

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
MINISTRY FOR EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ZAPORIZHZHYA NATIONAL UNIVERSITY

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
FACULTY OF MANAGEMENT

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА  
ЛОГІСТИКИ  
CHAIR OF ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS  
AND LOGISTICS

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
БАКАЛАВРА

на тему Аналіз розвитку та тенденцій готельного, курортного та  
туристичного сервісу в Закарпатській області

THESIS FOR THE BACHELOR'S DEGREE

Analysis of Development and Trends of Hotel, Tourist and Resort Service in  
Zakarpattia Region

Виконав: здобувач ступеня вищої освіти бакалавра,  
групи гр. 6.0730-моа  
спеціальності 073 Менеджмент  
освітньої програми Менеджмент організацій і адміністрування  
О.М. Кононов  
Керівник проф. каф. П,МОтаЛ, проф., д.е.н. Д.А. Антонюк  
Рецензент доц. каф. П,МОтаЛ, доц. к.е.н. Т.С. Павлюк

Запоріжжя  
2024

## ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент організацій і адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Кононову Олексію Миколайовичу

1. Тема роботи Аналіз розвитку та тенденцій готельного, курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області.

керівник роботи Антонюк Дмитро Анатолійович, д.е.н., професор,  
затверджені наказом ЗНУ від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_

2. Строк подання здобувачем роботи « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

3. Вихідні дані до роботи документи фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства за останні роки, наукові праці, спеціальна економічна література, матеріали періодичного друку в яких висвітлюються проблеми формування системи управління персоналом.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з основної частини і додаткової. Основна частина містить такі структурні елементи: вступ, сутність (3 розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький, проектно-рекомендаційний), висновки та рекомендації, список використаних джерел.

1 Розділ - теоретичні основи розвитку готельного, курортного та туристичного сервісу – складається з 3 підрозділів: 1.1 Поняття та сутність готельного, курортного та туристичного сервісу; 1.2 Класифікація та характеристика готельних підприємств; 1.3 Характеристика туристичних послуг; 2 Розділ – аналіз сучасного стану готельного, курортного та туристичного сервісу в закарпатській області – складається з 3 підрозділів: 2.1 Характеристика туристичного потенціалу Закарпатської області; 2.2 Стан туристичного сервісу в Закарпатській області; 2.3 Аналіз сучасного стану гірськолижного курорту Драгобрат; 3 Розділ – розробка шляхів розвитку готельного, курортного та туристичного сервісу в закарпатській області –

складається з 2 підрозділів: 3.1 Підвищення якості курортного та туристичного сервісу в закарпатській області; 3.2 Впровадження системи SERVIO HMS для покращення готельного сервісу.

#### 5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Антонюк Д.А. профсор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	22.01.2024 р.	22.01.2024 р.
2	Антонюк Д.А. профсор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	06.03.2024 р.	06.03.2024 р.
3	Антонюк Д.А. профсор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики факультету менеджменту ЗНУ	03.04.2024 р.	03.04.2024 р.

6. Дата видачі завдання 22.01.2024 р.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	січень	виконано
2	Вивчення літературних джерел	січень	виконано
3	Збирання матеріалу на підприємстві	лютий	виконано
4	Обробка матеріалу	лютий	виконано
5	Виконання розділу 1	лютий	виконано
6	Виконання розділу 2	березень	виконано
7	Виконання розділу 3	квітень	виконано
8	Формулювання висновків	травень	виконано
9	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	травень	виконано
10	Подання роботи на кафедру	травень	виконано

Здобувач вищої освіти \_\_\_\_\_ О.М. Кононов  
( підпис )

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Д.А. Антонюк  
( підпис )

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер \_\_\_\_\_  
( підпис ) (ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: «Аналіз розвитку та тенденцій готельного, курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області»: 48 сторінок, 3 таблиці, 1 рисунок. Перелік посилань нараховує 28 найменування.

Предмет дослідження: шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності торговельного підприємства.

Об'єкт дослідження: рекламна діяльність торговельного підприємства.

Мета роботи: розробка теоретико-методичних засад та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності рекламної діяльності торговельного підприємства.

Методи дослідження: описовий, порівняльний, аналітичний, табличний, графічний, балансовий, метод статистичного аналізу, групування та узагальнення даних, експертних оцінок.

Актуальність теми даної роботи полягає у тому, що реклама є одним із найважливіших інструментів маркетингових комунікацій, що використовується торговельними підприємствами для стимулювання збуту товарів і послуг. В умовах жорсткої конкуренції на ринку торговельні підприємства змушені постійно шукати шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності, щоб максимально використовувати рекламний бюджет і досягти поставлених маркетингових цілей.

СИСТЕМА, МЕНЕДЖМЕНТ, КОНКУРЕНЦІЯ, ТОРГОВЕ ПІДПРИЄМСТВО, ПРОДУКТИВНІСТЬ, ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ

## ABSTRACT

Qualification work: «Analysis of the development and trends of hotel, tourist and resort services in Zakarpattia region»: 48 pages, 3 tables, 1 figure. The list of references includes 28 titles.

Subject of research: ways to improve the efficiency of advertising activities of a commercial enterprise.

Object of research: advertising activity of a trading enterprise.

Purpose: to develop theoretical and methodological foundations and practical recommendations for improving the efficiency of advertising activities of a trade enterprise.

Research methods: descriptive, comparative, analytical, tabular, graphical, balance sheet, statistical analysis, grouping and generalization of data, expert opinions.

The relevance of the topic of this work is that advertising is one of the most important tools of marketing communications used by commercial enterprises to stimulate the sale of goods and services. In a fiercely competitive market, commercial enterprises are forced to constantly look for ways to improve the efficiency of advertising activities in order to maximize the use of the advertising budget and achieve their marketing goals.

SYSTEM, MANAGEMENT, COMPETITION, TRADING COMPANY,  
PRODUCTIVITY, ATB-MARKET, ADVERTISING CAMPAIGN

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,  
СКРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

LLC – Limited Liability Company – товариство з обмеженою відповідальністю;

СП – структурний підрозділ;

ТП – туристичні послуги;

ГП – готельне підприємство;

MBO – Management by Objectives – управління за цілями;

ЦК – цивільний кодекс;

KPI – Key Performance Indicators – ключові показники ефективності;

ФДМУ – Фонд державного майна України;

ПАТ – приватне акціонерне товариство;

ТС – туристичний сервіс.

СМ - система мотивації

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО, КУРОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ ... ..	10
1.1 Поняття та сутність готельного, курортного та туристичного сервісу...	10
1.2 Класифікація та характеристика готельних підприємств .....	16
1.3 Характеристика туристичних послуг .....	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО, КУРОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	24
2.1 Характеристика туристичного потенціалу Закарпатської області.....	24
2.2 Стан туристичного сервісу в Закарпатській області .....	29
2.3 Аналіз сучасного стану гірськолижного курорту Драгобрат .....	33
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО, КУРОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	38
3.1 Підвищення якості курортного та туристичного сервісу в закарпатській області .....	38
3.2 Впровадження системи SERVIO HMS для покращення готельного сервісу .....	41
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ .....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	46

## ВСТУП

У сучасному світі туризм відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країн. Закарпатська область, з її унікальними природними ресурсами та культурною спадщиною, є одним з перспективних центрів розвитку курортного та туристичного сервісу в Україні. Аналіз розвитку та тенденцій у цій сфері є актуальним і має велике практичне значення для подальшого планування та розвитку регіону.

Актуальність теми зумовлена зростаючим попитом на якісні туристичні послуги, необхідністю розвитку місцевої економіки та створенням нових робочих місць.

Практичне значення полягає у використанні отриманих результатів для стратегічного планування розвитку туристичної галузі в Закарпатській області, підвищенні конкурентоспроможності регіону та покращенні якості життя місцевого населення.

Предмет дослідження: процеси та механізми розвитку курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області.

Об'єкт дослідження: курортні зони, туристичні об'єкти, інфраструктура та сервіси, що надаються в Закарпатській області.

Мета роботи: проаналізувати та оцінити розвиток курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області, виявити основні тенденції та проблеми, що впливають на цей процес.

Методи дослідження: описовий, порівняльний, аналітичний, табличний, графічний, балансовий, метод статистичного аналізу, групування та узагальнення даних, експертних оцінок.

Завдання роботи:

- вивчити теоретичні основи розвитку курортного та туристичного сервісу.



- проаналізувати стан та динаміку розвитку курортної інфраструктури в Закарпатській області.

- оцінити ефективність існуючих сервісів та визначити шляхи їх оптимізації.

- розробити пропозиції щодо покращення курортного та туристичного сервісу в регіоні.

Ця кваліфікаційна робота спрямована на вивчення та аналіз ключових аспектів курортного та туристичного сервісу, що дозволить виявити потенціал та можливості для розвитку цієї важливої галузі в Закарпатській області.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО, КУРОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ

### 1.1 Поняття та сутність готельного, курортного та туристичного сервісу

Готелі та ресторани є основою туризму в Україні. Розвиток національного та міжнародного туризму значною мірою залежить від рівня матеріально-технічного оснащення туристичних підприємств, розгалуженості та різноманітності їхніх мереж, а також якості та різноманітності послуг, що надаються готельним сектором. Готельні підприємства виконують одну з найважливіших функцій сфери туристичних послуг, а саме – забезпечують розміщення та побутове обслуговування туристів під час їхніх подорожей.

