

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ
ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Туризм»
(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ТР 41
Міщанчук Владислав Олександрович

(підпис)

Керівник:
д.е.н., професор
Матвійчук Людмила Юріївна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
« » травня 2023 р.
к.е.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Дащук Юлія Євгенівна

(підпис)

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітня програма: «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Л.Ю. Матвійчук

«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1. Тема кваліфікаційної роботи «Підвищення рівня якості туристичних послуг Волинської області
Керівник роботи: *Матвійчук Людмила Юріївна, д.е.н., професор*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р.
№ 966/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.06.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи: *звіти Національної туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, Всесвітньої туристичної організації, законодавчі та нормативні акти України щодо розвитку туризму, статистичні матеріали Державної служби статистики України, міждержавні та національні стандарти туризму, наукова та практична туристична література*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
ВСТУП.
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади забезпечення якості туристичних послуг.
РОЗДІЛ 2. Аналіз та оцінка рівня якості туристичних послуг Волинської області
РОЗДІЛ 3. Напрями підвищення якості туристичних послуг регіону.
ВИСНОВКИ
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
 1. *Графічне відображення карти доріг та залізничних сполучень Волинської області*
 2. *Графічне відображення моделі системи управління якістю туристичного продукту.*

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади забезпечення якості туристичних послуг	д.е.н., професор Матвійчук Л.Ю.		
РОЗДІЛ 2. Аналіз та оцінка рівня якості туристичних послуг Волинської області	д.е.н., професор Матвійчук Л.Ю.		
РОЗДІЛ 3. Напрями підвищення якості туристичних послуг регіону	д.е.н., професор Матвійчук Л.Ю.		
Висновки	д.е.н., професор Матвійчук Л.Ю.		

7. Дата видачі завдання 15.09.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 15.09.2022	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 27.12.2022	
3	Розділ 1. Теоретичні засади забезпечення якості туристичних послуг	до 10.01.2022	
4	Розділ 2. Аналіз та оцінка рівня якості туристичних послуг Волинської області	до 15.02.2023	
5	Розділ 3. Напрями підвищення якості туристичних послуг регіону	до 15.03.2023	
6	Висновки	до 22.04.2023	
7	Формування списку використаних джерел	до 29.04.2023	
8	Формування додатків	до 12.05.2023	
9	Оформлення ілюстративного матеріалу	до 15.05.2023	
10	Нормоконтроль	до 24.05.2023	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 26.06.2023	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023	

Здобувач вищої освіти

_____ (Міщанчук В.О.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (Матвійчук Л.Ю.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Міщанчук В.О. *Підвищення рівня якості туристичних послуг Волинської області.* – На правах рукопису. Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня, освітньо-професійної програми «Туризм», за спеціальністю 242 Туризм і рекреація, галузі знань 24 Сфера обслуговування – Луцький національний технічний університет, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи. – Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У роботі досліджено якість туристичних послуг, системи та методи оцінки якості та основні положення в цій сфері, що є важливим елементом розвитку туризму. Визначений рівень якості туристичних послуг Волинської області та вплив сучасних факторів на розвиток туризму в цілому. Запропоновані рекомендації щодо покращення якості туристичних послуг та популяризації туристичного об'єкта «Олицький замок», з врахуванням удосконалення таких функцій туристичного об'єкта та прилеглих до нього територій, як: розміщення туристів, обслуговування, заклади харчування, реклама та інфраструктура для відвідувачів.

Визначено такі інструменти аналізу та покращення якості туристичних послуг як: системи контролю якості, які дозволяють відслідковувати якість надання послуг та вчасно виявляти та вирішувати проблеми; SWOT-аналіз, який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози подальшого розвитку; аналіз статистичних показників відвідуваності та попиту у Волинській області та Україні в цілому.

Ключові слова: індустрія туризму, якість туристичних послуг, аналіз якості послуг, розвиток туризму.

ANNOTATION

Mishchanchuk V.O. Increasing the quality of tourist services in the Volyn region. – On the rights of the manuscript. Qualification work of the first (bachelor) level, educational and professional program «Tourism», specialty 242 Tourism, fields of knowledge 24 Field of service – Lutsk National Technical University, department of tourism and hotel and restaurant business. – Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions and a list of used sources.

The work examines the quality of tourist services, quality assessment systems and methods, and the main provisions in this area, which is an important element of tourism development. The level of quality of tourist services in the Volyn region and the influence of modern factors on the development of tourism as a whole have been determined. Proposed recommendations for improving the quality of tourist services and popularizing the «Olytskyi Castle» tourist facility, taking into account the improvement of such functions of the tourist facility and its adjacent territories as: tourist accommodation, service, food establishments, advertising and infrastructure for visitors.

The following tools for the analysis and improvement of the quality of tourist services have been defined: quality control systems that allow monitoring the quality of service provision and identifying and solving problems in a timely manner; SWOT analysis, which allows you to identify strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats of further development; analysis of statistical indicators of attendance and demand in the Volyn region and Ukraine as a whole.

Keywords: tourism industry, quality of tourist services, analysis of service quality, tourism development.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	10
1.1. Зміст та значення якості туристичних послуг в розвитку туризму	10
1.2. Фактори впливу на якість туристичних послуг	15
1.3. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	25
2.1. Методичні підходи дослідження якості туристичних послуг	25
2.2. Вплив сучасних факторів на якість туристичних послуг Волинської області	29
2.3. Аналіз рівня якості туристичних послуг Волинської області	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНУ	41
3.1. Основні туристичні ресурси та привабливість регіону	41
3.2. Пропозиції покращення якості туристичних послуг в регіоні на прикладі пропозицій розвитку Олицького замку	46
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	55

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Туризм є індустрією, яка швидко розвивається. За останні 15 років ця галузь піднялася на третє місце за обсягами експорту в світі, поступаючи лише експорту енергоносіїв. Туристична індустрія не тільки є однією із тих, що швидко розвиваються, приносять високий дохід і залучають інвестиційні потоки, а й вимагає дотримання стандартів та технічних умов

На даний момент в індустрії туризму спостерігається тенденція, згідно з якою такий показник, як якість, відіграє одну з провідних ролей в управлінні та розвитку туристичних послуг та їх подальшої реалізації. У розвинених країнах управлінню якістю на підприємствах приділяють особливу увагу. Якість туристичних послуг (включаючи новизну, технічний рівень, відсутність дефектів і зауважень при наданні послуг) є одним із найважливіших засобів конкурувати, завоювати та утримувати позиції на ринку. Тому компанії приділяють особливу увагу забезпеченню високоякісних туристичних послуг, встановлюючи контроль на всіх етапах виробничого процесу, починаючи з контролю якості використовуваних ресурсів і закінчуючи визначенням того, чи відповідає випущений туристичний продукт тим характеристикам і параметрам, які він пропонує не тільки під час досліджень, а й в експлуатації.

При формуванні стандартів туристичних послуг необхідно встановити модель оцінки якості наданих послуг, яка повинна включати такі обов'язкові елементи: оцінка безпеки, рівень обслуговування, якість харчування, етика обслуговування, своєчасне інформування, формування комплексної оцінки. Оцінка якості формується на основі сукупності показників, за допомогою яких можна оцінити якість туристичних послуг, у тому числі послуг, що надаються під час реалізації туристичного продукту.

В даній дипломній роботі розглядаються пропозиції щодо покращення якості туристичних послуг у Волинській області, а покращення послуг необхідне тому, що практично всі міста Волинської області мають архітектурні пам'ятки, історичні місця та об'єкти, які становлять певну історичну цінність,

однак туристів тут небагато. Це зумовлено насамперед поганим інформаційним забезпеченням, станом інфраструктури (транспортне обслуговування, відсутність облаштованих автостоянок), доріг, невідповідністю туристичної інфраструктури міжнародним стандартам, недостатньою кількістю закладів розміщення та харчування і низьким рівнем обслуговування в них. У містах області порівняно з окремими регіонами слабо розвинена індустрія розваг та обмежена можливість цікавого проведення вільного часу. Всі ці фактори значно знижують туристичний потенціал регіону.

Стан вивченості проблеми. в контексті підвищення якості туристичних послуг цікавляться іноземні вчені, а саме Л. Баумгартен, Дж. Еванс, Дж. Харингтон. У вітчизняній науковій літературі питання підвищення якості та управління якістю туристичних послуг, досліджували такі вчені, як: як М. Кривоберець, О. Оливко, Т. Ткаченко, А. Денисенко [1-4] . У роботах особлива увага приділяється: обліку (формування контрольної інформаційної бази) та аналізу (як методу методичного контролю) витрат суб'єктів туристичного бізнесу; питання контролю з урахуванням особливостей окремих видів туризму. Водночас про наявність такої потреби свідчать праці науковців, які досліджували питання економіки та менеджменту туризму, тому сьогодні в країні необхідно розвивати цю галузь швидкими темпами. Для цього насамперед необхідно створити ефективну систему управління туризмом. Зрозуміло, що вирішення цієї проблеми неможливе без визначення якості послуг, що надаються, яка є основним показником конкурентоспроможності та ефективності будь-якого туристичного бізнесу.

Мета і завдання дослідження полягає у пошуку найефективніших напрямів підвищення рівня якості туристичних послуг регіону.

Для досягнення цієї мети, в кваліфікаційній роботі бакалавра вирішено такі завдання:

- дослідити теоретичні основи забезпечення якості туристичних послуг;
- провести аналіз рівня якості туристичних послуг Волинської області;
- визначити вплив факторів на якість туристичних послуг в регіоні;

- запропонувати напрями підвищення рівня якості туристичних послуг.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є процес підвищення рівня якості туристичних послуг у Волинській області.

Предметом дослідження роботи бакалавра є теоретичні та практичні засади підвищення рівня якості туристичних послуг регіону.

Методи дослідження. З метою досягнення визначеної мети та поставлених завдань у кваліфікаційній роботі бакалавра застосовано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: узагальнення та систематизації (для визначення змісту та значення якості туристичних послуг); аналітичні (з метою проведення аналізу стану та розвитку індустрії туризму та параметрів оцінки якості в Україні та світі, а також Волинській області; процесний підхід (для визначення оптимальних показників якості в туризмі та прогнозування розвитку контролю за якістю в Україні; графічний (для формування графіків та діаграм розвитку туризму); табличні методи (для наочного відображення статистичного матеріалу досліджуваної проблеми).

Інформаційною базою дослідження є офіційні публікації Всесвітньої туристичної організації, Національної туристичної організації України, Асоціації індустрії гостинності України, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, професійних туристичних асоціацій та спілок, нормативні та законодавчі положення України щодо розвитку індустрії туризму, статистичні дані Державної служби статистики України, статистичні дані розвитку індустрії туризму Державного агентства розвитку туризму, наукові публікації.

Практичне значення отриманих результатів дослідження має актуальне спрямування для суб'єктів індустрії туризму та полягає в тому, що у дослідженні запропоновані рекомендації, які можуть бути застосовані суб'єктами туристичної індустрії для формування механізмів покращення якості туристичних послуг та її оцінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1 Зміст та значення якості туристичних послуг в розвитку туризму

Якість туристичних послуг є ключовим чинником для задоволення потреб туристів і підтримання успішного туристичного бізнесу. Зміст якості туристичних послуг включає такі аспекти, як: задоволення потреб туристів, надійність, безпеку, професіоналізм, ефективність, комфорт тощо. Значення якості туристичних послуг полягає в тому, що вона забезпечує задоволення потреб туристів та збільшує репутацію туристичного бізнесу. Якість туристичних послуг може вплинути на рішення туристів про повернення до даного місця в подальшому, а також на рекомендації їх друзів та родичів. Крім того, якість туристичних послуг є фактором, який впливає на вибір туристичного бізнесу під час планування подорожі, тому висока якість послуг може привести до збільшення прибутку.

Надання якісних туристичних послуг є також важливим елементом розвитку туризму в цілому, як в регіональному, так і в національному масштабі. Це може збільшити кількість туристів, які відвідають дану країну або регіон, та сприяти розвитку інфраструктури та галузей, пов'язаних з туризмом.

В державному стандарті України приведено визначення якості продукту як економічної категорії, яка відображає сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її придатність задовольняти потреби споживача відповідно до свого призначення.

З цього випливає, що основні принципи та елементи будь-яких систем якості, які охоплюють всі процеси, необхідні для забезпечення ефективності продукту або послуги, від маркетингу до її надання, включаючи аналіз послуг, встановлює «ДСТУ 180 9004-2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг» [5].

Якість конкретної послуги визначається ст. 6 Закону України «Про захист прав споживачів», згідно за яким «продавець (виробник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві продукцію (роботу, послугу), яка за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про продукцію (роботу, послугу), що надається продавцем (виробником, виконавцем)».

