуговування на будь-якому підприємстві. Таким чином для результативного управління комунікаціями компанія створила певні підрозділи працівників, які напрямую займаються консультативною діяльністю щодо споживачів, кожен підрозділ має власного наставника, який проводить аналіз діяльності та комунікативних навиків співробітників.

Основними підрозділами зв'язку, зазначеними компанією є:

- Команда Community, яка тримає зв'язок та відповідає на запити туристів через соціальні мережі та пошту;
- Існуюча гаряча лінія компанії, яка працює цілодобово та надає допомогу щодо різних питань клієнта.

Крім цього команда надає й інші можливі способи зв'язку. Як правило, основним засобом комунікації виступає пряма розмова споживача та представника тур агенції. Таким чином вони отримують від компанії основну інформацію щодо статусу заявки та можливі зміни, а ті, в свою чергу, інформують клієнтів, підтримуючи комунікацію з ними.

Для швидшого обслуговування клієнтів «ДЖОІН АП» створив мобільний додаток. Завдяки ньому можна переглядати усі тури, або ж знайти свій, дізнатися інформацію щодо франчайзингових агентств та обрати те, з яким буде відбуватися робота надалі. Проте, даний спосіб зв'язку не виключає необхідності проведення якісного інформування клієнтів представником компанії. Після того як клієнт обирає тур з ним зв'язується представник агентства для уточнення основних моментів та підтвердження туру, надає особистий QR-код. Для зручності туроператор вказує інформацію про готель, переліт, трансфер, пам'ятку про необхідні документи, час вильоту, будь-які зміни в розкладі, контакти представників організації у країні, в яку прямує турист, та контакти

готельного гiда, перелiк та опис додаткових екскурсiй, та кнопка зв'язку iз страховою [15].

Важливим чинником комунiкацiйної системи на туристичному пiдприємствi «ДЖОiН АП» залишається контроль вищою ланкою керiвництва працiвників, якi насамперед здiйснюють спiлкування з клiєнтами. Може здiйснюватися спостереження щодо манери поведiнки, ввiчливостi, професiйностi пiд час розмови. Зi сторони керiвництва кожного вiддiлу надаються загальнi рекомендацiї щодо спiлкування зi споживачами, а також схвалюється автентичне ставлення до клiєнтiв.

Для визначення ефективностi здiйснюваної управлiнської дiяльностi проводять рiзного роду опитування. За даними результатiв одного iз таких опитувань, яке було здiйснене за результатami сезонiв 2020-2021 рокiв i проведене серед представникiв управлiння рiзних туристичних агенцiй було визначено, що пiдприємство «ДЖОiН АП» має середнi показники, якi стосуються якостi обслуговування (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Оцiночнi показники якостi обслуговування клiєнтiв «ДЖОiН АП»

	Оцiнка роботи гiдiв	Пiдтвердження замовлень (швидкiсть)	Лояльностi у вирiшеннi спiрних питань	Робота гарячої лiнii	Переноси та затримки рейсiв
Показники «ДЖОiН АП»	3,66	3,88	3,53	3,70	3,28
Середнi оцiночнi показники серед iнших туроператорiв	3,70	3,81	3,45	3,42	3,62

Джерело: складено автором за даними [16], [17]

Дане опитування проводилося з можливістю оцінити наведені показники саме управлінським складом та об'єктивно визначити, що необхідно покращити

у роботі підприємства. За даними таблиці можна спостерігати, що тур агент має середні показники якості.

Таким чином варто зазначити, що постійні переноси та затримки рейсів отримали найнижчі показники у порівнянні з іншими. Причиною цього є співпраця з авіа компанією «Sky Up».

Позиція «лояльність у вирішенні спірних питань» також має певні прогалини. Клієнти досить часто скаржаться на те, що довго не можуть повернути кошти за відмінені тури та дійти згоди із тур агентом.

Оцінка роботи гідів та гарячої лінії отримали майже однаковий бал, проте також не відзначилися високими показниками. Саме ці співробітники мають прямий вплив на споживача та здійснює найбільше комунікації з ними. Керівництво здійснює безліч навчальних програм щодо якості надання обслуговування та культури спілкування, що мало б позитивно вплинути на результативність роботи, проте проблема плинності кадрів не дає можливості розвинути постійний кадровий потенціал та покращити показники з надання послуг.

Позиція «підтвердження замовлення» виявилася найефективнішою, адже підприємство має модернізовану та систематизовану систему бронювання, яка знаходиться під постійним моніторингом працівників.

Враховуючи середньостатистичні показники інших туристичних підприємств, можна визначити, що компанія «ДЖОІН АП» тримає певну ланку на межі з ними.

Поряд з тим ілюструючи чудові показники підприємства у плані широкомасштабності послуг, систематизованої та різноманітної програми навчання та управління «ДЖОІН АП» має не надто позитивну статистику відгуків клієнтів (рис. 1.4).

Наявність таких низьких показників спричинена наявністю ненадійних компаній-партнерів. Недостатньо ефективна співпраця з авіакомпанією «SkyUP», яка псує імідж тур агенту та створює ряд проблем, що впливають на якість обслуговування. Насамперед, це часті затримки та переноси рейсів на

тривалий час, поганий сервіс обслуговування, а також компанія відмовилася просувати рейси у 33 напрямках, більшу частину з яких використовував «ДЖОІН АП» для своїх клієнтів. Насправді туристична компанія уже певний час має проблеми з цим партнером, часто отримує негативні відгуки, частка яких складає більшу половину.

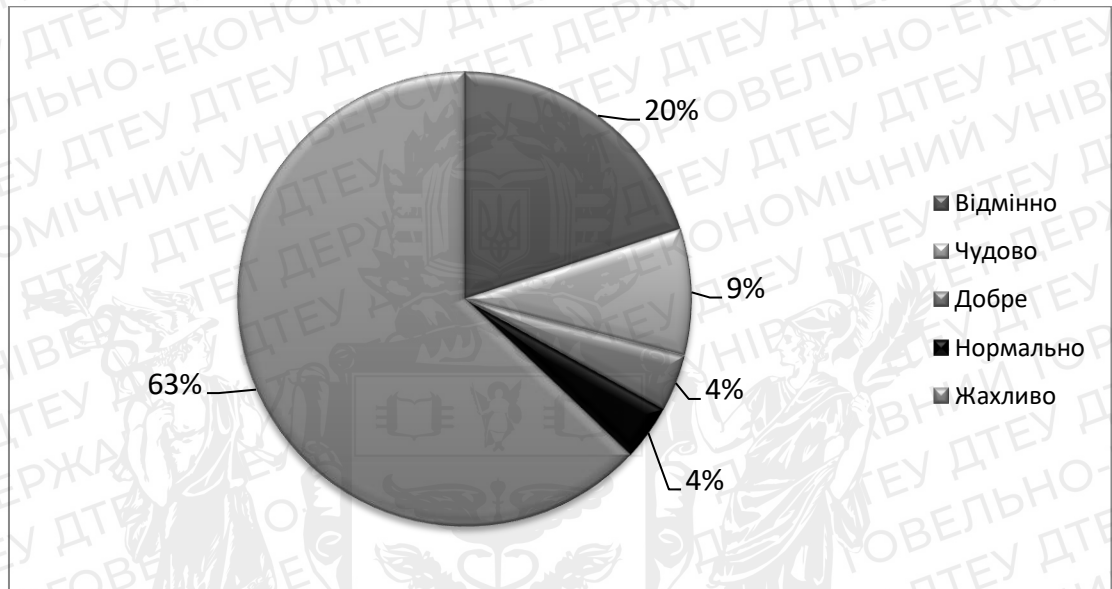


Рис. 1.4. Відгуки споживачів про компанію «ДЖОІН АП»

Джерело: створено автором на основі [18]

Висновок 1. Узагальнюючи вищенаведену інформацію, варто зазначити, що на ефективне управління якістю обслуговування впливає безліч чинників, а саме вдало налагоджена система комунікацій на підприємстві, створення високих стандартів обслуговування персоналу, впровадження різного роду технологій, формування політики компанії у сфері якості, швидке реагування на та ліквідація будь-яких проблем під час бронювання чи подорожі туриста і т.д.

