

УДК 338.48

Смаль Б.А., аспірант
Smal B., postgraduate<https://orcid.org/0000-0001-8586-8404>**ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЯКОСТІ
ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ***Луцький національний технічний університет*

В статті визначено основні причини, які перешкоджають підвищенню якості продукції та послуг туристичних дестинацій в регіонах України: нерозвинута туристична інфраструктура, недосконале інституційне забезпечення, низька кваліфікація кадрів, низький рівень промоції та комунікації між суб'єктами туристичної діяльності.

Виокремлено зміст інституційної інфраструктури забезпечення якості продукції та послуг туристичних дестинацій. Структуровано елементи туристичної інфраструктури регіонів. Запропоновано застосовувати інструменти підвищення рівня якості продукції та послуг індустрії гостинності в регіоні, які ґрунтуються на методичних засадах поетапного аналізу досягнення визначених цілей, відповідно до наявної ситуації в регіоні та впливу відповідних факторів. Доведено, що стимулюючі важелі є надзвичайно актуальними в карантинний та посткарантинний період, оскільки індустрія туризму є найбільш чутливою до таких процесів. В основу процесу підвищення якості продукції та послуг покладено організаційно-економічні засади розвитку туристичних дестинацій та метод ієрархії визначення важелів для реалізації цілей та політики стимулювання якості продукції та послуг індустрії гостинності в регіоні.

Для реалізації регіональних програм розвитку індустрії туризму та гостинності, а також під час формування стандартизованих продуктів та послуг туристичних дестинацій, запропоновано, на основі міжнародного досвіду та зважаючи на сучасні фактори впливу, такі як COVID-19, впроваджувати регіональні стандарти якості та гостинності. Регіональні стандарти якості продукції та послуг індустрії гостинності запропоновано формувати зважаючи на специфіку туристичної привабливості регіону та наявних туристичних дестинацій. Таке документальне врегулювання процесів якості продукції та послуг індустрії гостинності сприятиме створенню умов для збільшення доходів регіону через збільшення туристичних потоків, підвищить туристичну конкурентоспроможність регіонів, зменшить рівень безробіття та стимулюватиме соціально-економічний розвиток територій.

Ключові слова: туристична дестинація, якість продукції та послуг, інституції, регіональний розвиток, індустрія гостинності.

**INSTITUTIONAL PRINCIPLES FOR IMPROVING THE QUALITY LEVEL
PRODUCTS AND SERVICES OF TOURIST DESTINATIONS***Lutsk National Technical University*

The article identifies the main reasons that hinder the quality of products and services of tourist destinations and regions of Ukraine: underdeveloped tourist infrastructure, imperfect institutional support, low qualification, low level of promotion and communication between tourism entities

The content of the institutional infrastructure for ensuring the quality of the studied processes is highlighted. Elements of tourist infrastructure of destinations are defined. It is proposed to use tools to improve the quality of products and services of the hospitality industry in the region, which are based on the methodological principles of step-by-step analysis of achieving certain goals, in accordance with the current situation in the region and the influence of relevant factors. It has been proven that incentive levers are extremely relevant in the quarantine and post-quarantine period, as the tourism industry is most sensitive to such processes. The process of improving the quality of products and services is based on organizational and economic principles of development of tourist destinations and the method of hierarchy of determining the levers for achieving goals and policies to promote the quality of products and services of the hospitality industry in the region.

To implement regional programs for the development of products and services of the hospitality industry and in the formation of standardized products and services of the hospitality industry, it is proposed, based on international experience and taking into account current factors such as COVID-19, to introduce new quality standards for the hospitality industry. It is proposed to form regional standards of quality of products and services of the hospitality industry taking into account the specifics of tourist attractiveness of the region. Such a

documentary regulation of the quality of products and services of the hospitality industry will help create conditions for increasing the region's income by increasing tourist flows, increase the competitiveness of regions, reduce unemployment and stimulate socio-economic development.