Спочатку готельне господарство було пов'язане з комерційною діяльністю з надання місць для проживання в готелях за певну плату. Пізніше, зі збільшенням попиту на туристичні послуги та прагненням готелів розширити спектр своїх послуг, послуги з розміщення стали тісно пов'язані з продажем послуг харчування та напоїв, а також допоміжних послуг. Це дає можливість визначити поняття готельного бізнесу як у широкому, так і у вузькому розумінні. У той час як широке визначення готельного бізнесу включає в себе послуги розміщення, харчування та напоїв і допоміжні послуги, вузьке визначення включає лише послуги розміщення.

Термін «готельний менеджмент» спочатку використовувався для опису діяльності готелів. Сьогодні цей термін також охоплює такі види діяльності, як кемпінги, мотелі, туристичні бази, будинки відпочинку тощо. Однак готелі були першими підприємствами, які пропонували житло широкому загалу і дали назву всьому сектору.

Існує багато інших підприємств, що пропонують тимчасове проживання, але вони не належать до готельного сектору. До них відносяться

будинки престарілих, санаторії, пансіонати, будинки відпочинку, дитячі табори відпочинку, оздоровчі центри і т.д. Однак існує багато інших типів розміщення, які не класифікуються як готелі. Вони не належать до готельного сектору, оскільки їхньою основною діяльністю не є надання послуг з розміщення, а вартість їхніх послуг, як правило, значно перевищує їхні витрати [2].

Економічна сутність готельного бізнесу полягає в тому, що він є нематеріальним. Результатом виробництва та функціонування готелів є не «кінцевий продукт», а вид послуг. Послуги, однак, не можуть бути вироблені у відриві від існуючого матеріального продукту, тобто без використання матеріально-технічної бази (будівель, споруд, обладнання, інвентарю), яка лежить в основі виробництва і реалізації послуг, що надаються. Зважаючи на характер послуг у сфері гостинності, де виробництво та споживання послуг є взаємопов'язаними, цей процес називають «наданням послуг». Слід підкреслити, що ця діяльність передбачає продаж і безпосереднє надання послуг.

Якість послуг у сучасному готельному господарстві залежить насамперед від матеріально-технічної бази постачальника послуг (будівлі, споруди, механічне та санітарно-технічне обладнання, електрообладнання, меблі тощо). За останні роки матеріально-технічна база підприємств модернізується та диверсифікується, підвищується кваліфікація персоналу готелів, впроваджуються інноваційні технології тощо. Будівлі готелів обладнані спортивними, оздоровчими, розважальними та іншими об'єктами. Як наслідок, процес обслуговування клієнтів став більш диверсифікованим, а послуги, що пропонуються – більш широкими.

Туристична індустрія — сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Сучасні географи та економісти все частіше почали виділяти в складі національної економіки особливу міжгалузеву структуру – туризм.

Розвиток туристичної галузі вивчався ще в Радянському Союзі. Однак деякі автори стверджують, що цю структуру не слід ізолювати як окремий сектор, оскільки дозвілля тісно пов'язане з послугами та продуктами багатьох інших секторів економіки, за винятком спеціалізованих курортних послуг. Ці автори не мають чіткого визначення меж туристичного сектору.

В. С. Преображенський розглядає систему туризму як галузь народного господарства з двома основними галузями: ресурси відпочинку, які, в свою чергу, включають фізичні комплекси, спеціалізовані будівлі та обслуговуючий персонал. Пізніше ця концепція туризму лягла в основу визначення туристичної індустрії як складної багатогалузевої структури, що включає переробні та транспортні підприємства, які виробляють і реалізують різноманітні туристичні послуги та товари.

Туристична індустрія включає в себе сукупність підприємств, які задовольняють або сприяють задоволенню потреб у дозвіллі людей під час їхніх подорожей, незалежно від мети поїздки, за винятком потреб, пов'язаних з оплачуваною роботою в країні, яку вони відвідують. Матеріально-технічну основу цієї складної структури складають послуги розміщення, транспортні та туристичні послуги. Сектор розміщення включає готелі та спеціалізовані заклади, такі як кемпінги, будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, гостьові будинки, бази відпочинку тощо. У транспортному секторі основними видами діяльності є туристичний транспорт (круїзні лайнери, приватні судна та яхти) і транспорт, що обслуговує туристичну галузь, тобто туристів і місцеве населення.

Однак туристичний сектор можна розглядати не тільки як сукупність підприємств, що надають туристичні послуги та виробляють туристичні продукти, але і як форму регіонального розвитку. Розгляд системи як сукупності підприємств є результатом секторального підходу.

Тому туризм розглядається як складна система рекреаційних можливостей, пов'язаних з рекреаційними потребами громади та природним і економічним потенціалом території.

Основною ланкою туристичного сектору є сектор дозвілля, який взаємодіє з рекреаційним сектором для посилення економічного потенціалу регіону та сприяння його розвитку[13].

Варто згадати поняття індустрії дозвілля – сектору, в якому компанії зосереджені на задоволенні потреб населення у сфері дозвілля; технології, що використовуються, або послуги у сфері дозвілля, які компанії надають як кінцевий продукт, часто є схожими. З суто індустріальної точки зору сектор дозвілля можна розглядати як частину туристичного сектору, що робить порівняння цих двох секторів дещо некоректним; більш поширеним є порівняння туристичного сектору з сектором дозвілля.

Загалом, за останні роки туризм став одним з найважливіших секторів економіки, на який припадає десята частина світового ВВП. Тому ретельне дослідження туристичного сектору є нагальним завданням для індустрії дозвілля в найближчому майбутньому.

Курортний сервіс – це система заходів, спрямованих на задоволення потреб людей, які відпочивають на курортах. Він включає в себе:

- проживання: готелі, санаторії, пансіонати, кемпінги, мотелі, апартаменти та інші місця розміщення.
- харчування: ресторани, кафе, бари, столові, буфети та інші заклади громадського харчування.
- лікування: санаторно-курортне лікування, бальнеологічні процедури, фізіотерапія, масажі, СПА-процедури та інші оздоровчі послуги.
- розваги: екскурсії, концерти, фестивалі, спортивні змагання, виставки, театри, кінотеатри, нічні клуби та інші розважальні заклади.
- інші послуги: транспортні послуги, послуги зв'язку, послуги прокату, торгові послуги, побутові послуги, екскурсійні послуги,

інформаційні послуги та інші послуги, які можуть знадобитися відпочиваючим.

Основними принципами курортного сервісу є:

- якість: всі послуги, що надаються на курорті, повинні бути високої якості.
- доступність: всі послуги, що надаються на курорті, повинні бути доступними для людей з різним бюджетом.
- різноманітність: курорт повинен пропонувати широкий спектр послуг, щоб задовольнити потреби всіх відпочиваючих.
- безпека: курорт повинен бути безпечним місцем для відпочинку.
- комфорт: курорт повинен бути комфортним місцем для відпочинку.

Курортний сервіс відіграє важливу роль у розвитку туризму. Він може зробити курорт більш привабливим для туристів, а також може допомогти збільшити доходи від туризму.

Курортний сервіс може бути як платним, так і безкоштовним. Деякі послуги, такі як проживання та харчування, зазвичай платні. Інші послуги, такі як користування пляжем або парком, можуть бути безкоштовними.

Якість курортного сервісу може істотно вплинути на враження відпочиваючих. Якщо курортний сервіс на високому рівні, то відпочиваючі залишаться задоволені своїм відпочинком і, ймовірно, повернуться на курорт знову.

З розвитком туризму зростає і потреба в якісному курортному сервісі. Курорти, які зможуть запропонувати своїм гостям високий рівень сервісу, будуть більш конкурентоспроможними на туристичному ринку.

Готельна справа – це сфера діяльності, пов'язана з наданням послуг тимчасового проживання. Вона включає в себе:

- управління готелями: планування, організація, контроль та координація роботи всіх служб готелю.

- маркетинг готельних послуг: просування готелю на ринку, залучення клієнтів, бронювання номерів.
- обслуговування гостей: реєстрація та розміщення гостей, прибирання номерів, надання харчування, організація дозвілля.
- ведення готельного господарства: бухгалтерський облік, контроль за витратами, закупівля товарів і послуг.

Готельна справа – це складна і багатогранна сфера, яка потребує знань і досвіду. Для того, щоб працювати в готельній справі, необхідно мати такі якості:

- гостинність: вміння привітно зустрічати гостей і робити їх перебування в готелі комфортним.
- комунікабельність: вміння спілкуватися з людьми, знаходити спільну мову з гостями з різних країн.
- організаторські здібності: вміння організувати роботу служби готелю, координувати дії персоналу.
- відповідальність: вміння відповідати за свої дії і за дії своїх підлеглих.
- стресостійкість: вміння працювати в умовах стресу, коли потрібно швидко і чітко реагувати на нештатні ситуації.

