

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО - НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ НОВІТНІХ ОСВІТНІХ  
ТЕХНОЛОГІЙ**

**Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу**

**ГОЛОВЕНКО Анастасія Михайлівна**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**Сертифікація та стандартизація туристичних послуг в контексті Європейської інтеграції / Certification and standardization of tourist services in the context of European integration**

Спеціальність 242 Туризм

Освітньо-професійна програма Туризм

**Виконала студентка  
групи Тзм-21**

**Науковий керівник:**

**канд. екон. наук, доцент  
Ткач У.В.**

**ТЕРНОПІЛЬ – 2022**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ .....	5
1.1. Сутність стандартизації та сертифікації туристичних послуг .....	5
1.2. Види стандартів у сфері туризму .....	11
1.3. Порядок обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення в Україні .....	13
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ.....	17
2.1. Нормативно-правове забезпечення національної системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг в Україні.....	17
2.2. Аналіз особливостей організації стандартизації туристичних послуг в Україні .....	23
2.3. Міжнародна практика сертифікації послуг у сфері туризму .....	29
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ .....	35
3.1. Шляхи євроінтеграції України у сфері туризму .....	35
3.2. Пропозиції щодо гармонізації вітчизняного законодавства з приводу стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.....	35
ВИСНОВКИ .....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	58
ДОДАТКИ .....	64

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Правовою основою для поглиблення відносин між Україною та ЄС є Угода про асоціацію, яка дозволяє «перейти від партнерства та співпраці до політичної асоціації та економічної інтеграції» (Угода про асоціацію між Європейським Союзом та його державами-членами, з одного боку, а з іншого – Україна). Реалізація основних положень стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції сприяє інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС та єдиної нормативно-правової сфери у туристичній сфері. Забезпечення євроінтеграції є невід’ємною частиною державної політики у сфері туризму, зокрема шляхом забезпечення організаційно-технічної, фінансово-економічної підтримки з боку держави. Тому дослідження теми обґрунтування напрямів стандартизації та сертифікація туристичних послуг в контексті європейської інтеграції є надзвичайно актуальною.

**Стан наукової розробки проблеми** полягає у розкритті теоретичних та практичних щодо стандартизації та сертифікація туристичних послуг в контексті європейської інтеграції віднесено праці таких дослідників Бондаренко Л. А, Візерська М. С., Герман І. В., Гнаткович О. Д., Пустовіт О. Г., Стоян К. С., Ткач У.В., Цвілій С. М. та ін. Варто відзначити, що вітчизняними авторами були досягнуті наукові результати в галузі теоретичних основ вирішення проблем вдосконалення процесу стандартизації та сертифікація туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

**Об’єктом дослідження** є стандартизація та сертифікація туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

**Предметом дослідження** є сучасний стан та перспективи підвищення ефективності розвитку стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

**Метою дипломної роботи** є обґрунтування напрямів розвитку стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- визначити сутність стандартизації та сертифікації туристичних послуг;
- дослідити види стандартів у сфері туризму;
- виявити порядок обов’язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення в Україні;
- провести нормативно-правове забезпечення національної системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг в Україні;
- здійснити аналіз особливостей організації стандартизації туристичних послуг в Україні;
- обґрунтувати міжнародну практику сертифікації послуг у сфері туризму;
- дослідити шляхи євроінтеграції України у сфері туризму;

– визначити пропозиції щодо гармонізації вітчизняного законодавства з приводу стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

**Методи дослідження.** Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання для вивчення закономірностей розвитку стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції. Крім цього, використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; системний аналіз; синтез; інформаційне моделювання; абстрагування.

**Практична значимість дослідження** полягає в тому, що у роботі сформульовані і обґрунтовані пропозиції щодо гармонізації вітчизняного законодавства з приводу стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати та положення дослідження опубліковані у електронному збірнику тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: світові тенденції та національні пріоритети» (Тернопіль 2021р, 2022р.)

**Структура роботи.** Дипломна робота складається вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел в кількості – 51, таблиць – 3, рисунків – 12. Загальний обсяг роботи становить – 64 сторінки.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

### 1.1. Сутність стандартизації та сертифікації туристичних послуг

Програми сертифікації та стандарти туризму стали популярними в останні роки. Зокрема, добровільні стандарти та екомаркування запровадили конкретні показники, які можуть сприяти розвитку соціально, культурно та екологічно відповідального туризму [12, с. 31]. Однак, незважаючи на позитивний вплив сталої сертифікації на охорону навколишнього середовища, соціальну цілісність та економічну життєздатність віддалених або менш популярних напрямків, застосовність кількох стандартів до зрілих туристичних територій викликає серйозні суперечки [16, с. 117].

Крім того, хоча туристична сертифікація була визнана успішним інструментом для зменшення впливу туризму на навколишнє середовище, її критикували за використання методології, заснованої на надто спрощених показниках, для вивчення розвитку місцевого туризму. Таким чином, методи, які використовуються в туристичних стандартах для оцінки складних соціальних і культурних явищ у приймаючих громадах, були і все ще залишаються під сумнівом, викликаючи питання надійності даних [28, с. 39].

У нашій країні на державному рівні створення стандартів і процес стандартизації регулюється низкою нормативно-правових актів, центральним серед яких є Закон України «Про стандартизацію» № 2408 – III, прийнятий 17 травня 2001 року (зі змінами та доповненнями) [2]. Цей закон установлює правові та організаційні засади стандартизації в Україні та спрямований на забезпечення єдиної технічної політики у цій сфері.

На рис. 1.1 представлено структуру управління національною стандартизацією в Україні.

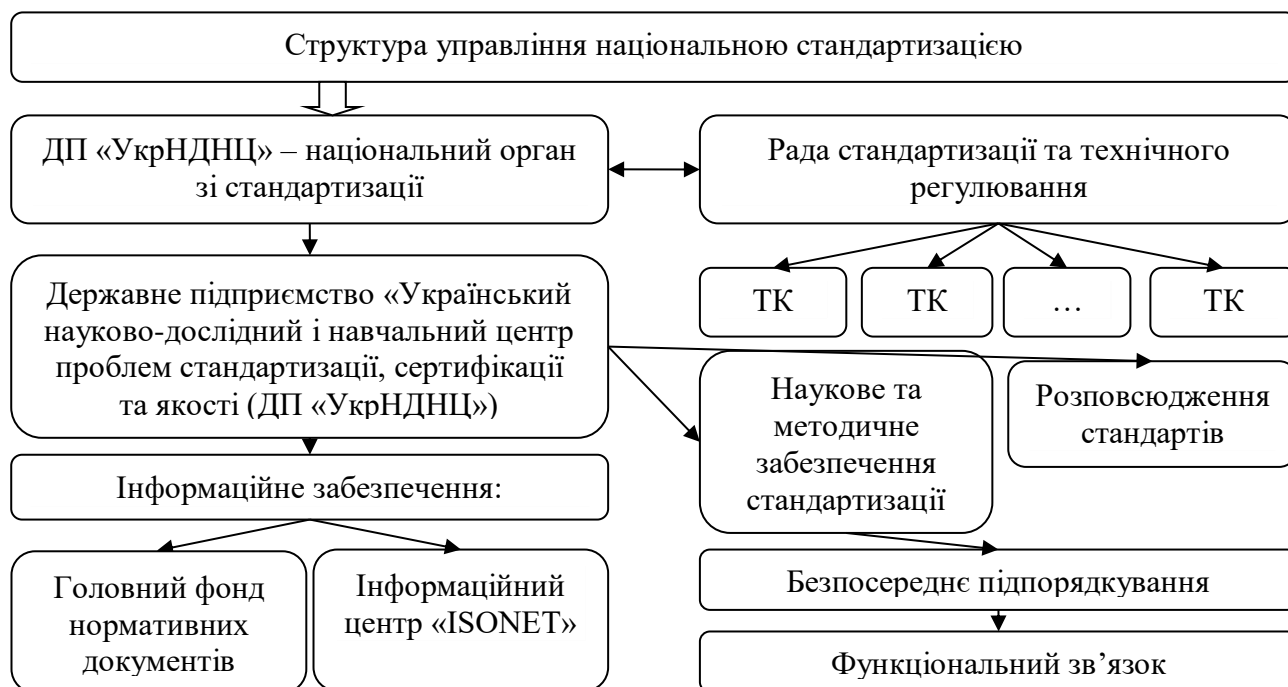


Рис. 1.1. Структура управління національною стандартизацією в Україні

[26, с. 212]

Протягом майже трьох десятиліть сталий розвиток вважався оптимальною стратегією для збалансованого управління туристичними напрямками. Однак постійні трансформації системи туризму, соціально-культурні складності приймаючих громад, динаміка життєвих циклів місць призначення, а також невизначеність і нестабільність міжнародної економіки разом із новими тенденціями на ринку туризму перешкоджають стійкості [12, с. 31]. Незважаючи на міждисциплінарний підхід, лінійні методи та редукціонізм багатьох дослідників не змогли врахувати перехідний стан туристичної системи та постійні зміни в приймаючих громадах [14, с. 137]. Думка про те, що інструменти розвитку ринку надання туристичних послуг, такі як вантажопідйомність, екологічна обізнаність, напруженість місця та індекс привабливості місця призначення, можуть успішно вирішувати проблеми місцевого управління туризмом, продовжує пронизувати в науковому туризмі [16, с. 115].

У статті 18 чинного Закону України «Про туризм» [1] визначено, що завданнями державної системи стандартизації у сфері туристичної діяльності є наступні:

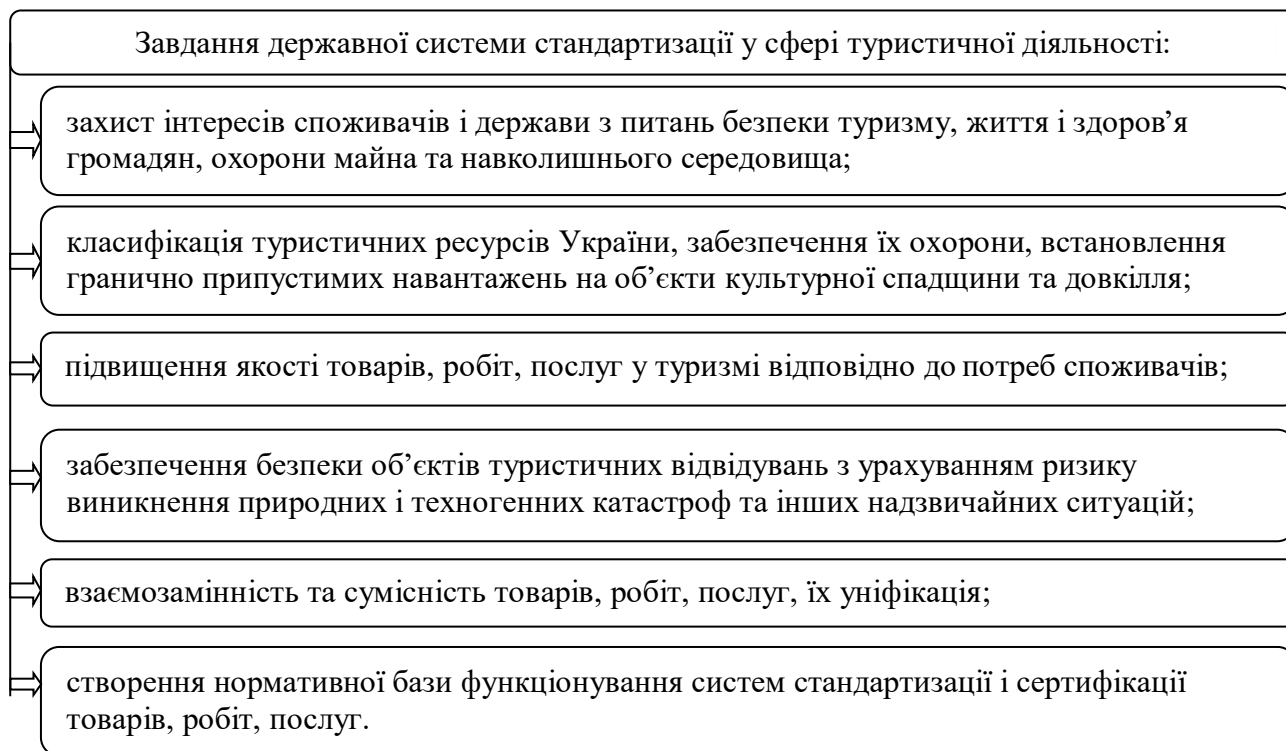


Рис. 1.2. Завдання державної системи стандартизації у сфері туристичної діяльності [1]