У туризмі якість слід розглядати як сукупність ознак, переваг, атрибутів (емоційних і споживчих), які чітко вказують на те, на якому рівні продукт відповідає потребам споживача. У цьому визначенні необхідно підкреслити відсутність контролю та усунути різницю між якістю, яку очікують потенційні споживачі, та якістю, що надається. Підсумовуючи, сутністю якості обслуговування є ступінь задоволення потреб і очікувань клієнтів. Запропоноване поняття якості є універсальним. Кожен бізнес або особа на ринку має визначити власні цілі та забезпечити певний рівень якості своєї продукції.

В туризмі якість є важливою складовою процесу створення туристичного продукту, яка зумовлює задоволення потреб та очікувань туристів. Якістю є не тільки сукупність ознак, які описують туристичний продукт, а і те, що відрізняє конкретний продукт від інших, а також його унікальність

В цілому якість туристичного продукту можна розглядати як:

- сукупність ознак, які забезпечують відповідність продукту вимогам споживачів даного продукту;
- рівень, в якому саме це продукт знайде особливе визнання споживачів серед інших продуктів на ринку ;
- продукт високої якості у будь якому плані, який споживачам здається кращим від інших ;
- ознаки продукту та його складових, які виділяються поміж інших (спосіб виконання, вигляд, надійність, популярність, швидкість виконання тощо).

Дивлячись на рекомендації всесвітньої туристичної організації (UNWTO), якість у туризмі визначають як елемент якості життя під час тимчасового перебування туристів поза місцем постійного проживання. При тому що, відповідно до поданого визначення, якість не завжди залежить тільки від рівня якості послуг, але пов'язується з необхідністю врахування людського та природного середовища. За визначенням UNWTO, якість – це виконання за встановленою і прийнятною ціною будь-яких бажань та сподівань клієнта, які в ніякому разі не суперечать законодавству, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни та доступу до туристичних послуг та гармонії людського і природного середовища [6].

Все важливішим питанням поряд з проблематикою якості туристичних послуг є якість обслуговування туриста (клієнта). Покупці будь-яких туристичних послуг стають все більш вимогливими та хочуть вищих стандартів якості та обслуговування. Цей елемент є найбільш вирішальним для існування суб'єктів за умов постійної та зростаючої конкуренції. Обслуговування клієнта – це правильне надання клієнту послуг та благ в узгодженому часі й місці, відповідно до потреб та сподівань клієнта.

Найпопулярнішим способом дослідження розбіжностей між рівнем надання послуг і сподіваннями клієнта є опрацьована в середині 80-х років ХХ ст. у США методика *ServQual (Service Quality Dimensions)*. Для того щоб визначити якість послуги, потрібно провести дослідження в два етапи (І етап – дослідження сподівань; ІІ етап – дослідження реальної якості наданих послуг). Метод *Servqual* дає змогу провести як загальне оцінювання якості туристичного продукту, такі окремих його ознак, які описані критеріями оцінки [7, с.281]. Схематично перебіг проведення досліджень подано на (рис. 1.1).

Здійснення очікувань клієнта повинно бути однією з головних цілей туристичної фірми, та будь яких інших суб'єктів які працюють з клієнтами. Неймовірно важливу роль у підвищенні якості на підприємстві відіграє саме правильно підібраний персонал фірми та їх вміння працювати з клієнтом та розуміти їх потреби.

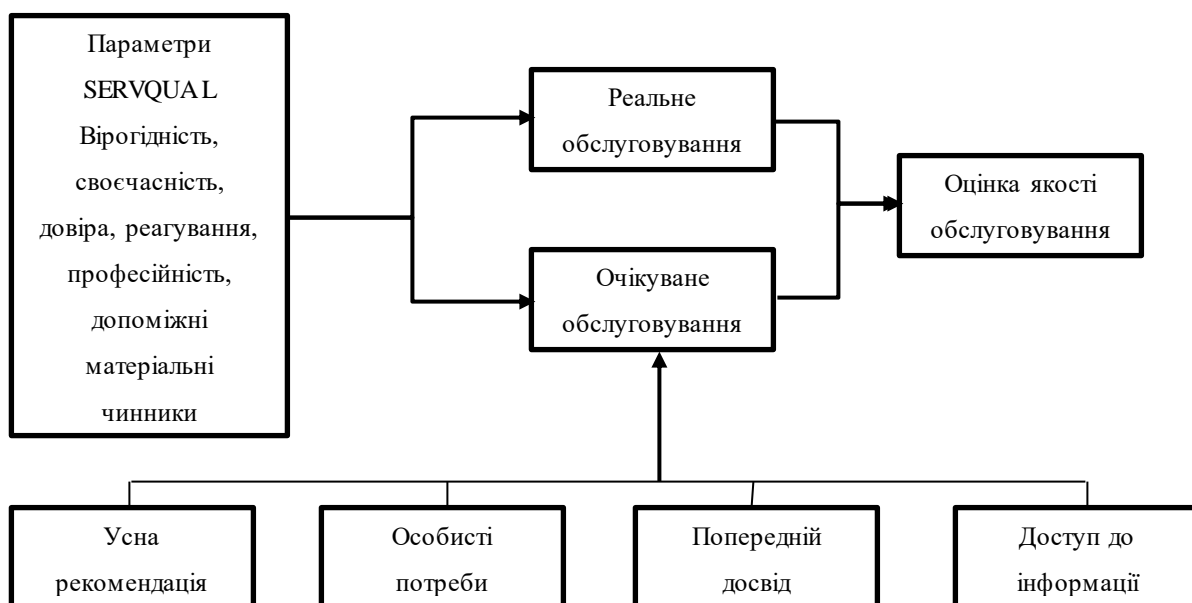


Рис. 1.1. Оцінка якості обслуговування клієнтом.

Здійснення очікувань клієнта повинно бути однією з головних цілей туристичної фірми, та будь яких інших суб'єктів які працюють з клієнтами. Неймовірно важливу роль у підвищенні якості на підприємстві відіграє саме правильно підібраний персонал фірми та їх вміння працювати з клієнтом та розуміти їх потреби.

На ряду з критеріями оцінки якості туристичних послуг, якими цікавляться клієнти, потрібно також вказати критерії та показники, якими повинно керуватися туристичне підприємство, такі як:

- естетичні враження (інфраструктура підприємств, зовнішній вигляд персоналу, тощо);
- досвід та знання персоналу;
- індивідуальний та систематичний підхід до клієнта (допомога у вирішенні різного роду проблем);
- ввічливість, та хороші комунікативні навички персоналу;
- репутація підприємства та його популярність у суспільстві;
- фізична, фінансова та психологічна безпека яку має відчувати клієнт;
- розуміння потреб клієнта;

- надійність в укладених угодах (дотримання термінів виконання, довіра, солідність);

- комунікаційна, інформаційна та консалтингова доступність для клієнта.

Також необхідно сказати, що на рівні з наведеними вище якісними ознаками, які зумовлюють якість наданих туристичних послуг та якість обслуговування клієнта, важливе місце у діяльності туристичних підприємств повинна посідати оцінка якості наданих послуг, яка сприймається клієнтами.

Споживачі туристичних послуг оцінюють якість послуг під час купівлі та споживання, можна сказати, миттєво, а туристичні компанії можуть оцінити фактори задоволеності клієнтів через певний проміжок часу, після того, як клієнти залишать відгук, або іншим способом. Тому компанії повинні аналізувати свій рівень якості послуг, використовуючи загальноприйнятий метод, наприклад:

- анкетного дослідження – дослідження реального рівня якості наданих послуг та можливості визначення причин незадоволення клієнта;

- аналізу втрат клієнтів – постійного підтримання контактів з клієнтами, які по будь-якій причині відмовилися від послуг, та аналіз причин;

- контрольних купівель послуг – дослідження сильних та слабких сторін туристичного підприємства;

- системи скарг та пропозицій – за допомогою спілкування та співпраці з клієнтами та надання їм можливості висказатись в усному чи письмовому виді.

Оцінка якості послуг насамперед залежить від надій та сподівань клієнта, а рівень його задоволення від реалізації цих сподівань туристичною фірмою.

Отже, якість туристичних послуг це невід’ємний аспект індустрії туризму, якість це показник який беруть до уваги у кожному етапі туристичного обслуговування. В туризмі, якість забезпечує репутацію та популярність об’єкту або регіону, що актуально для туристів так само як і для суб’єктів туристичного бізнесу.

1.2. Фактори впливу на якість туристичних послуг

Розвиток національної економіки та поява високозабезпечених верств населення в Україні викликали інтерес до підвищення якості туристичних послуг. Крім того, туризм є основною сферою діяльності багатьох країн світу і відіграє важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту, забезпеченні зайнятості населення та активізації балансу зовнішньої торгівлі. Туризм також має великий вплив на розвиток різних ключових секторів економіки та є однією з найприбутковіших галузей у світі. Тому вкрай необхідно прискорити темпи розвитку туристичної галузі країни.

На ринку міжнародного туризму якість послуг є найпотужнішою зброєю в конкурентній боротьбі. Якість послуг в кінцевому рахунку сприяє загальній економічній ефективності туристичної галузі.

Комплексність туризму ускладнює встановлення єдиного показника оцінки якості послуг. Крім того, вплив багатьох факторів економічного, організаційного та технічного характеру не дозволяє вимірювати якість обслуговування різних видів туристичної діяльності одним і тим самим показником. Поняття «якість послуг» і «якість обслуговування» тісно пов'язані між собою, оскільки обидва залежать від виробничої потужності туристичного об'єкта, будь то туристична фірма, готель, пансіонат або санаторій. Проте залишається велика кількість невивчених питань щодо якості туристичних послуг. Зокрема, розглядаються питання, пов'язані з оцінкою якості та ефективності надання туристичних послуг та формуванням на її основі ефективних систем управління туристичними підприємствами. Питання, пов'язані з чинниками зовнішнього середовища фірм, прямо чи безпосередньо пов'язаними з якістю послуг, що надаються споживачам, також отримали нові дослідження. Основними характеристиками зовнішнього середовища є його складність, динамічність і невизначеність. Зовнішні фактори в умовах ринкових відносин сприяють формуванню якості послуг. Перш за все, до них відносяться:

- потреби ринку, тобто покупців;
- конкуренція;
- потреба завоювати місце на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- забезпечення іміджу підприємства серед покупців, бізнесменів тощо.

Якість обслуговування залежить від багатьох факторів. Фактор якості – це якісна або кількісна характеристика одного або кількох атрибутів послуги.

Класифікація факторів якості послуг досить широка:

- показники функціонального призначення;
- показники соціального призначення;
- ергономічні показники;
- естетичні показники;
- показники безпеки;
- екологічні показники;
- показники патентного права;
- показники стандартизації.

Крім того, в туризмі існує чимало факторів, які можуть суттєво вплинути на створення якісного туристичного продукту, а саме:

- дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання. Фахівці туристичного бізнесу часто говорять: «Гостинність – це мистецтво в дрібницях». Для забезпечення якості туристичного продукту всі служби повинні працювати з однаковою чіткістю та високою якістю;

- можливість повторного надання туристичних послуг на тому ж високому рівні та з стабільною якістю. Для багатьох виробників тур-продукту вирішення цієї проблеми є непосильним завданням, яке в свою чергу часто стає причиною різкого зниження конкурентоспроможності підприємств;

- сфера туризму відноситься до діяльності, в якій вироблений продукт є нематеріальним і споживається одночасно з виробництвом. Співробітники підприємства не мають можливості виправити недоліки та не мають можливості повернути продукцію клієнтам. Це дуже важливий момент, адже

якість роботи працівників може істотно вплинути на якісні характеристики самого тур-продукту [8].

Щодо реалій, то на практиці якість обслуговування в основному залежить від оперативності роботи з підбору та організації турів відповідно до вимог клієнта – швидкість обслуговування в комплексі визначає задоволеність кожного клієнта, терміни отримання інформації, ввічливе обслуговування, що виражається в доброзичливості персоналу тур-фірми, їх уважності до вимог кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту, узгодженості запропонованої екскурсії з реальним змістом, узгодженій доступності всіх складових комплексного обслуговування.

Якість послуг має специфічні можливості і складається з багатьох компонентів які розбиті на етапи управління (рис. 1.2).

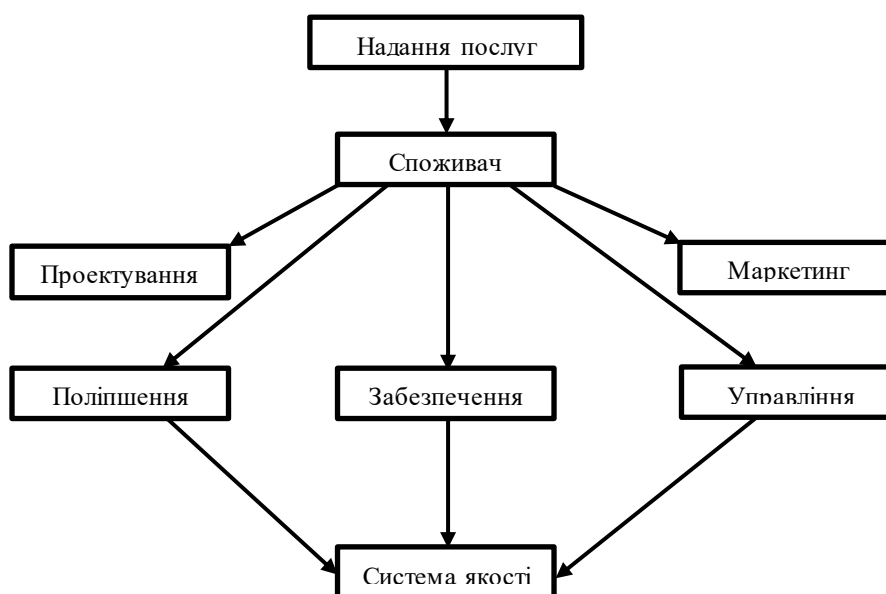


Рис.1.2. Складові якості послуг та управління якістю.

