

УДК 338.48

Майовець Мирослава Іванівна

*магістр кафедри туризму географічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Maiovets Myroslava

*Master of the Department of Tourism, Faculty of Geography
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: 0009-0007-2617-0648*

Красько Анна Богданівна

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Krasko Anna

*PhD in Geography, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: 0000-0002-7738-698X*

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

IMPROVING THE QUALITY OF RECREATION AND TOURIST SERVICES OF THE LVIV REGION

Анотація. Вступ. Стаття присвячена актуальному питанню підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі Львівської області через покращення якості рекреаційно-туристичних послуг.

Мета. Метою дослідження є всебічна оцінка поточного стану рекреаційно-туристичних послуг у Львівській області, виявлення основних

проблем та обмежень, а також розробка практичних рекомендацій для підвищення якості обслуговування туристів.

Матеріали і методи. Авторами даної статті було використано такі методи: 1) аналіз літературних джерел: систематизацію теоретичних засад управління якістю в туристичній сфері; 2) аналіз опитування проведеного з метою з'ясування основних тенденцій рекреаційно-туристичних послуг у Львівській області; 3) статистичний аналіз: обробка отриманих даних з використанням статистичних методів для виявлення закономірностей та трендів.

В процесі дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування (для характеристики компонентів сучасного стану туристичної галузі у Львівській області, складових управління якістю послуг); формалізації, аналізу та синтезу (для побудови шляхів покращення якості рекреаційно-туристичних послуг); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. У науковій статті сформовано основні елементи за допомогою яких можна покращити якість надання рекреаційно-туристичних послуг у Львівській області.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на системі моніторингу та оцінки результатів щодо нововведених змін у покращенні якості туристичних послуг у Львівській області. Це надасть змогу покращити вимірювані показники для відстеження успіху рекомендацій, проводити періодичні огляди, щоб оцінити прогрес і внести необхідні корективи.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, туризм, рекреація, якість послуг, туристичний продукт, інфраструктура, маркетинг.

Summary. *Introduction.* The article is devoted to the topical issue of increasing the competitiveness of the tourism industry of the Lviv region through the improvement of the quality of recreational and tourist services.

Purpose. The purpose of the study is a comprehensive assessment of the current state of recreational and tourist services in the Lviv region, the identification of the main problems and limitations, as well as the development of practical recommendations for improving the quality of tourist services.

Materials and methods. The authors of this article used the following methods: 1) analysis of literary sources: systematization of theoretical principles of quality management in the tourism sphere; 2) analysis of the survey conducted to find out the main trends of recreational and tourist services in the Lviv region; 3) statistical analysis: processing of received data using statistical methods to identify patterns and trends.

In the process of carrying out the research, the following scientific methods were used: theoretical generalization and grouping (to characterize the components of the current state of the tourism industry in Lviv region, components of service quality management); formalization, analysis and synthesis (to build ways to improve the quality of recreational and tourist services); logical generalization of results (formulation of conclusions).

Results. The scientific article outlines the main elements that can be used to improve the quality of recreational and tourist services in the Lviv region.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus attention on the system of monitoring and evaluation of results regarding the newly introduced changes in improving the quality of tourist services in the Lviv region. This will enable improved metrics to track the success of the recommendations, periodic reviews to assess progress and make necessary adjustments.

Key words: market of tourist services, tourism, recreation, quality of services, tourist product, infrastructure, marketing.

Постановка проблеми. Львівська область славиться історичною та культурною спадщиною, мистецтвом, ландшафтними й водними ресурсами, неймовірним поєднанням місцевих звичаїв і традицій у переплетінні із географічним розміщенням – це унікальна база для розвитку туризму [10]. Природний рекреаційний потенціал області є досить великий, проте його використання не є ефективним. Львівщина багата на лісові ресурси, це дозволяє робити різноманітні подорожі у гори.

Основними чинниками які впливають на туризм є наявність природних, історико-культурних та соціально-економічних умов та ресурсів. Львівська область посідає одне з провідних місць в державі, за наявними рекреаційними ресурсами. Природні рекреаційні ресурси Львівської області представлені кліматичними, водними, лісовими ресурсами, лікувальними мінеральними водами, лікувальними грязями, озокеритом [12].