Сталий розвиток з'являється в туристичній літературі як головна передумова відмінності та життєздатності кожного пункту призначення в довгостроковій перспективі [10, с. 71]. Міжнародні та міжурядові організації, такі як Програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) і Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), пропагують сталий туризм як ідеальний «баланс» між економічною життєздатністю, екологічною відповідальністю та соціально-культурним процвітанням [38]. Проте це поняття «балансу» серед критеріїв стійкості зазнало суворої критики через очевидну неспроможність стійкості в однаковій мірі врахувати економічні, екологічні та соціально-культурні наслідки туризму, часто приховуючи той факт, що економічне зростання місць призначення є основним фактором занепокоєння [44]. ЄС також дотримувався цього принципу «узгодженості балансу» для управління туризмом, як «ідеального» процесу для захисту природних ресурсів, просування культурної ідентичності, підвищення конкурентоспроможності та покращення вітчизняної економіки, особливо менш розвинених напрямків [34, с. 71]. У 2007

році Європейська комісія прийняла нову туристичну політику, розробивши «Порядок денний для сталого та конкурентоспроможного європейського туризму». Метою порядку денного було «підвищення конкурентоспроможності європейської індустрії туризму шляхом створення більшої кількості та кращих робочих місць за рахунок розвитку ринку надання туристичних послуг в Європі та в усьому світі» [42].

Сертифікація туризму також є пріоритетом для Європейського Союзу (ЄС). Варто відзначити, що створення добровільних стандартів як невід'ємної частини туристичної політики ЄС допоможе зберегти лідируючі позиції європейських туристичних напрямків, підвищити підприємницькі навички професіоналів у сфері туризму та сприяти стійкості туризму шляхом надання коштів державним органам, неурядовим організаціям, дослідженням інституції та професійні організації та особливо малі/середні туристичні підприємства [15, с. 35]. Середземноморський стандарт сталого туризму (MESST) був однією з таких сертифікаційних ініціатив, фінансованих програмою INTERREG III В ARCHIMED, і його кінцевою метою було стимулювання співпраці між регіональними та місцевими туристичними напрямками Південно-Східної Європи, підвищення їхньої конкурентоспроможності, покращення якості туристичних послуг і запровадження розвитку ринку надання туристичних послуг [39].

Відповідно до українського законодавства розрізняють міжнародну, регіональну і національну стандартизацію:

– міжнародна стандартизація – проводиться на міжнародному рівні, у ній можуть брати участь відповідні органи стандартизації всіх країн;

– регіональна стандартизація – проводиться на відповідному регіональному рівні, у ній можуть брати участь відповідні органи країн певного географічного або економічного простору;

– національна стандартизація – проводиться на рівні однієї країни при участі національного органа зі стандартизації [16].



В Україні з усієї розмаїтості послуг у сфері туризму обов'язковій сертифікації підлягають тільки послуги розміщення та послуги харчування. Добровільна сертифікація проводиться з ініціативи самих суб'єктів туристичної діяльності на відповідність їх послуг вимогам національних стандартів, які не є обов'язковими, а носять тільки рекомендований характер [45]. Послуги туристичних фірм, які можуть бути сертифікованими, наведені на рис. 1.3.

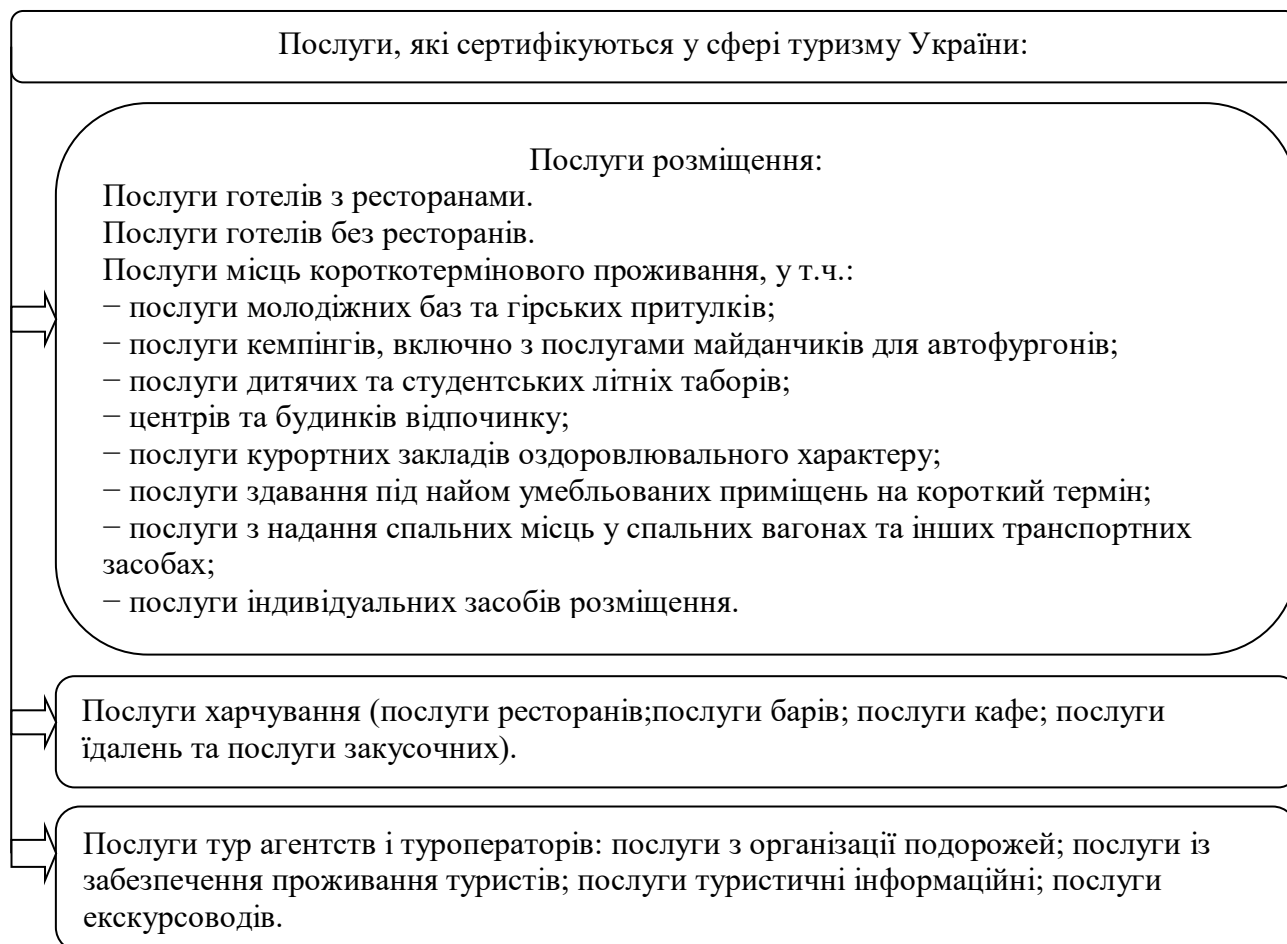


Рис. 1.3. Послуги, які сертифікуються у сфері туризму України [30, с. 112]

Хоча важливість стійкості для розвитку туризму незаперечна, кілька вчених висловлюють серйозні сумніви щодо застосовності концепції до всіх типів напрямків [12, с. 35]. Зазвичай стійкість слугує загальним терміном для багатьох туристичних практик і заходів, які лише нечітко можна асоціювати з принципами сталості [17]. Загалом, підхід до розвитку ринку надання туристичних послуг безуспішно намагається поставити в той самий контекст різноманітні інтереси різних учасників або місцевих зацікавлених сторін [12].

Досвід показав, що втілення сталого туризму на практиці за допомогою різних схем або систем є проблематичним через «погано визначений характер концепції», її теоретичну розпливчастість і невідповідне використання методології [26, с. 215]. У багатьох випадках місцеві фахівці не передбачають жодних конкретних переваг від прийняття стандартів розвитку ринку надання туристичних послуг, оскільки хронічні проблеми розвитку місцевого туризму, такі як сезонність, конкурентоспроможність, високі податки, підвищення цін на землю та різні зовнішні ефекти, залишаються невирішеними.

Сертифікація розвитку ринку надання туристичних послуг є інструментом підвищення якості індустрії туризму, підвищення конкурентоспроможності напрямків і усунення впливу розвитку туризму на навколишнє середовище [19, с. 267]. Для вимірювання та моніторингу розвитку ринку надання туристичних послуг дослідники [16, с. 117] розробили різні типи методів, такі як Індекс сталого туризму (STI), Критерії Глобальної ради сталого туризму, Система систематичних показників (SIS), аналіз важливості-результативності (IPA) або структура SERVQUAL [29].

Таким чином, успіх туристичної сертифікації як методу розвитку ринку надання туристичних послуг є суперечливим. Щоб стандарти були працездатними, запровадження глобальної сертифікації, впровадження «експертних» знань, створених неурядовими організаціями, і створення нормативних актів, орієнтованих на сталий розвиток, має відповідати місцевій практиці, культурному контексту та суспільним особливостям. Варто відзначити, що практична корисність та економічна вигода стандартів туризму для приймаючих країн були обмежені. Стандартизація в туризмі, як і сертифікація, являє собою один зі способів державного регулювання туристичної діяльності.

## 1.2. Види стандартів у сфері туризму

Сучасні політико-правові та соціально-економічні процеси та глобальні виклики призводять до значних законодавчих змін та актуалізують проблеми формування, розвитку, організації та функціонування комплексних правових сфер у правовій системі України. Це об'єктивно зумовлює суттєві зміни в системі права, появу нових галузей та інтеграційних юридичних утворень, у тому числі міжгалузевого характеру. Серед них важливу роль у сфері туризму відіграє система правових норм, що регулюють суспільні відносини. За рахунок акумулювання різних видів діяльності, пов'язаних із створенням, розповсюдженням, обміном і споживанням туристичного продукту, а також відповідних ресурсів, ринків і соціальних інститутів розширюється сфера правового регулювання і, як наслідок, відносно самостійна галузь права – зароджується туризм. У цьому контексті логічно дослідити його первинну категорію – норми туристичного права. Тому актуальним науковим завданням є визначення поняття, характеристики та структури туристичних правових норм, а також класифікація туристичних норм за різними ознаками [18, с. 31].