Якість виконання послуги – це ступінь відповідності споживчих властивостей послуги конкретним суспільним потребам, відповідає вимогам чинних нормативно-технічних документів, а також відповідає побажанням конкретних споживачів послуги, погоджується при отриманні замовлення та його реалізації.

Якість обслуговування споживачів – ступінь відповідності споживчих властивостей процесів обслуговування суспільної потреби, яка

характеризується сукупністю умов, методів і засобів, що забезпечують конкретному споживачеві можливість одержання послуги з мінімальними витратами часу і високою культурою обслуговування при оптимальних соціально-економічних результатах обслуговування [9, с. 100].

Необхідною вимогою для туристичних підприємств щодо підвищення якості послуг є дотримання наступних принципів:

Перше – це дотримання основних і важливих принципів сучасної індустрії послуг у сфері туризму:

- послуга найбільшою мірою відповідає потребам споживачів і суті запропонованих послуг;
- нерозривний зв'язок між сервісом та маркетингом, його основними принципами і завданнями;
- гнучкість послуг, яка орієнтована на врахування мінливих вимог ринку та споживчих уподобань щодо туристичних послуг.

Друге – це створення необхідних умов для персоналу, для підвищення якості обслуговування клієнтів та загального комфорту працівників. До них відносяться: ергономічні робочі місця; чіткі правила, яких повинен дотримуватися кожен працівник; чітка система оцінки якості роботи кожного працівника, яка може об'єктивно вимірювати ефективність послуг, як кількісно, так і якісно; система підвищення навичок та кваліфікації персоналу.

Третє – оптимізація управлінської та організаційної структури підприємств, що надають туристичні послуги. Оптимальною є організаційна структура з мінімальною кількістю елементів (але без впливу на якість обслуговування), тобто чим більше етапів проходить замовлення, тим більша ймовірність помилок. Необхідною умовою забезпечення безперервності технічних процесів з однаковим рівнем якості обслуговування також є ефективність взаємодії всіх елементів структури, що дозволяє миттєво виправляти помилки, що виникли і виключати можливість дублювання.

Четверте – здійснювати комплексний, повний, об'єктивний і безперервний контроль якості послуг, що передбачає:

- участь клієнтів в оцінці та контролі якості;
- створення методів і стандартів, які дозволяють пов'язувати стандартні вимоги з реальними умовами;
- створення системи самоконтролю персоналу;
- застосування чітко розроблених кількісних критеріїв для оцінки якості наданих послуг;
- участь співробітників у розробці систем і стандартів якості;
- застосування технічних засобів контролю якості;
- створення служб контролю, до складу яких входять представники різних служб: ради директорів, фінансового відділу, відділу безпеки, кадрової служби, керівників або співробітників усіх функціональних служб.

Невід'ємною частиною досягнення високої якості обслуговування є наявність системи контролю. Система контролю якості обслуговування повинна забезпечувати справжнє, можна сказати, безперервне керування всіма фазами технологічного циклу та всіма параметрами. Крім того, функція контролю повинна безпосередньо забезпечувати гнучкість і коригування всіх інших дій для забезпечення якості обслуговування.

Отже, основними факторами впливу на якість туристичних послуг – є саме професійні навички персоналу та їх вміння реагувати на різні ситуації та потребі клієнтів, разом з цим, комфорті умови для працівників, система контролю якості обслуговування та мінімізація незадоволених клієнтів. Якщо взяти якість туристичних послуг у регіоні в цілому, то факторами впливу на якість виступають насамперед державні установи та ступінь їхньої зацікавленості у розвитку регіону в сфері туризму. Другорядними, але не менш важливими, для цього показника в регіоні виступають підприємці, малий та середній бізнес у сфері туризму та самі громадяни.

1.3. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму

В сучасних умовах розвитку туризму якість послуг є однією з найважливіших складових ефективності та прибутковості суб'єктів туристичної діяльності. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом спрямованим на підвищення рівня обслуговування, удосконалення факторів виробництва та впровадження систем якості. Усі процеси проектування, гарантування та підтримки якості туристичних продуктів мають бути інтегровані в систему управління якістю.

При управлінні якістю комплексного туристичного обслуговування, безпосереднім об'єктом управління є процес визначення якості кожної з послуг. Розробка управлінських рішень щодо визначення показників надання якісних туристичних послуг є важливою частиною плану управління якістю [10, 62]. Ефективна виробнича діяльність туристичних підприємств можлива за таких умов:

- комплексна туристична послуга, яка задовольняє всі вимоги законодавства та суспільства;
- туристичні послуги відповідають потребам сфери застосування або призначення;
- туристичні продукти задовольняють потреби та очікування споживачів;
- туристичні продукти відповідають стандартам і технічним вимогам;
- комплексне туристичне обслуговування, спрямоване з одного боку на прибутковість туристичної фірми, а з іншого боку на конкурентні ціни для споживачів і туристичних агентств;
- туристичний продукт відповідає всім вимогам безпеки.

Управління якістю туристичних послуг повинно здійснюватися системно, тобто система контролю та управління якістю повинна відігравати важливу роль у роботі підприємства. Така система є організаційною структурою з чітким розподілом відповідальності, процедур, процесів і ресурсів необхідних для управління якістю туристичних продуктів.

Світовий досвід не тільки формує загальну характеристику існуючих систем управління якістю, але й принципи та методи, які можна застосовувати до кожної системи [11]. Системи управління якістю поділяються на три категорії, які відрізняються концептуально:

- системи, що відповідають вимогам стандартам ISO серії 9000;
- загально-фірмові системи управління якістю (TQM – загальне управління якістю - Total Quality Management);
- системи, які відповідають критеріям національних та міжнародних (регіональних) премій, дипломів з якості.

Таким чином, при управлінні якістю туристичних послуг доцільно розрізнити поняття «забезпечення якості», «управління якістю», «поліпшення якості» відповідно до ISO 9001:2008 [12].

Забезпечення якості (Quality Assurance) – набір запланованих і систематично реалізованих заходів, необхідних для створення впевненості в тому, що послуга відповідає встановленим вимогам якості.

Управління якістю (*Quality Control*) – скоординовані дії щодо спрямування та контролювання діяльності організації стосовно якості [13]. Зазвичай управління якістю виявляється як система методів і заходів, що реалізуються для задоволення вимог до якості. Звичайно, це поняття рекомендується використовувати з чітким визначенням, на зразок управління якістю у процесі виробництва (Manufacturing Quality Control) або управління якістю на рівні підприємства (Company – Wide Quality Control).

Управління якістю включає методи та заходи оперативного характеру, спрямовані на одночасне управління процесами та усунення причин незадовільного функціонування на відповідних етапах циклу контролю якості.

Підвищення якості (Quality Improvement) – безперервна діяльність, спрямована на підвищення технічного рівня продукції, якості продукції, удосконалення виробничих факторів і систем якості. Метою постійного вдосконалення системи управління якістю – є підвищення ймовірної

задоволеності споживачів та інших зацікавлених сторін [13]. Відповідно до національного стандарту ДСТУ 9000, заходи з удосконалення включають:

- аналіз та оцінку поточного стану для визначення напрямів вдосконалення якості;
- встановлення цілей вдосконалення;
- пошук можливих рішень для досягнення цілей;
- оцінка цих рішень та вибір одного з них;
- реалізація обраного рішення;
- вимір, перевірка, аналіз та оцінка результатів обраних підходів, для визначення того чи була досягнута ціль;
- оформлення змін.

У процесі впровадження та вдосконалення система управління якістю послуг органічно взаємодіє з іншими соціально-виробничими системами підприємств туристичної галузі. Перш за все, це управління розробкою туристичного продукту (маршрутів та турів), плануванням виробництва, технологічною підготовкою, матеріально-фінансовими ресурсами, якістю праці, підготовкою персоналу тощо. Загалом ці системи охоплюють усі сфери діяльності трудових колективів туристичних підприємств: виробничу, економічну, соціальну, технічну і т. д.

Коли туристичне підприємство розробляє систему управління якістю послуг, воно має забезпечити органічну та планомірну взаємодію всіх його підсистем на всіх етапах функціонування. В основному виділяють такі підсистеми управління:

- планування туристичних маршрутів, екскурсій, покращення програм обслуговування клієнтів;
- застосування економічних методів управління для підвищення якості обслуговування туристів, агентів і контрагентів;
- технічна та технологічна підготовка матеріально-технічної бази до обслуговування клієнтів;
- організація процесів надання послуг;

- систематичне планування та проведення перевірки якості;
- інноваційна діяльність;
- навчання персоналу, підвищення кваліфікації;
- здійснення заходів щодо забезпечення якості роботи працівників;
- соціальний розвиток трудового колективу.

При впровадженні системи управління якістю, кожне туристичне підприємство має визначити цілі та орієнтири якості та поставити відповідні завдання для забезпечення стабільного, довгострокового характеру системи. Для досягнення єдиної мети, підвищення якості, треба враховувати всі елементи та операції загального процесу обслуговування клієнтів, а також якість роботи всього трудового колективу. Крім того, система менеджменту якості передбачає об'єднання низки взаємозалежних заходів для підтримки необхідного рівня якості реалізації туристичних маршрутів, турів, екскурсійних програм на всіх етапах «життєвого циклу» туристичного продукту. Це включає в себе розробку, планування та організацію роботи туристичного підприємства для обслуговування туристів та заходи з підвищення задоволеності. Усі заходи управління якістю — організаційні, технічні, фінансово-економічні, правові, психосоціальні, освітні та ін. — мають бути об'єднані в єдиний комплекс.



Рис. 1.3. Модель системи управління якістю туристичного продукту (складено за матеріалами [14]).

Дивлячись на необхідність поширення системних підходів в управлінні якістю туристичного обслуговування і оптимізації рішень з питань управління якістю туристичного продукту правильним є формування нормативно-методичної бази для контролю, аналізу, обліку, планування та стимулювання якості роботи і обслуговування в сфері туризму. Сукупність усієї нормативно-методичної бази, нормативно-технічної документації повинна плавно перерости у систему стандартизації в сфері підприємств туристичної індустрії та туризму в цілому.[15]

Система управління якості – це узгоджена робоча структура, в якій функціонує туристичне підприємство, повинне включати в себе ефективні технічні та управлінські методи для забезпечення найкращої та найбільш практичної взаємодії між персоналом туристичного підприємства, його агентами, контрагентами та споживачами туристичних послуг.

Загалом, формування ефективної системи управління якістю послуг у сфері туризму вимагає комплексного підходу, де увага приділяється стандартам, контролю, навчанню персоналу та використанню сучасних технологій. Це допоможе забезпечити високу якість туристичних послуг, задоволення клієнтів та підвищення привабливості певних туристичних регіонів та фірм. Необхідно також звернути увагу на залучення технологій та інформаційних систем, які сприятимуть ефективному збору, аналізу та обробці даних про якість послуг. Це можуть бути онлайн-системи бронювання, відгуків клієнтів, моніторингу якості та інші інструменти, що сприятимуть постійному вдосконаленню та контролю якості.

Отже, чи зможуть туристичні підприємства досягти поставлених цілей і забезпечити конкурентоспроможність послуг, залежить від діючої організаційної системи управління – системи управління якістю.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Методичні підходи дослідження якості туристичних послуг

Дослідження якості туристичних послуг – це складний процес, який можна виконувати з використанням різних методичних підходів. Найбільш поширеними методами дослідження якості туристичних послуг є:

- метод анкетування – полягає в опитуванні туристів або потенційних клієнтів туристичної фірми, де виділяють питання про рівень сервісу, задоволеність клієнтів, та інші аспекти у обслуговуванні;

- метод таємного покупця – включає в себе відвідування туристичного підприємства спеціально підготовленою людиною яка компетентна у сфері туризму та в змозі оцінити рівень сервісу і перевірити персонал;

- фокус-групи – являє собою метод при якому група людей, яка відвідувала туристичні об'єкти або користувалися послугами певної туристичної фірми, бере участь у обговоренні (дискусії) своїх позитивних та негативних вражень від подорожі або обслуговування;

- експертна оцінка – метод представляє з себе дискусію групи людей, компетентних у сфері туризму (представники туристичних компаній, викладачі, турагенти тощо) які висловлюють свою думку та пропозиції щодо покращення або недоліки якості послуг;

- моніторинг якості - включає в себе безперервне спостереження за якістю послуг які надаються туристам, відгуками на сайтах і т. д. Моніторинг дозволяє вчасно виявляти проблеми та переваги туристичної діяльності певного підприємства та вносити свої корективи та необхідні покращення.