Готельна справа – це динамічно розвивається сфера. З розвитком туризму зростає і потреба в готельних послугах. Готелі, які зможуть запропонувати своїм гостям високий рівень сервісу, будуть більш конкурентоспроможними на ринку.

Готельна справа може бути цікавою і перспективною сферою для роботи. Для людей, які люблять спілкуватися з людьми, мають організаторські здібності і хочуть працювати в динамічній команді, готельна справа може стати справою життя [21].

Існує багато навчальних закладів, які готують фахівців для готельної справи. Після закінчення такого навчального закладу можна отримати роботу

в готелі, ресторані, туристичній компанії або іншій організації, пов'язаній з туризмом.

Готельна справа – це важлива частина туристичної індустрії. Від якості готельних послуг залежить загальне враження туристів від країни або регіону. Тому готельна справа має велике значення для розвитку туризму.

## 1.2 Класифікація та характеристика готельних підприємств

Класифікація закладів розміщення - це розподіл закладів розміщення за певними критеріями. Мета кожної класифікації - визначити, чи відповідає конкретний готель та його номери прийнятим стандартам або визначеній практиці обслуговування. Класифікація готелів є однією з найважливіших характеристик, що визначають позицію готелю на ринку, управління, асортимент послуг і ціни на основні та додаткові послуги.

Для сучасного світового готельного господарства притаманна значна кількість підприємств, що пропонують клієнтам згідно з попитом широкий обсяг готельного сервісу. Урізноманітнення попиту клієнтів спричинило появу на ринку сфери гостинності нових послуг та форм обслуговування, функціональних характеристик підприємств, диференціацію якості послуг, тому будь-яка систематизація типів і характеристик підприємств розміщення умовна.

Оскільки в готельному підприємстві послуги розміщення, харчування, додаткові послуги доповнюють одне одного і здебільшого взаємозалежні й сприймаються клієнтами єдиним цілим, то, з огляду на це, формується певний тип готельного підприємства.

Типологія важлива як фаховий принцип для керівників у дослідженні особливостей діяльності готельних підприємств, управління кожним типом підприємства, вивченні вибору клієнтами готелів, менеджменту служб готелів у плануванні витрат їхнього функціонування й визначенні



оптимального рівня комфорту під час відпочинку, лікування, виконання професійних обов'язків клієнтами.

Засоби розміщення туристів, згідно з типологією Всесвітньої туристичної організації (ВТО), поділяють на дві категорії — колективні та приватні (рис. 2.1). Колективні охоплюють готелі й аналогічні засоби розміщення, комерційні та соціальні, спеціалізовані засоби розміщення.

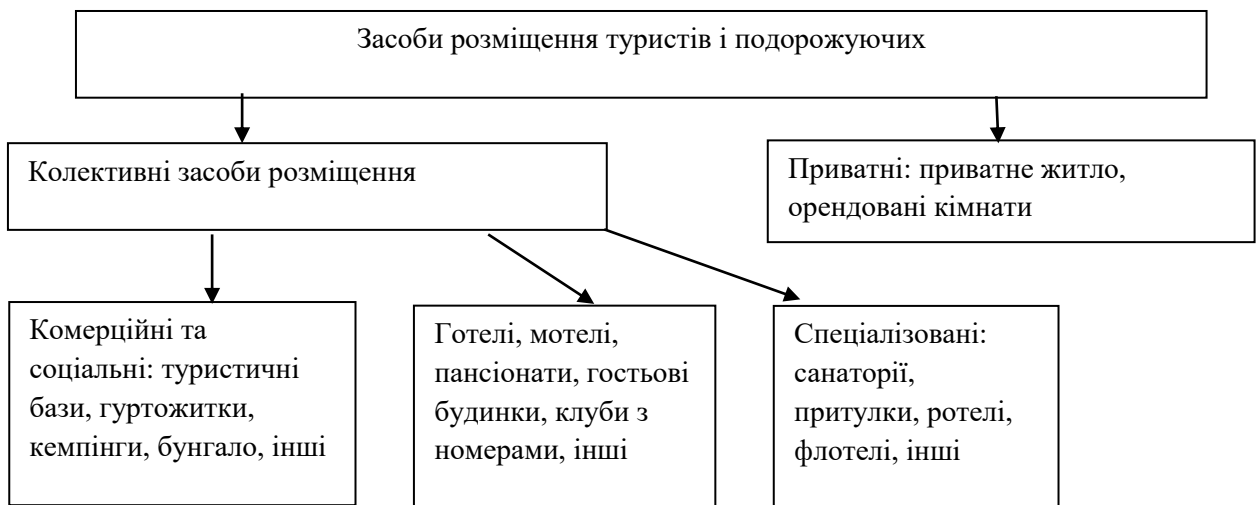


Рис. 2.1. Типологія засобів розміщення

Велика кількість готельних підприємств, а також регіональні та національні особливості методів класифікації мають значний вплив на класифікацію типів і характеристик закладів розміщення. Класифікація готелів і номерів визначається і затверджується міжнародними і національними організаціями, в тому числі урядовими установами, профспілками і туристичними радами. У сучасній світовій практиці умовно можна виділити два підходи до класифікації засобів розміщення.

- формальний підхід, коли набір вимог до якості комфорту засобів розміщення розробляється, впроваджується та управляється державним органом, а класифікація формалізується. Цей підхід широко використовується в Греції, Єгипті, Іспанії, Італії, Франції, Україні та інших

країнах;

- професійний підхід, у співпраці з громадськими організаціями та профспілками в готельному та ресторанному бізнесі, зокрема Австрійською готельною асоціацією в Австрії, Автомобільною асоціацією у Великій Британії та Швейцарською готельною асоціацією у Швейцарії [27].

Найважливішим і вирішальним класифікаційним фактором при визначенні того, до якої категорії належить засіб розміщення, є рівень комфорту. Класифікація засобів розміщення за рівнем комфорту відіграє важливу роль у вирішенні проблеми управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту - це комплексний критерій, який включає в себе наступні фактори:

- стан будівлі готелю, доступність і транспортна інфраструктура, а також дизайн прилеглої території,
- умови проживання в номерах: розмір номера, одномісні номери, однокімнатні номери, двомісні номери, двомісні номери, двокімнатні номери, однокімнатні номери, багатомісні номери, люкси, відсоток зручностей і т.д.
- оздоблення та дизайн,
- наявність та стан послуг харчування в готелі: ресторан, кафе, міні-бар тощо.
- характер громадських зон, наявність кімнат для переговорів, конференц-залів, холів, холів для ділових зустрічей, місць для відпочинку та занять спортом тощо,
- матеріально-технічне забезпечення: меблі, обладнання, засоби гігієни та прибирання, холодильники, міні-бари тощо,
- рекламна, інформаційна та технічна підтримка: стан та вид реклами, наявність телефонного, супутникового, телевізійного зв'язку, Інтернету тощо
- асортимент та якість платних і безкоштовних додаткових послуг,

- рівень підготовки персоналу та якість обслуговування: освіта, кваліфікація, вік, стан здоров'я, знання мови, зовнішній вигляд.

Готелі можна класифікувати за рівнем комфорту двома способами. Перший підхід базується на «кількісних» характеристиках матеріально-технічної бази готелю. Другий підхід враховує «якісні» показники комфорту, такі як якість зручностей, обслуговування та персоналу. Всі національні системи класифікації готелів можна розділити на дві основні категорії:

- європейська система, заснована на французькій системі і використовується в більшості розвинених країн;

- індійська система, заснована на бальній оцінці, яка використовується переважно в країнах, що розвиваються.

Згідно перерахованих критеріїв та підходів сьогодні відомо понад тридцять систем класифікації закладів розміщення. Найбільш типовими класифікаціями є такі:

- система «зірок», або європейська система;
- система «букв» - А, В, С, D, використовується у Греції;
- система «корон», використовується у Великобританії;
- система «балів», або індійська система.

Кожна країна по-різному розуміє рівень комфорту як критерій класифікації. Тому навіть у країнах з однаковою системою класифікації, таких як Франція, Україна та Єгипет, де широко використовується зіркова система, існують значні відмінності між готелями однієї категорії. В Єгипті категорія готелю така ж, як і у Франції, але на 1 – 2 зірки нижча за рівнем комфорту. Крім того, деякі готелі, особливо розкішні, важко класифікувати за національними стандартами або порівняти з іншими класифікаціями. Наприклад, найновіший готель Бурдж-Аль-Араб зараз випереджає всі інші готелі світу за рівнем комфорту. Він має два президентські апартаменти і королівський люкс, займає два поверхи з кількома спальнями, а інтер'єр обставлений дуже дорогими матеріалами. Так відбувається в усіх країнах, де

є окремі номери, що є символом сервісу в готельній індустрії.