Key words: tourist destination, quality of products and services, institutions, regional development, hospitality industry.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Економічні процеси, які відбуваються в Україні та у світі за останні два роки, найбільшою мірою вплинули на сферу гостинності, в тому числі на стан та розвиток туристичних дестинацій. Сьогодні вплив на якість продукції та послуг туристичних дестинацій, здійснюють переважно деструктивні фактори, які представлені різноманітними кризами, низьким рівнем платоспроможності населення, збільшенням кількості терористичних актів у світі. Пандемія COVID-19 внесла свої корективи в розвиток усіх видів економічної діяльності як у світі так і в Україні. Зважаючи на зазначене необхідним є пошук нових шляхів підвищення рівня якості продукції та послуг туристичних дестинацій в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженням теоретичних і практичних проблем підвищення якості туристичних послуг на рівні регіонів та суб'єктів господарювання індустрії туризму присвячені праці таких учених, як: Басюк Д.І., Бедрадіна Г.К., Бондаренко Л.А., Горіна Г.О., Карпюк І.В., Корж Н.В., Лютак О.М., Нездоймінов С.Г., Папп В.В., Ткаченко Т.І., Саркісян А.О., Хамаза А.О., Чепурда Л.М., Шевчук О.Д. та інші. Аналіз фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми формування якісних туристичних послуг та продуктів, проте рівень якості досліджуваних послуг в деяких регіонах України залишається незадовільний. Незважаючи на значні теоретичні та практичні напрацювання, авторами не запропоновано комплексного підходу до підвищення рівня якості продукції та послуг в межах туристичних дестинацій, а також не визначено напрямів підвищення їх якості.

Цілі статті. Основною метою дослідження є аналіз якості продукції та послуг туристичних дестинацій в Україні та пошук шляхів підвищення рівня якості досліджуваних процесів. Важливим в даному аспекті є визначення інтересів зацікавлених сторін у розвитку туристичних дестинацій та їх групування, а також структурування елементів туристичної та інституційної інфраструктури регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Якість є одним з основних інструментів, який формує структуру пропозиції на туристичному ринку будь якого ієрархічного рівня. Дана категорія є ключовим фактором, що сприяє поліпшенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Розвиток сучасних туристичних дестинацій потребує змін не тільки в структурі виробництва туристичного продукту, а й суттєвих змін в організації його виробництва. Зазначені процеси вимагають наукового осмислення, розробки теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо забезпечення якості продукції та послуг в туристичних дестинаціях. Таким чином, якістю можна та потрібно управляти. Управління якістю продукції та послуг індустрії гостинності на різних ієрархічних рівнях – це «сукупність складових ланок, що займають певний ієрархічний рівень у системі управління (від глобального – світовий рівень, до об'єктового – суб'єкт господарювання)» [1]. Структурно управління якістю продукції та послуг туристичних дестинацій представлено визначеними функціями інституційних одиниць, скоординована діяльність яких, впливає на якість продукції та послуг туристичних дестинацій.

Система управління якістю продукції та послуг індустрії гостинності може бути представлена на різних ієрархічних рівнях. Доцільно систематизувати ієрархію якості

продукції та послуг індустрії гостинності. Для цього скористаємось загальною структурою ієрархічного поділу територій. Пропонуємо рівні якості продукції та послуг індустрії гостинності візуально відобразити за допомогою п'ятивимірної схеми [13], що представлена на рисунку 1.



Рис. 1. Інституційні рівні якості продукції та послуг індустрії гостинності.

Глобальний рівень передбачає розроблення еталонних стандартів управління якістю продукції та послуг індустрії гостинності, уніфікованих правил створення, надання та просування продукції та послуг індустрії гостинності, які можуть бути використані будь якими суб'єктами. На транскордонному рівні враховуються діючі норми країн що входять в транскордонний регіон. В межах досліджуваної території діють такі транскордонні регіони. До прикладу, в Україні функціонує ряд єврорегіонів, один з них займає частину Волинської області – єврорегіон Буг. Буг. На території України діють дев'ять таких регіонів.