Основні нормативні документи зі стандартизації в Україні систематизовано представлені у Додатку А. Варто звернути увагу, що у теперішній час термін «державний стандарт» перетворено на «національний стандарт» згідно зі статтею 1 «Основні терміни та їх визначення» Закону України «Про стандартизацію»: «національні стандарти – державні стандарти України, прийняті центральним органом виконавчої влади з питань стандартизації та доступні для широкого кола користувачів» [32, с. 772].

Держава проголосила туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, а також створення належних умов для туристичної діяльності (ст. 6 Закону України «Про туризм») [1]. Отже, зміст діяльності держави щодо регулювання туризму визначається законом. Адже туризм охоплює велику кількість людей і ресурсів, тому не може залишатися без особливих правових, організаційних та економічних причин впливу, серед

іншого для обмеження негативних проявів конкуренції та забезпечення основ соціального захисту туризму. Тому туризм і пов'язана з ним діяльність суб'єктів господарювання потребує виваженого та системного підходу у створенні законодавчих засад провадження туристичної діяльності та забезпечення безпеки туризму як для суб'єктів туристичної діяльності, так і для суб'єктів права в туризмі, особливо споживачів туристичних послуг. Правове регулювання туризму необхідно насамперед назвати та пов'язати з необхідними та достатніми вимогами, які відображають інтереси суспільства в цілому та диктуються сучасними тенденціями соціально-економічного розвитку [27, с. 85].

Інформацію про національні стандарти України, що застосовуються у сфері туризму, представлено на рис. 1.4, яку створено за матеріалами офіційного сайту Державної служби туризму і курортів України та на підставі чинних нормативних документів зі стандартизації.

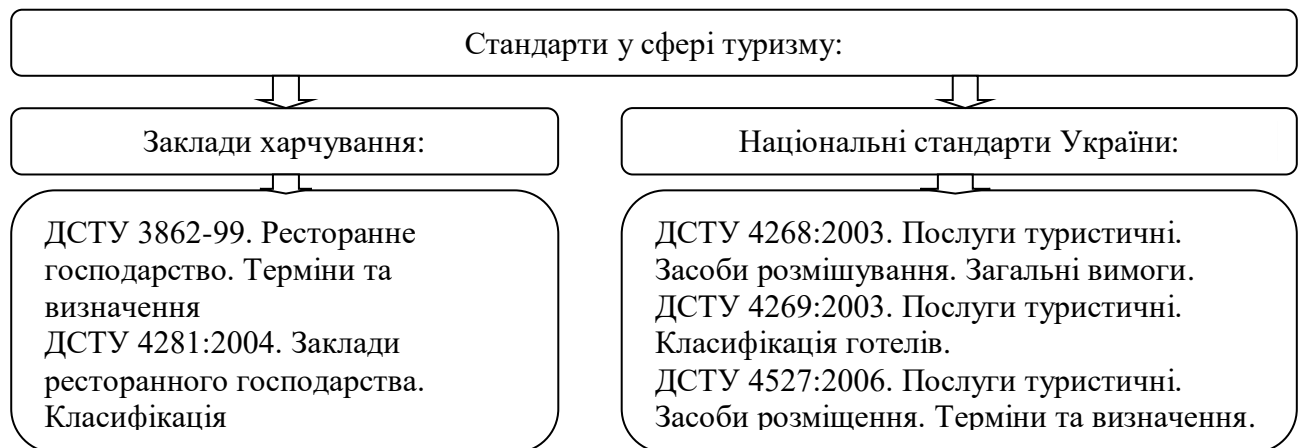


Рис. 1.4. Стандарти у сфері туризму (побудовано на основі [4-8])

Туризм, як синтетична комплексна сфера діяльності, потребує державної підтримки та регулювання багатопланової, розгалуженої мережі економічних систем, траєкторія якої включає понад 40 суміжних галузей національної економіки (транспорт, зв'язок, харчування). Світова практика доводить необхідність впливу органів державної влади на розвиток туризму. Зокрема, у Гаазькій декларації з туризму зазначено, що органи державної влади повинні

планувати туризм на комплексній та послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього явища [24, с. 84].

Відповідно до позиції Всесвітньої туристичної організації, на сучасному етапі розвитку туризму лише держава та уряд відіграють основну, якщо не єдину роль, а інші учасники лише долучаються [38]. Аналіз Всесвітньої туристичної організації (ВТО) показує, що в більшості країн світу державна туристична політика реалізується як безпосередньо через центральні органи виконавчої влади – національні туристичні організації та інші установи, так і опосередковано правові інструменти підтримки туристичної інфраструктури та міжнародної політики. Туристична політика має риси, характерні для загальної політики держави. Водночас на його розвиток впливають і деякі специфічні чинники: природні особливості країни, розвиток транспортної галузі, соціальні чинники (побут людей, система відпочинку); фактори, пов'язані зі створенням економічних основ розвитку туризму (стабільні валютно-фінансові та зовнішньоекономічні зв'язки); правові чинники, пов'язані зі створенням та дією туристичного законодавства.

### **1.3. Порядок обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення в Україні**

З 1 жовтня 1999 р. послуги з розміщення та гостинності в Україні підлягають обов'язковій сертифікації, яка проводиться за відповідними правилами [30, с. 98]. Суб'єктами обов'язкової сертифікації є послуги з розміщення, що надаються суб'єктами туристичної діяльності в колективних та індивідуальних місцях розміщення (готелі, молодіжні туристичні бази та гірські притулки, кемпінги та автостоянки, літні дитячі та студентські табори, бази відпочинку тощо), будинки, санаторії та оздоровниці. і профілакторії, морські та річкові кораблі тощо) [33, с. 53].

Порядок проведення обов'язкової сертифікації послуг розміщення включає 7 основних етапів (рис. 1.5).

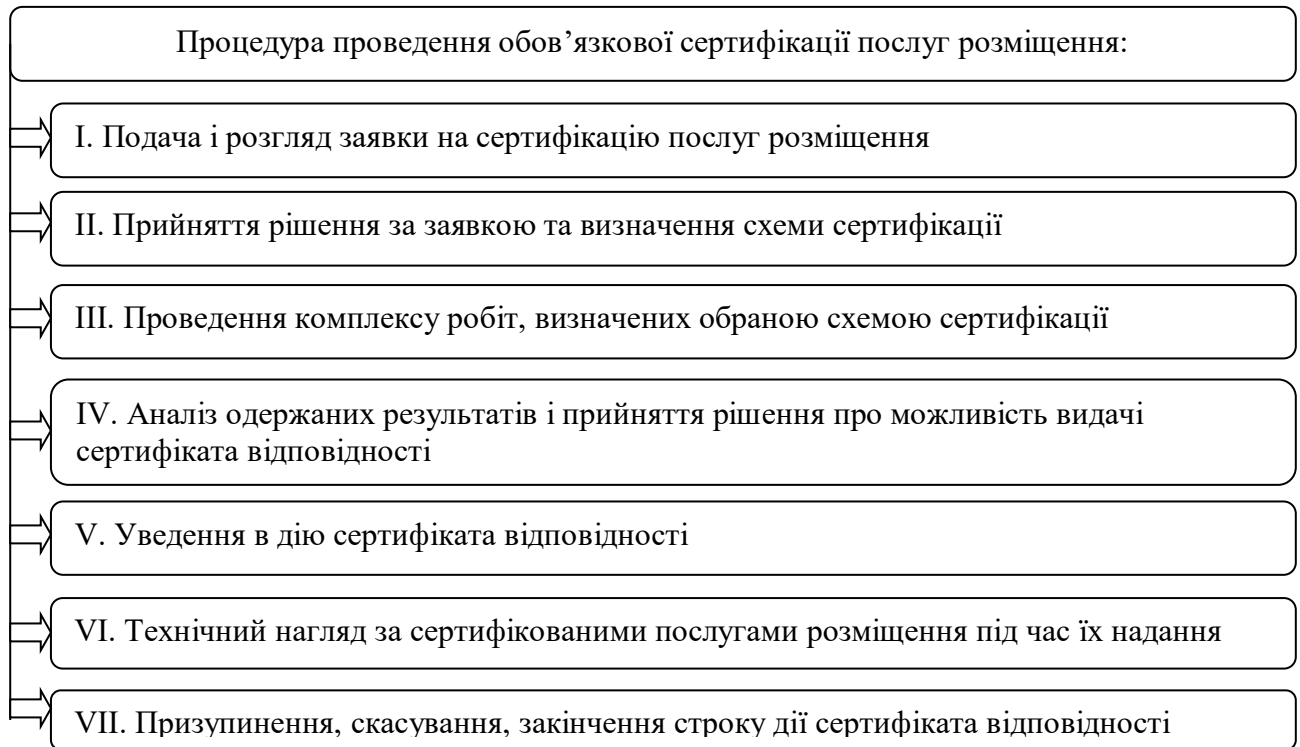


Рис. 1.5. Процедура проведення обов'язкової сертифікації послуг розміщення  
[26, с. 215]

В Україні ж класифікацію готелів здійснюють за категоріями згідно з Національним стандартом України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [7]. При цьому керуються загальною характеристикою готелю, яку визначають комплексом вимог до матеріально-технічної оснащеності, переліку надаваних послуг, кваліфікації персоналу.

Категорії позначають символом – «\*» (зірка). Готелі класифікують за п'ятьма категоріями. Найвищу категорію готелю позначають – «\*\*\*\*\*», найнижчу – «\*». Категорію готелю зазначають на його вивісці, на квитанціях, у реєстраційній картці гостя та в рекламних документах [7].

Обов'язкова сертифікація послуг розміщення у Системі УкрСЕПРО здійснюється з метою встановлення відповідності цих послуг обов'язковим вимогам нормативних документів та нормативно-правових актів, уключених до Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні.

Історія запровадження обов'язкової сертифікації послуг тимчасового розміщення в Україні свідчить про часті зміни та реорганізацію її центрального органу, що не сприяло розвитку туризму. Сьогодні в нашій державі створено Державне агентство розвитку туризму, яке є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого керує і координує Кабінет Міністрів України через Міністра культури та інформаційної політики та реалізує державну політику у сфері туризму та курортів. Правовою основою державного регулювання туризму в Україні є Конституція України, Закон «Про туризм України» та «Про курорти України».

Під державним регулюванням туристичної діяльності слід розуміти систему заходів і заходів держави щодо вибору та застосування системи засобів, за допомогою яких здійснюється прямий чи опосередкований вплив на об'єкти та суб'єкти туристичної діяльності, створюється сприятливе середовище для розвитку цього виду діяльності [28, с. 39]. Основною метою державного регулювання туристичної галузі є: 1) створення конкурентоспроможного та ефективного туристсько-рекреаційного комплексу, здатного задовольнити потреби вітчизняних та іноземних громадян у туристичному обслуговуванні, суттєвий внесок у розвиток туризму, економіка країни та регіону за рахунок збільшення кількості робочих місць та податкових надходжень до бюджету; 2) Підвищення ефективності використання потенціалу туристично-рекреаційного комплексу України в рамках побудови соціально орієнтованої економіки [19, с. 271].

