

виробників, сомельє, рестораторів та споживачів у спільному прагненні створити сучасну та впізнавану винну культуру України.

Зміни у споживчій поведінці українців свідчать про зростання культури вина. Якщо на початку 2000-х частка сухих вин на ринку становила близько 3 %, то до 2021 року вона зросла до 20–22 %, що відображає підвищення свідомості споживачів, їхню увагу до якості та походження продукту. Ця тенденція демонструє, що українці дедалі більше цінують гастрономічну та культурну складову вина [6, с. 25].

Отже, сучасна культура вина в Україні поєднує історичні традиції виноробства, сучасні стандарти сервірування, гастрономічні практики та соціальні ритуали. Знання правил етикету, дотримання температури напою, поєднання вина з їжею та увага до символіки напою є важливими для бізнесових заходів, туризму та міжкультурної комунікації. Формування винної культури підвищує престиж українських вин, стимулює розвиток гастрономічного туризму і сприяє позитивному культурному іміджу країни.

Список використаних джерел:

1. Путівник з вина: історія, технологія виробництва, культура споживання. *Гастрономічний журнал «Їжа і культура»*, № 2, 2023. С. 14–20.
2. SHABO. Вино – це мистецтво й філософія, багатовікова традиція та безцінна історична спадщина. *Офіційний сайт SHABO*, 2023. С. 30. URL: <https://shabo.ua/uk>
3. Винний етикет: це не пафос, а повага до відчуттів. *The Village Україна*, 2023. С. 16.
4. Українські вина на міжнародній арені: тенденції та перспективи розвитку. *WineNews Україна*, 2024. С. 18.
5. Закарпатські вина: традиції, сорти, гастрономічна культура. *Український винний журнал*, № 4, 2023. С. 28.
6. Герасименко В. О. Як змінилася культура споживання вина в Україні. *Forbes Україна*, 2024. С. 25.

Новіков М.В.

здобувач вищої освіти ступеня «магістр» спеціальності 242 «Туризм»

Траченко Л.А.

д.е.н. професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Одеський національний морський університет

м. Одеса, Україна

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

У сучасних умовах глобальної конкуренції та підвищених вимог споживачів до якості туристичних послуг впровадження систем управління якістю (СУЯ) є одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі. Розробка та впровадження систем управління якістю відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015, який ґрунтується на процесному

підході, орієнтації на споживача, лідерстві керівництва та безперервному вдосконаленні, сприяють підвищенню рівня довіри споживачів, покращенню якості послуг, зміцненню позицій на внутрішньому та міжнародному ринках.

Ефективна діяльність суб'єктів туристичної галузі можлива завдяки впровадженню та функціонуванню систем управління якістю, в основі яких організаційні структури з чітким розподілом відповідальності, процедури, процеси та ресурси, які необхідні для управління якістю туристичного продукту. Формування та ефективне функціонування адекватних та дієвих систем управління якістю сприятиме виходу суб'єктів туристичної діяльності на ринок туристичних послуг різного рівня [1].

Незважаючи на стрімкий розвиток ринку, конкурентну боротьбу між підприємствами, зростаючі вимоги споживачів до послуг і гарантій щодо їх якості, створення систем управління якістю у сфері туризму нині відбувається занадто повільно [2].

Однією з основних причин повільного впровадження систем управління якістю на туристичних підприємствах є відсутність єдиної методології її створення. Разом з тим нині спостерігається й недостатня кількість компетентних кадрів щодо створення, впровадження та функціонування систем управління якістю у цій сфері. Навчання персоналу з цього напрямку відбувається в занадто обмежений час і не дає бажаного результату [3].

Варто акцентувати увагу на проблемі обмежених фінансових ресурсів підприємств для навчання працівників, сертифікації та щорічних аудитів систем управління якістю. Недооцінка керівниками туристичних підприємств практичної віддачі від впровадження цих систем – проблема, наслідком якої є відсутність ефективного механізму управління бізнесом у цій сфері.

Сьогодні туристичні підприємства стикаються з такими проблемами як динамічна зміна потреб і очікувань клієнтів, потреба в постійній цифровій модернізації та кадрові труднощі, що вимагають впровадження систем безперервного навчання персоналу як важливої складової СУЯ [4].

Суттєвою проблемою впровадження систем управління якістю є відсутність чітко визначених бізнес-процесів, що ускладнює впровадження процесного підходу, передбаченого стандартом ISO 9001:2015. У туристичній галузі бізнес-процеси охоплюють широкий спектр діяльності:

- розроблення та просування туристичних продуктів;
- бронювання й продаж турів;
- організацію транспортного, екскурсійного, готельного та інформаційного обслуговування;
- управління взаємовідносинами з клієнтами та партнерами;
- роботу з рекламаціями та зворотним зв'язком.

Однак на більшості українських туристичних підприємств відсутній формалізований опис бізнес-процесів, тобто немає чітко визначених меж, відповідальних осіб, вхідних і вихідних даних, показників ефективності (КРІ), механізмів контролю, методології управління ризиками. Часто процеси існують лише на рівні інтуїтивних дій співробітників або усталених практик, що не мають документального підтвердження і ніяк не враховують вплив стрімко

змінюваного середовища в туристичному бізнесі. Це призводить до неефективного планування й контролю якості послуг; відсутності стабільності в роботі; складності у проведенні внутрішніх аудитів, відповідно до вимог ISO 9001:2015 (із-за відсутності базових документів – регламентів, інструкцій, політик); зниження задоволеності клієнтів.