Вибір конкретного методу дослідження залежить від його специфіки та цілей. Наприклад, для отримання детальної інформації про враження туристів від наданих послуг, може бути використаний метод анкетування. Якщо мета дослідження полягає в з'ясуванні рівня сервісу та якості наданих послуг, то

може бути використаний метод «таємного» покупця. Фокус-групи може бути використаний для отримання більш детальної інформації від туристів про їх досвід в подорожі. Експертна оцінка може допомогти в оцінці професійних компетенцій спеціалістів туристичної галузі та їх здатності надавати якісні послуги.

Важливо мати на увазі, що кожен метод дослідження має свої переваги та недоліки, і вибір конкретного методу повинен бути зроблений на основі обґрунтованого підходу та орієнтації на цілі дослідження. Крім того, дослідження якості туристичних послуг повинно проводитися на постійній основі, оскільки це дозволяє забезпечувати постійний рівень якості та покращувати показники відповідно до потреб клієнтів.

Слід зазначити, що однією з головних проблем, яка перешкоджає якісній оцінці туризму в країні, є недостатня або повна відсутність офіційної статистики за видами туристичної діяльності (галузі). Ці проблеми не лише заважають оцінити якість внутрішнього туризму, а й роблять недостатньою базу для національного планування та прогнозування, що призводить до серйозних проблем у формуванні та реалізації стратегії розвитку туризму в Україні.

Рівень якості можна визначити як його стан, що описується значеннями окремих характеристик і атрибутів створеної послуги. Кожен споживач потребує певного рівня задоволення, і чим вищий рівень задоволення, тим вищий рівень якості та краща оцінка. Для оцінки рівня якості туристичних послуг у сучасній практиці використовуються різні методи. Ці методи дають змогу оцінити рівень якості туристичних послуг.

На даний час виділяють такі методи оцінки рівня якості туристичних послуг: SERVQUAL, SERVPERF, CIT, mystery shopping, діаграма К. Ісікави, експертний метод.

Метод SERVQUAL є одним із найпоширеніших методів оцінки якості туристичних послуг. Застосування цього підходу передбачає оцінку безпосереднього процесу надання послуги та того, що споживачі фактично

отримують від послуги [16]. Таким чином, застосування цього методу дає можливість визначити фактичний рівень якості обслуговування як різницю між очікуваннями та сприйняттям послуг споживачами.

Метод SERVPERF – метод оцінки якості туристичних послуг є спрощеним варіантом попереднього методу. Оскільки метод SERVPERF не враховує очікування клієнта, а визначає лише кінцеве сприйняття отриманої послуги.

Метод Critical Incidents Technique (CIT), тобто прийом критичних інцидентів, що ґрунтується на подіях, до яких належить аналіз скарг (рекламацій) і/або вимушених скарг. Метод охоплює як спонтанні скарги, так і подяки, які називають критичними випадками. За критичний випадок можна визнати взаємовідносини, що зумовлюють у клієнта стан беззаперечного задоволення або гніву [17]. Результати, отримані методом CIT, важливі не лише з точки зору інформації про задоволеність клієнтів. Їх роль є вирішальною та стратегічною, оскільки вони допомагають у плануванні та кваліфікації персоналу та в налагодженні систем управління.

Mystery shopping – метод спостереження з використанням прихованої участі, при якому анонімний інспектор-контролер з великим досвідом в обраній сфері видає себе за клієнта та здійснює придбання послуги та її оцінку. Ця людина поводить себе як «звичайний» клієнт, але його роль полягає в створенні проблемних ситуацій, висловлюванні багатьох зауважень і думок щодо обслуговування та продукту. Ця оцінка є багатогранною та охоплює весь процес надання послуг, тобто від аналізу доступності корпоративної інформації (наприклад, характеристики корпоративних веб-сторінок та рекламних матеріалів), до виконання телефонних замовлень, особистих зустрічей на місці, надання послуг, процесу обслуговування і т.д.

Експертний метод передбачає використання експертних оцінок при визначенні значення показника якості. Метод заснований на застосуванні досвіду та інтуїції експертів та їх загальних думок. Група складається з 5-7 експертів, які об'єднані в комітети і діють постійно, періодично або епізодично,

кожен член має право вирішального голосу. Критеріями оцінки якості обслуговування є:

- швидкість і якість обслуговування;
- привітність і зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу;
- володіння іноземною мовою (дивлячись на характер послуг які надаються та суті самого підприємства);
- чітка взаємодія між співробітниками різних відділів, які займаються обслуговуванням клієнтів;
- ввічливість, оперативність;
- відповідність очікуванням і реальне обслуговування.

Дослідження методів і способів вимірювання якості послуг підтверджує, що вони є дуже різноманітними. Кожен з них має особливу цінність для туристичних підприємств у вигляді певної інформації про підвищення рівня обслуговування. Це означає необхідність створення та розвитку інформаційної системи для прийняття управлінських рішень у сферах, що підвищують якість послуг які надаються клієнтам. Таким чином, існує безліч методів оцінки рівня якості туристичних послуг. Під методами оцінки якості туристичних послуг розуміють сукупність певних засобів, інструментів, прийомів, за допомогою яких можна оцінити якість послуг [18]. У кожному випадку необхідний диференційований підхід, тобто аналіз специфіки послуги та цільового споживача. Менеджери туристичних підприємств повинні розуміти переваги та недоліки різних методів оцінки якості туристичних послуг, вміти їх комплексно використовувати та поєднувати власні розробки для збагачення арсеналу методів оцінки якості.

Отже, методи оцінки якості є дуже суб'єктивною темою, тому суб'єктам туристичного бізнесу просто необхідно навчитись використовувати підходи та методи оцінки які вже були десь описані, та придумувати свої власні системи, які будуть актуальні для окремого підприємства або виду туризму.

2.2. Вплив сучасних факторів на якість туристичних послуг Волинської області

На даний момент найбільшим фактором впливу на якість туристичних послуг – є загарбницька війна росії проти України, це впливає на весь туристичний бізнес в цілому та особливо на якість послуг.

З початком війни в Україні все змінилося і це відчув кожен громадянин країни. Постраждали всі сектори та галузі, включно з туризмом. Важко уявити, як за таких надзвичайно складних умов можна було б подорожувати не лише з метою переїзду в безпечніше місце, але й для того, щоб мати можливість хоча б тимчасово втекти від жахливої реальності.

У перші тижні війни туризм взагалі припинив своє звичне функціонування. Ситуація була нестабільною, багато людей виїхало за кордон. Проте ставало дедалі очевиднішим, що війна не на «два-три» тижні, що змушуватиме адаптуватися до нової реальності. Ближче до літа, яке традиційно є піковим сезоном для подорожей, попит знову почав відновлюватись і приходити в себе. Але, якщо порівнювати теперішні показники навіть з об'ємом попереднього року (який також був доволі складним через пандемію), то падіння буде надзвичайно великим.

Так, згідно даних внутрішньої статистики одного з найвпливовіших національних туроператорів, у червні 2022 року тури з України забронювали близько 1440 туристів, а в тому ж місяці 2021 року – понад 95000 мандрівників. В середньому туристична галузь за перш півріччя 2022 року змогла заплатити у держбюджет на 25,7% менше податків, ніж за цей самий період торік [19].

Кількість компаній зменшилася на 24,5%, підприємців – на 13,5%. Найбільше держбюджет отримав надходжень від сплати податків готелями та санаторіями – майже 461 млн грн. Але ця сума 30% менша, ніж торік (рис. 2.1). Однак, з кожним новим місяцем сплачується ще більше податків у державний бюджет.

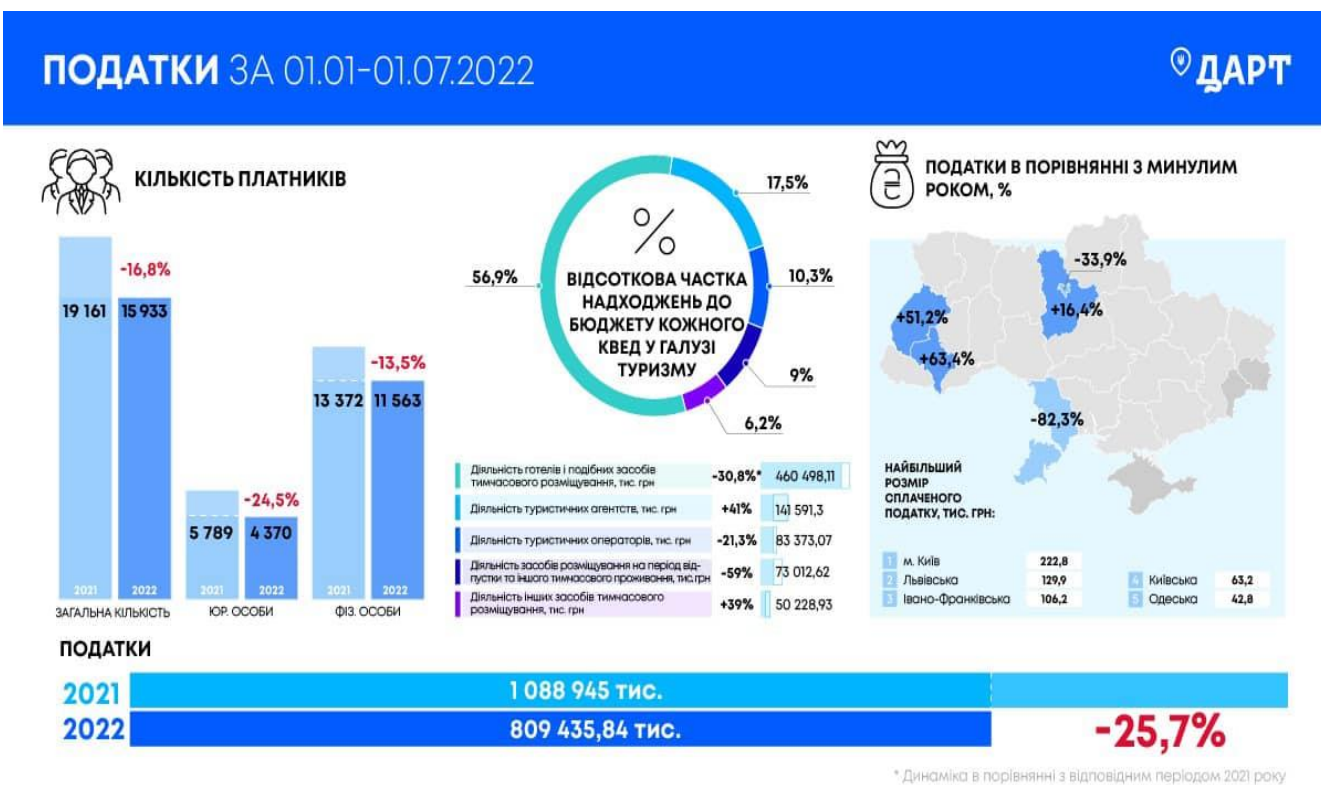


Рис. 2.1. Податки від туризму за перше півріччя 2022 року [20].

Зважаючи на те, що більшості українських чоловіків заборонено виїжджати за кордон, якщо хтось має можливість поїхати на відпочинок усією родиною, то вибере відпочинок в Україні. Враховуючи кризу загальної економіки, особливо туристичної галузі, ціни на вітчизняні розваги порівняно з минулим роком істотно не зросли, а пропозицій достатньо. Однак відпочинок у країні на даний момент має свої недоліки, головним чинником з них є безпека. Оскільки, в Україні в будь-якому місці не можна почуватися в цілковитій безпеці, хочеться відпочити від постійної загрози ракетних обстрілів та авіаударів, насамперед, це стосується сімей з дітьми, які за можливості та через проблему з безпекою планують відпочинки за кордоном. На рахунок Волинської області, ситуація не є критичною, оскільки на території області не ведуться активні бойові дії та, на щастя, не проводились.

Призупинення авіаперевезень стало одним із ключових факторів для галузі. Водночас важливо пам'ятати, що проблеми почалися ще до

повномасштабного вторгнення – коли спочатку західні авіакомпанії припинили літати, а потім міжнародні авіаційні страхові компанії не захотіли страхувати літаки в українському повітряному просторі. На даний момент, туроператори намагаються компенсувати закрите небо, пропонуючи подорожі автобусами з районів, віддалених від бойових дій. Найчастіше пропонують два варіанти вирішення проблеми: автобусні тури з міст України та авіа-тури з найближчого аеропорту сусідньої країни. Одне з таких місць – Кишинів. Наприклад, рейси звідти в Туреччину, Чорногорію, Єгипет, Грецію (Крит). Водночас тур-фірми зараз також організують трансфери з Києва, Житомира, Вінниці, Одеси, Дніпра, Кропивницького та деяких інших міст до столиці Молдови.