Туристична компанія «ДЖОІН АП» має досить розвинену систему зручного навчання та підвищення кваліфікації працівників, що значно допомагає покращити ефективність роботи та якість послуг. Завдяки проведенню різного роду семінарів та інших навчальних програм керівництву легше здійснювати управлінську діяльність щодо своїх підлеглих.

Підприємство має чітко поділену організаційну систему управління якістю, яка поділяється за відділами, де назначається головнокомандувач, який слідкує за процесом роботи, що дає змогу ефективніше здійснювати діяльність компанії та підтримувати її конкурентоспроможність.

Також «ДЖОІН АП» має створені команди, які відповідають за комунікації з клієнтами такі, так команда Community та гаряча лінія підприємства.

Негативними чинниками, які вплинули на незадовільну оцінку туристів залишається наявність некомпетентних та ненадійних компаній-партнерів, які значним чином мають вплив на імідж організації. Варто зазначити, що підприємству необхідно покращити якість вирішення спірних питань з клієнтами для досягнення статусу надійної компанії.

У загальному управління якістю обслуговування на підприємстві має систематизований спосіб контролю та має непогані показники результативності його здійснення, хоча туристична організація має ще безліч прогалин, які варто врахувати та виправити.

РОЗДІЛ 2

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ДЖОІН АП»

2.1. Пропозиції щодо вдосконалення управління якістю обслуговування на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП» у післявоєнний період

Туризм України зазнав значних збитків з початку повномасштабного вторгнення на її територію. Варто зазначити, що за даними Державного агентства розвитку туризму повідомляється, що за 2022 р. представники туристичної галузі сплатили на 31% менше податків, ніж у 2021 році [19].

Розвиток туризму після воєнного періоду може бути повільним і потребує багато зусиль для відновлення туристичної інфраструктури та відновлення довіри туристів до регіону. Проте важливо врахувати той факт, що туризм в Україні не зник повністю та потребує ефективного управління якістю туристичного обслуговування як під час війни, так і у перші післявоєнні роки відновлення даної галузі.

Поряд з тим, туристичний оператор «ДЖОІН АП» тимчасово призупинив свою діяльність в межах України з початку повномасштабного вторгнення. Основною можливістю збереження бізнесу для компанії став вихід на нові ринки, а саме туристична організація була представлена у таких країнах як: Литва, Латвія, Естонія, Польща, Казахстан та Румунія [20].

Розвиток туристичних компаній, в тому числі і «ДЖОІН АП», після воєнного періоду може мати безліч викликів та можливостей. З одного боку, відновлення інфраструктури після війни може потребувати значних зусиль та інвестицій, що впливатиме на розвиток туризму. З іншого боку, після воєнного періоду виникає значна кількість споживачів, які бажають відвідати країну, що відновлюється, що може стати новою можливістю туристичних компаній. Варто

зазначити, що даний аспект стосується не лише іноземних туристів, а й громадян України.

Вдосконалення управління якістю обслуговування туроператора «ДЖОІН АП!» у повоєнні роки може включати у себе декілька напрямків.

Насамперед, це створення нових туристичних маршрутів та програм, що будуть відповідати новим інтересам та потребам туристів. Найбільш привабливими для українців та іноземних туристів можуть стати подорожі, пов'язані з мілітарі-туризмом як з інноваційним напрямком пізнавально-розважального туризму з метою вивчення історії України у воєнні часи. У праці «Сучасні різновиди туризму» М. Кляп і Ф. Шандор автори розкривають сутність мілітарі-туризму як подорожі на місцях боїв та історичних битв для усіх зацікавлених, що включає в себе відвідування існуючих історичних військових об'єктів, катання на військовій техніці, скаутинг, життя у армійських умовах, а також участь у програмах військової підготовки [21].

Створення туристичних подорожей, пов'язаних з мілітарі-туризмом дасть змогу підприємству не лише залучити більше споживачів, а й значно розширити асортимент тур послуг та тур продукту, так як даний напрям включає в себе різноманітність пропозицій (рис. 2.1).

Військово-пізнавальний:	Військово-пригодницький туризм:	Військово-історичні реконструкції бойових дій:
- музеї; - конференції; - виставки; - відвідування меморіалів, пам'ятників, різні військові об'єкти, можливі для відвідування.	- участь у військових навчаннях; - відвідування місця подій різних бойових дій; - активний відпочинок з використанням військового спорядження.	- відвідування масштабних реконструкцій бойових дій.

Рис. 2.1. Можливі напрямки мілітарі-туризму для туристичного підприємства

Джерело: складено автором на основі [22]

На додачу до вищесказаного, можна зазначити, що для покращення якості обслуговування туроператора «Джоін АП» варто додати у свій асортимент туристичні мілітарі-подорожі до острова Зміїний, Ірпеня, Бучі, Гостомеля, Чорнобаївки та інших популярних місць військових подій на території України.

Для прикладу наведемо можливий, складений автором, варіант туристичної подорожі, який поєднує у собі елементи військово-пригодницького та військово-пізнавального туризму на території України (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Програма туру «Міста незламності»

День	Час	Програма
День 1	19:30	зустріч туристів із керівником групи м. Київ (Центральний автовокзал)
	20:00	виїзд з м. Київ до м. Ірпінь
	21:00	прибуття до м. Ірпінь у військову частину А2923
	21:00 – 21:30	поселення до казарми військової частини
	21:40	вечеря та нічліг
День 2	07:00	підйом
	07:20 – 07:30	видача військової форми туристам
	07:40 – 08:20	сніданок на території військової частини
	08:30 – 09:00	зустріч з військовим лікарем та тренінг з надання першої медичної допомоги (на території частини)
	09:30	зустріч групи туристів біля входу до військової частини А2923
	09:40 – 10:00	переїзд з м. Ірпінь до м. Буча (полігон Добробатів)
	10:30 – 14:30	бойові навчання на території полігону (видача необхідного спорядження, проведення інструктажу щодо правил поведінки зі зброєю, освоєння та відпрацювання навичок стрільби із різних видів зброї (пістолети та автомати), проведення невеличких змагань між туристами на влучність)
	15:00 – 16:00	обід у кафе «WoodStock» м. Буча (не входить у вартість туру)
	16:00 – 17:00	прогулянка містом та найкрасивішою вулицею Бучі – Яблунською