Вагомою проблемою є низький рівень цифровізації основних бізнес-процесів підприємств туристичної галузі. Міжнародний стандарт ISO 9001:2015 передбачає використання сучасних методів управління, аналізу даних та прийняття рішень на основі доказів, що потребує цифрових інструментів для збору, оброблення та зберігання інформації.

На практиці значна частина українських туристичних підприємств все ще використовує застарілі методи бронювання, ведення клієнтських баз даних та обліку замовлень. Відсутність інтегрованих CRM- та ERP-систем призводить до фрагментарності інформації, помилок у даних і затримок у роботі з клієнтами.

Нестача цифрових каналів комунікації (онлайн-чатів, чат-ботів, мобільних застосунків, автоматизованих систем підтримки) знижує швидкість реагування на звернення туристів і ускладнює персоналізацію послуг, що негативно впливає на процеси обслуговування клієнтів.

Доцільно зосередити увагу на проблемі відсутності зобов'язань вищого керівництва щодо впровадження та функціонування систем управління якістю на туристичних підприємствах. Без активної участі вищого керівництва система управління якістю може не відповідати стратегічним цілям компанії. Часто компанії розглядають процес сертифікації на відповідність стандарту ISO 9001:2015 як завдання, делеговане відділу якості, замість того, щоб інтегрувати його в більш широку бізнес-стратегію [5].

Внутрішні аудити в контексті ISO 9001:2015 є важливим інструментом для виявлення прогалин і невідповідностей у системах управління якістю туристичних підприємств. Однак багато організацій розглядають ці перевірки як звичайну формальність, нехтуючи їхньою справжньою цінністю у підтримці відповідності та стимулюванні вдосконалення. Ігнорування внутрішніх аудитів може призвести до того, що основні проблеми будуть виявлені лише під час зовнішнього сертифікаційного аудиту з усіма негативними наслідками.

Поширеною проблемою туристичного підприємства є те, що воно розглядає впровадження систем управління якістю згідно з ISO 9001:2015 як окремий проект, а не інтегрує його в щоденну діяльність як інструмент успішного управління бізнесом. Це може призвести до невідповідності між задокументованими процедурами та фактичною практикою, викликаючи невідповідності під час аудитів.

Для успішного впровадження систем управління якістю в контексті вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015 у сфері туризму необхідна активна участь та виконання зобов'язань вищого керівництва, забезпечуючи ретельне навчання персоналу, проводячи регулярні внутрішні аудити та залучаючи співробітників. Такий підхід дозволить побудувати міцну систему управління якістю, яка поліпшує якість послуг, ефективність і довгострокову відповідність. Правильне планування, розподіл ресурсів і безперервне вдосконалення мають

вирішальне значення для впровадження та підтримки функціонування системи управління якістю.

Отже, впровадження систем управління якістю на туристичних підприємствах є необхідною умовою інтеграції України у світовий туристичний простір. Ефективне їх впровадження сприятиме підвищенню рівня довіри споживачів і становленню налагодженого зворотного зв'язку з ними, покращенню мікроклімату в колективі, прийняттю раціональних та ефективних рішень на основі фактів, поліпшенню іміджу підприємств і забезпеченню конкурентоспроможності вітчизняного туризму.

Список використаних джерел:

1. Чорна Н. М. Система управління якістю на туристичному підприємстві: теоретичні аспекти впровадження та функціонування. *Економіка та суспільство*, 2021. Вип. 29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/595/> (дата звернення: 04.11.2025)
2. Дробиш Л. В., Карпенко Ю. В., Горонович С. М., Соболев В. В. Концептуальні засади управління якістю та безпекою послуг туристичних підприємств. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економічні науки*. 2024. Вип.1 (111). С. 46-50.
3. Чвортко Л. А., Кирилюк І. М. Загрози економічній безпеці туристичної галузі України в умовах сучасних викликів. *Соціальна економіка*. 2021. Вип. 62. С. 51–63.
4. Никига О., Мороз С., Нога Р. Управління якістю туристичних послуг: сучасні підходи. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2025. Вип. 21. С. 206–211.
5. Поширені помилки при впровадженні ISO 9001. TMS Ukraine. URL: <https://tms.ua/blog/poshyreni-pomylky-pry-vprovadzhenni-iso-9001/> (дата звернення: 05.11.2025)

Носирєв О.О.

кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу

Бессідіна А.А., Лимаренко А.О.

здобувачки спеціальності ІЗ «Туризм та рекреація»

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, Україна

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ- ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТ ТА РЕГІОНІВ

Туристична привабливість історичних міст формується під впливом низки чинників. Передусім йдеться про значне різноманіття історичних, архітектурних і культурних пам'яток, серед яких є об'єкти, внесені до переліку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Не менш важливим є належний рівень їх охорони та збереження, що забезпечує довготривале функціонування культурного надбання. Вагому роль відіграє й доступність цих об'єктів для інклюзивних груп