Внутрішній туризм під час воєнного стану перебуває у неоднозначній ситуації: начебто не все так погано, як ситуація з поїздками за кордон, але й не все так просто. Тому що не потрібно плутати звичайних туристів із тимчасово переміщеними людьми, які змушені виїхати – втрачаючи домівку, рятуючи себе та свої родини. Це люди, які живуть у готелях, харчуються в ресторанах, сплачують більшу частину податку на туризм, підтримують готельну індустрію та іноді дозволяють власникам заробляти більше, ніж вони заробили за весь минулий рік. Але разом з тим як Українці задля власної безпеки прямують до інших країн – люди так само переселяються у регіони подалі від активних бойових дій, прикладом є Волинська область.

З початку повномасштабного російського вторгнення в Україну, Волинь прийняла 77 233 вимушено переміщені особи з різних регіонів. Про це повідомили на сайті Волинської ОВА. Наразі на Волині проживає та має статус ВПО 54 212 людей. Це становить 38 776 сімей, у яких 15 852 – діти.

Вимушено переміщені особи можуть стати потенційними туристами, які зацікавлені у відвідуванні місцевих культурних та історичних пам'яток, музеїв, ресторанів і магазинів. Якщо місцева галузь туризму готова до зустрічі з таким потоком туристів і внутрішньо переміщених осіб, то вона може запропонувати різноманітні туристичні продукти та послуги, які відповідатимуть на їхні потреби. Наприклад, це можуть бути екскурсії по місцевим пам'яткам,

відвідування культурних заходів, гастрономічні тури, та інші. Слідкування за рівнем безпеки та якості туристичних послуг може також призвести до збільшення числа туристів в регіоні, які можуть не тільки виконувати туристичні маршрути, а й сприяти розвитку місцевої економіки та популяризації регіону в світі. Зважаючи на велику кількість внутрішньо переміщених осіб, які можуть потребувати допомоги при прибутті у нову область, важливо дотримуватися ряду правил і рекомендацій для їхнього прийому. Основна мета - гарантувати їм безпеку та закрити потреби в різних аспектах життя, щоб зробити їх перебування якомога комфортнішим. Ось кілька таких правил:

- важливо гарантувати безпеку внутрішньо переміщеним особам, зокрема, забезпечити всі необхідні умови для комфортного проживання (житло, харчування, медична допомога, послуги з транспортування і т. д.);

- необхідна соціальна підтримка та психологічна допомога, консультація та реабілітація (якщо цього вимагає певна особа).

- Інформаційна забезпеченість, для того щоб внутрішньо переміщені особи могли орієнтуватися у нових умовах та місцях, потрібно в першу чергу, надати таким людям інформацію про розташування усіх установ та закладів які можуть їм знадобитись (лікарні, аптеки, державні установи для відновлення документів, відділи правоохоронних органів тощо);

- Важливо забезпечити злагоджену співпрацю між усіма органами влади та громадськими організаціями, які займаються саме питаннями з прийому внутрішньо переміщених осіб, це зможе допомогти більш оперативно реагувати на проблеми та покращить взаємодію між різними відомствами.

Загалом, важливо дотримуватися принципів гуманності, емпатії та підтримки при прийомі переселенців. Взаємодія з ними повинна бути доброзичливою та відкритою, а їхні потреби мають бути враховані у всіх аспектах. Якщо розглядати тимчасово переміщених осіб як туристів, можна значно покращити як і умови їх життя, так і в загальному розвинути якість туризму в області.

Чинники якості обслуговування та інші критерії якості стають на друге місце в порівнянні з безпекою туриста. Також є проблеми з персоналом, оскільки велика кількість працівників готелів, ресторанів і туристичних компаній виїжджає в інші країни для безпеки та роботи. Якщо війна триватиме рік і більше, більшість із тих, хто знайде роботу за кордоном, вирішуватимуть, як жити далі: залишатися там чи повертатися в Україну.

Отже, на якість туристичних послуг у наш час впливає багато факторів, таких як війна, нестабільність економічного стану країни, внутрішньо переміщені особи тощо. Необхідно враховувати ці фактори та реагувати на них відповідно. З одного боку, війна призводить до зменшення потоку туристів через загрозу безпеки і створює перешкоди для розвитку туризму. З іншого боку, природні красоти, культурні та історичні пам'ятки, які є в регіонах, що перебувають під впливом, або подалі від активних бойових дій, привертають увагу людей, які цікавляться історією та культурою країни. Війна має негативний вплив на туризм та інші сфери економіки. Проте, важливо розуміти, що за важких умов можуть виникати нові можливості для розвитку туризму, які можуть сприяти розвитку економіки регіону та країни в такі складні часи. З кожним днем загарбницької війни яку розв'язала росія, популярність України зростає і після перемоги, туризм вийде на новий рівень. Тому, для забезпечення сталого розвитку туризму у реаліях воєнного конфлікту, необхідно поєднувати заходи гарантій безпеки з заходами, спрямованими на розвиток туризму та забезпечення прав внутрішньо переміщених осіб, таким чином, розвиток туризму не буде стояти на місці і якість туристичних послуг у області буде набувати хорошої бази для розвитку у мирний час.

2.3. Аналіз рівня якості туристичних послуг Волинської області

Волинь – область у південно-західній частині сучасної України з населенням понад 1,5 мільйона осіб і площею понад 20 тисяч квадратних кілометрів, що становить близько 3,3% від загальної території держави. Територіальним (обласним) центром Волині є місто Луцьк. Район розташований у межиріччі Случі та Західного Бугу і простягається із заходу на схід у межах Волинської височини та Поліської низовини, займаючи майже 2/3 території району. Волинь вважається прикордонною областю, бо це близько 400 кілометрів (а точніше 395 кілометрів) державного кордону України. На заході область межує з Польщею, на півночі з Білоруссю. Цю територію ще називають поліською, оскільки для неї характерні ліси та чагарники, які разом із болотами займають значну частину території. Тут спостерігається висока вологість і багато водойм. Таким чином, більша частина Волині належить до басейну Дніпра, до якого належать р. Західний Буг (притока Вісли), Прип'ять та її притоки, багато озер (Червоне, Світязь, Біле, Пісочне та ін.). Швидше за все, ця природна особливість сприяла історично низькій урбанізації цих місць, певній ізоляції населених пунктів. Однак завдяки цьому тут добре збереглися історичні і природні пам'ятки та елементи культури Полісся.

За природними умовами Волинь поділяють на три зони: північно-поліську, південнополіську та лісостепову. Найбільшою по території є північнополіська зона, яка займає три чверті території області. Для цієї зони характерні плоскі низовини, вкриті здебільшого лісами та заболоченими місцевостями. Південнополіська і лісостепова зони розташовані на Волинсько-Подільській височині, що характерна хвилястим рельєфом і пагорбами різної висоти.

Волинська область сформувала потужний транспортний вузол, оскільки тут зустрічаються багато міжнародних шляхів. Це не лише важливе автомобільне, автобусне та залізничне сполучення на території України, а й

величезна мережа прикордонних переходів, міжнародних автомобільних та залізничних сполучень (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Карта доріг та залізничних сполучень Волинської області.

Волинська область має значний туристичний потенціал, включаючи історичні та культурні пам'ятки, природні заповідники та національні парки, туристичні маршрути та об'єкти активного відпочинку. Проте, на даний момент, розвиток туризму у Волинській області залишається середнім в порівнянні з іншими областями.

Щодо рівня якості туристичних послуг, багато залежить від конкретного постачальника послуг. Часто можна зустріти скарги туристів на недостатню якість обслуговування, відсутність необхідної інформації, недоступність туристичних об'єктів та послуг для людей з обмеженими можливостями, а також проблеми з транспортним сполученням.

Наприклад, згідно зі звітом за 2021 рік, підготовленим Центральним статистичним управлінням України, кількість туристів, які відвідали Волинську область, зменшилася на 30% порівняно з попереднім роком. Це може свідчити

про те, що туристи не завжди задоволені якістю послуг та станом інфраструктури. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Кількість туристів, обслугованих
туроператорами та турагентами, у Волинській області

	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		В'їзні (іноземні) туристи	Вийзні туристи	Внутрішні туристи
2000	73126	1793	3299	68034
2001	47819	520	1768	45531
2002	60701	2138	4170	54393
2003	60945	2479	3870	54596
2004	58239	3665	5976	48598
2005	57319	3433	8983	44903
2006	64254	4083	8137	52034
2007	68687	5103	10246	53338
2008	67044	5826	7796	53422
2009	45674	3357	5784	36533
2010	52041	4021	7740	40280
2011	14657	1193	5881	7583
2012	19789	991	8312	10486
2013	19490	1095	12019	6376
2014	14593	349	8073	6171
2015	15620	645	9327	5648
2016	26526	486	19446	5294
2017	17047	679	12429	33939
2018	21807	448	15396	5963
2019	27403	556	23635	3112
2020	10047	219	9164	864

Складено на основі [21]

Проте, останнім часом у Волинській області спостерігається збільшення уваги до розвитку туризму, що може допомогти у покращенні якості туристичних послуг. Урядові та приватні ініціативи націлені на розвиток інфраструктури, включаючи готелі, ресторани та інші сервіси, які можуть поліпшити якість туристичних послуг. Перелік заходів включає: розвиток туристичної інфраструктури, зокрема розробку туристичних маршрутів за видами туризму, вказівників, туристичної навігації, створення мережі туристично-інформаційних центрів, інклюзивність пам'яток архітектури,

музейних закладів та інших туристичних об'єктів, формування об'єктів місцевої громадської власності або брендування суб'єктів господарювання, а також виготовлення друкованих, сувенірних та рекламних матеріалів та продукції.

На Програму розвитку туризму на Волині протягом 2022-2026 років планують спрямувати понад 33 мільйони гривень. На заходи, покликані розвивати матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури області, хочуть залучати кошти іноземних і вітчизняних інвесторів [22].

Програму, розроблену департаментом зовнішніх зносин, залучення інвестицій та з питань туризму і курортів Волинської обласної державної адміністрації, затвердили 15 вересня під час 18-ї сесії облради.

Реалізація заходів плану розвитку туризму на 2022-2026 роки дозволить розширити мережу закладів туристичної інфраструктури області, підвищити якість туристичних послуг та безпеку туристів, активізувати розвиток сільського туризму, підвищити рівень туристичної зайнятості населення, зберегти хороший стан історико-культурної спадщини, збільшити дохід від туризму на всіх рівнях бюджету, зокрема від туристичного збору.

Заходи програми включають:

- перевірка роботи пляжів, місць масового відпочинку, рятувальних постів;
- ведення електронного каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму;
- створення та облаштування еколого-пізнавальних стежок і туристичних маршрутів на території та об'єктах природно-заповідного фонду;
- розвиток комбінованих велосипедних, пішохідних та інших маршрутів у межах прилеглих національних парків та рекреаційних зон регіону;
- розвиток мережі велосипедної інфраструктури;
- допомога в облаштуванні туристичних об'єктів та прилеглих до них територій;
- встановлення більшої кількості інформативних вивісок українською та англійською мовами на туристичній інфраструктурі;
- створення сучасного туристично-інформаційного центру;

- проведення конкурсів громадських ініціатив, спрямованих на розвиток туризму в регіоні;
- створення та оновлення електронних реєстрів екскурсоводів, екскурсоводів-перекладачів;
- проведення досліджень щодо визнання та створення природних територій курортами місцевого та державного значення;
- виготовлення друкованої продукції, промоматеріалів щодо туристичних можливостей області тощо.

Оптимізація розвитку туризму та покращення якості послуг у Волинській області потребує його комплексного вивчення. З огляду на це, на мою думку, вигідно використовувати SWOT-аналіз, який характеризується визначенням слабких та сильних сторін, а також можливостей та загроз подальшого розвитку.

SWOT – це абревіатура: Strengths – сильні сторони, Weaknesses – слабкі сторони, Opportunities – сприятливі можливості, Threats – загрози. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків туристичного регіону й країни. SWOT-аналіз допомагає прояснити розвиток ситуації в туристичному регіоні та зважити вплив внутрішніх переваг і недоліків проти впливу сприятливих можливостей і загроз. SWOT-аналіз допомагає виявити ключові фактори успіху, тобто переваги регіону, які найбільше сприяють туристичній діяльності [23].

SWOT-аналіз дозволяє оцінити широкий спектр перешкод і проблем, негативних і позитивних факторів впливу, а також поточні сильні сторони та переваги. Цей тип аналізу дозволяє визначити конкретні завдання та дії, які необхідно виконати для досягнення цілей, поставлених.

Ключовою частиною SWOT-аналізу для регіону (табл. 2.2) є демонстрація сильних та слабких сторін, загроз та можливостей в основних ланках, які є складниками функціонування якості та контролю за якістю туризму в області.