Продовження табл.2.1

	17:20 – 17:40	повернення до м. Ірпінь
	18:00 – 19:00	вільний час (туристи можуть прогулятися Набережною Ірпеня або Парком письменників)
	19:30 – 20:00	вечеря на території військової частини
	20:20 – 21:20	спільний перегляд фільму Дмитра Комарова «Рік»
	21:30	нічліг
	07:00	підйом
День 3	07:30 – 08:00	сніданок на території військової частини
	08:30 – 12:00	проведення навчання військовій системі рукопашного бою «Краф-Мага» інструктором військової частини та відпрацювання навичок
	13:00 – 15:00	пікнік на території парку відпочинку «Дубки», проведення вікторини серед групи туристів на військову тематику, включаючи питання щодо війни на території України
	15:20 – 16:00	повернення військової форми та виселення з військової частини
	16:30	виїзд з м. Ірпінь до м. Миколаїв
	19:30	зупинка у м. Умань (вечеря у кафе «Корчма Майстерня» за власний рахунок)
День 4	00:30	прибуття до м. Миколаїв
	01:00	поселення в готель «Green City Hotel» та нічліг
	10:00 – 11:00	сніданок на території готелю (входить у вартість номера)
	12:00 – 13:00	екскурсія «Старе місто Миколаїв»
	13:30 – 14:30	сніданок у кафе «UNO safe» (не входить у вартість туру)
	14:50 – 15:40	переїзд з м. Миколаїв до м. Очаків
	16:00 – 18:30	екскурсія по о. Березань (включає в себе морську прогулянку на катері з відвідуванням залишків військових укріплень)
	19:00 – 19:50	повернення до м. Миколаїв
	20:00	вільний час (туристи можуть прогулятися містом та поужити у будь-якому закладі за власним вибором)

День 5	06:00 – 06:30	сніданок на території готелю
	07:00 – 19:00	автомобільно-пішохідна екскурсія «Шляхами козацької слави» (включає в себе відвідування Меморіальний комплекс 68 Героям-ольшанцям, пам'ятник Сталевий Солдату, м. Вознесенськ, м. Южноукраїнськ, Музей ракетних військ стратегічного призначення, який є унікальним та аналогів якого немає в Європі чи країнах СНД, сплав на рафтах по південному Бугу) [23]
	20:00	вільний час
День 6	08:00 – 09:30	сніданок та виселення з готелю
	10:00	виїзд з м. Миколаїв
	15:00 – 15:40	зупинка у м. Умань (обід у кафе «Корчма Майстерня» за власний рахунок)
	19:00	прибуття у м. Київ (Центральний автовокзал)

Джерело: складено автором

Туристична подорож даного типу надасть змогу розширити асортимент послуг компанії, поєднавши різні види мілітарі-туризму в одній подорожі, що може спричинити більшу зацікавленість споживача до продукту компанії, збільшивши продажі та конкурентоспроможність, а також покращивши якість обслуговування на підприємстві. Поєднання військово-пригодницького та військово-пізнавального туризму надасть змогу туристу не лише відчувати себе частиною військової справи, а й водночас відпочити і дізнатися цікаві факти та події історії воєнних періодів України.

Наступним не менш важливим напрямком стане розвиток та залучення споживачів до екологічного туризму. Так, як територія України має значний потенціал для розвитку цього виду туризму, було б доцільним створення більшої кількості подорожей, саме за цим напрямком. Наприклад, один з найбільш відомих екологічних маршрутів України можна вважати Карпатський біосферний заповідник, де можна провести час в компанії з дикою природою, також можна обрати маршрут в природному національному парку Синевир, або відвідати каньйон річки Притіський природний заповідник. Туроператор може

створити туристичні подорожі не лише за популярними напрямками, а й в межах Полтавської, Чернівецької, Київської, Волинської та інших областей з наявними природними об'єктами.

Варто зазначити, що надання якісного обслуговування у повоєнний час туристичним оператором «ДЖОІН АП» насамперед повинне звернути увагу на наявність ще певної низки проблем.

Слід зазначити, що якісне обслуговування та створення відповідного продукту туристичної діяльності повинне включати в себе гарантування безпеки споживача під час туристичної подорожі, що набуло дедалі більшого значення після початку повномасштабного вторгнення на територію України.

Використовуючи дослідження зарубіжних та вітчизняних науковців можна виділити основні складові безпеки у сфері туризму (рис.2.2).

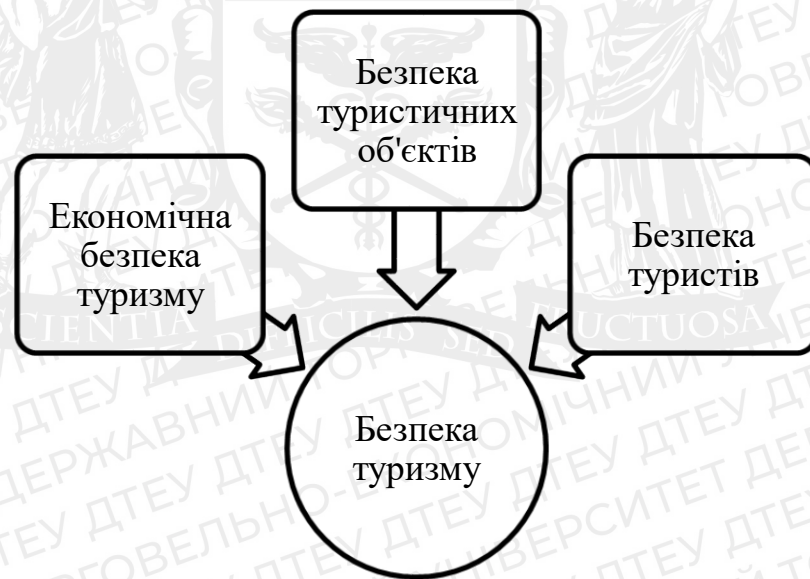


Рис. 2.2. Складові системи безпеки туризму

Джерело: складено автором на основі [24]

У зв'язку з цим, менеджмент якості надання послуг «ДЖОІН АП» повинен мати чітко встановлену та задокументовану систему заходів для безпечного перебування та захисту іноземних та українських туристів.

Перш за все це передбачає надання безпечного туристичного продукту та туристичних маршрутів для споживачів послуг компанії, обов'язкове

інформування туристів про можливі небезпеки під час подорожі. Важливою складовою у цьому випадку виступає залучення держави. Згідно із Законом України «Про туризм» держава зобов'язана забезпечити особисту безпеку туристів, збереженість їх майна, надати необхідну допомогу подорожуючим, які опинилися у надзвичайній ситуації, забезпечити можливості безперешкодного надання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги [25].

Також згідно із Законом України «Про туризм» із метою збереження безпеки туристів для суб'єктів туристичної діяльності були визначені наступні вимоги:

- Підготовка безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів справним спорядженням та інвентарем;
- Навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків, інструктаж з надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту та поведінкою самих туристів;
- Контроль за підготовкою туристів до подорожей, походів змагань та інших туристичних заходів;
- Надання оперативної допомоги туристам, що зазнають лиха, транспортування потерпілих;
- Розробка та реалізація спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського лижного і т.д туризму [26].

Необхідно підкреслити, що велика частина території України потребує знешкодження вибухонебезпечних предметів і за даними Державної служби з надзвичайних ситуацій України для розмінування знадобиться близько 10 років. Великий відсоток цих територій належить містам з виходом до моря. Тому у перші повоєнні роки для уникнення нещасних випадків пляжний туризм на узбережжях Чорного та Азовського морів варто призупини та виключити з асортименту туристичних напрямків. Дана методика забезпечить безпечне

перебування туристів у подорожі та зменшить ризики нещасних випадків, що значно вплине на репутацію та рівень надання якості послуг.