Більшість сучасних готелів, як правило, пропонують різні номери з різним рівнем комфорту, і за визначенням готельні номери є готельними номерами. Наприклад, у готелі Marriott у Франкфурті (Німеччина) (п'ятизірковий готель) на верхніх поверхах до 37-го поверху розташовані номери підвищеної комфортності, так звані «пентхауси», доступ до яких здійснюється за допомогою ключа від номера (ключ від номера – це пластикова електронна картка з кодом, яка вставляється в спеціальний отвір у кнопковій панелі ліфта, код надсилається на комп'ютер, і ліфт піднімається на певну висоту). Кожен новий гість отримує новий ключ з новим кодом для доступу до поверху та дверей кімнати [17].

За даними NOSHS, лише половина готелів та закладів харчування в ЄС класифіковані та відповідають офіційним національним стандартам. Кожна європейська країна має власний підхід до визначення критеріїв та мінімальної класифікації готелів. Такі країни, як Фінляндія та Ізраїль, не мають національної системи класифікації готелів. В інших країнах, таких як Австрія, Китай, Франція, Німеччина, Швеція, Великобританія та інших, класифікація готелів є добровільною, тоді як у Бельгії, Данії, Єгипті, Греції, Угорщині, Італії, Польщі, Іспанії та багатьох інших країнах вона є обов'язковою.

### 1.3 Характеристика туристичних послуг

В умовах ринкової економіки вітчизняні підприємці опинилися за межами звичного середовища, де єдиним продуктом були матеріальні продукти, а точніше, невелика їх частина — товари народного споживання. Нові відносини вимагають розвитку нових секторів ринку, як-от ринок капіталу, ринок праці, ринок послуг тощо.

За кордоном сфера послуг є однією з галузей економіки, що найбільш

швидко розвиваються. У найрозвиненіших країнах світу частка послуг у ВВП перевищує 70%.

Для вивчення та розвитку туристичного ринку України насамперед необхідно визначити характер туристичної послуги.

Послуга є результатом безпосереднього спілкування виконавця та споживача та спеціальної діяльності, яку виконує виконавець для задоволення потреб споживача.

Це поняття включає:

- 1) Комунікацію між постачальником послуг (послуг) і споживачем.
- 2) Процес надання послуг (тобто виконання конкретної роботи) постачальником послуг.
- 3) Результат цих процесів у вигляді «перетвореної продукції» або «результату послуги».

Туристична послуга – результат діяльності туристичної фірми, спрямований на задоволення відповідних потреб туристів. Робота турфірми полягає в тому, щоб організувати всю подорож, а також організувати окремі послуги.

Туристичні послуги, як і всі інші послуги, мають особливі характеристики, які можна назвати «трьома Н»:

- Нематеріальні властивості. Туристичні послуги не є основними. Вони належать до соціокультурної (нематеріальної) категорії, оскільки визначаються діяльністю постачальника послуг із задоволення соціальних потреб.

Загальні та культурні послуги для споживачів: фізичні, етичні, інтелектуальні, духовні та ін. Їх неможливо побачити або оцінити під час покупки. Об'єктом цих послуг є власне споживач (турист);

- Нерозривність виробництва і споживання. Оскільки послуга є результатом безпосереднього спілкування між виконавцем і споживачем, процес надання (виробництва) туристичної послуги відбувається паралельно

зі споживанням. Матеріальне виробництво товарів, як відомо, передує їх продажу; тільки після цього настає споживання;

- Неможливість ведення туристичного сервісу. Життєвий цикл туристичної послуги суттєво відрізняється від життєвого циклу матеріального продукту, насамперед через відсутність стадії збереження. Відсутність запасів туристичних послуг вимагає ретельного вивчення кон'юнктури ринку та точного узгодження попиту та пропозиції, оскільки послуги не можуть залишатися на складі до тих пір, поки вони не будуть використані [13].

У структурі туристичних послуг виділяють основні послуги та додаткові послуги.

Основні послуги, які надає туристичне агентство:

- послуги з організації перевезень.
- проживання;
- харчування туристів.

Додаткові послуги включають:

- послуги з організації поїздок.
- послуги туристичного страхування.
- послуги гіда;
- транспортні послуги туриста від місця прибуття в країну (місце тимчасового проживання) до місця проживання і назад (перевезення), а також будь-які інші види пересування всередині країни (місце тимчасового проживання), передбачені в умови подорожі;
  - ремонт обладнання.
  - лізинг;
  - обмін валюти;
  - телефон
  - електронна пошта,
  - прибирання.

- право користування пляжем тощо.

Такий поділ є умовним, оскільки істотних відмінностей за споживчими характеристиками між ними немає. Базові послуги включають послуги, включені в Базову програму та надані за Ваучером. Додаткові послуги купуються туристом самостійно під час проживання та не входять у вартість квитка.

У більшості випадків основні туристські послуги включають у себе транспорт, розміщення та харчування. Однак під час організації поїздок з освітньою, професійною, діловою, спортивною або релігійною метою основу туру можуть становити послуги, які традиційно відносять до додаткових.

Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами перебуває залежно від придбаного пакета послуг.

Крім нематеріальних послуг, туристам можуть бути запропоновані певні товари і матеріальні послуги, наприклад, плани міста, карти метро, сувеніри і туристське спорядження.

Тур – це набір основних і додаткових послуг, що надаються туристам відповідно до мети поїздки.

Оскільки туристський продукт являє собою складний набір елементів, що задовольняють потреби туристів під час подорожі, і є результатом зусиль багатьох компаній, якість туристського продукту формується під впливом цілої низки чинників, зумовлених його природою[8].

Туристичні послуги є складовою частиною туристичних продуктів. І якщо туристські послуги можна придбати і спожити тільки в місці їх виробництва, то туристські продукти можна придбати в місці проживання, але спожити тільки в місці виробництва туристських послуг.

## РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО, КУРОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

### 2.1 Характеристика туристичного потенціалу Закарпатської області

Закарпатський регіон має дуже вигідне геополітичне розташування, оскільки він знаходиться в географічному центрі Європи і межує з чотирма країнами. Таке вигідне географічне положення та рекреаційні можливості дозволяють розвивати різні сектори туризму. Рекреаційний потенціал Закарпатської області – це унікальний соціально-рекреаційний потенціал, який зумовив створення бальнеологічних та кліматичних курортів з різними формами власності.

Природно-рекреаційний потенціал області становить 5,2% природно-рекреаційного потенціалу України та 5,1% його вартості. Область є унікальною екологічною системою з різноманітним рельєфом і кліматичними умовами в Західній Україні. Його територія захищена Карпатськими горами на півночі, Татрами на північному заході та Румунськими і Марамороськими горами на південному заході. Регіон відокремлений від решти країни перевалами Яблонець, Вісков, Узок, Верецька та Воловець.

Рекреаційними ресурсами Закарпаття є: біологія; ліси та клімат; живі істоти; вода; історія та культура (багатонаціональна кухня, різноманітні традиції); ландшафт [5].

Одним з найважливіших природних ресурсів області є лікувальні водні ресурси: лікувальні мінеральні води, лікувальні грязі, озокерити та ін. Лікувальні мінеральні води є найціннішим видом мінеральних водних ресурсів. У Закарпатській області широко представлені різні типи лікувальних мінеральних вод. Закарпаття посідає перше місце в Україні за



кількістю та якістю лікувальних мінеральних вод. В області налічується 620 мінеральних джерел, з яких досліджено понад 300.

В області виявлено та досліджено понад 700 джерел, в тому числі 67 джерел мінеральних вод близько 30 видів. З 609 муніципалітетів Закарпаття 235 мають термальні джерела. На Закарпатті налічується близько 50 термальних джерел, але більшість з них розташовані в низинних частинах області.

Аналіз бальнеологічних ресурсів є дуже важливим, оскільки дозволяє визначити перспективні напрямки для розвитку туристичного сектору. Рекреаційний потенціал передгірних та гірських районів Закарпаття з точки зору бальнеологічних ресурсів представлений у таблиці нижче.

З таблиці видно, що область добре забезпечена природними мінеральними джерелами та штучними свердловинами. Однак частка свердловин, що експлуатуються, є низькою, а технічний стан свердловин застарілий і потребує реконструкції та модернізації, що стримує розвиток сектору.

Найбільш ефективним способом використання ресурсів мінеральних вод є розвиток санаторно-курортного бізнесу. Мережа санаторно-курортних та оздоровчих закладів Закарпатської області включає 19 санаторіїв, 7 пансіонатів, 29 баз відпочинку, 1 санаторій-профілакторій, 2 санаторії-профілакторії та 3 позаміські заклади оздоровлення та відпочинку для дітей, які працюють цілий рік.