Міжнародна практика визначила чотири моделі державного регулювання туристичної діяльності. Перша модель базується на відсутності центрального державного управління туризмом, де питання вирішуються на принципах ринкової «самоорганізації». Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу — міністерства, — який контролює діяльність усіх туристичних підприємств країни. Третя модель характерна для розвинутих європейських держав і називається «європейською». У цих країнах питання розвитку туризму вирішуються в рамках багатогалузевого міністерства

на рівні відповідного галузевого підрозділу. Четверта модель державного регулювання розвитку туристичної діяльності (змішана) передбачає створення єдиного міністерства, яке охоплює туристичну діяльність та інші суміжні сфери. Залежно від моделі державного регулювання, прийнятої в тій чи іншій країні, різняться підходи до контролю за здійсненням підприємницької діяльності у сфері туризму.

Обов'язкова сертифікація послуг харчування в системі УкрСЕПРО проводиться відповідно до обов'язкових положень чинних в Україні нормативних документів, під час якої перевіряються вимоги до безпеки та екологічності послуг, умов надання послуг, а також методи необхідно застосовувати, які дають змогу [32, с. 795]:

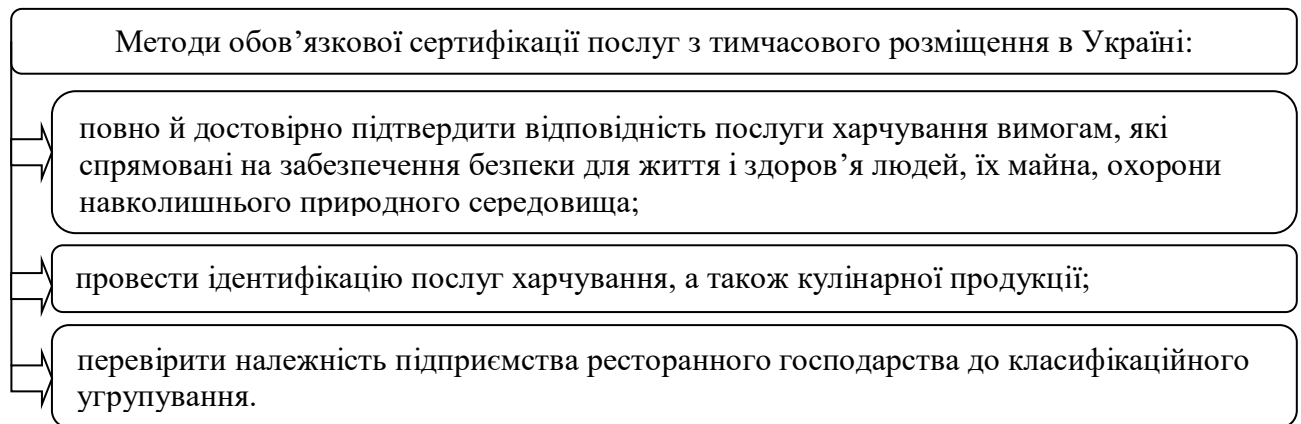


Рис. 1.6. Методи обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення в Україні [30, с. 68]

Отже, обов'язкова сертифікація послуг харчування у Системі УкрСЕПРО здійснюється на відповідність обов'язковим вимогам чинних в Україні нормативних документів.



## РОЗДІЛ 2

# СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

### 2.1. Нормативно-правове забезпечення національної системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг в Україні

Туристична сфера займає вагоме місце в суспільстві, приймаючи на себе важливі функції по відновленню психофізіологічних ресурсів населення, підвищенню працездатності людини і більш раціонального використання вільного часу, забезпеченню зайнятості людей і росту їх доходів, спрямованість на підтримку і відновлення інфраструктури регіонів тощо. Отже, значний вплив на розвиток туризму має і політичний стан як у світі в цілому, так і в окремих країнах.

Узгодження стану туристичного попиту та пропозиції повинно здійснюватися шляхом регулювання сфери туризму і подорожей в інтересах розвитку країни в цілому або регіону [38]. Регулювання діяльності у сфері туризму в більшості країн світу відбувається за участю державного і приватного секторів. Результати досліджень, проведених Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), показали зростаюче участь приватних структур у процесі розвитку міжнародного туризму при активній їх підтримці з боку держави [38].

Держава має поширювати інформацію як серед працівників сфери туризму, так і серед громадськості з тим, щоб підвищити рівень обізнаності з питань безпеки та захисту туристів; заохочувати усіма необхідними заходами підготовку представників різних професій, прямо або опосередковано відповідають за безпеку і захист туристів.

У процесі туристичного виробництва інтерес у держави повинні, у першу чергу, викликати:

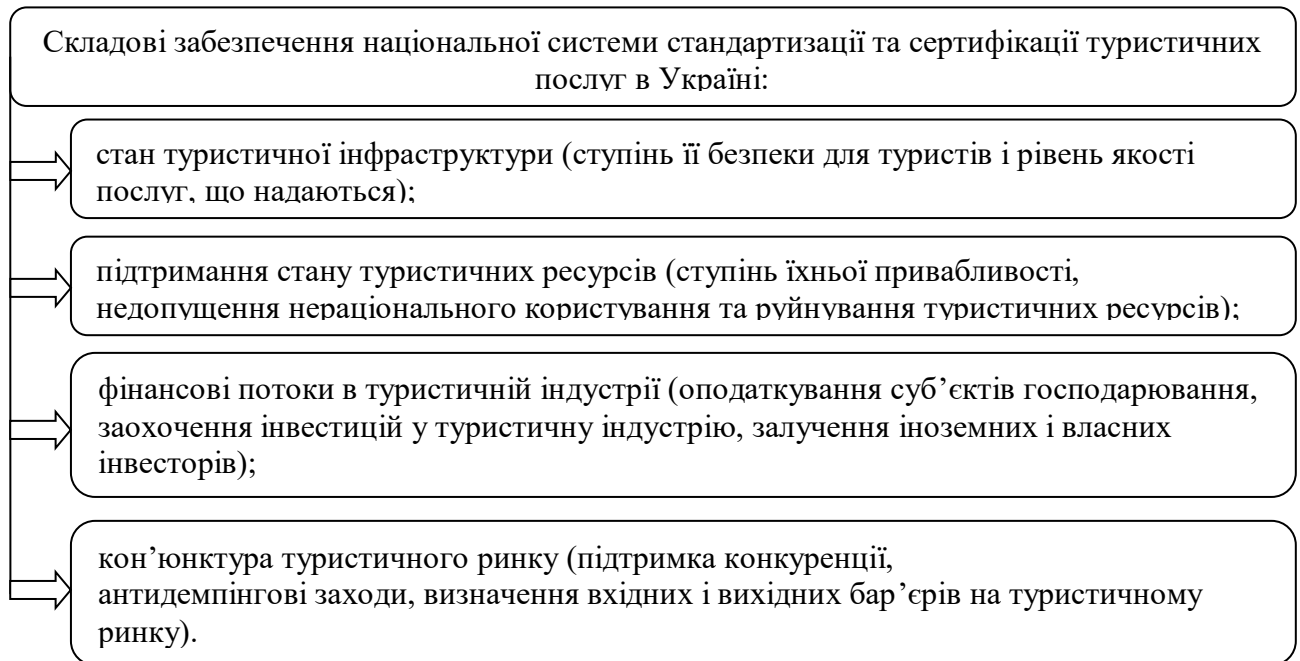


Рис. 2.1. Складові забезпечення національної системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг в Україні [30, с. 112]

Убачається за необхідне реалізацію державної політики в туристичній сфері здійснювати за двома основними узагальненими напрямками на системній основі.

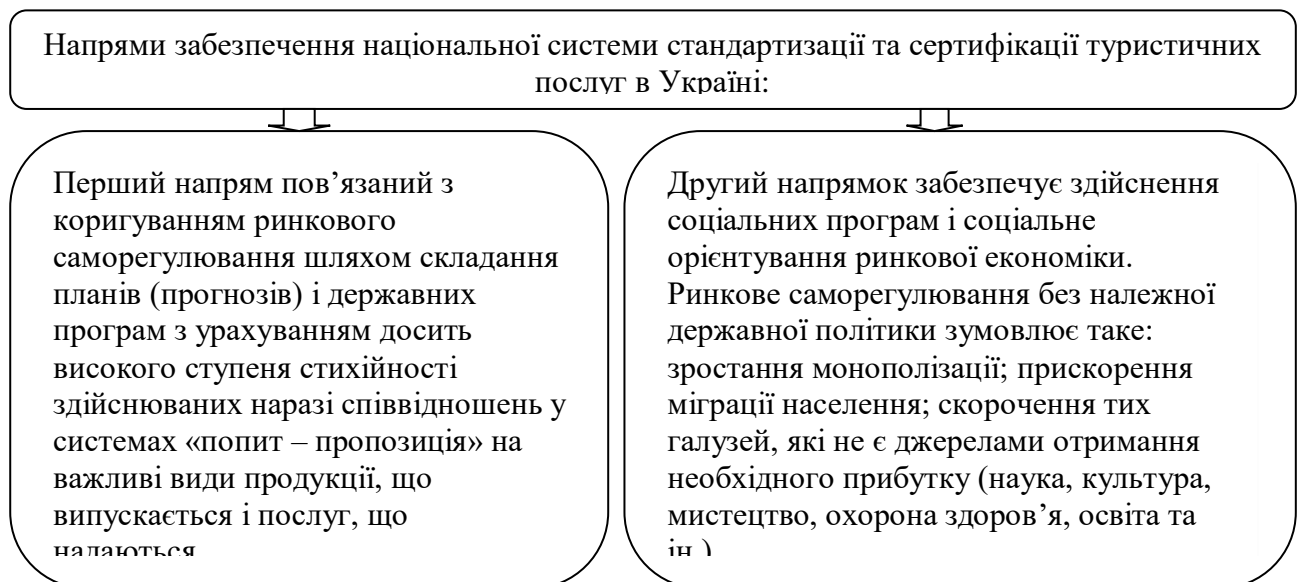


Рис. 2.2. Напрями забезпечення національної системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг в Україні [30, с. 114]

Таким чином, державна політика у сфері туризму може здійснюватися шляхом впливу на розширення туристичного ринку та здійснення відповідної соціально-економічної політики. Вплив на розширення туристичного ринку вимагає розробки ринкової стратегії просування туристичного продукту. Стратегія являє собою вибір довгострокової оптимальної моделі поведінки на туристичному ринку, виходячи з його особливостей. За стратегічного підходу відповідні дії з боку державного і приватного секторів обов'язкові.

В Україні існують усі передумови для розвитку туристичної сфери. Туристичний потенціал нашої країни на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить досить низька частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. За оцінками Всесвітнього економічного форуму, в 2018 році Україна очолила рейтинг країн з найменшою часткою туристичної індустрії у ВВП – лише 1,4% [38]. У 2018 році обсяг створеної у туризмі доданої вартості склав 1,3 млрд доларів, що є одним з найнижчих показників у Європі. Але вже у 2019 році частка туристичної галузі в структурі ВВП України зросла і становила 5,4% (184,2 мільярди гривень).