Для аналізу були взяті такі основні чинники такі як: еколого-географічні умови, соціально культурні особливості, туристична інфраструктура та

рекреаційно-туристичні ресурси. Всі ці чинники є важливими у оцінці та формуванні пропозицій стосовно якості туристичних послуг у області.

Таблиця 2.2

**SWOT-аналіз чинників які впливають
на якість туристичних послуг у Волинській області**

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - зручне транспортне сполучення та географічне розташування області сприяють транспортній доступності; - наявність наукових та освітніх установ, які здійснюють науково-дослідницьку діяльність, а також професійну підготовку кадрів у сфері туризму; - громади з більшим рекреаційно-туристичним потенціалом мають тенденцію до збільшення кількості закладів для розміщення туристів та громадського харчування; - наявні туристичні ресурси та розвинута інфраструктура, досвід надання туристичних послуг за високими стандартами якості. - наявність значного оздоровчо-рекреаційного потенціалу для розвитку екологічного та сільського зеленого туризму; - низький рівень забруднення повітря та води; - швидкість відновлення природних ресурсів, особливо флори та фауни, є досить високою. 	<ul style="list-style-type: none"> - соціально-економічна та політична нестабільність держави у зв'язку з війною та іншими факторами; - високий інвестиційний ризик і недостатня обізнаність потенційних інвесторів про можливості та туристичний потенціал регіону; - низький рівень зовнішніх інвестицій в регіон; - недостатність баз даних щодо об'єктів та контролю якості туристичних послуг. - недостатньо розвинутий екологічний та сільський зелений туризм; - рівень розвитку окремих рекреаційно-туристичних ресурсів регіону низький, а спрямованість туристичної діяльності в деяких частинах області суттєво обмежена; - історико-культурні туристичні ресурси зосереджені в основному в кількох населених пунктах області; - недостатня популяризація та реклама потенційно привабливих туристичних об'єктів та заходів на місцевому рівні.
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<ul style="list-style-type: none"> - різноманітність та кількість природно-рекреаційних зон на території області які сприяють високому рівню туристичного потенціалу та задоволенню потреб туристів; - відносно високий попит споживачів на задоволення потреб у сфері туристично-відпочинкових послуг є передумовою подальшого формування конкурентоспроможних туристичних комплексів на території Волинської області; - особливо в північній частині області рівень розвитку рекреаційно-туристичних ресурсів та туризму є досить низьким, що сприяє залишку великого потенціалу для інвестиційної діяльності, розвитку інфраструктури та бізнес-ідей у сфері надання туристичних послуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - високий рівень туристично-рекреаційної привабливості території значно збільшує навантаження на природні умови, що негативно впливає на рекреаційний потенціал та темпи відновлення; - відсутність чіпкої політики у сфері контролю якості туристичних послуг, особливо стратегічного бачення розвитку всієї туристичної галузі, в тому числі системи контролю якості; - заклади розміщення туристів, санаторно-курортні та оздоровчі заклади підпорядковуються різним міністерствам, відомствам та іншим центральним органам влади.

За результатами SWOT-аналізу факторів, що впливають на якість туристичних послуг у Волинській області, можна зробити наступні висновки та виділити переваги області які є позитивними для покращення якості туризму в цілому:

- різноманітність і високий потенціал природних туристично-рекреаційних ресурсів;
- стабільна екологічна ситуація в регіоні;
- великий досвід організації дозвілля та відпочинку, туристичного обслуговування, забезпечення наявної матеріально-технічної та наукової бази;
- транспортне сполучення з більшістю основних природних і туристичних комплексів;
- численні туристичні маршрути та краєзнавчі маршрути;
- соціально-культурні особливості Волинської області, особливо наявність поселень з культурною самобутністю та унікальними традиціями.

Подальший розвиток туризму та якості туристичних послуг у Волинській області також має свої негативні сторони та недоліки:

- соціально-економічна та політична нестабільність держави яка негативно впливає на рівень державної підтримки туризму місцевого рівня;
- відсутність чіткої політики контролю якості на державному рівні;
- інфраструктурна та технологічна база туризму в деяких частинах регіону є низькою, а фінансування недостатнім.

Отже, рівень якості туристичних послуг у Волинській області є середнім, зважаючи на всі наведені вище фактори та результати SWOT-аналізу, можна зробити висновок, що регіон має надзвичайно високий, але не достатньо розвинутий потенціал у сфері туризму. Визначення позитивних та негативних сторін, можливостей та загроз для подальшого покращення якості туристичних послуг у області – є першим кроком до створення пропозицій та систем які можуть допомогти у даній сфері.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНУ

3.1. Основні туристичні ресурси та привабливість регіону

Туризм, як невід’ємна частина економічного розвитку, відіграє важливу роль у забезпеченні життєдіяльності адміністративних одиниць держави: він сприяє розвитку малого бізнесу, створює умови для збільшення кількості працівників та створення нових можливостей для працевлаштування, стимулює підприємницьку діяльність, створює умови для ділової активності у суміжних сферах діяльності, що, у свою чергу, забезпечує значні надходження до місцевих бюджетів.

Це питання актуальне для Волинської області, адже туризм тут є однією з пріоритетних галузей. Органами державної влади області розроблено низку нормативно-правових документів, зокрема Стратегію розвитку Волинської області до 2027 року та План розвитку туризму Волинської області на 2022-2026 роки. Одним із головних завдань розвитку регіону є підвищення конкурентоспроможності всієї економіки шляхом реалізації ряду заходів, зокрема:

- показ інвестиційних пропозицій та планів на розгляд іноземних ділових кіл;
- формування пропозиції туристичних продуктів в різних сферах ринку, включаючи в себе історико культурний та подієвий туризм, медичний та сільський зелений туризм;
- просування та реклама туристичних пропозицій та об’єктів області;
- розвиток рекреаційно-курортних зон, в пріоритеті з яких Шацькі озера;
- створення інвестиційного портфеля;
- збереження та реставрація туристичних об’єктів історико-архітектурної спадщини у регіоні;

- підтримка та розробка інноваційних заходів та проектів, що сприяють формуванню іміджу області.

Наведене свідчить про заходи щодо посилення процесу розвитку туризму та забезпечення умов для його перетворення на конкурентоспроможну складову економіки регіону. Розвиток туризму в регіоні тісно пов'язаний з питанням його туристично-відпочинкової привабливості, якою вважають наявність ресурсів для розвитку галузі, її добре оснащену матеріально-технічну базу закладів, широке інформаційне забезпечення та великий спектр туристичних продуктів та пропозицій.

Туристична привабливість області забезпечується різноманітністю природних рекреаційних ресурсів, унікальних за своєю природою та поширених у всіх районах області. Природні ресурси складають природно-заповідний фонд досліджуваної території і включають в себе:

- водний простір;
- ділянки суші;
- природні комплекси, на яких базуються об'єкти, що вирізняються надзвичайною природоохоронною, естетичною, науковою, рекреаційною та іншими цінностями.

Важливо, що Волинь належить до першої семірки регіонів, за якими формується рейтинг за індексом природно-заповідної території нашої держави, адже до природно-заповідного фонду входять 393 території та об'єкти. Серед них 27 – загальнодержавного і 366 об'єкти місцевого значення.

Особливе місце в плані ресурсного потенціалу області належить озерам. На території регіону знаходиться 220 озер. Серед усіх західних областей країни Волинська область посідає перше місце по кількості озер. Виділяють три озерні райони в межах області, серед них найбільшим вважається район Західного Бугу. Він налічує в собі більше 80 озер. Частина з них формує Шацьку групу озер. В таких озерах вода характеризується низкою параметрів, що і забезпечують її привабливість для рекреації. Приблизно 4 місяці, з травня по вересень, триває рекреаційний сезон у даних водоймах. Найбільша кількість

туристів, як внутрішніх так і в'їзних, спрямовується до озер Світязь та Пісочне. Внутрішні туристи прибувають з усіх регіонів України, перелік туристів є дуже різноманітним. Що стосується в'їзних туристів, то це, в основному, подорожуючі з Республіки Польща та Білорусі (на даний момент з Білорусі туристів значно менше).

Культурну складову туристичної привабливості регіону забезпечують об'єкти історико-культурної спадщини, серед яких:

- 495 пам'яток архітектури та містобудування, з них 200 – національного значення;
- 149 пам'яток археології, у тому числі 16 пам'яток національного значення;
- 1282 пам'ятки історії, з них 7 національного значення;
- 35 пам'яток монументального мистецтва.

Особлива увага приділяється історичним місцям, тобто містам, селищам міського типу чи селам, історичним територіям з об'єктами культурної спадщини, а також пов'язані з ними розпланування та форми забудови, що є типовими як для визначених культур, так і для періодів розвитку. На Волині нараховується 20 історичних місць, до них належать обласний центр – місто Луцьк та історичні місця Володимир-Волинського, Горохівського, Ківерцівського, Ковельського, Любомльського та Турійського районів. Для прикладу наведу пару туристичних об'єктів які користуються популярністю у туристів:

1. «Старе місто» у Луцьку – на території цього району збереглися історико-архітектурні пам'ятки з різних часів: Замок Любарта, оборонна синагога та костел XVII століття. «Будинок з химерами» – так само є частиною цього заповідника, доволі сучасна пам'ятка в Луцьку яка користується неабиякою популярністю у туристів.

2. Олицький замок (Резиденція князів Радзивілів) - колись замок Радзивілів був резиденцією заможної родини Великого князівства Литовського. За легендами, золото родини досі зберігається десь у його стінах.

До 2021 року будівля використовувалась як психлікарня, на даний момент, є повноцінним туристичним об'єктом.

3. Шацький національний природний парк - відпочинок на Волині в основному асоціюється з Шацьким парком. Це місце славиться своєю унікальною групою озер, найпопулярнішим з яких є Світязь. Влітку туристи приїжджають сюди купатися, а восени – збирати гриби та ловити рибу. У Шацьку можна жити в наметах на березі або орендувати будинки.

4. Музей історії сільського господарства Волині – музей представляє історію волинських селищ, природу та культуру краю. Але окрім відвідин залів, тут можна покататися верхи, спробувати свої сили в роботі зі старовинними знаряддями праці, переночувати на сіннику та скупатися у ставку.

5. Музей-садиба Лесі Українки – тут минули дитинство та юність української поетеси Лесі Українки. На жаль, оригінальна садиба була знищена під час Другої світової війни. Нову будівлю музею збудували пізніше, відтворивши кабінет і помешкання поетеси.

6. Зимненський монастир – історичний об'єкт на Святих Холмах недалеко від Володимира-Волинського. Цей монастир був заснований князем Володимиром у 1001 році. Територія монастиря складається з оборонних стін з вежами, Успенської церкви, підземної церкви Святого Варлаама. Головна святиня - чудотворна ікона Божої Матері.

7. Заповідник «Поле Берестецької битви» – Це місце також відоме як «Козацькі могили». Його мальовниче природне середовище переплітається з трагічною історією. На території є музеї, собор Святого Георгія і стара дерев'яна церква. Під землею храми з'єднані переходом до поховання козаків.

8. Природний парк «Цуманська пуща» – ще одна перлина Волині для активного відпочинку так і для більш розміреного туризму. Територія парку поділена на безліч заповідників, найцікавішим з яких є «Зубр». У парку прокладені туристичні маршрути, де можна покататися на конях, збирати гриби, відпочити на березі річки або покататися на човні.

Роблячи висновки з вищенаведеного, можна сказати, що Волинська область, зі своїм багатим культурним спадком і природними багатствами, представляє великий потенціал для розвитку туризму. Збережені архітектурні пам'ятки, такі як замки, церкви і монастирі, свідчать про багату історію регіону і привертають увагу туристів. Природа Волинської області вражає своєю красою. Ліси, заповідники, озера та річки створюють чудову основу для екологічного та активного відпочинку. Туристи можуть насолоджуватися пішими прогулянками, велосипедними поїздками, каное та багатьма іншими видами активності.

Крім того, Волинська область має розвинуту туристичну інфраструктуру, що дозволяє туристам знайти зручне та комфортне місце для проживання, а також знайти заняття на будь-який смак. Місцеві жителі є дуже гостинними та привітними, що створює додатковий комфорт для відвідувачів.

Отже, Волинська область має все необхідне для того, щоб стати одним із найбільш привабливих регіонів для туризму в Україні, але для цього повинні докладати зусиль усі суб'єкти туристичного бізнесу в регіоні та Україні в цілому. В даній дипломній роботі зразком для покращення якості туристичних послуг та туризму в цілому, буде виступати Олицький замок, так як це досить відомий туристичний об'єкт в регіоні, який в перспективі може стати туристичною дестинацією. Олицький замок мав стати одним з основних об'єктів у програмі «Велика реставрація» (2021-2023 років) але через ряд проблем пов'язаних із війною, фінансуванням так і з формою власності замку. В наступному розділі буде описано основні проблеми розвитку Олицького замку як туристичної дестинації так і пропозиції щодо вирішення цих проблем.