Шосту частину перерахованих суб'єктів зосереджено у Свалявському районі, 14 % – у Мукачівському, 11 % – у Хустському та 9,7 % – у Тячівському районі. Бальнеологічні ресурси досліджуваних районів Закарпатської області представлені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Бальнеологічні ресурси досліджуваних районів Закарпатської області

Райони	Природні мінеральні джерела, од.	Штучні свердло-вини, од.	Працюючі свердло-вини, од.	Термальні свердло-вини, од.	Санаторно-курортні об'єкти, од.
Перечинський	11	11	1	0	3
Мукачівський	8	20	5	7	9
Свалявський	17	70	24	7	10
Хустський	40	41	6	3	7
Іршавський	10	9	0	8	4
Великоберезнянський	29	16	0	0	2
Міжгірський	90	25	5	0	3
Воловецький	8	0	0	0	-
Рахівський	111	38	4	0	4
Тячівський	46	18	7	3	6

Подальший розвиток туристично-рекреаційних комплексів потребує значних державних інвестицій у модернізацію наявних і будівництво нових оздоровчих об'єктів. Однак нині більшість рекреаційних комплексів перебуває у приватній власності, що сприяє підвищенню якості послуг, поліпшенню матеріальної інфраструктури об'єктів і залученню інвестицій.

За сприятливих економічних умов, наявність таких запасів мінеральних вод може становити значний інтерес для інвесторів у таких напрямках:

- оновлення та модернізація існуючих санаторно-курортних закладів;
- будівництво термальних басейнів, водолікарень й інших оздоровчих закладів;
- будівництво сучасних дитячих оздоровчих туристичних баз;
- будівництво розважально-оздоровчих центрів (аквапарки, спа-

центри, велнес-готелі).

Державна політика щодо ресурсів термальних вод має розпочатися з сертифікації свердловин і джерел, а також перевірки туристичних підприємств на відповідність екологічним вимогам.

Для інноваційного використання ресурсів термальних вод необхідне попереднє вивчення досвіду використання термальних вод в Угорщині, де поширений термальний туризм на базі термальних джерел [6].

Наявність лісів, біологічних ресурсів та сприятливих кліматичних умов є сприятливим фактором для розвитку туристичної галузі в регіоні.

Українські Карпати є домом для одних з найбільших пралісів у Європі та унікальних рослинних угруповань від рівнинних до альпійських регіонів. Екосистема Карпатського біосферного заповідника є однією з найцінніших на Землі і входить до міжнародної мережі біосферних резерватів ЮНЕСКО.

Термальні ліси, що оточують курорти, виконують профілактичні, гігієнічні та рекреаційні функції. Вони підтримують потік мінеральних джерел і створюють сприятливі умови для лікування, реабілітації та відпочинку туристів.

Для досягнення більш ефективного використання лісових ресурсів у туристичному секторі, перш за все, необхідно забезпечити охорону від браконьєрства цінних порід, а також вивчити та застосувати досвід інших країн у цьому процесі. Інноваційне зобов'язання:

- будівництво доріжок на висоті крон дерев;
- будівництво підйомників та канатних доріг з кабінками;
- проведення екскурсій у заповідних зонах.

Багаті лісові ресурси регіону та гірський рельєф також позитивно впливають на кліматичні ресурси. За кількістю сонячних днів Закарпаття посідає друге місце після південних областей України. Кліматичні умови сприятливі для цілорічної рекреації, хороші умови для відпочинку зберігаються протягом 10 – 11 місяців на рік.

Перевагою туризму та відпочинку на Закарпатті є те, що воно має

найбагатші водні ресурси. Основними річками області, придатними для відпочинку та водного туризму, є Боржава, Латориця, Ріка, Тересва, Тиса та Уз. Озера та водоспади також є цікавими туристичними об'єктами. Використання водних ресурсів у рекреаційних цілях створює сприятливі умови для диверсифікації курортної діяльності. Використання водних ресурсів для туризму стає можливим завдяки будівництву штучних водойм для купання в джерельній воді, спорудженню центрів веслування на байдарках і каное, будівництву нових водосховищ, штучних дамб і водоспадів.

Міжсезонні коливання у сфері дозвілля значною мірою компенсуються зростанням зимового відпочинку. В останні роки інтенсивно розвивається будівництво гірськолижних курортів та підйомників. Цей розвиток значною мірою залежить від фізико-кліматичних умов та ландшафтних ресурсів регіону. Понад дві третини території України вкриті гірськими хребтами та горами, які сприяють розвитку гірськолижного туризму. Гірські схили України ідеально підходять для розвитку гірськолижних курортів, які відповідають найвищим міжнародним стандартам. Гірські райони області є найбільш придатними для цього виду туризму.

Ефективному функціонуванню туристично-рекреаційної сфери значною мірою сприяє розвинена мережа історико-культурних рекреаційних об'єктів, а в Закарпатській області налічується понад 700 пам'яток історії та культури, в тому числі понад 100 пам'яток архітектури.

На порівняно невеликій території Закарпаття зосереджені численні пам'ятки історії, архітектури та культури, добре збережені звичаї та ритуали, унікальний фольклор, декоративно-ужиткове мистецтво, що становлять інтерес для туристів і слугують важливим рекреаційним ресурсом. Архітектура регіону налічує понад 1000 років і представляє основні стилі європейського зодчества. В області налічується 10 середньовічних замків: Ужгородський, Мукачівський та Чинадіївський замки придатні для туризму.

Решта сім замків перебувають у менш сприятливому стані, але також придатні для туристичних і рекреаційних послуг [22].

Історико-культурний потенціал регіону не повністю використовується для цілей туризму, за винятком деяких пам'яток. Історико-культурні ресурси можуть бути ефективно використані для сільського туризму та екскурсійної діяльності, особливо у високогірних селах, за умови розвитку соціальної та транспортної інфраструктури.

З метою підвищення ефективності та раціональності використання природних ресурсів і туристично-рекреаційного потенціалу, обстеження та інвентаризація територій та об'єктів Природоохоронного фонду, відновлення роботи недіючих або неефективних об'єктів туризму та відпочинку, охорона історико-культурної спадщини, забезпечення раціонального використання гарячих джерел та мінеральних джерел та інше і розв'язання всіх питань має життєво важливе значення.

## 2.2 Стан туристичного сервісу в Закарпатській області

Історія розвитку туризму в Закарпатті відзначається багатством культурних та природних пам'яток, що приваблювали подорожніх з різних куточків світу. Початки туристичного руху в регіоні можна віднести до 19-го століття, коли відвідування курортів у Карпатах стало популярним серед аристократії та інтелігенції. Серед найбільш відомих курортів того часу можна відзначити Закарпаття: Карпати, Мукачево, Свалява, Берегово та інші.

У 20-му столітті розвиток туризму в Закарпатті продовжувався, хоча з військовими подіями та періодами соціально-економічної нестабільності. Однак, навіть у ці важкі часи, Закарпаття зберігало свою привабливість для туристів як культурний та природний регіон.

У другій половині 20-го століття, з особливою активністю в 70-80-х роках, почався інтенсивний розвиток масового туризму в Закарпатті.

З'явилися нові готелі, санаторії, туристичні бази, розвивалася інфраструктура, що сприяло збільшенню кількості відвідувачів. Туристичний потік включав як відпочинковий туризм, так і екскурсійний – де подорожні могли відвідувати історичні пам'ятки, культурні заходи та природні атракції.

Загалом, історія туризму в Закарпатті свідчить про постійний розвиток і зростання популярності регіону серед подорожніх з усього світу.

Закарпаття славиться своїми гірськими масивами, чистими гірськими потоками, водоспадами та живописними долинами. Це робить регіон привабливим для любителів активного відпочинку, які preferують піший туризм, гірський велосипед або гірські походи.

Закарпатська область багата на різноманітні види рослин і тварин, включаючи деякі унікальні та ендемічні види. Це привертає природолюбів, які цікавляться екологією та біорізноманіттям.

Окремим пунктом варто розказати про культурно-історичну спадщину:

- архітектурні пам'ятки: закарпаття має багату історію, яка відображається у його архітектурній спадщині. Серед видатних пам'яток можна відзначити замки, церкви, монастирі та інші історичні будівлі.

- фольклор і традиції: закарпатська область відома своєю унікальною культурою та традиціями, які збереглися протягом віків. Це включає народні пісні, танці, ремесла та святкування, які привертають увагу туристів, які цікавляться етнографією та народною культурою.

Також, закарпаття славиться своєю унікальною кухнею, яка поєднує в собі впливи угорської, словацької, румунської та української культур. Туристи можуть насолоджуватися місцевими стравами, такими як бограч, гуляш, ковбаски, а також місцевими винами та наливками.

Останнім часом інфраструктура туризму в Закарпатті значно покращилася. Туристи мають доступ до різноманітних готелів, гостьових будинків, ресторанів, туристичних маршрутів та послуг. Розвиток інфраструктури сприяє комфортному перебуванню та подорожам туристів в

регіоні.

Ці аспекти створюють значний потенціал для подальшого розвитку туризму в Закарпатті та приваблюють увагу туристів з усього світу [24].

Але Закарпатська області має ряд проблем у галузі туристичного сервісу представимо їх у вигляді таблиці.