На додачу до вищесказаного варто зазначити, що туристична організація має усі можливості для забезпечення пасивного та комфортного відпочинку своїм споживачам. Таким чином, доцільним вважатиметься створення аналогів морського пляжного відпочинку по усій території, що може стати також великим поштовхом до розвитку туризму України та проведенні популяризації серед населення місць відпочинку, які раніше були маловідомими. Для прикладу можна навести такі місця як: Шацькі озера (Волинь), Салтівське море (Харківщина), Бакота (Хмельниччина), Базальтове озеро (Рівненщина), Дідове озеро (Закарпаття) та ін. Разом із розвитком туристичної інфраструктури ці та інші місця можуть стати чудовим прикладом пляжного відпочинку в Україні на перші повоєнні роки.

Даний розвиток аналогів пляжного відпочинку не лише позитивно вплине на конкурентоспроможність та залучення нових клієнтів організації, а й дасть змогу покращити економіку кожного з регіонів та країни в цілому.

Зважаючи на те, що туристичні напрямки «ДЖОІН АП» спрямовані не лише по Україні, а й закордон, важливу роль відіграватиме запровадження компанією програми обізнаності клієнтів щодо культурних особливостей та правил безпеки в країнах. Це дасть змогу не лише покращити якість управління обслуговування клієнтів, а й створить споживачу загальне враження довіри до компанії.

Наступним важливим чинником для покращення якості слугуватиме врегулювання цінової політики компанії «ДЖОІН АП».

Доступність цінової політики впливатиме не лише на покращення управління якістю обслуговування клієнтів, а й може спричинити залучення більшої кількості споживачів компанії, адже за даними спостереження середній чек подорожі туроператора «ДЖОІН АП» у 2022 р. зріс на 23% [27] порівняно з попереднім роком (рис. 2.3).

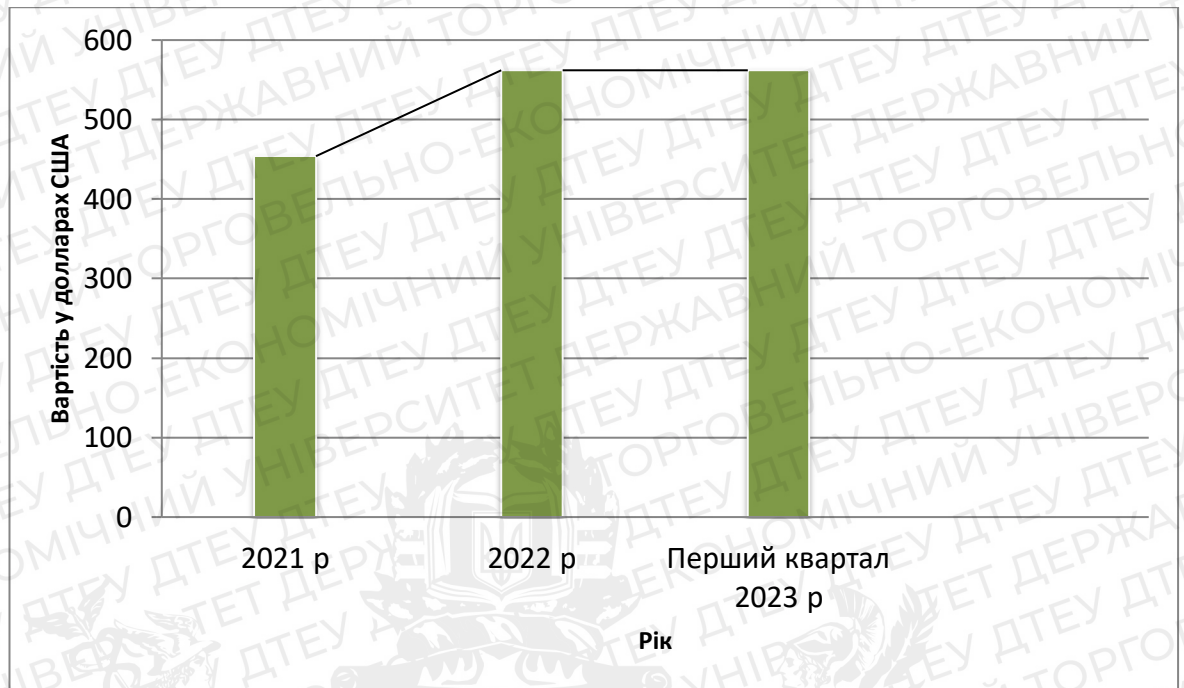


Рис. 2.3. Вартість середнього чека подорожі «ДЖОІН АП»

Джерело: складено автором на основі [27]

Аналізуючи данні таблиці можна виділити те, що з початку повномасштабного вторгнення країни-агресора на територію України ціни туроператора «ДЖОІН АП» на подорожі значно зросли, причиною цього стали зростання вартості та туристичний продукт та ускладнення логістики. Тому для повоєнного відновлення туризму та покращення якості обслуговування, важливим чинником стане доступність цінової політики для різних категорій населення.

На додачу до вищесказаного варто відмітити, що створення різного роду акційних пропозицій на сімейні подорожі матиме позитивний ефект на діяльність компанії. Спираючись на досвід українського населення у сфері туризму під час воєнних років дає змогу зазначити, що дана ситуація майже унеможлиблює сімейні подорожі, особливо гостро це питання постає саме для поїздок закордон. Тури в основному бронюють лише на одну особу, 77 % з яких – це дорослі [27].

Для покращення управління якістю туристичного обслуговування на підприємстві у повоєнні часи для підприємства «ДЖОІН АП» важливим постане

питання не лише адаптація до тенденції нових очікувань споживача від подорожі, а й забезпечення належної якості попередніх та звичних цінностей клієнтів при виборі туристичної компанії.

Спираючись на досвід компанії, можна виділити найважливіші складові, на які варто звертати увагу при наданні певного пакету послуг клієнтам. Насамперед це забезпечення якісного підбору персоналу, авіакомпаній, готелів та інших компаній-партнерів з якими співпрацює «ДЖОІН АП». Аналізуючи дані попередніх років можна виокремити, що туроператор мав ряд певних проблем саме через ненадійних партнерів.

По-друге, варто впровадити рівня якості виконання послуг компаній-партнерів, з якими працює туроператор задля уникнення, або ж вчасного втручання та вирішення поточних недоліків обслуговування.

По-третє, важливою та необхідною тенденцією для будь-якого туристичного підприємства залишається запровадження інновацій та нововведень. Тому задля залучення клієнтів та високого рівня послуг на ринку в сфері туризму необхідне постійне вдосконалення технологій та програм для забезпечення швидкого та якісного бронювання продукту компанії, а також надання основної інформації щодо подорожі. Таким чином, для компанії «ДЖОІН АП» було б важливо розвивати технології діджиталізації, що дасть змогу покращити якість обслуговування. Наприклад, створення підприємством 3D-турів в якості ознайомлення споживача з майбутньою подорожжю. Розвиток цієї технології надасть змогу більш детального візуального сприйняття туристом інформації щодо туру, а також скоротить час обслуговування та консультування персоналом споживачів.