Протягом 2017-2021 років загальна кількість туристів в Україні змінювалась нерівномірно. Значне зростання відбулося у 2020 році – до 6132 тисяч осіб, що на 140 % більше порівняно з 2017 роком. (табл. 2.1). Проте, вже у 2021 році відмічається значне падіння цього показника (до 2360 тис або майже на 7,5 % порівняно з 2017 роком і на 61,5% у порівнянні з 2020 роком), що зумовлено спалахом пандемії COVID-19 та введенням у зв'язку з цим обмежувальних заходів в Україні та і майже в усьому світі.

Таблиця 2.1

Динаміка кількості туристів в Україні за видами туризму (тис.) [37]

Показник	Рік				
	2017	2018	2019	2020	2021
Усього	2550	2806	4557	6132	2360
в'їзних туристів	35	39	76	87	12
виїзних туристів	2061	2290	4024	5525	2126
внутрішніх туристів	454	477	457	520	222

Зниження кількості туристів відмічається у 2021 році за всіма видами туризму. Протягом досліджуваного періоду переважна більшість туристів становили виїзні туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон. Їх кількість поступово збільшувалась з кожним роком і досягла максимального показника у 2020 році – 5525 тисяч осіб. Проте, у 2021 році цей показник скоротився на 61,5 %. Кількість в'їзних (іноземних) туристів протягом 2017-2020 років також зростала, хоча цей показник найменший серед усіх видів туризму. Найбільша кількість іноземних туристів, які відвідали Україну спостерігалась у 2020 році – 87 тисяч осіб, а у 2021 році цей показник скоротився більш як в 4 рази і склав 12 тисяч [37].

Одним із пріоритетних завдань туристичної галузі є розвиток саме внутрішнього туризму. Проте, кількість туристів, що подорожують Україною зростає не такими швидкими темпами. Так, у 2017 році кількість внутрішніх туристів була 454 тисячі осіб, а у 2020 склала 520 тисяч, тобто відмічається зростання на 14,5%. Однак, у 2021 році цей показник скоротився більш як вдвічі (з 454 тисяч осіб у 2017 році до 222 тисячі у 2021 році).

Протягом останніх років можна виділити наступні тенденції, які стимулюють розвиток туризму:

- бажання туристів отримати місцевий досвід – познайомитися з культурою та традиціями, місцевою кухнею, тощо;
- збільшення кількості подорожей з метою відвідування певної події: спортивних змагань, музичного концерту чи фестивалю, тощо [40].

На сьогодні визначені такі функції туризму: рекреаційна, культурна, економічна, просвітницька, гуманітарна, екологічна, виховна, релігійна, соціальна. Науковці вважають основними функціями традиційного туризму економічну, соціальну, гуманітарну, екологічну рекреаційну. Функціями стандартизації та сертифікації туристичних послуг є: економічна, пізнавальна, рекреаційна, дозвіллева і розважальна, зазначаючи, що останні три функції носять суб'єктивний характер. Але комплексність стандартизації та сертифікації туристичних послуг відображає більш широкий спектр функцій, реалізація яких

має тісний взаємозв'язок з іншими видами туризму [6]. Стандартна організація турів включає в себе використання ресурсів: кадрові, організаційно-управлінські, інфраструктурні, природні, інформаційні, культурні.

Відповідно до Закону України «Про туризм» державна політика туристичної сфери здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади у сфері туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції [1]. Починаючи з 8 квітня 2011 року, органом виконавчої влади у сфері туризму є Державне агентство України з туризму і курортів [40].

Стандартизація – одним з організаційно-правових засобів забезпечення туристичної діяльності в Україні, метою якого є захист прав та інтересів туристів і сумлінних виробників турпродукту. В Україні більшість регуляторних нормативних актів – це стандарти того чи іншого змісту, що підтверджує тісний зв'язок процесів сертифікації та стандартизації, а також велике значення останньої для розвитку всій туристичної індустрії [26, с. 170].

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності в Україні спрямована на таке: захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорону майна і навколишнього середовища; класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони, установлення гранично допустимих навантажень на об'єкти культурної спадщини та навколишнього середовища; підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів; забезпечення безпеки об'єктів туристичних відвідувань з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій; взаємозамінність та сумісність товарів, робіт, послуг, їх уніфікацію; створення нормативної бази функціонування систем стандартизації та сертифікації товарів, робіт, послуг [34, с. 68].

У продовження відзначимо, що основні завдання стандартизації у сфері туризму полягають у встановленні:

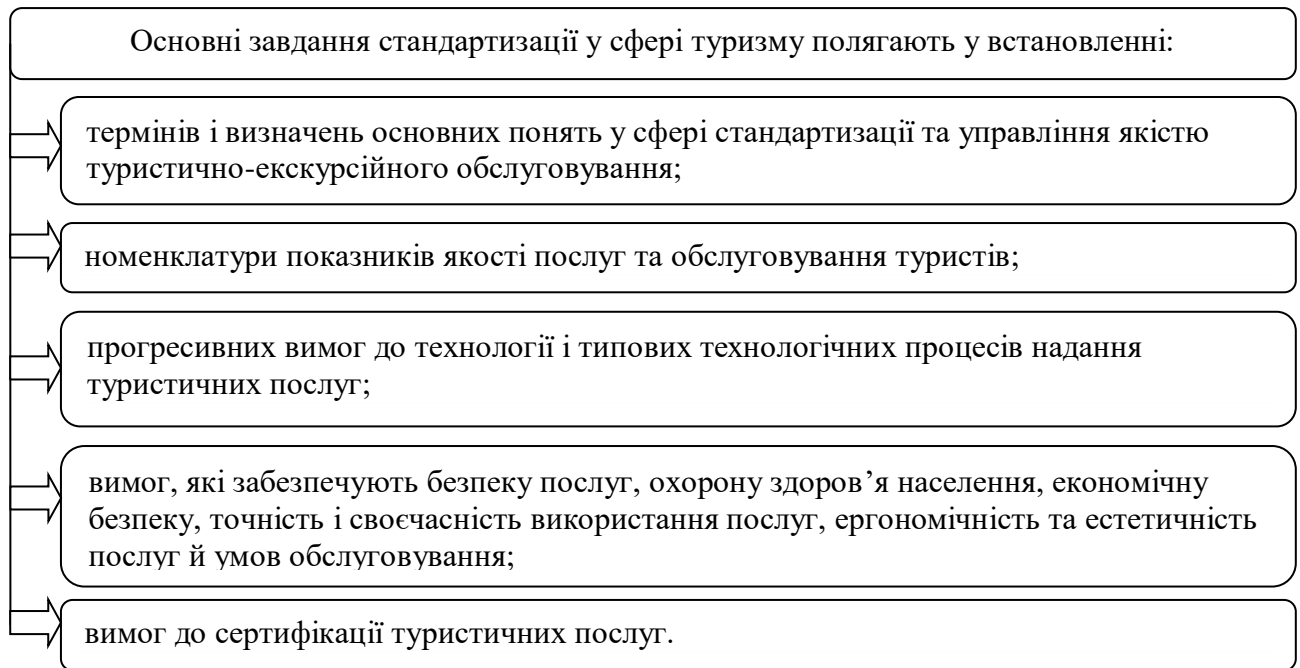


Рис. 2.3. Основні завдання стандартизації у сфері туризму [2]

Сертифікація системи якості туристичної діяльності дозволяє підвищити конкурентоспроможність послуги, і є визнаним у світі способом незалежного підтвердження відповідності послуги встановленим вимогам. Сертифікація може носити як обов'язковий, так і добровільний характер. Наразі сертифікація туристичної діяльності в Україні має добровільний характер. Обов'язкова сертифікація туристичних послуг у зв'язку зі зближенням законодавства України та законодавства ЄС була скасована. Закон України «Про туризм» передбачає два предмети контролю: якість послуг, що надаються, і дотримання ліцензійних умов, стандартів, норм, правил здійснення туристичної діяльності [1].

Для забезпечення туру використовують не тільки базову туристичну інфраструктуру (розміщення, харчування, транспорт), але і спеціалізовану, залежно від виду туризму. Перевагою стандартизації та сертифікації туристичних послуг є використання потенціалу події не тільки як додаткового ресурсу, але і як підсилювача певної функції туризму. Стандартизація та сертифікація туристичних послуг через підсилення основних функцій туризму стимулює розвиток інших напрямків туристичної галузі. Зміст організованої події є ключовим для реалізації вищезазначених функцій. Це універсальний засіб

формування і координації туристичних потоків до запланованого місця призначення, з одного боку, і створення мікросередовища приймаючої сторони – з іншого [15, с. 34].

Отже, найважливішими інструментами державного регулювання діяльності туристичних організацій та захисту прав споживачів туристичних послуг є стандартизація, сертифікація та ліцензування у туризмі. Цілями стандартизації у сфері туристичної діяльності є забезпечення рівня якості та безпеки споживання туристичного продукту або туристичних послуг, які заявлені виробником та захист інтересів споживачів цих послуг від нездорової конкуренції на ринку. Об'єктом стандартизації в туристичній діяльності є послуга, процес надання послуги або її результат, що підлягають стандартизації.

## **2.2. Аналіз особливостей організації стандартизації туристичних послуг в Україні**

Успіх туристичного бізнесу залежить, перш за все, від ефективності управління основною операційною діяльністю, зокрема від економічно обґрунтованої програми виробництва і реалізації специфічного товару турпідприємств – туристичного продукту та окремих туристичних послуг (продуктової програми). Від відповідності обсягів, асортименту та номенклатури пропозиції послуг турпідприємств платоспроможному попиту споживачів на цільовому ринку туристичних послуг та ресурсному потенціалу підприємства залежать фінансові результати і конкурентоспроможна позиція туристичної фірми на видовому регіональному ринку.

Туризм, згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization – UNWTO) [38], вважається однією з найбільш швидко зростаючих секторів економіки в глобальному, регіональному та місцевому плані. Керований відносно сильною світовою економікою, зростаючим середнім класом країн, що розвиваються, технологічним прогресом, новими бізнес-моделями, доступними витратами на поїздки та полегшенням оформлення віз,

в'їзний туризм у 2019 р. зріс на 5%, досягнувши позначки в 1,4 млрд. Водночас прибутки від експорту, отримані від туризму, зросли до 1,7 трлн дол. [39]. Це робить цей туристично-рекреаційний потенціал справжньою глобальною силою для економічного зростання та розвитку територій, підвищення їх конкурентоспроможності, що сприятиме створенню робочих місць та слугуватиме каталізатором інновацій та підприємництва.

Забезпечення досягнення стратегічних цілей та реалізації пріоритетних напрямків державної політики в галузі туризму, узгодженості і задоволеності інтересів держави та суб'єктів туристичного ринку за рахунок впровадження оптимальної моделі державного регулювання та сприяння розвитку підприємницьких процесів у туристичній галузі можливо за рахунок розбудови відповідної нормативно-правової та інституційної бази.

Нормативно-правове забезпечення розвитку ринку туристичних послуг щільно взаємопов'язано та взаємообумовлене з його інституційним базисом. Так, досягнення проголошених цілей та окреслених пріоритетних напрямків розвитку туризму в державі можливо за рахунок системної взаємодії та чіткої регламентації повноважень органів державної влади з питань регулювання та управління туристичною галуззю, які утворюють інституційне забезпечення формування та розвитку ринку туристичних послуг. Інституційне підґрунтя розвитку туристичного ринку забезпечується Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, мережею державних органів інституційно-правового управління та регулювання розвитку туризму, Місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування та місцевими органами, що здійснюють регулювання в галузі туризму. Окрему групу утворюють неурядові туристичні організації та асоціації універсального та спеціалізованого характеру.