Таблиця 2.2 – Проблеми туристичного сервісу  
Закарпатської області

Клас проблеми	Опис проблеми
Екологічні проблеми	Забруднення природних ресурсів: зростання потоку туристів може призвести до забруднення водойм, лісів та інших природних місць. Недбале використання та неправильне утилізація відходів можуть шкодити екосистемам і погіршувати якість природних ресурсів.
	Знищення природних місць: надмірна забудова, розробка та інтенсивний туризм можуть призвести до знищення унікальних природних місць, що є цінними для біорізноманіття та екологічної різноманітності.
Недостатня інфраструктура	Недостатність готелів та гостьових будинків: під час пікового сезону недостатньо місць для розміщення туристів, що може призвести до підвищення цін та незручностей для відпочиваючих.
	Недостатня розвиненість транспортної інфраструктури: неіснуюча або недостатня доступність громадського транспорту до популярних туристичних об'єктів може ускладнити переміщення туристів та знизити їхню мобільність.
Проблеми популяризацією туристичних маршрутів	Недостатність інформації: брак інформації про туристичні маршрути, атракції та послуги може ускладнити пошук і вибір для потенційних відвідувачів.
	Неякісна реклама: недостатня реклама або неефективні маркетингові заходи можуть призвести до недостатнього попиту на туристичні послуги регіону.
Сезонність туризму	Переповнення під час пікових сезонів: нерівномірний потік туристів може призвести до переповнення деяких областей та недостатньої використання інших у проміжний період.
	Недостатнє використання потенціалу: у проміжний період або поза піковим сезоном попит на туристичні послуги може бути низьким, що обмежує можливості розвитку галузі.

Враховуючи ці проблеми, необхідно приймати ефективні заходи для вирішення їх та покращення туристичного сервісу в Закарпатській області.

На основі наведеного вище розглянемо заходи щодо покращення туристичного сервісу – для більш детального аналізу:

А. Розвиток інфраструктури:

- розширення готельної бази: потрібно створити ініціативи для будівництва нових готелів та гостьових будинків, особливо у популярних туристичних районах. Розширення можливостей розміщення допоможе зменшити перевантаженість та підвищить комфорт для туристів.

- Розвиток транспортної інфраструктури: потрібно покращити доступність транспорту до популярних туристичних місць, зокрема розвивати мережу автобусних та залізничних маршрутів, а також створювати комфортні умови для прокату автомобілів та велосипедів.

#### В. Професійна підготовка персоналу:

- туристичні тренінги: організація навчальних курсів та семінарів для місцевого населення, що працює у сфері обслуговування туристів, з метою підвищення їхніх професійних навичок та якості обслуговування.

- програми підготовки гідів: розробка програм підготовки для місцевих жителів, які бажають працювати як гіді, з фокусом на історію, культуру та природні пам'ятки регіону.

#### С. Маркетингові заходи та реклама:

- продвиження туристичних маршрутів: розробка та активна реклама туристичних маршрутів, включаючи веб-сайти, брошури, рекламні кампанії в соціальних мережах та участь у туристичних виставках та заходах.

- партнерські програми з туроператорами: укладання угод та партнерських відносин з туроператорами для просування туристичних пакетів та збільшення потоку відвідувачів.

#### Д. Співпраця з іншими регіонами:

- розвиток туристичних маршрутів: співпраця з іншими регіонами для розробки і підтримки туристичних маршрутів, що охоплюють кілька областей або країн.

- обмін досвідом та найкращими практиками: організація зустрічей, конференцій та інших заходів для обміну досвідом та найкращими практиками у розвитку туризму.



Ці заходи допоможуть покращити туристичний сервіс у Закарпатській області та зробити її привабливішою для відвідувачів [28].

### 2.3 Аналіз сучасного стану гірськолижного курорту Драгобрат

Гірськолижний курорт Драгобрат є найвищим місцем відпочинку в Україні, розташованим на абсолютних висотах 1300—1700 м над рівнем моря. Це унікальне місце, яке приваблює туристів своїми природними красотами та ідеальними умовами для гірськолижного спорту.

Курорт знаходиться в гірському масиві Свидовець на території Закарпатської області і має особливості, які забезпечують стабільний сніговий покрив з листопада по травень. Це робить Драгобрат ідеальним місцем для зимового відпочинку, а також для проведення спортивних зборів та змагань.

Історія курорту починається з 1956 року, коли було збудовано перший притулок «Драгобрат». З тих пір курорт розвивався і сьогодні може запропонувати відвідувачам сучасні траси та витяги, комфортабельні готелі та різноманітні розваги.

Актуальність теми полягає в тому, що гірськолижний туризм є одним з найбільш динамічно розвиваючихся напрямків відпочинку в Україні, а Драгобрат вважається одним з кращих місць для цього виду активності.

Гірськолижний курорт Драгобрат в Україні відомий своїм унікальним географічним розташуванням та природними об'єктами, які приваблюють туристів. Ось детальніше про ці два аспекти:

- географічні особливості: Драгобрат розташований у гірському масиві Свидовець, на висотах від 1300 до 1700 метрів над рівнем моря. Це найвищий гірськолижний курорт в Українських Карпатах. Він знаходиться неподалік від селища Ясіня та автомагістралі Ужгород-Івано-Франківськ. Завдяки своєму розташуванню серед хвойних лісів та близькості до гір Стіг,

Жандарми та Близниця, курорт має стабільний сніговий покрив з листопада по травень.

- популярні природні об'єкти: Драгобрат славиться своїми природними красотами, зокрема Драгобратським водоспадом висотою 7 метрів та озером Герашаська, що знаходиться над водоспадом. Уздовж Свидовецького хребта розташовані численні високогірні озера, такі як Ворожеська, Апшинець, Івор (Драгобратське озеро), які є чудовими місцями для відпочинку та насолоди природою [23].

Ці особливості роблять Драгобрат ідеальним місцем для гірськолижного спорту та відпочинку серед природи.

Гірськолижний курорт Драгобрат відомий своїми трасами, які задовольняють як новачків, так і досвідчених лижників. Загальна протяжність трас становить близько 10 км, з довжиною від 300 м до 2 км. Курорт пропонує 9 трас різного рівня складності: 5 низького, 3 середнього та 1 високого.

На курорті функціонують кілька витягів, які забезпечують швидке та зручне підняття на гору. Вони включають як бугельні, так і крісельні витяги, що дозволяє обслуговувати велику кількість відвідувачів без значних черг.

Драгобрат пропонує широкий вибір житла, від приватних садиб до готелів та котеджів. Варіанти розміщення включають такі заклади, як Ступар, Велика Ведмедиця, Діамант, та багато інших, які пропонують комфортні умови проживання з усіма необхідними зручностями.

На курорті Драгобрат працюють досвідчені інструктори, які пропонують уроки лижного та сноубордного спорту для всіх рівнів підготовки. Існують групові та індивідуальні заняття, а також спеціальні програми для дітей.

Для зручності відвідувачів на курорті є можливість оренди лижного та сноубордного спорядження. Пропонується широкий вибір обладнання, яке підходить як новачкам, так і професіоналам.

Крім катання на лижах та сноуборді, Драгобрат пропонує різноманітні зимові розваги, такі як снігоходи, катання на санях та тюбінгу. Також є зони для фрірайду та фрістайлу.

Ці послуги не тільки забезпечують комфортний відпочинок, але й сприяють розвитку туристичної привабливості курорту.

Гірськолижний курорт Драгобрат має значний вплив на економіку регіону, зокрема на туристичну індустрію та місцевий бізнес. Розташований у Закарпатській області, Драгобрат приваблює туристів своїми природними красотами та якісними послугами, що сприяє зростанню доходів від туризму.

Цінова політика на курорті варіюється та залежить від багатьох факторів, включаючи сезонність та тип послуг. Загалом, ціни на підйомники, проживання та інші послуги є конкурентоспроможними порівняно з іншими курортами, що робить Драгобрат доступним для широкого кола відвідувачів<sup>8</sup>.

Доступність послуг також є ключовим аспектом, який включає легкість бронювання, різноманітність житлових та розважальних опцій. Курорт пропонує широкий спектр житлових комплексів, від економ-класу до преміум-сегменту, а також різноманітність розваг, включаючи навчальні програми для лижників та сноубордистів, прокат спорядження та інші активності.

З огляду на ці фактори, можна стверджувати, що гірськолижний курорт Драгобрат має стабільну економічну основу з потенціалом для подальшого розвитку та модернізації, що може сприяти збільшенню туристичного потоку та покращенню економічного стану регіону в цілому.

Гірськолижний курорт Драгобрат, розташований у мальовничому районі Українських Карпат, приваблює численних туристів своїми природними красотами та можливостями для зимових видів спорту. Однак, збільшення туристичного потоку та розвиток інфраструктури можуть мати негативний вплив на екологію регіону.

Туризм може призвести до збільшення відходів, шумового забруднення та надмірного використання природних ресурсів. Наприклад, використання снігоходів та іншої техніки для підтримки зимових розваг може спричинити забруднення повітря та шум, а також завдати шкоди місцевій флорі та фауні.

Для зменшення негативного впливу на довкілля, курорт може впроваджувати екологічні ініціативи, такі як програми рециклінгу, використання екологічно чистих джерел енергії, обмеження використання техніки, що забруднює, та розробка маршрутів для пішохідного туризму, які зменшують вплив на природу [12].