Львівська область завжди лідирувала у туристичному списку, оскільки ця область володіє як туристичними ресурсами, туристичною інфраструктурою так і вигідним географічним положенням (близькістю із сусідніми країнами). Останніми роками значний вплив на розвиток туризму мають глобальні обставини такі як пандемія Covid-19, а також війна в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у формування базових положень щодо рекреаційно-туристичних послуг можемо спостерігати у таких авторів, як: Мальська М. П. [9], Любіцева О.О. [7], Кифяк В.Ф. [6], Нагірняк А. Я. [11], Богдан Н. М. [1], Цвілий С. М. [14].

Метою статті є всебічна оцінка поточного стану рекреаційно-туристичних послуг у Львівській області, виявлення основних проблем та обмежень, а також розробка практичних рекомендацій для підвищення якості обслуговування туристів.

Матеріали і методи. Для досягнення мети дослідження було використано такі методи: 1) аналіз літературних джерел: систематизацію теоретичних засад управління якістю в туристичній сфері; 2) аналіз опитування проведеного з метою з’ясування основних тенденцій рекреаційно-туристичних послуг у Львівській області; 3) статистичний аналіз: обробка отриманих даних з використанням статистичних методів для виявлення закономірностей та трендів.

В процесі дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування (для характеристики компонентів сучасного стану туристичної галузі у Львівській області, складових управління якістю послуг); формалізації, аналізу та синтезу (для побудови шляхів покращення якості рекреаційно-туристичних послуг); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Виклад основного матеріалу. Львівська область має всі необхідні передумови для розвитку різних видів туризму. Використовуючи в повному обсязі туристично-рекреаційний потенціал, Львівщина може стати стратегічно важливим культурним, політичним та економічним регіоном України, який водночас є найбільшим туристично-відпочинковим та курортним регіоном Західної України [11].

Згідно з визначенням міжнародної організації по стандартизації (ІСО) якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які падають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Згідно з рекомендаціями всесвітньої туристичної організації (UNWTO), якість у туризмі трактується як елемент якості життя під час тимчасового перебування туристів поза місцем постійного проживання. До того ж відповідно до поданого визначення, якість не залежить тільки від рівня якості послуг, але пов’язується з необхідністю врахування людського та природного середовища. За визначенням UNWTO, якість – це виконання за встановленою і прийнятною ціною будь-яких бажань і сподівань клієнта, які

не суперечать законодавству, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни й доступності туристичних послуг та гармонії людського і природного середовища [1, с. 22].

Рекреаційно-туристичні послуги є комплексом послуг з задоволення різноманітних потреб туриста: у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети подорожі [13]. Рекреаційно-туристичні послуги за значенням в процесі подорожування поділяються на основні, додаткові, та супутні [7; 13]. Чим краще та повно об’єднані усі ці послуги – тим більшою є якість рекреаційно-туристичних послуг. Сьогодні повність цих послуг набуває значного характеру, оскільки в умовах війни, відсутності електроенергії туристична галузь має певні обмеження, проте знаходяться нові шляхи розв’язання проблем, пов’язаних з даною ситуацією. Таким чином, туристичні послуги пристосовуються до реалій сьогодення, знайдено шляхи функціонування. Про це можуть говорити потоки туристів які зафіксовано у Львівській області за останні роки. Порівнюючи із 2023 роком та першою половиною 2024 року кількість туристичного збору значно зріс. Львівська область стала першою з п’ятірки областей де спостерігається найбільший розмір сплачених податків від туристичній галузі за перше півріччя 2024 року та становить – 194 млн 778, у 2023 році надійшло 147 млн 949 тис. грн. Ріст податків у порівнянні з аналогічним періодом у 2023 році відмічено майже в усіх. З кількості сплаченого туристичного збору, можна стверджувати що Львівщина є провідною областю у сфері туризму [4].