Питання якості продукції та послуг індустрії гостинності на рівні країни та регіонів піднімаються в стратегіях та програмах розвитку. Регіональні програми розвитку туризму мають, на нашу думку, містити чіткий план щодо підвищення якості продукції та послуг туристичних дестинацій [3]. Зокрема, кожен суб'єкт господарювання керуючись регіональною програмою розвитку туризму має чітко розуміти яким чином, коли та за допомогою чого регіон буде розвиватись у напрямку підвищення якості туристичних послуг. З метою підвищення рівня якості регіональних продуктів та послуг за доцільне, впроваджувати регіональні програми розвитку туристичних дестинацій. До формування таких програм доцільно долучати місцевий туристичний бізнес, готельєрів, рестораторів, краєзнавців, заклади вищої освіти тощо. Саме від поведінки суб'єктів діяльності регіону у значній мірі залежить рівень якості продукції та послуг туристичних дестинацій та конкретних регіональних туристичних продуктів.

Об'єктовий рівень, є рівнем суб'єкта господарювання та є основою в питаннях забезпечення якості продукції та послуг туристичних дестинацій, адже саме суб'єкти туристичної діяльності формують та надають туристичні послуги в регіоні [4, 5]. На нашу думку, якість продукції та послуг туристичних дестинацій можна досягнути за допомогою формування та дотримання корпоративної культури усіма учасниками

туристичного ринку регіону. В даному випадку, якість продукції та послуг туристичних дестинацій, є важливим напрямом діяльності, що направлена на досягнення основної мети бізнесу – прибутку. Метою ж самого процесу забезпечення якості, як однієї з функцій є підвищення та посилення конкурентних позицій на туристичному ринку регіону. Таким чином, якістю доцільно управляти. Під управлінням якістю продукції та послуг туристичних дестинацій будемо розуміти «стратегічні напрями управлінських дій, які визначають політику розвитку туризму, мету діяльності та відповідальність по відношенню до усіх задіяних суб'єктів туристичного бізнесу» [6].

На нашу думку, в сучасних складних умовах розвитку туристичних дестинацій, для підвищення якості продукції та послуг індустрії туризму регіону доцільно розробити чіткий план дій (розробити нові або удосконалити існуючі регіональні програми розвитку туризму), залучаючи до цього процесу усіх стейкхолдерів (місцеву громаду та бізнес, науковців, громадські організації та об'єднання тощо).

З метою визначення напрямів підвищення якості продукції та послуг туристичних дестинацій розглянемо інструментарій управління зазначеними процесами. Інструменти управління якістю продукції та послуг туристичних дестинацій використовуються для аналітичного опису кількісних і якісних показників туристичного сектору територій, що дає змогу визначити напрями формування регіональних стратегій та програм розвитку туризму базуючись на наявних фактах [7]. Як показує практика, основною причиною недостатньої якості продукції та послуг туристичних дестинацій є недостатні знання та помилкові уявлення про рівень якості виконання запланованих процесів. З метою визначення науково-обґрунтованого підходу до прийняття рішень щодо підвищення рівня якості продукції та послуг туристичних дестинацій, доцільно використати статистичні методи та інструменти [9].

Таким чином, перед формуванням системи якості продукції та послуг туристичних дестинацій розглянемо інструменти контролю якості продукції та послуг. Аналіз наукової літератури засвідчив, що з метою попередження зниження якості продукції та послуг туристичних дестинацій та для забезпечення стабільності досліджуваних процесів найчастіше використовують такі інструменти контролю якості: діаграма Парето; причинно-наслідкова діаграма (діаграма Ішикави); гістограма; діаграма розкиду; контрольні карти; стратифікація тощо.

Так, аналіз причинно-наслідкових зв'язків якості продукції та послуг туристичних дестинацій доцільно здійснювати групуючи причини за категоріями: взаємодія зацікавлених сторін в розвитку дестинацій, інституційна інфраструктура; туристична інфраструктура; кадрове забезпечення; промоція туристичного потенціалу дестинації тощо.