Важливим аспектом охорони природи є співпраця з місцевими спільнотами для забезпечення сталого розвитку та збереження природних ресурсів. Це може включати освітні програми, спрямовані на підвищення екологічної обізнаності серед туристів та місцевого населення.

З огляду на зростаючу популярність екотуризму, Драгобрат має потенціал стати прикладом курорту, який розвивається з урахуванням екологічних стандартів. Це може включати розширення зон біосферного заповідника та впровадження нових технологій для зменшення впливу на довкілля.

Збереження природного багатства та краси Драгобрата є ключовим для забезпечення його тривалого успіху як туристичного напрямку. Впровадження екологічних ініціатив та сталі практики може допомогти збалансувати потреби туризму з необхідністю охорони природи.

Гірськолижний курорт Драгобрат, розташований у Карпатах, є найвищим в Україні і знаменитий своїми природними умовами, які забезпечують стабільний сніговий покрив майже на півроку. Останніми роками курорт привертає все більше уваги не тільки вітчизняних, але й європейських туристів.

Наразі, Драгобрат може похвалитися розвиненою інфраструктурою з 20 трасами різного ступеня складності та 12 витягами, що забезпечують доступ

до гірських схилів. Курорт відомий своїми трасами для фрірайду та фрістайлу, які приваблюють як новачків, так і досвідчених лижників і сноубордистів.

Щодо планів розвитку, акцент робиться на розширення та модернізацію існуючих трас і витягів. Нещодавно було розширено трасу на горі Стіг і підготовлено новий бейбі-ліфт. Також планується реконструкція старих витягів та введення в експлуатацію нових крісельних доріг.

З огляду на зростаючий інтерес до гірськолижного відпочинку в Україні та стратегічне розташування Драгобрата, прогнозується подальше збільшення популярності курорту. Це може призвести до збільшення інвестицій в інфраструктуру та послуги, а також до розширення сезону відпочинку. Зусилля будуть спрямовані на підвищення якості обслуговування та розширення можливостей для активного відпочинку.

Таким чином, Драгобрат має всі шанси стати одним з провідних гірськолижних курортів не тільки в Україні, але й у Європі, завдяки своїм природним умовам, стратегічному розташуванню та активному розвитку інфраструктури.

## РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО, КУРОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

### 3.1 Підвищення якості курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області

Закарпатська область має значний туристичний потенціал, завдяки своєму мальовничому гірському ландшафту, природним багатствам і культурному спадку. Серед основних курортів та туристичних напрямків можна виділити такі:

- гори: гірські масиви Карпат приваблюють туристів як влітку, для активного відпочинку (туризм, піший та велосипедний туризм, екотуризм), так і взимку, для зимових видів відпочинку (лижний спорт, санчата, снігові мандрівки).
- термальні курорти: закарпаття славиться своїми термальними джерелами, такими як Трускавець, Свалява, Шаян і т.д. Ці курорти приваблюють відвідувачів, які шукають відпочинок та лікування.
- культурні пам'ятки: закарпаття багате на історичні та культурні пам'ятки, такі як замки, церкви, музеї та етнографічні комплекси. Ці об'єкти привертають культурних туристів, які цікавляться вивченням історії та культури регіону [9].

Незважаючи на значний туристичний потенціал, в Закарпатській області існують певні проблеми, які впливають на якість курортного та туристичного сервісу.

Деякі курортні місця мають застарілу інфраструктуру, недостатньо розвинену та не відповідають сучасним вимогам туристів.

В деяких готелях, ресторанах та інших туристичних закладах може бути недостатньо кваліфікованого персоналу, що призводить до низької якості обслуговування.

Деякі туристичні об'єкти можуть страждати від недостатньої просування та маркетингової стратегії, через що вони не залучають достатньо туристів.

Аналіз цих проблем дозволить виявити напрямки подальших дій для покращення якості курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області.

Фактори, що впливають на якість курортного та туристичного сервісу.

Інфраструктура відіграє ключову роль у забезпеченні якості курортного та туристичного сервісу. До основних факторів, що впливають на якість інфраструктури, можна віднести:

- розвинена готельна і гостьова база є одним із важливих аспектів, оскільки комфортне проживання є ключовим для задоволення потреб туристів. Потрібно створювати умови для розвитку різноманітних типів житла, від економ-класу до розкішних готелів та курортів.

- ефективний транспортний зв'язок з іншими регіонами та країнами важливий для приваблення туристів. Покращення дорожньої і залізничної інфраструктури сприятиме зручному та швидкому переміщенню туристів.

Кваліфікований персонал є ключовим фактором в забезпеченні високої якості обслуговування туристів. Для покращення цього аспекту необхідно:

Навчання та підготовка персоналу. Запровадження програм навчання та підвищення кваліфікації для працівників готелів, ресторанів, туристичних агентств тощо.

Стимулювання професійного зростання. Створення стимулів для персоналу, щоб вони мотивовано працювали над покращенням своїх навичок та надавали високоякісне обслуговування.

Ефективна маркетингова стратегія дозволяє привернути більше туристів та підвищити обіг. Для цього можна використовувати такі методи:

- цифровий маркетинг: використання інтернет-ресурсів, соціальних медіа, туристичних порталів для просування туристичних послуг та привертання уваги до регіону.
- участь у туристичних виставках та ярмарках: активна участь у виставках та ярмарках туризму сприяє популяризації регіону та його туристичних атракцій.

Дотримання цих факторів допоможе підвищити якість курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області та зробити її привабливішою для відвідувачів.

Розглянемо у вигляді таблиці основні способи підвищення якості курортного та туристичного сервісу у Закарпатській області.

Таблиця 3.1 - Основні способи підвищення якості курортного та туристичного сервісу у Закарпатській області

Вид	Опис
1	2
Модернізація інфраструктури	Розвиток туристичної інфраструктури: Будівництво нових готелів, курортів, гостьових будинків, кемпінгів та інших об'єктів, що задовольняють різноманітні потреби туристів.
	Покращення дорожньої мережі: Реконструкція доріг та автодоріг, а також будівництво нових шляхів для забезпечення зручного та безпечного транспортного сполучення між різними туристичними об'єктами.
Підвищення якості обслуговування туристів	Тренінги та навчання персоналу: Організація навчальних курсів, тренінгів та семінарів для персоналу готелів, ресторанів та інших туристичних закладів з метою підвищення їхньої кваліфікації та навичок обслуговування.
	Створення стандартів обслуговування: Розробка та впровадження стандартів обслуговування, які відповідають вимогам сучасного туриста та сприяють підвищенню якості обслуговування.
Залучення професіоналів та підготовка кваліфікованого персоналу	Співпраця з вищими навчальними закладами: Установлення партнерських зв'язків з університетами та коледжами для реалізації спеціалізованих програм з підготовки кадрів для сфери туризму та гостинності.
	Стажування та програми обміну: Організація стажувань та обмінних програм для молодих спеціалістів у провідних туристичних компаніях та готелях для отримання практичного досвіду та вдосконалення навичок.



Продовження таблиці 3.1 - основні способи підвищення якості курортного та туристичного сервісу у Закарпатській області

Маркетингові заходи та просування об'єктів туризму	Рекламні кампанії: Проведення ефективних рекламних кампаній національного та міжнародного рівнів для просування туристичних об'єктів та послуг регіону.
	Партнерські програми: Укладання партнерських угод з туроператорами, авіакомпаніями та іншими гравцями туристичного ринку для привертання більшої кількості туристів.

Ці способи сприятимуть підвищенню якості курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області та зроблять її більш привабливою для відвідувачів.

### 3.2 Впровадження системи SERVIO HMS для покращення готельного сервісу

Система PMS SERVIO HMS – це програмний модуль, який дозволяє ефективно автоматизувати роботу готельних підприємств (готелів, хостелів, санаторіїв, сільських комплексів, глемпінгів тощо) та об'єднати всі підрозділи готелю в єдине інформаційне середовище. Модулі з веб-інтерфейсом можуть бути встановлені на локальному корпоративному сервері або на віддаленому сервері в хмарному середовищі.

SERVIO – це високоефективний інструмент для готелів, хостелів та санаторіїв для оптимізації різних аспектів їхньої діяльності. Система прискорює та покращує якість обслуговування завдяки управлінню номерним фондом, автоматизації процесів бронювання та вирішенню проблем з гостьовими рахунками.

SERVIO HMS – український продукт, орієнтований на вимоги українського ринку. Дотримання українського законодавства при розрахунку податків і зборів, формуванні податкової документації та підтримка локальної інтеграції є першочерговим пріоритетом. Сервісна підтримка забезпечує максимальний комфорт для персоналу та гостей готелю!

Інтерактивні функціональні кубики дозволяють керувати номерним фондом. Крім того, зручна панель інструментів дозволяє швидко та легко працювати з окремими клієнтами та групами гостей.

Завжди працює з існуючою клієнтською базою. Завдяки інтегрованій CRM можна не тільки працювати з існуючими клієнтами, але й керувати майбутніми клієнтами. А щоб зробити це ще простіше, є інструменти для призначення завдань і створення рахунків.