3.2. Пропозиції покращення якості туристичних послуг в регіоні на прикладі пропозицій розвитку Олицького замку

XVI ст. Село Олика разом з іншими землями Волині входило до складу Великого князівства Литовського. Наймогутніший рід Литви – Радзивілли збудували на території сучасної України свій маєток – один із головних замків Волині. Саме Микола Радзивілл «Чорний» у 1564 році розпочав будівництво Олицького замку. Його справу продовжив молодший брат Альбрехт Станіслав. Після завершення будівництва у волинській глибинці постала велична і розкішна споруда, яка згодом слугувала взірцем для будівництва замків в інших містах.

Якщо подивитися на територію замку з висоти пташиного польоту, то можна побачити майже ідеальний квадрат, утворений чотирма фортецями. Кам'яна стіна захищає сад, що оточує замок, і біля замку знаходиться озеро. До головного входу можна потрапити через арочний кам'яний міст, під яким знаходиться рів, наповнений водою. Загальна площа маєтку займає трохи менше трьох гектарів. На території замку є дві каплиці. Замок постійно перебудовувався і реставрувався. Пізніше замок Радзивілів став військовим госпіталем, радянський час перетворив його на лікарню для душевнохворих, лікарню відкрили у 1957, це була перша психіатрична клініка на Волині. Перші працівники лікарні й відбудовували замок після руйнації за часів Другої світової війни. У 2021 році право власності передали Волинському краєзнавчому музеєві, саме починаючи з цього моменту і почався розвиток резиденції як туристичного об'єкта, були проведені перші екскурсії та проведений фестиваль «Олицька Переберія».

На даний момент Олицький замок це доволі відомий туристичний об'єкт у Волинській області який має надзвичайно великий потенціал у туристичній сфері та в перспективі може стати туристичною дестинацією. Для розвитку об'єкту в цілому та покращення якості туристичних послуг мають бути задіяні усі зацікавлені у цьому суб'єкти туристичного бізнесу такі як:

- державні організації та установи (Міністерство культури і туризму України, Міністерство інфраструктури, Державне агентство розвитку туризму тощо.);

- місцеві та закордонні інвестори які будуть зацікавлені у розвитку Олицького замку як туристичного об'єкту;

- місцеві жителі смт.Олика, які зможуть допомогти розвинути туристичну діяльність та популяризувати свою громаду в сфері туризму;

- середній та малий бізнес, підприємці які зможуть на цьому заробити та розвинути потенціал Олицького замку та прилеглих до нього територій.

На даний момент, Олицький замок потребує значного фінансування для реставрації стін, внутрішніх приміщень та облаштування саду і прилеглих територій. Насамперед, цим повинні були займатись *державні організації та установи*, прикладом проекту реставрації є «Велика реставрація». Велика реставрація – проект Міністерства культури, який мав стати одним з найперспективніших проектів для туристичної області у довоєнний час. Проект був розрахований на три роки (2021-2023р), було вибрано 57 проектів для реалізації серед яких 31 об'єкт державної форми власності та 26 – комунальної. Серед них такі знакові об'єкти, як Києво-Могилянська академія, «Хотинська фортеця» (Хмельницька область), «Замки Тернопілля» (Збараж), відремонтувати об'єкти в Києво-Печерській Лаврі і Софії Київській та інші. У Волинській області зареєстровані у програмі були Луцький замок та будинок Косачів.

Олицький замок не був включений до проекту, хоча реставрація об'єкту була анонсована, пояснюють це тим, що замок знаходиться у комунальній формі власності і тому проект не був розглянутий так як це суперечить порядку відбору проектів. У верховній раді обіцяли внести зміни до відповідної постанови, для того щоб зацікавлені у реставрації державні органи влади могли подати документи. Однак, через деякий час, спільними зусиллями Волинської державної адміністрації, на часткову реставрацію замку було виділено 10 мільйонів гривень. На даний момент, проект перебуває у стані «заморозки»

через воєнний стан в Україні та відсутність фінансування, тому щоб покращити інфраструктуру, популяризацію та якість послуг для туристів у Олицькому замку потрібно щоб у розвитку були залучені всі потенційно зацікавлені суб'єкти туристичного бізнесу у цій сфері. Такими суб'єктами можуть стати *місцеві та закордонні інвестори*, які будуть зацікавлені у відновленні туристичного об'єкту. Для того щоб зацікавити інвесторів слід генерувати більше туристичних подій у самому замку та прилеглих до нього територій, для того щоб показати потенційним інвесторам потенціал туристичного об'єкту. Прикладом подієвого туризму в Олицькому замку є фестиваль «Олицька Переберія», у організації якого брала участь Луцька районна рада, рада смт.Олики та різні співорганізатори. Подібні фестивалі та різні подієві заходи спрямовані на розвиток туристичного потенціалу області мають стати звичним для місцевої громади, так як дають змогу зацікавити інвесторів і туристів та позитивно впливають на надходження коштів до місцевого бюджету. Беручи до уваги досвід Луцького замку у якому вже протягом декількох років проходять різні фестивалі, локальні концерти та виставки, пропонуємо такі види подієвого туризму, на території Олицького замку, як:

- музичні вечори, до яких будуть залучені місцеві гурти, співаки та віртуози які грають на різних музикальних інструментах
- історико-культурні фестивалі, на прикладі того ж «Олицького Переберія», для цього у громади є усе необхідне (архітектура, історія замку та прилеглих територій).
- гастрономічні фестивалі, на яких місцеві жителі та зацікавлені підприємці зможуть поділитися секретами традиційної (місцевої) кухні та її аспектами.

Проблемою у організації заходів та туристичних фестивалів є недостатньо розвинута інфраструктура об'єкту: майже повна відсутність закладів для розміщення туристів; мала кількість кафе та закладів харчування навколо замку; незначна кількість місць у якому туристи можуть проводити свій вільний час; відсутність інтерактивних, розважальних об'єктів. Всі ці

проблеми можуть вирішити саме *міське населення та підприємці* які будуть зацікавлені у розвитку громади.

Першим кроком до покращення інфраструктури має стати організація закладів для розміщення туристів, йдеться про місця де турист зможе переночувати, або тимчасово зупинитися. На території громади майже відсутні такі заклади як готелі, котеджі та хостели, які в перспективі могли б стати чудовим доповненням до туристичних заходів які будуть тривати більше ніж одну добу. Зважаючи на те, що міська влада не зацікавлена у будівництві такого роду закладів, проблему з розміщенням можуть вирішити місцеві жителі, які мають можливість приймати гостей або здавати будинок туристам. У туризмі Волинської області уже є приклади створення агросадиб для туристів, цим досвідом можуть скористатись і місцеві жителі які в перспективі можуть непогано заробити та прорекламувати свою громаду. Основною послугою яка має бути присутня в агросадибі можна назвати розміщення туристів в комфортних умовах, строком від одної доби до тижня, додаткові послуги вже визначає сам власник садиби і вирішує наскільки доречним це буде саме у його господарстві. Додатковими послугами можуть виступати:

- послуги з організації харчування туристів (сніданок – вечеря);
- послуги надання номерів або спальних місць підвищеного комфорту;
- оренда різних засобів переміщення (велосипеди, човни тощо.);
- оренда туристичного та спортивного спорядження (палатки, вудочки, спортивний інвентар і тд.);
- послуги з організації екскурсій.

Організація агросадиб для місцевих жителів може стати одним з видів заробітку та розвитку своєї громади, основною мотивацією в даній сфері можуть стати такі переваги як:

- мінімальний рівень вкладень у даній сфері, через те що агросадиба організовується на базі ділянки власником якої є фізична особа;
- низька конкуренція, така діяльність є відносно новою для смт.Олика;

- відсутня необхідність ліцензування та сплачування податків як у випадку підприємницької діяльності;
- зростаючий попит на відпочинок у сільській місцевості.

Зважаючи на переваги такого роду бізнесу, місцеві жителі повинні бути зацікавлені у розвитку своєї громади для більшого потоку туристів які будуть зупинятись у Олиці.

Другим кроком у розвитку місцевої інфраструктури для туристів повинні стати заклади харчування та місця для відпочинку туристів, саме у цій діяльності доречно буде залучити *малий та середній бізнес*. В населеному пункті, а саме, біля Олицького замку відкривається значний простір для підприємницької діяльності у сфері туризму, оскільки ця територія є слабо облаштованою для потреб туристів. Пропонується створити більше закладів харчування та місць для відпочинку навколо замку, що позитивно вплине на враження туристів та допоможе розвинути такого роду бізнес у регіоні. Насамперед, слід зазначити, що територію навколо замку можна вважати найкращим місцем для розвитку такого роду інфраструктури, біля замку знаходиться озеро і стежина яка пролягає вздовж нього – це місце є ідеальною локацією для початку покращення інфраструктури для туристів.

Беручи до уваги досвід Волинської області з покращення інфраструктури таких об'єктів як – Луцький замок та Центральний парк імені Лесі Українки для розвитку, прилеглих до замку, територій повинна бути залучена місцева влада та самі місцеві жителі які зацікавлені у розвитку громади, основними заходами для цього є:

- оцінка потреб туристів, їхні цілі та очікування;
- покращення інфраструктури для прогулянок (прокладення стежин бруківкою, очищення від чагарників та сміття прилеглої території, вирівнювання ландшафту та очищення озера яке знаходиться біля замку);
- встановлення смітєвих баків по периметру, задля збереження довкілля;
- встановлення лавок, альтанок, дерев'яних платформ біля озера і т. д.;

- монтаж табличок, знаків та панелей які будуть інформувати туристів про їх місцезнаходження та різноманітні аспекти природи, місцевої культури.

- створення окремого майданчику для кемпінгу (для рекреаційного туризму);

- монтаж туалетів та кранів з чистою водою.

Все це є необхідною базою для подальшого розвитку туристичної інфраструктури в околицях замку. В подальшому, до розвитку можуть бути залучені підприємці які на основі наведених вище пунктів зможуть розміщувати свої заклади харчування, місця для відпочинку і т. д. (рис. 3.1.)



- 1. Головна пішохідна дорога яку слід облаштувати (викласти бруківку, посавити вказівні таблички і т. д.)
- 2. Природні зони, які необхідно очистити від забруднення та облагородити територію.
- 3. Облаштування зони навколо головної стежки (установити лавки, крани з чистою водою, біотуалети тощо.)
- 4. Прибережна зона біля озера, яку слід очистити від забруднення та облаштувати для відпочинку (платформи біля води, пірси, причали для прокату човнів).
- 5. Території на яких можуть бути розміщені заклади харчування, кафе та розажальні заклади для потенційних туристів.
- 6. Природні зони які можуть використовуватись як місця для кемпінгу, рекреаційного туризму та мають бути облаштовані альтанками, місцями для відпочинку.

Рис. 3.1 Зони розвитку та покращення туристичної інфраструктури навколо замку.

Розвиток туристичної інфраструктури напряму вплине на якість туристичних послуг в даній області. На прикладі Луцького замку, можна зробити висновки, що розвиток прилеглих територій напряму впливає на задоволеність туристів та дає змогу принести більше коштів у місцевий бюджет. Якість туристичних послуг буде поступово зростати з накопиченням об'єму туристичних послуг які може запропонувати даний об'єкт, у облаштованій зоні для відпочинку туристи матимуть змогу відпочити від екскурсій та різних заходів у замку, поїсти у закладах харчування та купити сувенірну продукцію. Крім того, розвиток прилеглих до замку територій дасть змогу проводити додаткові заходи, такі як: концерти; виставки; фестивалі та інші події види туризму які будуть привертати до себе увагу більшої кількості людей та популяризувати даний регіон саме в сфері туристичної індустрії. Для конкретизації питання розвитку туристичної інфраструктури, була сформована таблиця представників та завдань для реалізації покращення туристичних можливостей регіону (табл. 3.1).

Для заохочення підприємців місцева влада може встановити «податкові канікули», на період розвитку, для підприємців які будуть встановлювати свої заклади на прилеглих територіях навколо замку, це дозволить навіть малому бізнесу успішно розвиватись в даній області. Однак, місцева влада має контролювати і вибирати заклади розміщення які будуть доречними для території навколо замку. Основними об'єктами які можуть бути розміщеними на прилеглих до замку територіях є: кав'ярні та заклади харчування; сувенірні лавки, майданчики для спортивних ігор; прокат різного роду туристичного та спортивного спорядження; розваги для дітей. Підприємці які будуть відкривати свої заклади на даній території зможуть співпрацювати з місцевими жителями, що є вигідним для обох сторін і принесе ще більше грошей у місцевий бюджет та зможе дати більше робочих місць в перспективі.