Безпосередню участь у досягненні якості продукції та послуг туристичних дестинацій приймають суб'єкти діяльності регіону, які задають відповідний рівень досліджуваних процесів. До таких суб'єктів діяльності віднесемо [10]:

- туристичні організації регіону (туроператори, турагенти, туристичні гіді);
- суб'єкти індустрії гостинності (заклади розміщення та гастрономії);
- заклади торгівлі (торгові комплекси, магазини, інші заклади що задовольняють потреби туристів дестинації);
- місцеві народні умільці (гончарі, вишивальниці, пекарі, ковалі тощо);
- суб'єкти промоції (рекламні агенції, телевізійні та радіокомпанії тощо);
- event-агенції (організатори фестивалів, конкурсів, змагань, конференцій, круглих столів тощо).

Також, на якість продукції та послуг туристичних дестинацій здійснюють вплив:

- держава (стратегії та програми розвитку туризму, наявність держаних стандартів тощо);

- загальні інституції (Кабінет міністрів України, Верховна рада України, міністерства та відомства);

- спеціальні інституції (Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, департаменти, управління, відділи туризму та промоції);
- міжнародні інституції (Всесвітня туристична організація);
- регіональні органи влади (обласні та районні державні адміністрації, обласні ради, територіальні громади);
- професійні об'єднання (Національна туристична організація України, ГО «Асоціація гостинності», ГО «Всеукраїнська асоціація гідів», ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму», ГС «Українська асоціація досконалості та якості», туристичні клуби тощо);
- заклади освіти (ЗВО та заклади професійно-технічної освіти тощо).

На нашу думку, кожна з зацікавлених сторін відіграє важливу роль в питанні якості продукції та послуг туристичних дестинацій.

Важливим аспектом забезпечення якості продукції та послуг туристичних дестинацій є наявна інституційна інфраструктура, яка представлена суб'єктами діяльності, а також нормами, правилами, стандартами та іншими документами щодо нормативної поведінки зазначених суб'єктів. Інституційна інфраструктура є основою якості продукції та послуг туристичних дестинацій. Як показує практика, основними проблемами, що стримують якість продукції та послуг туристичних дестинацій є недосконалість нормативно-правового забезпечення, систематичне реформування туристичного сектору. Згідно проведених досліджень, уніфікована інституційна інфраструктура туристичних регіонів, з визначеними змістовними складовими, представлена на рис. 2.



Рис. 2. Інституційна інфраструктура туристичного регіону.

Туристична інфраструктура, згідно проведених досліджень, є недостатньо розвинута в більшості регіонів та потребує розвитку та розбудови [8]. Основною метою формування туристичної інфраструктури є створення на території регіону комплексного туристичного продукту відповідно до міжнародних норм, стандартів та правил, що дозволяє надавати формувати та просувати продукти та послуги індустрії гостинності високої якості, задовольняючи потреби як українських так і зовнішніх туристів, що в свою чергу забезпечить надходження коштів до бюджету, зменшить рівень безробіття в регіоні та підвищить конкурентні переваги регіонів.

Сформована туристична інфраструктура регіону представлена на рис. 3.



Рис. 3. Туристична інфраструктура регіону

Кадрове забезпечення є важливим аспектом підвищення якості продукції та послуг туристичних дестинацій в регіоні. Основними проблемами в даному напрямі є низька мотивація персоналу та брак кваліфікації та професійних компетенцій [15].

Основними проблемами промоції продукції та послуг туристичних дестинацій є незначне фінансування рекламних кампаній, про що свідчать заплановані витрати на розвиток туризму в регіонах України. Крім того, деструктивно на якість продукції та послуг туристичних дестинацій впливає низький рівень поінформованості про продукції та послуги туристичних дестинацій. Нестача якісної реклами не сприяє розвитку продукції та послуг туристичних дестинацій.

Сьогодні значною проблемою більшості регіонів є буревії, смерчі та сильні пориви вітку. Крім того, поширення епідемій, зокрема пандемії COVID-19 деструктивно вплинуло на розвиток туризму та виявило неготовність туристичних дестинацій до таких

викликів [11]. Зазначена проблема заставляє переглянути питання якості продукції та послуг туристичних дестинацій в частині безпеки, санітарії та гігієни.