SERVIO HMS сучасне програмне забезпечення, яке може:

- Бронювати (індивідуальне та групове)
- Реєструвати гостей та груп
- Інтегрована CRM
- Нарахування додаткових послуг, підрахунок гостей і груп та виселення гостей
- Управляти номерним фондом
- Профілі гостей, управління групами та зберігання історії гостей
- Управляти прайс-листами, умовні календарі спеціальних цін (динамічні, сезонні, по днях тижня)
- Вести облік партнерів і договорів, комісіонерів

Готельна PMS SERVIO HMS має інтегрований модуль управління подіями, який дозволяє ефективно планувати і проводити такі заходи, як конференції, банкети і ділові зустрічі. Таблиця погодинного підрахунку дозволяє легко контролювати стан номерів і їх заповнюваність.

Інструменти для технічних відділів. Система має весь функціонал, необхідний для створення завдань з прибирання для дворецьких і технічних служб. Роботи для персоналу (через вайбер або телеграм) зроблять роботу ще ефективнішою.

Базовий модуль звітності SERVIO HMS включає понад 130 різних звітів, розділених на категорії: клієнти, статистика, фінанси, операції тощо.

Ви завжди матимете актуальну інформацію про такі важливі показники, як ADR, RevPAR, OR, тощо.

Channel Manager для управління каналами OTA. Програмний інструмент, який дозволяє готельєрам ефективно і швидко керувати всіма електронними каналами продажів з одного місця.

Система дозволяє об'єднати кілька каналів і підвищити заповнюваність номерів.

Веб-інструмент для бронювання та оплати, який можна встановити на сайті вашого готелю. Цей модуль дозволяє підвищити зручність обслуговування та збільшити дохід.

SERVIO HMS – не просто система управління готелем, а інтегрована CRM-платформа, яка допомагає готельєрам ефективніше спілкуватися зі своїми клієнтами. CRM-система дозволяє створювати воронки і спілкуватися з клієнтами легко і ефективно.

Програмний податковий реєстр – це програмний інструмент, який повністю замінює фізичні податкові реєстратори або касові апарати та податкові чеки, забезпечуючи відповідність касових операцій податковому законодавству України (або інших країн, якщо ви використовуєте місцеву систему ПФР).

Інтеграція з Дія. Зручний спосіб для покупців заповнювати анкети на касі – скористатися інтеграцією з додатком Дія для введення паспортних даних. Паспортні дані будуть внесені в SERVIO HMS точно і швидко, що прискорить обслуговування клієнтів під час реєстрації.

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У контексті глобалізації та зростаючої конкуренції, Закарпатська область має всі можливості для розвитку як привабливого туристичного напрямку. Важливим є зосередження на створенні унікального туристичного бренду, який би відображав культурну та природню різноманітність регіону. Це включає розробку брендovих туристичних продуктів, таких як фестивалі, гастрономічні тури, екскурсії до історичних місць, а також активні види відпочинку.

Закарпатська область, завдяки своїм унікальним природним ресурсам та історичній спадщині, має величезний потенціал у сфері курортного та туристичного сервісу. Аналіз розвитку цієї галузі за останні роки показує стійку тенденцію до зростання, що обумовлено збільшенням інвестицій в інфраструктуру та розширенням спектру послуг.

Основними напрямками розвитку курортного сервісу в регіоні є модернізація та оновлення санаторно-курортних закладів, розвиток готельного господарства та впровадження нових туристичних продуктів. Важливим аспектом є також залучення до регіону іноземних туристів, що сприяє інтеграції Закарпаття у світовий туристичний простір.

Тенденції, що були виявлені під час дослідження, вказують на необхідність подальшого розвитку екотуризму, активного туризму та культурного туризму. Це дозволить не тільки зберегти унікальні природні та культурні цінності регіону, але й забезпечити сталий розвиток курортної сфери.

Також, важливим аспектом є підвищення якості сервісу та орієнтація на високі стандарти обслуговування. Це передбачає навчання персоналу, впровадження сучасних технологій у сфері обслуговування та покращення якості житла.

У кваліфікаційній роботі було також визначено основні проблеми, які

стримують розвиток галузі, серед яких: недостатнє фінансування, відсутність єдиної стратегії розвитку туризму на регіональному рівні, а також проблеми з маркетингом та просуванням туристичного продукту.

Для подальшого успішного розвитку курортного та туристичного сервісу в Закарпатській області необхідно вирішити вищезазначені проблеми, зосередивши увагу на розробці комплексної програми розвитку туризму, яка б включала заходи щодо покращення інфраструктури, залучення інвестицій та розробки нових туристичних маршрутів.

Завдяки цілеспрямованим зусиллям усіх зацікавлених сторін, Закарпатська область має всі шанси стати одним з провідних курортних регіонів не тільки в Україні, але й у Європі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз конкурентноспроможності готельного ринку Закарпатської області. URL: [https://econom.knu.ua/wpcontent/uploads/2022/10/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%B8\\_%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D0%A1NE20222.pdf](https://econom.knu.ua/wpcontent/uploads/2022/10/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%B8_%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%A1NE20222.pdf)
2. Бакеренко Н. П. Особливості діяльності підприємств готельної індустрії. Н. П. Бакеренко. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2013. С. 168–176.
3. Верховна рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 17.03.2024).
4. Вплив глобалізації на розвиток туризму в Україні. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. М.М. Тульчинська. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020.
5. Вплив факторів зовнішнього середовища на розвиток туризму в Закарпатській області, 2021. URL: <https://loda.gov.ua/news/59732> (дата звернення 06.04.2024)
6. Гоблик В. В. Формування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі (на прикладі Закарпаття). Автореферат на здобуття наук. ступеня к.геогр.н. В. В. Гоблик. Ужгород. УжНУ, 2009. 20 с
7. Говерла, 2013. Випуск. 1. с. 183-189
8. Готельно-курортний комплекс України: проблеми та перспективи розвитку: Монографія. А.М. Захарченко. Київ. Знання, 2016. 320 с.
9. Закарпатська обласна державна адміністрація. URL: [www.carpathia.gov.ua](http://www.carpathia.gov.ua). (дата звернення 01.06.2024)
10. Зорин И.А., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Минск. Финансы и статистика, 2008. 357 с.

11. Інноваційні методи управління розвитком готельно-курортного комплексу в Україні. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. А.М. Захарченко. Київ. Національний університет "Київська політехніка", 2022.
12. Курортно-рекреаційні зони Закарпаття: Довідник 2007. І.С. Лемко, Л.П. Киртич, М.О. Гайсак та інші за ред. Киртич Л.П. Ужгород, 2007. С.14.
13. Лук'янов В. О. Організація готельно-ресторанного обслуговування, навчальний посібник. В. О. Лук'янов, Г. Л. Мунін. Київ. Кондор, 2012. 346 с.
14. Лукашевич М.П. Соціологія економіки. Київ. Каравела, 2005. 288 с.
15. Лукашевич О.Н. Психологія туризму. концептуальное определение. Монографія. Кривой Рог. КУТЕП, 2004. 228 с.
16. Мезенцева Н. І. Суспільно-географічне районування України. навч. посіб. Н. І. Мезенцева, К. В. Мезенцев. Київ. ВПЦ «Київський університет», 2009. 228 с. 9.
17. П.Р. Пуцентайло. Готельно-туристичний бізнес, навчальний посібник Київ. Центр навчальної літератури, 2007. 344 с
18. Петранівський В. Туристичний потенціал краю та організація обслуговування польських туристів у Львівському Передкарпатті. Вісник Львів. Серія: Міжнародні відносини. 2008. Вип. 24. С. 241-251.
19. Пітюлич М.І. Регіон: соціально-економічні трансформації. Монографія. М.І. Пітюлич, Ю.Б. Кушнір, О.С. Молнар. Ужгород. Карпати, 2007. С. 83
20. Поп І.І. Энциклопедия Подкарпатской Руси. Ужгород, 2008. 440 с.
21. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, навч. посіб. Харків, 2018. 218 с.

22. Стратегічні напрямки розвитку туризму в Закарпатській області: Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. І.В. Федюра. Київ. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2023. 19с.
23. Стратегія розвитку туризму в Закарпатській області. Монографія. М.М. Тульчинська, В.В. Демченко. Львів. Іван Федорович, 2017. 240 с.
24. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного сервісу в Закарпатській області, 2023. URL: <http://cepulib.ru/index.php/ru/> (жата звернення 01.03.2024)
25. Туризм в Україні: теорія та практика: Навчальний посібник. М.М. Тульчинська, В.В. Демченко, О.В. Мельник, І.В. Федюра. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 440 с.
26. Ужгородського національного університету. Географія та землеустрій Закарпаття. Ужгород. 2012. 301с.
27. Філософія і культурологія туризму. Відп. ред. В.С. Пазенок. Київ. КІТЕП, 2005. 138 с.
28. Шандор Ф. Ф. Становлення туристичної галузі в Закарпатті. історичний аспект. Ф. Ф. Шандор. Науковий вісник. Ужгород. 2015. 312с.