Наступним важливим фактором залишається налагодження системи зворотнього зв'язку з клієнтами для отримання вражень та пропозицій щодо роботи організації, завдяки чому можна перевірити не лише якість наданих послуг «ДЖОІН АП», а й компаній з якими вона співпрацює.

По-п'яте, співпраця з місцевими туристичними організаціями для збору останніх новин та інформації про туристичні пам'ятки та події, які компанія в

подальшому зможе запропонувати своїм подорожуючим також матиме позитивний вплив на якість надання послуг.

Особливу увагу туроператору «ДЖОІН АП» варто звернути на введення різних пропозицій подорожей для військовослужбовців, які включатимуть у себе різні можливості, наприклад:

1. Підбір турів з гнучким бронюванням та зі знижками для військовослужбовців, надаючи їм можливість обрати тур з максимальною гарантією та за зниженою ціною;
2. Надання дозволу зміни дати туру, якщо виявлені непередбачувані обставини військової служби;
3. Підбір турів, які дозволятимуть відвідувати місця, де особа зможе фізично та психологічно відпочити. Тури до гірських курортів, піших прогулянок, а також морських курортів для спокійного відпочинку;
4. Врахування можливості військовослужбовця брати з собою родину на відпочинок.

Сутність вищесказаного зводиться до того, що туристичний оператор «ДЖОІН АП» має безліч шляхів удосконалення управління якості обслуговування споживачів. Варто зазначити, що найголовнішими є забезпечення безпеки перебування туриста у подорожі та створення програми обізнаності щодо культурних особливостей та безпеки у інших країнах, доступна цінова політика, створення нового пакету туристичних послуг та маршрутів, з урахуванням особливостей бажань клієнта, створення аналогів пляжного відпочинку на території України, підбір кваліфікованого персоналу та ін.

Забезпечення та впровадження цих чинників у діяльність компанії надасть змогу створювати та реалізувати кращий туристичний продукт, надавати якісне обслуговування та здійснювати контроль виконаної роботи.

2.2 Обґрунтування доцільності та ефективності запропонованих заходів

Туризм України та будь-яка туристична компанія, в тому числі і «ДЖОІН АП», потребує поступового та ефективного відновлення своєї діяльності, тому задля забезпечення якісної праці та управління обслуговування варто враховувати наведені засоби удосконалення роботи підприємства.

Варто зазначити, що дійсно важливу роль відіграватиме доступність цінової політики для різних класів населення. Доцільність запропонованого заходу можна пояснити, спираючись на досвід інших країн у повоєнному відновленні туризму, а зокрема Німеччини. Цей аспект відновлення туризму стане важливим для українських туристичних організацій. Урегулювання цього фактору позитивно впливатиме не тільки на високу конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг, а й на економіку країни. Так, головним успіхом туристичних підприємств Німеччини стало орієнтування на масовий сегмент ринку та пакетні пропозиції, які були організовані якісним чином та з урахування доступної цінової пропозиції для клієнтів. Для нормального рівня цін у Німеччині використовувалася безповоротна допомога з бюджетів різних рівнів, так звана дотація, за рахунок різного роду знижок на туристичні поїздки [28].

Варто додати, що за даними дослідження 2021 року було визначено, що українці зазвичай не схильні витратити багато коштів на подорожі, а саме до 1,5% заощаджень від загального сімейного бюджету витрачаються на туризм [29]. Таким чином, створення доступної цінової політики на туристичні пакети підприємства «ДЖОІН АП» створить заохочення до подорожей та залучення більшої кількості клієнтів, завдяки урегульованого рівня цін, що справить хороше враження на діяльність підприємства та створить бажання повертатися споживача до послуг компанії знову і знову.

Також важливим постає питання безпеки туризму, яке мало велике значення і до початку повномасштабного вторгнення. Окрім загально відомих та задокументованих вимог щодо надання якісного обслуговування, враховуючи

безпечне передування туриста у подорожі, туроператор «ДЖОІН АП» повинен потурбуватися про вибір лише надійних маршрутів. Наприклад, усунення на найближчі декілька років турів пляжного відпочинку на узбережжях Чорного та Азовського моря. Доцільність введення цих заходів полягає у забезпеченні передчасної ліквідації нещасних випадків під час подорожі та не зіпсує репутацію компанії.

Велике значення під час створення та надання якісних аспектів обслуговування туроператором у повоєнні роки варто зазначити впровадження та розробку різних подорожей та маршрутів спрямованих на мілітарі-туризм. Доцільність внесення поїздок цього виду туризму пояснюється досвідом низки зарубіжних країн. Такі країни як: Хорватія, Ізраїль, Сербія та Чорногорія, котрі збільшили зацікавленість споживача до ресурсів своєї країни та покращили якість обслуговування завдяки збільшенню асортименту послуг, який співпадав інтересам подорожуючих після закінчення військових конфліктів (рис. 2.5).

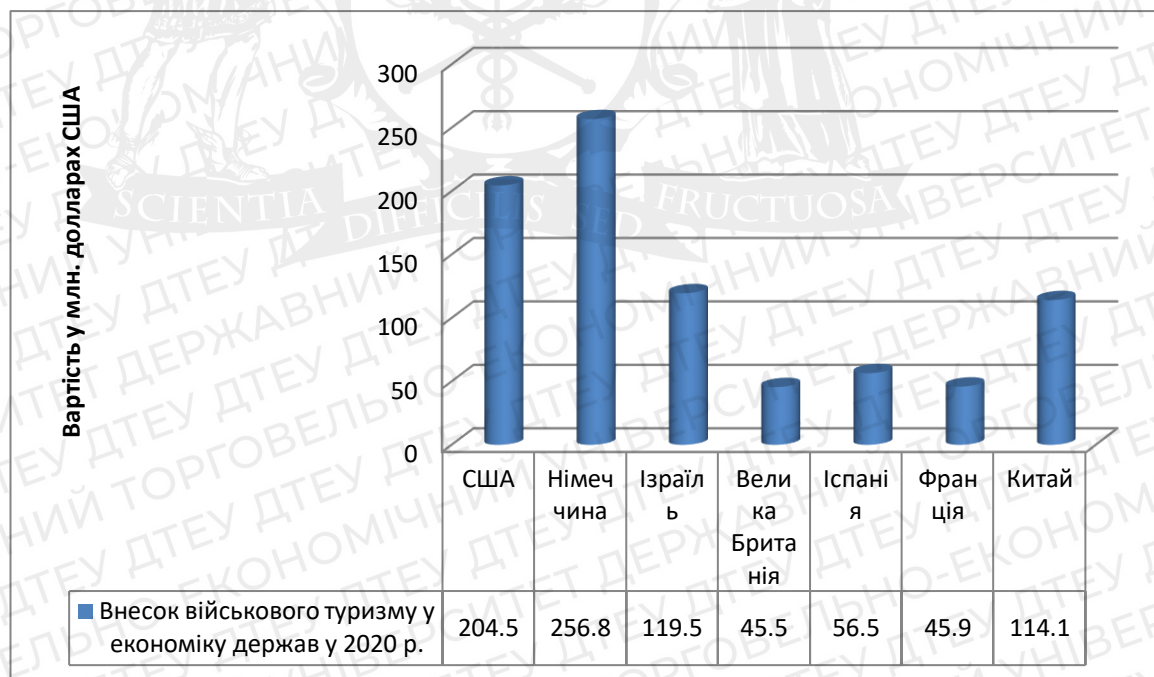


Рис. 2.5. Внесок військового туризму у економіку держав у 2020 р.