Щоб говорити про покращення якості туристичних послуг варто застосувати оцінку території з метою розвитку туризму та відпочинку яка полягає в тому, що для різних видів туристичної діяльності необхідні різні ресурси та умови. До основних видів туристично-рекреаційної діяльності відносяться: рекреаційно-оздоровча (прогулянкова, пляжно-купальна рекреація, не категорійні туристичні походи й ін.); спортивно-оздоровча (всі

види любительського спорту); рекреаційно-пізнавальна (екскурсії на природу і по культурно-історичним місцям) при цьому кожний вид діяльності вимагає особливого групування факторів [9, с. 34].

Згідно із соціологічним опитуванням серед гостей міста Львова, яке провели Львівський туристичний офіс разом з Українським католицьким університетом, можна сформулювати певний аналіз рекреаційно-туристичних послуг Львівської області. Перш за все, збільшилась середня тривалість перебування гостей у Львові, іноземці зупиняються на 6-10 днів, замість 4-7. Майже незмінним залишився відсоток людей, які приїжджають у Львів повторно – 79% опитаних (77% у 2023). Портрет типового гостя Львова у 2024 році, то це жінка 16-25 років, яка приїхала до Львова з метою відпочинку разом друзями чи сім'єю. Основна мета у внутрішніх та іноземних туристів – відпочинок, робота, волонтерство, лікування. Крім того, серед внутрішніх респондентів, зміна проживання (внутрішньо переміщені особи) (4,4%), навчання (1,6%), участь у змаганнях (1,3%). Таким чином покращення якості можна спрямувати на оздоровчо-рекреаційні бази.

Гості здебільшого українці (85%) з Києва, Тернополя, Харкова, Хмельницького, а іноземці (15%) з Польщі, Німеччини, Великої Британії, Нідерландів, США. Середньодобові витрати однієї людини у Львові (без витрат на проживання та транспорт до Львова – харчування, громадський транспорт, сувеніри тощо) – 1494 грн (34 євро). Іноземці ж в середньому витрачають 1986 грн (45 євро).

Таким чином, основний прибуток для економіки залишає іноземний турист. Враховуючи велику завантаженість населення, нестабільне фінансове забезпечення, найкращим варіантом буде залучувати іноземних туристів, щоб вони підтримували економіку. Певною мірою для їхнього залучення важливе місце полягає в рекламі.

Гості поділились, що Львів у них асоціюється з історією та автентичністю (24%), домом, спокоєм, затишком (23%), кавою (20,6%), красивою архітектурою (16,4%), радістю та приємними емоціями (11,6%), європейською культурою та мистецтвом (10,5%).

Виходячи з вище сказаного можна стверджувати, що гастрономічний туризм є одним з потенційно цікавих. Отже, вдосконалювати потрібно заклади харчування.

Перевагами Львова, які вплинули на рішення гостей відвідати місто, найчастіше називають привабливу архітектуру та пам'ятки, наявність затишних та цікавих ресторанів і кав'ярень, розвинену туристичну інфраструктуру, відносну безпеку та події, що відбуваються у місті.

Локації, які найбільше подобаються гостям у Львові: Оперний театр і проспект Свободи, площа Ринок і Ратуша, центр міста, Стрийський парк та Парк культури, Личаківський цвинтар, парк Високий замок, Палац Потоцьких, Собор Святого Юра, Меморіал Героїв Небесної Сотні [2]. В області: Національний природний парк «Сколівські Бескиди», Тустань (Tustan'), Музей Дрогобиччини, Ведмежий Притулок Домажир, Дрогобицька ратуша, PARK3020, музей «Сколівщина», Яворівський національний природний парк, Аптека-музей Йогана Зега [3].

Крім того, гості оцінюють зручність пересування по місту та туристичну інформацію. Менш задоволені – транспортним сполученням з іншими містами та цінами на товари та послуги. Згідно з цим в нас є проблеми зі сполученнями, які необхідно покращувати. Високі ціни пов'язані із нестабільністю економіки й непередбачуваними обставинами, є негативним фактором, однак варто звернути увагу на реалії сьогодення і що такий фактор у теперішніх умовах є на межі допустимості [2].