Основою для покращення якості туристичних послуг у регіоні буде збільшення доступних послуг і розвиток супутніх зручностей та інфраструктури в цілому. В умовах розвитку туристичного ринку та збільшення

кількості місць, подій та екскурсій які будуть привабливі для туристів, буде розвиватись конкуренція між суб'єктами туристичного бізнесу, основною перевагою в цій конкуренції – є саме якість туристичних послуг, яка буде мати тенденцію до покращення пропорційно з розвитком туризму в регіоні.

Таблиця 3.1.

Представники та завдання з розвитку інфраструктури та покращення туристичних можливостей Олицького замку і прилеглих до нього територій.

	Державні установи та органи самоврядування	Суб'єкти у сфері туристичного бізнесу	Місцеві жителі громади та прилеглих територій
Представники	Волинська обласна державна адміністрація, Олицька селищна рада, Міністерство екології та природних ресурсів, Волинський краєзнавчий музей.	Підприємці які будуть зацікавлені у розвитку громади, суб'єкти у сфері туристичного бізнесу.	Незайняті або ініціативні місцеві жителі, які будуть мати змогу вносити свій вклад у розвиток громади
Завдання	залучення додаткових інвестицій та фінансування для розвитку туризму та туристичної інфраструктури; розробка та впровадження стратегії розвитку громади; створення рекламної компанії та просування туризму у регіоні; залучення незайнятих місцевих жителів у розвиток туризму в регіоні.	розробка, реалізація туристичних продуктів та послуг; розширення переліку послуг які надаються; забезпечення сприятливих умов для просування своїх підприємств; створення нових робочих місць.	активна участь у розвитку туристичної інфраструктури; сприяння розвитку туристичної галузі на місцевому рівні; створення агросадиб місцевими жителями які мають можливості для цього; співпраця з місцевими суб'єктами туристичного бізнесу.

Отже, розвиток Олицького замку та прилеглих до нього територій має значний потенціал для покращення якості туристичних послуг у Волинській області. Замок та смт. Олика має історичну та культурну цінність, яка приверне увагу туристів, зацікавлених у дослідженні історії та відвіданні культурних пам'яток. Неймовірно великий туристичний потенціал даної території сприятиме підвищенню престижу та уваги до Волинської області в цілому. Це може залучити увагу іноземних туристів, що принесе економічні й культурні переваги для регіону. Крім того, розвиток замку може сприяти збереженню та відновленню історичної спадщини, що має важливе значення для збереження культури та національної ідентичності.

ВИСНОВКИ

Визначено зміст та поняття якості туристичних послуг. Доведено, що якість туристичних послуг є ключовим чинником для задоволення потреб туристів та є одним з інструментів за допомогою якого суб'єкти туристичного бізнесу можуть отримати конкурентну перевагу в даній сфері та удосконалити процеси створення і надання туристичних послуг методом моніторингу якості, створенням системи контролю та управління за якістю. Описано основні фактори впливу на якість туристичних послуг та розглянуті системи управління якістю.

Досліджено вплив сучасних факторів на якість туристичних послуг Волинської області. Міжнародний досвід розвитку індустрії туризму засвідчує, що її кількісні та якісні показники в більшості випадків залежать від систематизованих дій держави та якості стратегічного управління індустрією туризму в регіонах. Сьогодні наша держава перебуває в умовах підступної війни, яку розв'язала росія. Соціально-економічний стан більшості регіонів є критичний та нестабільний. Така ситуація не сприяє розвитку туризму, проте Україна впевнено йде до перемоги, після якої кожен іноземний турист матиме за честь відвідати нашу країну. Війна росії проти України створила нові перешкоди для розвитку індустрії туризму, зокрема загальмувала покращення якості туристичних послуг, яка стрімко зростала, у Волинській області та Україні в цілому. На якість туризму в Волинській області впливають також внутрішньо переміщені особи, які прибули до регіону в зв'язку з війною, з початку повномасштабного російського вторгнення в Україну, Волинь прийняла 77 233 вимушено переміщені особи з різних регіонів.

Проведено SWOT аналіз чинників які впливають на якість туристичних послуг у Волинській області, який засвідчив, що наразі в регіоні існує немала кількість чинників впливу на якість туризму в цілому, основним з яких є війна і загальна економічна ситуація в Україні. Проте, незважаючи на деструктивний вплив багатьох факторів Волинська область має потужний, але недостатньо

розвинутий, туристичний потенціал та гарні можливості формування комплексних туристичних пропозиції, які мають бути розроблені на основі кращих світових практик, міжнародних норм та стандартів. Визначено основні переваги та недоліки розвитку туризму у регіоні, та описані основні системи управління та контролю якості туристичних послуг.

На основі проведених досліджень, визначено рівень туристичної привабливості Волинської області та напрями покращення якості туристичних послуг регіону. Були розглянуті основні туристичні ресурси регіону, та описані пропозиції щодо покращення якості туристичних послуг та розвитку туристичної інфраструктури такого об'єкту як – Олицький замок. На прикладі вибраного туристичного об'єкту були наведені переваги розвитку якості послуг для суб'єктів туристичного бізнесу в області. Зроблено висновки, що на фоні зростання якості туристичних послуг та інфраструктури певного об'єкту, буде зростати і конкуренція на ринку туризму в усій області, що в свою чергу призведе до збільшення темпів розвитку туризму в регіоні, покращення якості туристичних послуг – як основної переваги у конкурентній боротьбі між суб'єктами туристичного бізнесу.

Збільшення якості туристичних послуг є надзвичайно важливим етапом у формуванні і просуванні туризму Волинської області. Зважаючи на сучасний стан та потенціал туризму у регіоні, можна зробити висновки, що для розвитку у даній індустрії мають бути задіяні усі методи та дослідження з покращення якості туристичних послуг. Разом зі збільшенням якості послуг, в значній мірі зросте популярність області на туристичному ринку як в середині країни, так і у іноземців які є потенційними туристами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисенко А.В. (2013) Контроль якості туристичного продукту як необхідна передумова забезпечення ефективності діяльності туристичних підприємств. *Сталий розвиток економіки* 2. С. 317-320.
2. Кривоберець М.М. (2017) Інструменти підвищення якості туристичних послуг. *Електронний журнал Ефективна економіка* № 1.
3. Оливко О. (2018) Оцінка якості комплексного туристичного продукту. *Вісник КНТЕУ*. № 2. С. 58-63.
4. Ткаченко Т.І. Управління якістю готельних послуг: монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.В. Новак. – К.: КНТЕУ, 2006. – 234
5. ДНАОП – законодавча база, URL: https://dnaop.com/html/41049/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_ISO_9004-2-96
6. Офіційний сайт UNWTO. URL: https://www.unwto.org/archive/europe/event/international_conference-integrated-quality-management-tourism-destinations
7. Ткаченко Т.І. (2017) Туристичний продукт як об'єкт виробничого підприємництва. *Проблеми матеріальної культури, економічні науки* 5. С. 17-20.
8. Захожай В.Б., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Чорний А.Ю. (2011) Управління якістю: навч. посіб. для студ. вищ. навч. Закл. К.: Персонал, 936 с. С. 899-931.
9. Труш Ю.Л. Оцінка ефективності напрямів підвищення якості продукції. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. К.: НУХТ, 2010. № 36 С. 99-102.
10. Астахов А. (2011) Система управління якістю – інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). *Стандартизація, сертифікація, якість*. №4. С.60-64.

11. ДСТУ 9001-2009 Системи Управління Якістю. Вимоги.
URL: www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-12-13-16-36/63-2009-02-12-08-27-01/122-2009-02-19-13-37-47
12. ISO 9001:2008 Quality management systems - Requirements.
[Електронний ресурс]. URL: www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=46486
13. ДСТУ 9000-2007 Системи Управління Якістю. Основні положення та словник. URL: document.ua/sistemi-upravlinnja-jakistyuu.-osnovni-polozhennja-ta-slovnik-nor14237.html
14. Палеха О.Ю. (2019) Управління якістю складових туристичних послуг: автореф. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 (економіка та управління підприємствами). Київ. 23 с.
15. Goeldner C.R. (2002) Tourism: Principles, Practices, Philosophies /Ed. 9th. ohn Wiley & Sons, Inc, 624.
16. Мілінчук О.В., Кириєнко Ю.О. (2015) Стандартизація вітчизняних туристичних послуг в контексті європейської інтеграції. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. №2. С.169-174.
17. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Босовська М.В., Полтавська О.В. (2012) Управління якістю послуг готелів: методологія та практика: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 728 с.
18. Нечева Н.В., Анікіна М.Ю. (2017) Теоретичні аспекти управління якістю послуг підприємств готельного господарства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. №5(11). С.7-10.
19. РБК-Україна — український інформаційний портал, що спеціалізується на фінансових, економічних та політичних новинах України та світу, URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samy-trudnyy-sezon-stali-izvestny-poteri-1662112736.html>
20. Державне агентство розвитку туризму, URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

21. Головне управління статистики у Волинській області, URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>

22. Волинські новини, перше інформаційне агенство, URL: <https://www.volynnews.com/news/all/novi-marshruty-ta-kurorty-iaak-na-volyni-rozvyvatymut-turyzm/>

23. Фролова В. Ю. (2015) SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. № 1. С.42-46.

24. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: [колективна монографія]. Видання сьоме. За науковою. ред. Л. Матвійчук, Ю. Барського, М. Лепкого. Луцьк: ІВВ ЛНТУ. 2021. 360 с.

25. Шепелюк С. І. (2011) Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять. *Економіка. Управління. Інновації*. №1 (5). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk.htm.

26. Матвійчук Л.Ю., Ступницька М.М., Смаль Б.А. Аналіз конкурентних переваг індустрії гостинності Волинського регіону. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (Луцьк, 29 листопада 2021 року) / відпов. ред. Л.В. Ільїн. Луцьк: ПП Іванюк, 156 с., С. 105-108.

27. Матвійчук Л., Лепкий М., Смаль Б. Конкурентоздатність індустрії туризму Волинського регіону в умовах війни. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 11 листопада 2022 року). Геопринт. С. 20-23.

28. Матвійчук Л. Ю., Жадько О. А., Смаль Б. А. Європейський досвід забезпечення сталого розвитку туризму в сучасних умовах. Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: (Черкаси, 23-24 березня 2023 року), ЧДТУ. 175 с., С. 60-62.

29. Матвійчук Л.Ю., Смаль Б.А., Жадько О.А. Забезпечення безпеки як умова сталого розвитку туристичних територій в Україні. Проблеми гарантування безпеки людини в умовах сучасних викликів: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, (Луцьк, 23-24 березня 2023 року). ІВВ ЛНТУ, 223 с.

30. Смаль Б.А. (2021). Інституційні засади підвищення рівня якості продукції та послуг туристичних дестинацій. Економічний форум. № 1(4), С. 62-70.

31. Смаль Б.А. (2021). Регіональна політика підвищення рівня якості продукції та послуг індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-10>

32. Смаль Б.А. Якість як фактор конкурентоспроможності індустрії гостинності регіону. Якість та безпечність товарів: [матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції, (Луцьк, 13 травня 2022 року) / за наук. ред. д.т.н., проф. В.В. Ткачук. Відділ іміджу та промоції ЛНТУ. 216 с., С. 173-176.

33. Бедрадіна Г. К. Місце оцінювання в системі управління якістю на туристичних підприємствах / Г.К.Бедрадіна // *Економіка та суспільство*. 2016. - № 5. - С. 130–136.

34. Глушко В. Просування туристичних послуг. Науковий журнал київського національного торговельно-економічного університету / В.Глушко. – Київ, 2018. № 1. – С. 86–96.

35. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід / С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2019. - 304 с.

36. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2015. - 328 с.

37. Стоян К. С., Широка В. В. Теоретичні засади вдосконалення бізнес-моделі туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання.. Київ, 2019. № 1. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_1_42.

38. Безродна С. М. Управління якістю: навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей / С.М.Безродна. – Чернівці: ПБКФ «Технодрук», 2017. - 174 с.

39. Брич. В. Я. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича.– Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. - 440 с.

40. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2018. – 661 с.

41. Самодай, В. П. Особливості стратегії підвищення якості туристичних послуг [Текст] / В. П. Самодай, Ю. В. Жбанова // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. Серія: Економічні науки: збірник наукових статей. – Львів: ЛІЕТ, 2016. – № 11. – С. 47–53.

42. Федорченко В. К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К.: Логос, 2019. – 76 с.

43. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: навчальний посібник / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, О. П. Корольчук та ін. – Чернівці: Книга, 2015. – 236 с.

44. Ковешніков В. С., Ковешнікова О. В. Основи проектування туристично-рекреаційних комплексів: Навч. посіб. 2-ге вид / В.С.Ковешніков, О.В. Ковешнікова. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2018. - 288 с.

45. Попіль Н.В. Управління якістю туристичних послуг в умовах конкурентного середовища. Матеріали Міжн. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених «Сучасні тенденції розвитку міжнародного бізнесу та туризму в Україні (Тернопіль, 2-3 квітня 2015р.) – Тернопіль, ТНЕУ. – 2015. – с. 194-195.