Джерело: складено автором на основі [30]

Безумовно, впровадження нових видів туризму у асортимент послуг позитивно впливатиме не лише на діяльність підприємства «ДЖОІН АП», а й в

загальному на економіку усієї країни, таким чином доцільність створення мілітарі-турів пояснюється і широкою популярністю цього виду туризму закордоном, серед яких часто трапляються країни, котрі відновлювати туризм у повоєнний період.

Аналізуючи данні таблиці можна визначити що даний напрямок туризму набув великої популярності серед іноземців, що пояснює можливість для ринку українських послуг та для суб'єктів туристичної діяльності розвивати мілітарі-туризм задля покращення економіки та якості наданих послуг.

Впровадження мілітарі-туризму також вплине на прибутковість компанії. На прикладі туристичної подорожі «Міста незламності» можна розглянути розраховану калькуляцію туру (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Калькуляція вартості туру «Міста незламності»

Послуги	Вартість, грн. на групу туристів (8 осіб.)	Вартість, грн. на 1 туриста
Трансфер «Mercedes Sprinter 416» мікроавтобус	6 000	750
Вартість топлива (9,3 л. на 100 км.)	5 500	687
Проживання у військовій частині А2923 зі сніданком та вечерею включно	12 800	1 600
Тренінг з надання першої медичної допомоги	1 600	200
Бойові навчання на території полігону Добробатів	12 000	2 000
Навчання військовій системі рукопашного бою «Краф-Мага»	1 600	200
Пікнік на території парку відпочинку «Дубки»	1 600	200
«Green City Hotel»	15 680	1 960
Екскурсія «Старе місто Миколаїв»	2400	300
Екскурсія по о. Березань	2000	250
Автомобільно-пішохідна екскурсія «Шляхами козацької слави»	12 000	2 000
Квиток до Музею ракетних військ стратегічного призначення	960	120

Продовження табл. 2.2

Страхування «UNIQA»	4560	570
Собівартість туру	86 696	10 837
Адміністративні та накладні витрати (10 %)	8 669	1 083
Прибуток туристичного підприємства (15%)	13 004	1 625
Податок на прибуток (18%)	15 605	1950
Податок на додану вартість (20%)	24 795	3 099
Всього вартість туру:	148 769	18 596

Джерело: складено автором

На основі розробленої автором калькуляції варто зазначити, що туристична подорож здатна принести додатковий прибуток компанії, а вартість туру на одну особу цілком аргументована, адже поїздка поєднує у собі військово-пізнавальний і військово-пригодницький туризм.

Істотно те, що деякі види туризму у різних регіонах мають сезонний характер, тому програма туру «Міста незламності» матиме певний спад у зимовий період року в порівнянні з іншими сезонами. Це обумовлено тим, що проведення різних заходів згідно програми туру через погодні умови можуть бути дещо ускладненні. Детальний опис продуктової програми туру у вартісному вимірі зображена на таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Продуктова програма туру «Міста незламності»

Місяць	Кількість реалізованих турів	Обсяг надходжень, грн.
Січень	0	0
Лютий	0	0
Березень	2	297 638
Квітень	4	595 076
Травень	4	595 076
Червень	5	743 845
Липень	7	1 041 383
Серпень	7	1 041 383
Вересень	5	743 845
Жовтень	3	446 307

Листопад	2	297 638
Грудень	0	0
Всього	39	5 802 191

Джерело: створено автором

Таким чином, аналізуючи дані таблиці можна простежити найменш та найбільш прибуткові періоди туристичної поїздки «Міста незламності». Значний занепад спостерігається у період з січня по лютий включно. На даний спад впливатимуть в основному лише погодні умови, проте у інші періоди року тур вважатиметься прибутковим.

Водночас, важливим фактором створення та контролю якості послуг у повоєнні роки залишатимуться спеціальні пропозиції та акції, особливо на сімейні подорожі, як це було зазначено у попередньому розділі. Це пояснюється тим, що зараз існують певні обмеження щодо виїзду чоловіків закордон, саме тому основна маса та частота броньованих поїздок припадає на одну особу, в основному це жінки, або жінки з дітьми, які складають 2-3 особи. Кількість чоловіків, які перетинали кордон в туристичних цілях у 4-5 раз менша, ніж у осіб протилежної статті [31].

Зі сказаного вище випливає, що створення спеціальних пропозицій на сімейні поїздки, особливо за кордон, посилять зацікавленість та збільшать кількість споживачів підприємства, а також отримання тур послуг за зниженою вартістю складе враження споживачу, що він отримує кращий набір послуг та товарів за оптимальною ціною, що значно покращить якість обслуговування мандрівників.

Спираючись на події 2022 та 2023 рр., варто впровадити спеціальні можливості подорожування для військовослужбовців, які відзначатимуться орієнтуванням на клієнта та можливістю надати відпочинок спрямований на рекреацію, фізичне та психологічне відновлення, відпочити разом із сім'єю, а також забезпечити зручний графік бронювання та перенесення подорожі через обставини по військовій службі. Створення спеціальних можливостей для

військових надасть змогу створити можливості для зручнішого бронювання та гнучкої зміни дати турів, а також буде доцільним для використання розробленої системи і для усіх споживачів тур продукту «ДЖОІН АП».

Тим не менш, це може призвести до значного потоку клієнтів та збільшення конкурентоспроможності підприємства, адже порівняно з попередніми роками чисельність ЗСУ в 2023 р. зросла майже у 3 рази [32].

Варто врахувати і той факт, що туроператор «ДЖОІН АП» повинен забезпечувати контроль якості обслуговування за показниками, які були важливі для споживача і до початку повномасштабного вторгнення, таким чином наведені нижче аспекти можуть по-різному покращити рівень наданих послуг:

- Забезпечення підбору висококваліфікованого персоналу, для створення сприятливих умов та належної культури спілкування з клієнтами організації, а також підбору туристичного напрямку та пропозицій за побажаннями відвідувача;
- Співпраця з надійними компаніями-партнерами. Вибір відповідальних компаній для співпраці дасть змогу вчасно усунути, або ж взагалі уникнути проблемних ситуацій подорожуючих під час поїздки, а також залишить лише приємний враження. Як відомо «ДЖОІН АП» має ненадійну авіакомпанію партнера «SkyUp», яка впродовж декількох років створює негативний досвід клієнтам, тому пошук надійнішого партнера збільшив би якість обслуговування туриста під час подорожі та дав би можливість легше здійснювати контроль наданих послуг.
- Забезпечення зворотнього зв'язку з клієнтами, що створить можливість швидко реагувати на будь-які недоліки та розвивати сильні сторони компанії.
- Контроль достовірної інформації на сайті компанії та каталогах, які створює туроператор. Невідповідність інформації на різних доступних засобах інформації може викликати недовіру споживача, саме тому для покращення обслуговування повинен здійснюватися постійний контроль та моніторинг сайту, каталогів і т.д.

- Інновації та нововведення. Ці аспекти завжди залишаються актуальними та дають змогу покращити обслуговування представивши споживачу щось нове та нестандартне.

Варто зазначити, що окрім впровадження вищенаведених заходів туроператор «ДЖОІН АП!» повинен проводити різного роду опитування серед споживачі послуг компанії, результати яких дадуть змогу краще розуміти потреби та профіль споживача. Дане опитування повинне включати у себе питання щодо рівня задоволеності послугами та обслуговуванням клієнта, враховуючи різні аспекти компанії, а також загальні питання щодо визначення портрету туриста. Приклад даного роду анкетування розроблене автором (Додаток Д).