Загалом такий аналіз означає що надання рекреаційно-туристичних послуг відповідають основним умовам надання туристичних послуг.

Покращення якості туризму залежить від виду туризму, та здійснювати необхідні заходи залежно від того чи іншого виду туризму, оскільки вони мають свої певні особливості. Рекреаційний, екскурсійний, етнічний, зелений, пізнавальний. В умовах сьогодення, інклюзивний вид туризму набуватиме розвитку та потребує вдосконалення. Аби гості та мешканці Львова могли легко та швидко знайти безбар’єрні заклади та місця, Львівський туристичний офіс створив карту «Доступне місто». На мапі вже позначені понад 100 доступних місць Львова, які для зручності розподілені на категорії. На карті можна знайти не лише місця харчування, а й музеї, театри, комунальні установи, муніципальні центри, заклади охорони здоров'я, парки та торговельно-розважальні центри, які відповідають усім нормам інклюзивності [5]. Однак, наразі інфраструктура потребує вдосконалення для зручного просування й отримання не лише туристичних послуг.

Важливим моментом у формуванні покращення якості рекреаційно-туристичних послуг є постійна комунікація, просування туристичних об’єктів, формування сприятливого туристичного іміджу. Значне застосування піару в туризмі через співпрацю зі ЗМІ, Інтернет просування, Продакт плейсмент (наче ненавмисна демонстрація у фільмах, телевізійних передачах, комп’ютерних іграх, музичних кліпах або книгах комерційних продуктів чи логотипів. Цей спосіб можна розглядати як PR-, так і рекламний інструмент), спеціальні події, сарафанне радіо, конкурси та розіграші призів тощо [8, с. 34].

Для досягнення покращення якості рекреаційно-туристичних послуг необхідно здійснювати політику управління якістю послуг, враховувати соціальний, економічний та технічний ефекти. Соціальний ефект управління якістю послуг створюється шляхом підвищення рівня безпеки послуг та процесів, які здійснюються. Виявляється у зростанні престижу області як туристичного регіону, економічної могутності, прискоренні

духовного та фізичного розвитку народу, поліпшенні умов праці проведення дозвілля та відпочинку людей, підвищення добробуту та рівня зайнятості тощо.

Економічний ефект управління якістю послуг створюється у вигоді, яку отримують різні учасники туристичного ринку в результаті надання та споживання туристичних послуг. Для підприємства: це збільшення прибутку завдяки зростанню кількості клієнтів, підвищенню якості послуг та ефективнішому використанню ресурсів. Для споживача: це отримання більшої користі від подорожі, повніше задоволення своїх потреб та очікувань внаслідок якісніших послуг.

Технічний ефект управління якістю послуг створюється у покращенні якості та ефективності туристичних послуг завдяки впровадженню нових технологій та удосконаленню обладнання. Використовуючи сучасні інструменти, щоб зробити поїздки зручнішими, швидшими та якіснішими для клієнтів, через удосконалення обладнання, оновлення технологій та оптимізації процесів з надання туристичних продуктів [1, с. 101].

Важливо застосовувати маркетинговий менеджмент у туризмі. Необхідність маркетингового менеджменту в туризмі обумовлена динамічним характером цього ринку. Постійне зростання конкуренції, зміна потреб споживачів та розвиток нових технологій вимагають від туристичних компаній постійного вдосконалення своїх маркетингових стратегій. Маркетинг дозволяє компаніям ефективно позиціонувати свої послуги на ринку, залучати нових клієнтів, підвищувати лояльність наявних та підтримувати позитивний імідж бренду [14, с. 124].

Можна виділити основні проблеми які існують на туристичному ринку:

➤ недостатня якість туристичної інфраструктури (дороги, транспорт);

- обмежений асортимент туристичних продуктів (значні об'єкти залишаються поза увагою);

- недостатнє використання маркетингових інструментів для просування туристичного потенціалу регіону.