Перешкоджає забезпеченню якості продукції та послуг туристичних дестинацій низький рівень співпраці суб'єктів діяльності та недостатнє державно-приватне партнерство, що потребує негайного вирішення. Міжнародний досвід забезпечення якості продукції та послуг туристичних дестинацій, переконує, що немає чіткого сценарію для розвитку конкретної дестинації, що зумовлено передусім різноманітністю їх розвитку та різноманітністю методів та інструментів регулювання досліджуваних процесів.

Найбільш прийнятний для управлінських реалій індустрії туризму та гостинності є напрям, який аргументує активну взаємодію органів влади всіх рівнів, що дає змогу покращити фінансові позиції задля ефективного розвитку туристичних дестинацій. Даний підхід є обґрунтованим для туристичних регіонів.

Крім того, на прикладі розвитку туризму в Польщі, пропонуємо створювати та розвивати регіональні об'єднання суб'єктів діяльності індустрії туризму та гостинності (альянси, туристичні кластери, громадські об'єднання тощо). Наприклад, формування туристичних кластерів та їх об'єднання є ефективною кооперацією між членами, що формує витривалі конкурентні переваги туристичних суб'єктів, при тому покращуючи конкурентні можливості регіональних продуктів та послуг.

Висновки. За результатами проведеного дослідження, виявлено основні причини, що перешкоджають підвищенню якості продукції та послуг туристичних дестинацій: нерозвинута туристична інфраструктура регіону, недосконале інституційне забезпечення, низька кваліфікація кадрів, низький рівень промоції туристичних дестинацій, недостатність комунікації між суб'єктами діяльності регіону, поширення природних та техногенних небезпек в регіонах тощо.

На основі проведеного дослідження інституційних засад забезпечення якості продукції та послуг туристичних дестинацій виокремлено зміст інституційної інфраструктури забезпечення якості досліджуваних процесів. Визначено та структуровано елементи туристичної інфраструктури регіонів. Запропоновано застосовувати інструменти підвищення якості продукції та послуг туристичних дестинацій, які ґрунтуються на методичних засадах поетапного аналізу та контролю досліджуваних процесів.

Запропоновано створювати та розвивати регіональні об'єднання суб'єктів діяльності індустрії гостинності (альянси, туристичні кластери, громадські об'єднання тощо), що дозволить сформувати комплексні туристичні продукти, які здатні задовольнити сучасні потреби туристів в найефективніший спосіб, просувати їх в глобальний туристичний ринок. Зазначене сприятиме постійному підвищенню якості регіональних продуктів та послуг, формуванню конкурентних переваг туристичних дестинацій та соціально-економічному зростанню відповідних регіонів.

Список бібліографічного опису:

1. Барна М.Ю., Тучковська І.І. Основні тенденції управління туристичною діяльністю в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2016. №20. С. 5-8.
2. Брусільцева Г.М. Аналіз тенденцій розвитку державно-приватного партнерства в туристичній галузі України. *Європейські перспективи*. 2015. Вип. 6. С. 26-31.
3. Бондаренко Л.А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*, (13), 2021, 167-173.
4. Горіна Г.О. Стратегічні пріоритети розвитку ринку туристичних послуг України в умовах поглиблення інтеграційних процесів. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки*. 2016. №3 (64). С. 103-109.
5. Горіна Г.О. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки: науковий журнал Кривий Ріг*, 2016. №2 (63). С. 121-127.