Висновок 2. Сутність вищесказаного зводиться до того, що туристичний оператор «ДЖОІН АП» має безліч можливостей для удосконалення та покращення ефективності управління якістю обслуговування у повоєнні роки. Покращення своєї діяльності підприємство може забезпечити введенням різного роду інновацій та діджиталізації, особливих можливостей для військовослужбовців, доступністю цін, впровадженням нових видів туристичних подорожей у свій асортимент і т.д.

Доцільність запропонованих заходів пояснюється, спираючись на досвід різних зарубіжних країн, котрі відновлювали свою діяльність після військових конфліктів, значна популярність військового туризму на територіях інших держав, зміна потреб споживача, а також зацікавленість не у поодиноких подорожах, а відпочинком разом із сім'єю.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи було проаналізовано сучасні процеси ефективності контролю якості управління обслуговуванням на туристичному підприємстві «ДЖОІН АП», а також можливі варіанти покращення діяльності туроператора щодо якості обслуговування у повоєнні роки та доцільність запропонованих заходів.

2. Таким чином варто зазначити, що контроль якості обслуговування впливає на будь-які аспекти діяльності підприємства, включаючи конкурентоспроможність, прибуток компанії, зацікавленість споживача у наданому продукті туристичної організації і т. д.

3. Під час проведення ряду досліджень було визначено ефективність діяльності підприємства «ДЖОІН АП», а також держави в цілому в повоєнний та воєнний період та запропоновано шляхи, які нададуть змогу створити якісний туристичний продукт для покращення обслуговування підприємством. Варто зазначити, що туроператору насамперед необхідно звернути увагу на забезпеченню безпечних туристичних поїздок мандрівникам, доступність цінової політики та введення нових туристичних маршрутів за напрямком мілітарі-туризму, адже результативність запропонованих заходів обґрунтована, спираючись на досвід зарубіжних країн.

4. На основі проведеного дослідження варто підкреслити, що контроль якості обслуговування має змогу покращити загальне враження споживача щодо компанії та утримати його на належному рівні на ринку туристичних послуг. Даний аспект можна вважати всеохолюючим, адже він включає в себе майже всі сфери діяльності туристичного підприємства та потребує постійного розвитку та покращення зі сторони керуючого персоналу та працівників, а також особливої уваги до потреб клієнта. Забезпечення ефективного виконання поставлених задач будь-якого з розділів компанії створює можливість лише покращити якість обслуговування туристичного підприємства.

5. Отже, виконуючи випускню кваліфікаційну роботу було проведено повний спектр аналізу за ефективності управління якістю обслуговування на основі туристичного підприємства «ДЖОІН АП!», визначено як якість обслуговування впливає на загальне враження туриста та запропоновано способи удосконалення цієї сфери діяльності для даного підприємства.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Менеджмент в соціально-культурному сервісі і туризмі: навчальний посібник / А.Є. Саак, Ю.А. Пшеничних. 2007. – 188 с.
2. The Village [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik>
3. Менеджмент якості: підручник / М. І. Шаповал. – К: Київ. 2003. – 475 с.
4. Менеджмент. Сутність і зміст функцій менеджменту [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/14682/>
5. Державний стандарт України [Електронний ресурс]. – Режи доступу: https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000011/11933.pdf
6. Джерелюк Ю.О Обґрунтування вибору методу оцінювання якості обслуговування в туристичних підприємствах / Ю.О Джерелюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2021 - №41. – С.28.
7. Кривоберець М. М. Інструменти підвищення якості туристичних послуг / М.М Кривоберець // Економічний простір [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5382>
8. Контролювання як загальна функція менеджменту [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=359281&lang=it>
9. Статутні документи [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/partners/>
10. Досьє компанії ТОВ «ДЖОІН АП» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/38729427/
11. Clarity Project. ТОВ «ДЖОІН АП! УКРАЇНА» . Фінансова звітність за 2021, 2022 роки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://clarity-project.info/edr/42711122/finances?current_year=2022

12. JoinUp. Майже мільйон туристів: JoinUp! Фіксує суттєве зростання подорожей в 2021 році [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/majzhe-miljon-turistiv-join-up-fiksuye-suttyeve-zrostannya-podorozhej-v-2021-rotsi/>
13. JoinUp. Понад мільйон туристів обрали JoinUp! У 2019 році [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/ponad-miljon-turistiv-obrali-join-up-u-2019-rotsi/>
14. Вікова категорія туристів ТОВ «ДЖОІН АП» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/join-up-zbilshiv-kilkist-kliyentiv-na-11-za-rik-novini-ukrajini-50068490.html>
15. Особистий помічник туриста. Мобільний додаток «ДЖОІН АП» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/osobistij-pomichnik-turista-join-up-zapustiv-svij-dodatok/>
16. Рейтинг agent-friendly туроператорів. Зима 20-21 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uata.com.ua/2021/05/af-winter-20-21/>
17. Рейтинг agent-friendly туроператорів. Зима 20-21 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uata.com.ua/2021/05/tf-winter-20-21/>
18. Перший незалежний сайт відгуків України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.otzyvua.net/turoperator-join-up?sort=date>
19. РБК-Україна Travel. Спад на третину. Стало відомо, скільки туризм України недоотримав через війну [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/travel/spad-tretinu-stalo-vidomo-skilki-turizm-ukrayini-1678791650.html>
20. JoinUp. Час кризи та виходу на нові ринки – звіт 2022 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/>
21. Кляп М., Шандор Ф. Сучасні різновиди туризму. Військовий туризм (воєнний туризм, мілітарі туризм, зброярський туризм) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://subj.ukr-lit.com/suchasni-riznovidi-turizmu-klyap-m-p-vijskovij-turizm-voyennij-turizm-militari-turizm-zbroyarskij-turizm/>

22. Все про туризм. Туристична бібліотека. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавального-розважального туризму [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

https://tourlib.net/statti_ukr/kushnariov.htm

23. Tripvenue. Шляхами козацької слави [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://tripvenue.com.ua/uk/ukraine/mykolayiv/experience/shlyahamy-kozackoyi-slavy>

24. Безпека туризму [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://elcat.pnpu.edu.ua/docs/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C>

25. Про внесення змін до Закону України "Про туризм": Закон України від 18 листопада 2003 року N 1282-IV.