На основі цих даних можна запропонувати комплекс заходів, спрямованих на підвищення якості рекреаційно-туристичних послуг, виділивши їх на коротко-, середньо- та довгострокові зокрема:

Короткострокові:

- встановити чіткі та інформативні вказівники в ключових туристичних зонах, особливо для історичних і культурних об'єктів з дублюванням іноземною мовою.

Середньострокові:

- оновити, реконструювати ті туристичні об'єкти, які перебувають у критичному стані;

- оновити транспортну інфраструктуру: покращити сполучення громадським транспортом між Львовом та прилеглими містами багатими на пам'ятки культури;

- залучати іноземних туристів;

- спрямувати увагу на розвиток: - рекреаційного туризму, вдосконалення матеріально-технічної бази курортів, цей вид туризму необхідний для внутрішніх туристів, проте і має потенційну привабливість для іноземних туристів; - інклюзивного туризму, покращити доступність у всій області з розширенням карти «Доступне місто» та надати актуальніші варіанти транспорту; - гастрономічного туризму, є можливість представити колоритну українську кухню, не лише у Львові, а й в інших автентичних місцях області;

- стимулювати місцеве партнерство з місцевими підприємствами, ремісниками та культурними організаціями, щоб створити атракційні туристичні продукти;

- залучати зацікавлені сторони до процесу прийняття рішень, таких як: місцеві підприємства, урядовців та членів громади, знаходити джерела фінансування та інвестицій.

Довгострокові:

- створювати відповідно до тенденцій та вдосконалювати наявну стратегію сталого туризму;

- покращити цифровий маркетинг: використовувати соціальні медіа, контент-маркетинг для просування туристичних об’єктів, щоб вони не залишалися поза увагою, створити одну загальну базу даних де б відображались усі туристичні об’єкти;

- зміцнити туристичний бренд, формуючи сильний і послідовний бренд для Львівської області, щоб вирізнити її з-поміж інших напрямків, для провідної області у галузі туризму в Україні загалом.

Висновки і перспективи подальших досліджень. В результаті проведеного дослідження було виявлено проблеми, що стримують розвиток туристичної галузі Львівської області, та запропоновані шляхи покращення якості. За допомогою яких можна здійснювати розвиток туристичної інфраструктури, формувати диверсифікацію туристичних продуктів, використовуючи маркетингові інструменти для просування туристичного потенціалу регіону. Таким чином, враховуючи запропоновані рекомендації використовуючи їх не лише на локальному, а й регіональному рівні управління можна отримати покращення якості рекреаційно-туристичних послуг досліджуваної області.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на системі моніторингу та оцінки результатів щодо нововведених змін у покращенні якості туристичних послуг. Це надасть змогу покращити вимірювані показники для відстеження успіху рекомендацій, проводити періодичні огляди, щоб оцінити прогрес і внести необхідні корективи.

Література

1. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристичних послуг : підручник / за заг. наук. ред. І. М. Писаревського. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с.
2. Гості Львова у 2024 році – хто вони? У Львові представили велике опитування про відвідувачів міста. *Львівська міська рада*. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/302358-hosti-lvova-u-2024-rotsi-khto-vony-u-lvovi-predstavlyu-velyke-opytuvannia-pro-vidviduvachiv-mista-video> (дата звернення: 26.08.2024).
3. Дайджест туристичних новин: дані за липень. Управління туризму та курортів. URL: <https://loda.gov.ua/news/112232> (дата звернення: 26.08.2024 р.).
4. Динаміка податкових надходжень по областях за перше півріччя 2024 року. *Державне агентство розвитку туризму України*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-oblastyah-za-pershe-pivrichchya-2024-roku> (дата звернення: 26.08.2024).
5. Карта «Доступне місто». *Офіційний сайт міста Львова*. URL: https://lviv.travel/ua/news/karta-dostupne-misto-lviv?srsId=AfmBOop9SrkBucky_ApjnBGtXwWk2mb3preP6miKPAR5OkCoLG_PPdYt (дата звернення: 26.08.2024).
6. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. 300 с.
7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : «Альтпрес», 2002. 436 с.
8. Мальська М. П., Паньків Н. М. Іміджеологія і PR у туризмі : підручник. Київ : Видавництво «Каравела», 2023. 246 с.
9. Мальська М. П., Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.