Україна сповнена широко відомих і зовсім невідомих, але водночас надзвичайно красивих туристичних місць. Країни з економікою, що розвивається, можуть більше запропонувати мандрівникам і стають все більш популярними як туристичні напрямки. Маючи сім об'єктів Світової спадщини



ЮНЕСКО, Україна має багато історико-культурних та рекреаційних ресурсів, що відкриває значні можливості у туристично-рекреаційній сфері. Обсяг доходів від подорожей і туризму в економіці України з кожним роком зростає. Так, наприклад, у період 2016–2020 років спостерігалася тенденція зростання цього показника, де у 2020 році порівняно з 2016 роком обсяг надходжень від подорожей і туризму в українській економіці зріс вдвічі (рис. 2.4). Однак через пандемічні обмеження, які охопили весь світ, у 2021 році туризм дещо знизився [37]. Наприклад, у 2021 році порівняно з 2020 роком доходи від подорожей і туризму в економіці України скоротилися на \$2,3 млрд. США.

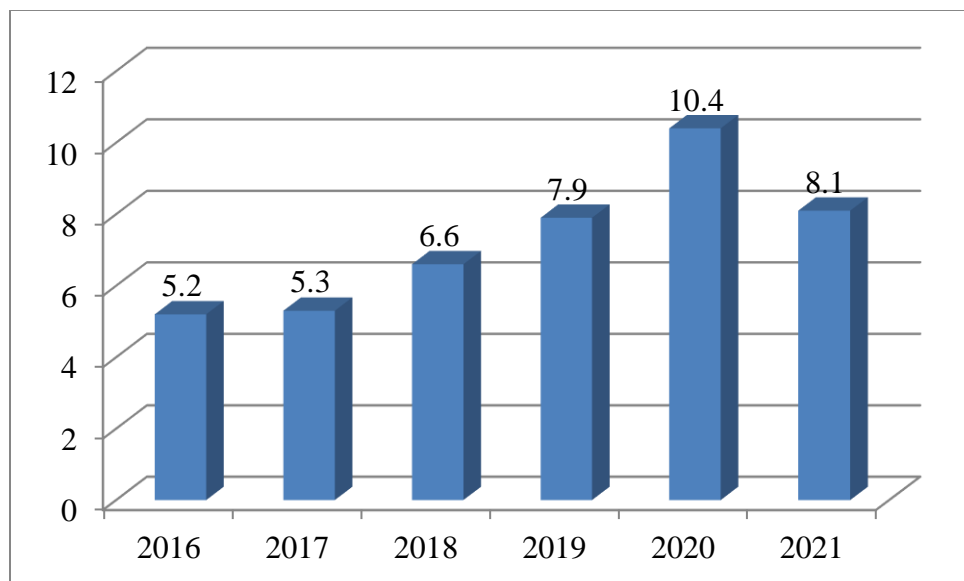


Рис. 2.4. Динаміка надходжень від подорожей та туризму в економіку України (млрд. дол. США) [37]

У відповідності до зростання надходжень від подорожей та туризму в економіку України збільшується частка цього виду економічної діяльності у ВВП. Так, в період 2016–2020 років частка цього виду економічної діяльності у ВВП тенденційно зростала від 5,7% у 2016–2017 роках до 6,8% – у 2020 році (рис. 2.5). Як зазначалось вище, зниження надходжень від подорожей та туризму в економіку України у 2021 році у порівнянні із 2020 роком призвело до скорочення частки цього виду економічної діяльності на 1,6% [37].

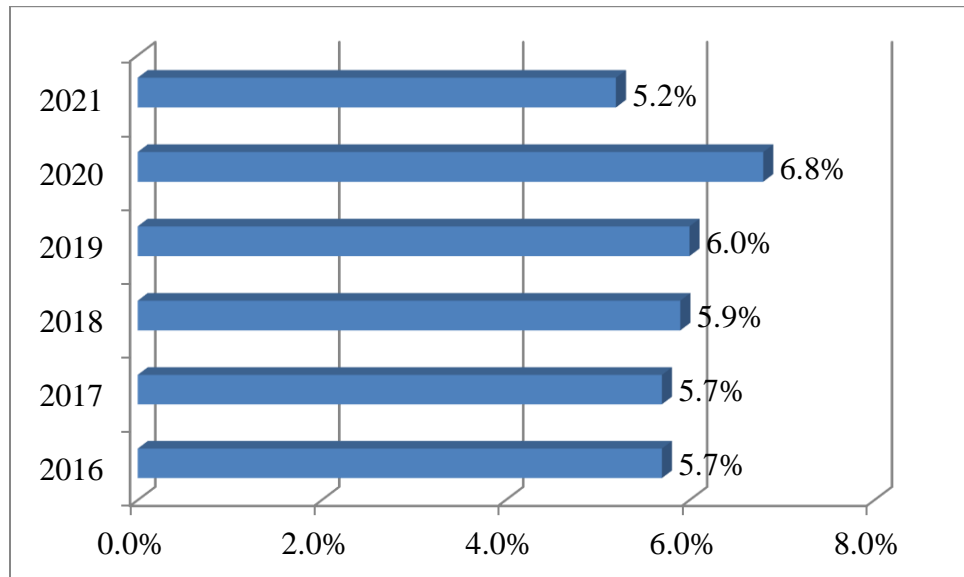


Рис. 2.5. Питома вага надходжень від подорожей та туризму у ВВП України (%) [37]

Слід зазначити, що внесок туристично-рекреаційного комплексу у ВВП достатньою мірою визначається розробкою та практичною реалізацією державних програм, спрямованих на створення сприятливих умов для розвитку туризму та рекреації. Так, наприклад, завдяки успішно реалізованим програмам у країнах Західної Європи та США досить ефективним був розвиток туристично-рекреаційного комплексу. Головним регулятором забезпечення такого розвитку стали ринкові відносини, завдяки чому ці країни здійснюють економічний прорив. Враховуючи викладене, доцільно констатувати, що розвиток туристично-рекреаційного комплексу не може бути ефективним, якщо він не регулюється відповідними державними інструментами та не забезпечується державна підтримка. Реалізація таких заходів дає змогу створити сприятливі умови для розвитку туризму та рекреації, а також визначити пріоритетні напрями, ініціювати та розробити концепції та програми, спрямовані на розвиток туризму та рекреації у зв'язку з їх фінансовою та кадрові ресурси, правове та інформаційне забезпечення.

Акцентуючи увагу на таких засадах, виникає необхідність у розкритті особливостей фінансування розвитку сфери туризму в Україні. Так, динаміка

залучення капітальних інвестицій у розвиток туристичної сфери є вкрай нестабільною, що пояснюється нестабільністю фінансового забезпечення цього виду економічної діяльності. В період 2018–2021 років туристичними агентствами та туристичними операторами найбільше було освоєно капітальних інвестицій у 2018 році (80070 тис. грн). У наступні роки обсяг освоєних капітальних інвестицій то скорочувався, то знову зростав і у 2021 році у порівнянні із показниками за досліджуваний період був найнижчим (31430 тис. грн) (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Капітальні інвестиції у туристичну діяльність в Україні (на прикладі діяльності туристичних агентств та туристичних операторів) [37]

Індикатори	2018	2019	2020	2021
Освоєно (використано) капітальних інвестицій, тис. грн.	80070	36479	54000	31430
Зокрема:				
у % загального обсягу капітальних інвестицій	0,019	0,007	0,009	0,007
у % до попереднього року	187,4	52,5	143,4	58,2

Тенденцію до зниження капітальних інвестицій у діяльність туристичних агентств і туроператорів у 2021 році можна пояснити ситуацією, що склалася на тлі пандемічних обмежень, спричинених COVID-19. У зв'язку з нестабільною динамікою зміни капітальних інвестицій у сферу туризму частка цих капітальних вкладень у господарську діяльність змінилася. Таким чином, із загального обсягу капітальних інвестицій, вкладених у всі види економічної діяльності в Україні, питома вага капітальних інвестицій, здійснених у сферу туризму, була найменшою у 2019 та 2021 роках і становила 0,009 відсотка.

Досліджуючи особливості розвитку рекреаційної сфери в Україні, доцільно звернути особливу увагу на розвиток колективних засобів розміщення. Так, у 2018–2020 роках кількість колективних засобів розміщення зросла, але у 2021 році відбулося зменшення на 812 одиниць порівняно з попереднім роком, що знову призвело до епідемічних обмежень, які торкнулися не лише України, а й усього світу (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

## Коллективні засоби розміщування [37]

<b>Індикатори</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Кількість колективних засобів розміщування, од.	4115	4719	5335	4523
з них у % до попереднього року	96,7	114,7	113,1	84,8
Кількість місць у колективних засобах розміщування, тис. од.	359,0	300,0	370,6	312,1
з них у % до попереднього року	95,6	83,6	123,5	84,2
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, тис. осіб	6661,2	7006,2	6960,9	3379,5
з них у % до попереднього року	101,8	105,2	99,4	48,5
Кількість іноземців, що перебували у колективних засобах розміщування, тис. осіб	824,5	917,9	959,4	254,4
з них у % до попереднього року	95,5	111,3	104,5	26,5

У період 2018-2021 років динаміка місць для колективного розміщення також була нестабільною. Після зменшення на 59 000 місць у 2019 році кількість місць зросла на 70 600 одиниць у 2020 році, а потім знову зменшилася у 2021 році на 58 500 одиниць. У 2021 році кількість осіб, які перебувають у колективних місцях проживання, порівняно з попереднім роком зменшилася на 105,8%. Що стосується іноземців, які перебувають у колективних приміщеннях, то тут тенденція ще більш негативна, оскільки у 2021 році цей показник зменшився на 277,1% порівняно з 2020 роком.

Сертифікація товарів, робіт і послуг у сфері туризму проводиться з метою гармонізації стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що поширюються на об'єкти відвідування та туристичні послуги, взаємодії туру недопущення продажу операторами, товарами, роботами і послугами життю, здоров'ю людей, майну та навколишньому середовищу. Застосування сертифікації створює передумови для успішного вирішення багатьох найважливіших соціально-економічних проблем суспільства. Запровадження гармонізованої з міжнародними стандартами сертифікації туристичного продукту є необхідною умовою інтеграції України у світовий туристичний простір.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження встановлено, що туристично-рекреаційний комплекс є одним із ключових видів економічної діяльності в Україні, без якого неможливий сталий розвиток національної економіки. Слід зазначити, що в досліджуваних 2016-2021 роках динаміка розвитку туристично-рекреаційного комплексу була вкрай нестабільною, особливо в останній рік. Пандемічні обмеження, спричинені COVID-19, негативно вплинули на показники розвитку туристично-рекреаційного комплексу України. Таким чином, у 2021 році порівняно з попередніми роками, а особливо порівняно з 2020 роком, національні економічні доходи від подорожей і туризму суттєво зменшилися, і, як наслідок, зменшилася частка доходів від подорожей і туризму у ВВП України. Пандемічні обмеження негативно вплинули на залучення капітальних інвестицій, спрямованих на розвиток туризму в Україні, а також на стан колективного розміщення. Акцентуючи увагу на таких негативних наслідках, варто зазначити, що туристично-рекреаційна діяльність має певний негативний вплив на національну економіку. Тому з метою зменшення наслідків пандемічних обмежень для розвитку туристично-рекреаційного комплексу доцільно впроваджувати заходи, що мінімізують вплив пандемічних ризиків за допомогою спеціально розроблених програм підтримки видів економіки, насамперед туристично-рекреаційного. як на державному, так і на регіональному чи мікрорівні.

