

Готельні і туристичні послуги можуть бути диференційовані на основі запропонованого асортименту і обсягу клієнтів. Вони можуть варіюватися в залежності від операції з великим обсягом, пропонуючи дуже обмежений асортимент продуктів і послуг для операцій з меншим обсягом, де кожен клієнт отримує унікальну або багатокomпонентну послугу. Інша ключова змінна в будь-якій операції обслуговування – це характер контакту служби. Високий контакт має додатковий рівень соціальної взаємодії, пов'язаного з персоналом, в той час як низька контактна служба вимагає, щоб персонал виконував в основному технічні навички. Кожен з них вимагає іншого підходу: з високим рівнем контакту вимагає складної підготовки соціальних навичок, а також високого рівня знань про продукт, в той час як низький рівень контакту вимагає більш простого обслуговування клієнтів і технічної підготовки. Низька контактна служба також може бути замінена інформаційними технологіями або самообслуговуванням.

Важливість обслуговування клієнтів в готельному бізнесі виходить із принципу, що до клієнта потрібно ставитися з пріоритетом, і він повинен бачити цінність в тому, що він отримує. Якщо клієнт вважає, що він отримує цінність за гроші, які він платить, він буде продовжувати повертатися. І навпаки, незадоволеність обслуговуванням – це втрата клієнта, ніщо не змусить його повернутись назад.

## **ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРИ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

*Гладка О.Е.*

*Науковий керівник – Богдан Н. М., канд. екон. наук, доцент*

Незважаючи на потужну інформаційну кампанію та розробку і впровадження програм соціальної адаптації людей з обмеженими можливостями, в Україні все ще не налагоджена система комфортної і безпечної життєдіяльності неповносправних. Далеко не повною мірою для вирішення проблем соціальної адаптації людей з обмеженими можливостями використовується і такий потужний інструмент, як туризм, що, з урахуванням значного рекреаційно-туристичного потенціалу України, мав би бути одним із основних засобів соціальної адаптації неповносправних.

Таке поняття, як стейкхолдери вже міцно укорінилось в туристській сфері за останні 10 років. Неодноразово було доведено, що залучення стейкхолдерів може стати важливим важелем у розвитку певного напрямку у туризмі. При цьому слід зазначити, що виграють обидві сторони.

Таким чином актуальність теми полягає в тому, що важливість стейкхолдерів на сьогоднішній день є неоціненною і саме цей інструмент може допомогти зрушити з місця питання впровадження засад інклюзивного туризму.

Насправді слід зазначити, що інклюзивний туризм — туризм, доступний для всіх, туризм, який включає всіх. Іншими словами — включає у себе і людей нормальних фізичних можливостей, і людей з обмеженими фізичними можливостями. Основна мета такого туризму — забезпечити всім членам суспільства можливість рекреації. Хоча на початку розвитку йшлося радше про доступ до реабілітації.

Показово, що для країн Західної Європи інклюзивний туризм сприймається не як благодійна допомога, а як реалізація права на подорож, яке мають всі, у тому числі і люди з обмеженими фізичними можливостями. UNWTO протягом останніх років раз по раз акцентує саме «accessible tourism», видаючи рекомендації і пропонуючи свої рішення проблем адаптації міського середовища до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями, навіть присвятивши цій темі останній День туризму.

Варто зупинитись на істинному значенні терміну «інклюзивний туризм» – «Туризм для всіх» (а не лише для інвалідів).

Економічна складова питання загалом є досить цікавою: за різними підрахунками у сучасних суспільствах є від 15 до 19 % людей з різними психічними та фізичними вадами. До цих людей також долучаються члени їх сімей. Іншими словами, пристосування простору до потреб інвалідів, є можливість збільшення туристичних потоків щонайменше на 15 відсотків, а насправді і більше, бо люди з обмеженими фізичними можливостями часто подорожують у супроводі родичів та знайомих.

Розвиток інклюзивного туризму, або ж туризму для всіх в Україні відбувається досить повільно. Багато в чому завдячуючи нерозвиненій інфраструктурі, зокрема – відсутності підйомників у метро, театрах, кінотеатрах, непридатності транспортних засобів для самостійного пересування інвалідів на візках, відсутності пандусів (або ж наявності таких пандусів, якими неможливо пересуватись), відсутності обладнаних номерів у готелях у ціновому сегменті, доступному для українських інвалідів.

Як свідчить аналіз сучасних підходів до трактування категорії безпеки туризму, у вітчизняній та й зарубіжній науці наразі не розроблено не лише загального підходу у цьому напрямку економічних досліджень, але й не зовсім чітко виділені головні концепції трактування безпеки туризму, її принципів, факторів та структурно-

функціональних особливостей; недооцінений також регіональний рівень дослідження. Очевидно, одним із першочергових завдань для вирішення зазначеної проблеми має бути обґрунтування теоретико-методологічних основ дослідження гарантування безпеки туризму в регіоні на основі аналізу та узагальнення наявних підходів у вітчизняній та зарубіжній науці.

На етапи розвитку інфраструктури можуть бути активно залучені стейкхолдери, які визначаються як фізичні і юридичні особи, які мають легітимний інтерес у певній діяльності, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність. Іноді їх називають групами інтересів або групами впливу.

Створення не просто відношень, а партнерських відносин зі стейкхолдерами повинно бути основною задачею для країни. Побудова довгострокових відношень, наприклад, з постачальниками краще ніж залучення поодиноких угод. Партнерські відносини вибудовуються коли зацікавлені сторони мають спільні цілі, які направлені на досягнення певних цілей, отримання прибутків чи інших матеріальні чи інтелектуальних ресурсів.

Таким чином, детальний аналіз всіх стейкхолдерів сфери туризму та їхніх інтересів, визначення найвпливовіших та найважливіших серед них, встановлення пріоритетів щодо різних груп стейкхолдерів дозволять сформулювати ефективний план розвитку інклюзивного туризму в Україні, встановити вірний напрямок розвитку, який дозволить досягти максимально можливого рівня задоволення інтересів всіх сторін.

Зважаючи на необхідність наукового обґрунтування шляхів вирішення наявних проблем розвитку адаптивного туризму в Україні через співробітництво із стейкхолдерами, а також слабку розробленість теоретико-методологічних основ досліджень відповідного спрямування, слід підкреслити що окреслена тематика є перспективним напрямом наукових пошуків у вітчизняній економічній науці.

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТУРИЗМІ**

***Висоцька В.Г.***

*Науковий керівник – Богдан Н.М., канд. екон. наук, доцент*

Туризм є найбільшою індустрією в світі і вносить істотний внесок в економіку більшості розвинених і країн, що розвиваються. У той же час, стикаються з рядом істотних проблем. Зокрема, управління якістю може бути виділено як одна з найбільш важливих проблем для