10. Мельник А. О., Сідлецька К. В. Зарубіжний досвід розвитку готельного господарства і особливості його застосування в Україні : наук. зб. / за ред. І.Г. Ткачук. Івано-Франківськ, 2011. С. 286–290.

11. Нагірняк А. Я. Львівщина як складова туристичної галузі України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 30. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-39>.

12. Туристично-рекреаційний потенціал Львівської області. URL: http://touristpotenciallviv.blogspot.com/p/blog-page_69.html (дата звернення: 26.08.2024 р.).

13. Паньків Н. М., Красько А.Б. Туристично-ресурсний потенціал території та його використання : навчально-методичні матеріали. Львів : Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 90 с.

14. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в туризмі : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

References

1. Bohdan N. M., Pysarevskyi I. M., Pohasii S. O. Upravlinnia yakistiu turystychnykh posluh: pidruchnyk / za zah. nauk. red. I. M. Pysarevskoho. Kharkiv. nats. un–t misk. hosp–va im. O. M. Beketova. Kharkiv: KhNUMH im. O. M. Beketova, 2021. 340 s.

2. Hosti Lvova u 2024 rotsi – khto vony? U Lvovi predstavlyly velyke opytuvannia pro vidviduvachiv mista. *Lvivska miska rada*. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/302358-hosti-lvova-u-2024-rotsi-khto-vony-u-lvovi-predstavlyly-velyke-opytuvannia-pro-vidviduvachiv-mista-video> (date of access: 26.08.2024).

3. Daidzhest turystychnykh novyn: dani za lypen. *Upravlinnia turyzmu ta kurortiv*. URL: <https://loda.gov.ua/news/112232> (date of access: 26.08.2024 r.).

4. Dynamika podatkovykh nadkhodzen po oblastiakh za pershe pivrichchia 2024 roku. *Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy*. URL:

<https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-oblastyah-za-pershe-pivrichchya-2024-roku> (date of access: 26.08.2024).

5. Karta «Dostupne misto». *Ofitsiyni sait mista Lvova*. URL: https://lviv.travel/ua/news/karta-dostupne-misto-lviv?srsId=AfmBOop9SrkBucky_ApjnBGtXwWk2mb3preP6miKPAR5OkCoLG_PPdYt (date of access: 26.08.2024).

6. Kyfiak V. F. Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini: navch. posib. Chernivtsi: Knyhy – XXI, 2003. 300 s.

7. Liubitseva O.O. Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty). K.: «Altpres», 2002. 436 s.

8. Malska M. P., Pankiv N. M. Imidzheolohiia i PR u turyzmi: pidruchnyk. Kyiv: Vydavnytstvo «Karavela», 2023. 246 s.

9. Malska M. P., Pankiv N. M. Turystychno-resursnyi potentsial terytorii: pidruchnyk. Kyiv: Vydavets FOP Picha Yu. V., 2022. 534 s.

10. Melnyk A. O., Sidletska K. V. Zarubizhnyi dosvid rozvytku hotelnoho hospodarstva i osoblyvosti yoho zastosuvannia v Ukraini: nauk. zb. / za red. I.H. Tkachuk. Ivano-Frankivsk, 2011. S. 286–290.

11. Nahirniak A. Ya. Lvivshchyna yak skladova turystychnoi haluzi Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2021. Vyp. 30. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-39>.

12. Turystychno-rekreatsiyni potentsial Lvivskoi oblasti. URL: http://touristpotenciallviv.blogspot.com/p/blog-page_69.html (date of access: 26.08.2024 r.).

13. Pankiv N. M., Krasko A.B. Turystychno-resursnyi potentsial terytorii ta yoho vykorystannia: navchalno-metodychni materialy. Lviv: Vydavnytstvo LNU imeni Ivana Franka, 2021. 90 s.

14. Tsvilyi S. M., Kuklina T. S., Zaitseva V. M. Marketynh v turyzmi: navch. posib. Zaporizhzhia: NU «Zaporizka politekhnika», 2022. 260 s.