### **2.3. Міжнародна практика сертифікації послуг у сфері туризму**

Для розвитку індустрії туризму, що динамічно розвивається, в Україні та підвищення попиту на ці послуги в усьому світі необхідне міжнародне визнання результатів діяльності різних підприємств у сфері туризму. Основою для більш високого рівня визнання є стандартизація та сертифікація, яка гарантує, що продукт (послуга) відповідає встановленим вимогам і заданій якості. Враховуючи зусилля України щодо інтеграції сфери туристичної діяльності в Європейський Союз, необхідно адаптувати власні стандарти управління туристичною галуззю до його стандартів. Українські стандарти мають бути

змінені у сфері захисту здоров'я та життя населення, захисту навколишнього середовища та відповідальності за виробництво неякісної продукції.

Варто відзначити, що 2015 року країни-члени Організації Об'єднаних Націй (ООН) прийняли Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року (Порядок денний-2030). Це стало важливим етапом реалізації концепції сталого розвитку суспільства – гармонійного розвитку та задоволення потреб суспільства без шкоди майбутнім поколінням у соціальній, екологічній та економічній сферах: 193 країни взяли на себе добровільне зобов'язання реалізувати 17 цілей сталого розвитку (ЦСР), які розділені на 169 завдань щодо соціальним, економічним та екологічним аспектам. Проте важливо як поставити цілі, а й стежити їх досягненням. Для цього було розроблено глобальний перелік із 232 показників [38].

Кожна країна до 2030 року має подати щонайменше два добровільні національні огляди про досягнення ЦСР на Політичному форумі зі сталого розвитку ООН.

Більшість цілей та завдань сталого розвитку, визначених Порядком денним-2030, у тій чи іншій мірі вже відображено у різних офіційних програмних документах нашої країни. Основні принципи переходу України до сталого розвитку закладені у Концепції переходу України до сталого розвитку, прийнятої Законом України «Про туризм» [1]. Цей Закон спрямований на забезпечення збалансованого вирішення соціально-економічних завдань та проблем збереження сприятливого довкілля, природно-ресурсного потенціалу з метою задоволення потреб нинішнього та майбутніх поколінь людей.

Якість життя визначається всією сукупністю чинників існування та розвитку людини. Воно проявляється за допомогою легкості чи утрудненості задоволення людських потреб: індивідуальних та суспільних. З викладеного очевидно, що не можна розглядати якість життя ізольовано від змін, що відбуваються в навколишньому середовищі, від кліматичних змін.

Погіршення довкілля, умов життєдіяльності населення, ведення господарської та підприємницької діяльності зрештою знизить якість життя.

Найчастіше наслідки погіршення довкілля дають себе знати багато років по тому. Тому необхідно проведення кількісної оцінки впливу досягнення цілей сталого розвитку на якість життя населення на регулярній основі. Таким чином, реалізація заходів щодо досягнення сталого розвитку, їх інтеграція у стратегічні та програмні документи України здійснювалася задовго до затвердження Порядку денного-2030.

У даний час можна говорити про фактичну спрямованість на досягнення ЦСР 12 національних проєктів та Комплексного плану модернізації та розширення магістральної інфраструктури, що реалізуються для досягнення національних цілей та стратегічних завдань розвитку України на період до 2024 року [39].

Національні проєкти запущені за напрямками: демографія, охорона здоров'я, освіта, житло та міське середовище, екологія, безпечні та якісні автомобільні дороги, продуктивність праці та підтримка зайнятості, наука, цифрова економіка, культура, мале та середнє підприємництво та підтримка індивідуальної підприємницької ініціативи, міжнародна та експорт. Тільки національними проєктами та Комплексним планом модернізації та розширення магістральної інфраструктури прямо чи опосередковано охоплено 107 із 169 завдань ЦСР. Тим не менш, для досягнення національних цілей України в галузі сталого розвитку необхідна участь усіх суб'єктів української економіки.

Важливу роль реалізації Порядку-2030 відіграють середні та малі підприємства, які, взявши курс на стійке власне зростання, можуть стати каталізатором досягнення цілей сталого розвитку на рівні всієї країни.

Кожна галузь робить внесок у досягнення ЦСР, у тому числі підприємства, що займаються наданням туристичних та пов'язаних з ними послуг. Цілі сталого розвитку ООН представлені малюнку [1]. У рамках технічного комітету Міжнародної організації зі стандартизації «Туризм та супутні послуги» (Tourism and related services – ISO/TC 228), національним дзеркальним технічним комітетом якого є ТК 401 «Туризм та супутні послуги», вирішуються такі цілі сталого розвитку ООН: гарне здоров'я та благополуччя; якісна освіта; гідна

робота та економічне зростання; індустріалізація, інновації та інфраструктура; зменшення нерівності; стійкі міста та населені пункти; відповідальне споживання та виробництво; боротьба зі зміною клімату; збереження морських екосистем; збереження екосистем суші. Щоб уникнути перерахування різних об'єктів стандартизації, пов'язаних з туризмом та супутніми послугами, буде використано термін «дестинація» [39].

У світі формується кілька підходів до розробки міжнародних та міждержавних стандартів сталості розвитку туризму. Ми використовували підхід найбільших світових експертів – Асамблеї регіонів Європи та Центру стійкості дестинацій, що діє при Глобальній раді зі стійкого туризму ООН (GSTC) [38]. Щоб розвиватися шляхом сталого туризму, дестинації повинні виявити міждисциплінарний, цілісний та інтегральний підхід, що включає чотири головні цілі, відповідно до яких згруповані критерії GSTC [39]:

1. Продемонструвати стале управління дестинацією.
2. Максимізувати соціально-економічні пільги для місцевого співтовариства та мінімізувати негативні впливи від туристичної діяльності.
3. Максимізувати пільги для місцевих громад, відвідувачів та культурної спадщини та мінімізувати негативні впливи.
4. Максимізувати вигоду для довкілля та мінімізувати негативні впливи.

Критерії GSTC розроблені для використання дестинаціями всіх типів та масштабів та враховують глобальні проблеми, сформульовані в документі ООН «Мета розвитку тисячоліття»: зниження рівня бідності, рівність статей та екологічна стійкість, включаючи зміну клімату [39].

Область очікуваного використання стандартів організаціями управління туризмом включає: служити основними орієнтирами для дестинацій, які хочуть стати більш життєздатними та стійкими; допомогти споживачам ідентифікувати дестинацію сталого туризму; служити спільним знаменником для засобів масової інформації, щоб розрізнити дестинації та повідомляти громадськості відомості щодо їхньої стійкості; допомагати сертифікаційним та іншим добровільним програмам оцінки рівня дестинації у гарантіях того, що їх



стандарти відповідають широко прийнятій основі; пропонувати урядовим, неурядовим програмам та програмам приватного сектора відправну точку для розробки вимог сталого туризму; служити основними керівними принципами для професійних навчальних закладів усіх рівнів освіти.

Стандарти вказують на те, що має бути зроблено, але не те, як це зробити чи було досягнуто мети. Ця роль виконується виконавчими індикаторами, пов'язаними освітніми матеріалами та доступом до інструментів для застосування від громадських та неурядових організацій та постачальників приватного сектору, які є обов'язковим доповненням до Глобальних критеріїв сталого туризму на рівні дестинації [39].

Оскільки дестинації формуються багатьма різними підприємствами, організаціями та людьми, застосування цих критеріїв має містити повний розгляд сукупних ефектів усіх видів діяльності. Вимірювання в масштабі дестинації охоплюватиме кінцевий результат сукупних ефектів у даних межах і має розглядатися як інструмент підвищення стійкості дестинації [38].

Стандарти дестинацій були розроблені як базові критерії з урахуванням того, що вони будуть пристосовані до природних, культурних та економічних умов кожної території. І завдання органів управління туризмом регіонів та всього туристичного співтовариства дестинації – максимально врахувати їх при розробці програм розвитку та проєктів кластерів, що входять до дестинації.

Отже, при складанні програм сертифікації у сфері туризму необхідно враховувати вимоги до таких важливих принципів сталого розвитку туризму, як: доступність дестинації (доступне середовище) для людей зі спеціальними потребами та обмеженими можливостями; локальні права власності, тобто витрати на придбання активів є законними, дотримуються місцевих нормативних актів і прав корінних народів, у тому числі з їх вільної, попередньої та усвідомленої згоди, і не вимагають примусового переселення; управління сезонністю – дестинації спроектували програми, щоб зменшити ефекти сезонної мінливості туризму в міру можливості, визнаючи екологічні та культурні впливи таких програм; антикризова готовність – дестинація встановила та забезпечила

ресурси антикризової програми готовності, які доступні туристам та підприємствам туризму, організаціям та місцевим співтовариствам; поінформованість про туризм – програми пропаганди туризму та розвитку поінформованості про туризм регулярно пропонуються для мешканців дестинації; скорочення забруднення – дестинація здійснює систему заходів для мінімізації забруднення повітря, води та ґрунту від стічних вод, ерозії, шуму, світла, шкідливих речовин, що руйнують озон складів та вимагає, щоб підприємства туризму дотримувалися цих методів. За всіма показниками туризм завдає набагато менших збитків навколишньому середовищу, ніж інші галузі економіки. Однак його сталий розвиток на благо природного та культурного середовища залишається пріоритетним завданням для керівників галузі.

## РОЗДІЛ 3

### НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

#### 3.1. Шляхи євроінтеграції України у сфері туризму

Після отримання Україною статусу кандидата в ЄС необхідно розглянути перспективне реформування готельно-ресторанної та туристичної сфери відповідно до вимог Європейського Союзу. Сфера гостинності є 100% показником добробуту країни, а також є основою для успішного розвитку туристичної сфери. Відповідно до вищевикладеного, а також у зв'язку з подіями, пов'язаними з війною України зі східним сусідом, яка супроводжується масовим руйнуванням цивільної та туристичної інфраструктури, актуальним стає питання перебудови сфери гостинності до європейських стандартів.

За підтримки ЄС українська влада скористається експертним досвідом консорціуму організацій громадянського суспільства з питань політики та комунікації з метою подолання наслідків війни та наближення України до членства в ЄС. «Громадянське суспільство завжди було надійним партнером влади на євроінтеграційному шляху. Працюючи разом, ми досягаємо високих результатів. Після того, як Україна подала заявку на членство в ЄС, ми працювали як одна неймовірно потужна команда, чи то заповнювали анкету від ЄС, чи проводили адвокацію в країнах-членах ЄС. Надання статусу кандидата запустило процес вступу України до ЄС, який вимагатиме значної експертизи та внутрішньої мобілізації. Завдяки фінансуванню ЄС розпочався новий етап нашої спільної роботи – влади та громадянського суспільства – заради європейського майбутнього України», – прокоментувала Віце-прем'єр-міністр з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України Ольга Стефанішина. важливість проекту [40].

«Енергійне громадянське суспільство України відіграє ключову роль у відновленні та на шляху до вступу країни. За допомогою цього нового проекту

ЄС із задоволенням надає можливість громадянському суспільству працювати пліч-о-пліч з українським урядом і парламентом для побудови європейського майбутнього України», – сказав Матті Маасікас, посол ЄС в Україні. нагода початку проекту [40].