6. Карпюк І.В. Актуальні проблеми забезпечення якості туристичних послуг в регіонах України. *Актуальні проблеми економіки*. 2020, випуск №5. С.83-97.
7. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця, 2017. 322 с.
8. Лютак О. М., Хамаза А. О., Шевчук О. Д. Аналіз інфраструктурного та логістичного забезпечення санаторно-курортного туризму в сучасних умовах. *Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія»* : зб. наук. пр. Луцьк, 2019. Вип. 16. С. 90–99.
9. Нездоймінов С.Г., Бедрадіна Г.К. Науково-методичні основи оцінювання якості туристичних послуг. *Вісник соціально-економічних досліджень*. зб. наук. праць Одеського національного економічного університету. Одеса, 2018. Вип. 67 (3). С. 63-72.
10. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>
11. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Режим доступу <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
12. Папп В.В. Організаційний механізм управління якістю послуг на туристичних підприємствах. *Економіка і суспільство*. Випуск 15. 2018. Режим доступу URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-15/22-stati-15/1873-papp-v-v-boshota-n-v>
13. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі [кол. монографія] за ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Видання шосте. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. 320 с.
14. Саркісян А.О. Інноваційний розвиток регіональних туристичних ринків: теорія, методологія, практика. Монографія. Харків: Друкарня Мадрид. 2020. 406 с.
15. Чепурда Л.М., Бишовець Л.Г., Куракін О.Б., Карпюк І.В. Критерії якості підготовки фахівців сфери послуг. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія*. Видання шосте. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. 332 с. С. 263 – 271.

References:

1. Barna M., Tuchkovskaya I. The main trends in tourism management in Ukraine. *Entrepreneurship and trade*. 2016. 20. P. 5-8.
2. Brusiltseva G., Analysis of trends in public-private partnership in the tourism industry of Ukraine. *European perspectives*. 2015. Issue. 6. pp. 26-31.
3. Bondarenko L. (2021). Tools to improve the quality of travel services in a competitive environment. *Bulletin of V. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economy. Local lore. Tourism*, (13), 167-173.
4. Gorina G. Strategic priorities of development of the market of tourist services of Ukraine in the conditions of deepening of integration processes. *Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade. Mikhail Tugan-Baranovsky. Series: Economic Sciences*. 2016. №3 (64). Pp. 103-109.
5. Gorina G. Characteristics of the infrastructural component of the study of the environment of formation of the strategy of development of the market of tourist services. *Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade. Mikhail Tugan-Baranovsky. Series: Economic sciences: scientific journal Kryvyi Rih*, 2016. №2 (63). Pp. 121-127
6. Karpyuk I. Current problems of ensuring the quality of tourist services in the regions of Ukraine. *Current economic problems*. 2020, issue №5. P.83-97.
7. Korzh N., Basyuk D. Management of tourist destinations: a textbook. Vinnytsia, 2017. 322 p.
8. Lyutak O., Hamaza A., Shevchuk O. Analysis of infrastructure and logistics of sanatorium tourism in modern conditions. *Economic sciences. Series «Economic Theory and Economic History»*: Collection of scientific works Lutsk, 2019. Issue. 16. pp. 90–99.
9. Nezdoimov S., Bedradina G. Scientific and methodological bases of assessing the quality of tourist services. *Bulletin of socio-economic research. zb. Science. Proceedings of the Odessa National Economic University*. Odessa, 2018. Issue 67 (3). Pp. 63-72.
10. Official site of the World Tourism Organization. [Electronic resource]. Access mode: <http://www2.unwto.org/>
11. COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine. Access mode <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
12. Papp V. Organizational mechanism of service quality management at tourist enterprises. *Economy and society*. Issue 15. 2018. Access mode URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-15/22-stati-15/1873-papp-v-v-boshota-n-v>
13. Prospects for tourism development in Ukraine and the world: management, technology, models [collective monograph] edited by Professor Matviychuk L. Sixth edition. Lutsk: IPD Lutsk NTU, 2020. 320 p.
14. Sarkisyan A. Innovative development of regional tourist markets: theory, methodology, practice. Monograph. Kharkiv: Typography Madrid. 2020. 406 p.
15. Chepurda L., Bishovets L., Kurakin O., Karpyuk I. Quality criteria for training specialists in the field of services. *Prospects for tourism development in Ukraine and the world: management, technology, models: a collective monograph*. Sixth edition. Lutsk: IPD Lutsk NTU, 2020. 332 p. Pp. 263 - 271.

DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-4-9>