26. Про туризм Закон України від 15.09.1995 р. №324/95-ВР [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm

27. JoinUp. Час кризи та виходу на нові ринки – звіт 2022 року [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/>

28. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/ article/44952>

29. Останні новини: Стало відомо, скільки українці витрачають на відпочинок [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://fbc.ua/news/suspilstvo/stalo-vidomo-skilki-ukrayintsi-vitrachayut-na-vidpochinok/>

30. Problems and prospects of the development of unusual types of tourism in the territory of Ukraine after the end of the Russian-Ukrainian War as an example of military tourism [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/366819824_PROBLEMS_AND_PROSPECTS

31. JoinUp. Час кризи та виходу на нові ринки – звіт 2022 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/>

32. Слово і діло. Як змінювалася чисельність Збройних Сил України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/14/infografika/bezpeka/yak-zminyuvalasya-chyselnist-zbrojnyx-syl-ukrayiny>



ДОДАТКИ

Додаток А



ЛІЦЕНЗІЯ

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України

Номер і дата прийняття рішення

№ 1597, 04.12.2015

Дата і номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців про видачу ліцензії



Вид господарської діяльності (повністю або частково)

Туроператорська діяльність

Найменування юридичної особи

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ДЖОІН АПІ"

Код згідно з ЄДРПОУ юридичної особи

38729427

Місцезнаходження юридичної особи

вулиця Харківське шосе, будинок 201-203, літера 2 А, м. Київ, 02121



Айварас АБРОМАВИЧУС

Фінансова звітність за 2020 рік

2022 2020

J0900108 Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	63 560.00	52 928.00
первісна вартість	1001	74 277.00	74 277.00
накопичена амортизація	1002	10 717.00	21 349.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	0.00
Основні засоби	1010	5 436.00	3 855.00
первісна вартість	1011	13 431.00	13 586.00
знос	1012	7 995.00	9 731.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	0.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	72 671.00	72 671.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	0.00
Капітал у дооцінках	1405	0.00	0.00
Додатковий капітал	1410	0.00	0.00
Емісійний дохід	1411	0.00	0.00
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	0.00
Резервний капітал	1415	0.00	0.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-90 475.00	-155 629.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	0.00
Вилучений капітал	1430	0.00	0.00
Інші резерви	1435	0.00	0.00

J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	18 525.00	70 267.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	0.00
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	0.00
Премії, передані у перестраховування	2012	0.00	0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	254.00	0.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	0.00
Валовий: прибуток	2090	18 271.00	70 267.00
збиток	2095	0.00	0.00

Додаток В

Фінансова звітність за 2021 рік

2022 2021

J0901107 Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	1.60	1.40
первісна вартість	1001	1.90	1.90
накопичена амортизація	1002	0.30	0.50
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	0.00
Основні засоби:	1010	0.00	0.00
первісна вартість	1011	0.00	0.00
знос	1012	0.00	0.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	0.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50.00	50.00
Додатковий капітал	1410	0.00	0.00
Резервний капітал	1415	0.00	0.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-212.60	-101.80
Неоплачений капітал	1425	0.00	0.00
Усього за розділом I	1495	-162.60	-51.80
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	39.10	150.90
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	0.00
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	0.00
товари, роботи, послуги	1615	16.80	2 225.40

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 319.90	984.40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	4 205.00	704.50
Інші операційні доходи	2120	68.80	6.80
Інші операційні витрати	2180	878.20	535.90
Інші доходи	2240	0.00	0.00
Інші витрати	2270	0.00	0.00
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	5 388.70	991.20
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	5 083.20	1 240.40
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	305.50	-249.20
Податок на прибуток	2300	194.70	4.70
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	110.80	-253.90

Фінансова звітність за 2022 рік

2022

2021

J0901107 Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	1.40	1.20
первісна вартість	1001	1.90	1.90
накопичена амортизація	1002	0.50	0.70
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	50.00	200.00
Усього за розділом I	1095	51.40	201.20
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	2 481.20	196.80
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	8.40	11.30
Усього за розділом II	1155	2 538.00	2 009.30

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 433.70	5 319.90
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	267.20	4 205.00
Інші операційні доходи	2120	580.30	68.80
Інші операційні витрати	2180	5 508.10	878.20
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	4 014.00	5 388.70
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	5 775.30	5 083.20
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-1 761.30	305.50
Податок на прибуток	2300	23.00	194.70
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-1 784.30	110.80

Фінансова звітність за 2022 рік

2022

2021

J0901107 Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	1.40	1.20
первісна вартість	1001	1.90	1.90
накопичена амортизація	1002	0.50	0.70
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	50.00	200.00
Усього за розділом I	1095	51.40	201.20
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	2 481.20	196.80
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	8.40	11.30
Усього за розділом II	1155	2 538.00	2 009.30

Опитування споживачів туристичних послуг "ДЖОІН АП" щодо якості обслуговування

Шановні учасники опитування!

Ми проводимо дослідження, метою якого є визначення рівня задоволеності споживача, наданими послугами туристичного підприємства "ДЖОІН АП". Хотілося б дізнатися Ваші загальні враження щодо роботи туроператора, так як нам важлива ваша думка.

Це займе трошки більше 5 хвилин.

krutovakarolin@gmail.com

[Змінити обліковий запис](#)

 Спільно не використовується



Чернетку збережено

1. Оберіть свій вік

- ☐ До 18 р.
- ☐ 18 - 25 р.
- ☐ 25 - 35 р.
- ☐ 35 - 55 р.
- ☐ 55 р. і більше

2. Оберіть статтю

- ☐ Чоловіча
- ☐ Жіноча

3. Оберіть рівень Вашого доходу

- ☐ Нижче середнього
- ☐ Середній
- ☐ Високий

4. Як часто Ви подорожуєте?

- ☐ 4 і більше разів на рік
- ☐ 2-3 рази на рік
- ☐ Менше 2 разів на рік
- ☐ Важко відповісти

5. При плануванні подорожі як часто Ви користуєтеся послугами "ДЖОІН АП"?

- ☐ Завжди
- ☐ Майже завжди
- ☐ Дуже рідко
- ☐ Не користуюсь

6. За п'ятибальною шкалою як Ви оцінюєте роботу компанії?

- Жахливо 1 2 3 4 5 Дуже добре
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

7. Що Вам найбільше подобається як споживачу туристичних послуг "ДЖОІН АП"?

Ваша відповідь _____

8. Що для Вас важливо при виборі туристичного оператора?

- ☐ Відгуки в Інтернеті
- ☐ Цінова політика
- ☐ Різноманітність послуг
- ☐ Репутація туроператора
- ☐ Наявність акцій та спеціальних пропозицій
- ☐ Особистий досвід
- ☐ Інше:

9. Визначте рівень Вашої згоди щодо таких критерій обслуговування "ДЖОІН АПІ"

	Повністю згодний(на)	Згодний(на)	Скоріше згодний(на)	Важко відповісти	Повністю не згодний(на)
Ввічливий та професійний персонал	☐	☐	☐	☐	☐
Доступні ціни	☐	☐	☐	☐	☐

	Повністю згодний(на)	Згодний(на)	Скоріше згодний(на)	Важко відповісти	Повністю не згодний(на)
Ввічливий та професійний персонал	☐	☐	☐	☐	☐
Доступні ціни	☐	☐	☐	☐	☐
Легкість бронювання	☐	☐	☐	☐	☐
Компанія швидко реагує та вирішує різного роду труднощі під час подорожі	☐	☐	☐	☐	☐
Наявність спеціальних пропозицій та акцій	☐	☐	☐	☐	☐
Якісна робота кол-центра	☐	☐	☐	☐	☐

10. Як би ви оцінили туристичні послуги у порівнянні з аналогічними пропозиціями на ринку?

- ☐ Набагато краще
- ☐ У чомусь краще
- ☐ Приблизно те саме
- ☐ Значно гірше
- ☐ Важко відповісти

11. Чи порадили б ви нашу компанію друзям та знайомим?

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Важко відповісти

11. Чи порадили б ви нашу компанію друзям та знайомим?

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Важко відповісти

12. Чи виникли у вас будь-які проблеми під час бронювання туру чи подорожування? Якщо "так", будь-ласка, надайте розгорнуту відповідь

Ваша відповідь

Надіслати

Очистити форму