Новий проект «Громадянське суспільство для післявоєнного відновлення України та готовності до ЄС» спрямований на підвищення політичного потенціалу Кабінету Міністрів та Верховної Ради у процесі подолання наслідків війни та на шляху до членства України в ЄС шляхом надання експертної та комунікаційної підтримки з боку організацій громадянського суспільства під час розробки та впровадження відповідних законів і політики [40].

Проект сприятиме системному підходу до розробки політики на основі ретельного аналізу проблеми, оцінки економічного впливу та позицій зацікавлених сторін. Це також допоможе підвищити якість базових даних та аналітичних документів, включаючи перевірку відповідності законодавству ЄС та оцінку законодавчого впливу на рівні уряду та парламенту.

Протягом останніх років можна виділити наступні тенденції, які стимулюють розвиток туризму:

- бажання туристів отримати місцевий досвід – познайомитися з культурою та традиціями, місцевою кухнею, тощо;
- збільшення кількості подорожей з метою відвідування певної події: спортивних змагань, музичного концерту чи фестивалю, тощо [32, с. 772].

На сьогодні визначені такі функції туризму: рекреаційна, культурна, економічна, просвітницька, гуманітарна, екологічна, виховна, релігійна, соціальна. Науковці вважають основними функціями традиційного туризму економічну, соціальну, гуманітарну, екологічну рекреаційну. Функціями туризму є: економічна, пізнавальна, рекреаційна, дозвіллева і розважальна, зазначаючи, що останні три функції носять суб'єктивний характер. Але комплексність туризму відображає більш широкий спектр функцій, реалізація яких має тісний взаємозв'язок з іншими видами туризму [33, с. 53]. Стандартна

організація турів включає в себе використання ресурсів: кадрові, організаційно-управлінські, інфраструктурні, природні, інформаційні, культурні.

Для забезпечення туру використовують не тільки базову туристичну інфраструктуру (розміщення, харчування, транспорт), але і спеціалізовану, залежно від виду туризму. Перевагою туризму є використання потенціалу події не тільки як додаткового ресурсу, але і як підсилювача певної функції туризму.

Туризм через підсилення основних функцій туризму стимулює розвиток інших напрямків туристичної галузі. Зміст організованої події є ключовим для реалізації вищезазначених функцій. Це універсальний засіб формування і координації туристичних потоків до запланованого місця призначення, з одного боку, і створення мікросередовища приймаючої сторони – з іншого. Місцеві жителі є також споживачами цієї туристичної послуги [21, с. 98].

Таким чином, комплекс заходів певного змісту сприяє формуванню і закріпленню психологічного клімату території проведення. Вагомим фактором є готовність мешканців місця проведення до певної події. Отже, до перерахованих функцій туризму слід додати психологічну функцію. Ця функція підсилюється через контент заходів туризму і не пов'язана з рекреацією.

Після отримання статусу кандидата в ЄС, вивчення методів реформування вітчизняного готелів, ресторанів і туризму, слід зазначити, що набутий досвід у цій сфері буде актуальним у таких країнах, як Польща, Угорщина, Словаччина та Чехія на цьому етапі також для України. Згадані країни, які називають Вишеградською четвіркою, як і Україна, мали комуністичне минуле, а маючи статус кандидата на членство в Європейському Союзі, змогли успішно модернізувати сферу готельного та громадського харчування, а також туризм, до європейських та світових стандартів десятиліття гостинності.

З огляду на польський досвід зазначимо, що у 1997 році відповідно до вимог Європейського Союзу реалізовувалась реалізація «Програми розвитку національного туристичного продукту» за такими напрямками: діловий туризм, культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм, прикордонний транзитний туризм. Цим реформам сприяла заснована в 1999 році «Польська

туристична організація» [50]. Ця державна організація займалася просуванням і розвитком польського туристичного продукту.

Діяльність організації здійснювалася через іноземні представництва – «Польські осередки туристичної інформації». У їхню компетенцію входило:

- організації туристичних міроприємств;
- здійснення моніторингу ринку готельно-ресторанних послуг країн-сусідів;
- маркетинг польського туристичного продукту;
- пошук та залучення іноземних інвесторів;
- міжнародна співпраця з аналогічними національними туристичними організаціями інших країн [50].

Головним завданням «РОТ» було – показати Польщу як привабливу країну, із високим рівнем послуг гостинності (Polska Organizacja Turystyczna). Шляхами для реалізації зазначеної мети були здійснені наступні кроки [50]:

1. Створення мережі спеціалізованих установ, які відповідали за рекламу країни на готельно-ресторанному та туристичному ринку. Серед них провідну роль відігравали: «Національна» (Польська) туристична організація, «Польське агентство розвитку туризму», які займалися та сприяли плануванню стратегії розвитку туризму та гостинності, залучення іноземних інвестицій у готельне та громадське харчування країни. Ці організації фактично об'єднали представників місцевої влади та власників готелів і ресторанів.

2. З початку 2000 року в країні функціонує єдина туристично-інформаційна система, структуру якої склали регіональні інформаційні центри, місцеві центри, цілорічні та сезонні туристично-інформаційні центри.

Після вступу Польщі до ЄС було створено проект «Туризм для всіх», реалізація якого була досягнута шляхом створення інтернет-бази даних щодо наявності готелів, ресторанів та туристичної інфраструктури для туристів з особливими потребами. Завдяки цьому проекту сьогодні в Польщі існує понад 5000 закладів розміщення для людей з різними обмеженими можливостями (Polska Organizacja Turystyczna) [50].

Подібні заходи були вжиті урядом Угорщини в 1990-х роках для розвитку гостинності та туризму. У ці роки на базі угорського «Угорського туристичного офісу» була створена «Угорська туристична служба», яка в 1996 році була перетворена в «Туристичний секретаріат» при Міністерстві промисловості і торгівлі Угорщини [51]. Значну увагу названа установа приділяла розбудові готельної інфраструктури шляхом збільшення кількості вітчизняних та іноземних інвестицій у галузь. У цей період багато готельних компаній стали частиною міжнародних готельних мереж. Крім того, при парламенті Угорщини була створена «Туристична рада», виконавчі комітети з питань туризму були замінені на регіональні ради з туризму, регіональні маркетингові дирекції та проектні офіси (Туризм в Угорщині).

У 1992 році в Угорщині була заснована «Угорська Асоціація СПА», яка з 1998 року стала постійним членом «ESPA» (Європейської Асоціації СПА). Після вступу Угорщини до ЄС регулюванням туризму в країні займається організація «Угорщина-туризм», при структурі Міністерства економіки Угорщини, яка є акціонерною компанією. Основна діяльність зазначеної установи спрямована виключно на просування угорського туризму та готельно-ресторанної продукції. Найбільш інтенсивна робота в цьому плані ведеться в Австрії та Німеччині, оскільки ринки цих країн є пріоритетними в туристичній галузі Угорщини [51].

Значний інтерес складає досвід реформування готельно-ресторанної галузі і туризму Словаччини та Чехії. Відмітимо, що комуністична Чехословаччина мала найвищі показники в'їзного туризму серед країн Східної Європи. Після поділу Чехословаччини 1 січня 1993 року було утворено Чеську та Словацьку Республіку. У 90-х рр. сфера гостинності та туризму у Словаччині почала адаптуватися до умов ринкової економіки. Державні туристичні та готельні об'єкти країни були приватизовані. Також, завдяки іноземному капіталу розпочалося будівництво нових готельних комплексів [49].

Після 1993 р. спостерігалось падіння кількості іноземних туристів, оскільки рівень якості туристичних та готельно-ресторанних послуг був не на високому рівні. Також, необхідно відмітити, що у 90-ті рр. уряд Словаччини не

виробив чітку централізовану туристську політику. Тому, майже десятиліття Словаччина залишалася маловідомим туристичним регіоном для багатьох потенційних іноземних туристів. У цей період у країні було створено «Національне агентство із туризму» [49]. До його компетенції належало просування словацького туристичного продукту. Зазначене реалізовувалося повільно, оскільки уряд виділяв на це незначні кошти.

Ситуація змінилася на краще після 2004 року, коли країна стала членом ЄС. «Національне туристичне агентство» отримало підтримку з фондів Європейського Союзу. Було виділено значні кошти на маркетингову діяльність, а у 2007 році було введено в експлуатацію туристичний інтернет-портал «<http://www.slovakia.travel>» [49]. Уряд реалізовував політику скоординованого просування туристичного продукту на світовому готельно-туристичному ринку в рамках співпраці країн «Вишеградської четвірки». Це було реалізовано за допомогою спільної ініціативи національних інститутів туризму Польщі, Угорщини, Словаччини та Чехії. Ініціатива отримала назву «Європейський квартет – одна мелодія» (офіційний словацький національний туристичний портал) [49].

Результати успішної туристичної політики Словаччини свідчать про інтенсивний розвиток різних видів туризму, зокрема літнього активного відпочинку, курортного туризму (озеро Ширава), оздоровчого туризму, зимового спортивного туризму, історико-культурного екскурсійного туризму, екологічного туризму. Останній сприяв будівництву екологічних готелів і маєтків у гірській місцевості Словаччини [49].

Що стосується Чехії, то зауважимо, що з 1993 року розвиток готельно-ресторанного бізнесу, а також туризму характеризується модернізацією готельного господарства радянського зразка та ліквідацією старих туристичних агентств. Таким чином, в умовах переходу Чеської Республіки до ринкової економіки відбулася модифікація застарілої туристичної інфраструктури країни з акцентом на розвиток нового, якісного туристичного та готельно-ресторанного продукту, який мав би попит як Європейський і світовий ринки. ринок



громадського харчування. Визначений процес супроводжувався створенням туроператорських та туристичних агентств [48].

Як і інші партнери Вишеградської четвірки, у 1993 році Міністерство місцевого та регіонального розвитку Чеської Республіки заснувало «Чеський туристичний центр», який у 2003 році був перейменований на «Чеський туризм». Це державна установа, основною метою якої є розвиток гостинності та туризму країни, з методами просування туризму на внутрішньому та зовнішньому ринках [48].

Агенція «Czech Tourism» має численні представництва у країнах Європи та світу. До основних завдань мережі представництв належать [48]:

- вироблення маркетингової стратегії просування Чехії на європейському та світовому ринках гостинності і туризму;
- створення позитивного туристичного іміджу країни;
- збільшення обсягу приїздів та перебування іноземних туристів у країні;
- здійснення рекламної діяльності.

Зазначені завдання реалізуються шляхом використання наступних інструментів маркетингової стратегії [48]:

- проведення PR-кампанії у форматах: он-лайн, друкованих та зовнішніх;
- організація інформаційно-ознайомчих турів;
- участь у виставкових та презентаційних заходах, на яких країна може успішно продемонструвати свій потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму;
- організація воркшопів;
- підтримка міжнародної співпраці та розвиток контактів із стратегічними партнерами (Czech Tourism).

Окрім «Czech Tourism», у Чеській Республіці створено та діють наступні організації [48]:

1. «Czech Convention Bureau» – створена у 2009 р. (займається просуванням Чехії у сфері конгресного туризму);

2. Інститут туризму – відділ агентства «Czech Tourism» (займається аналітичною та інформаційною діяльністю);

3. Асоціація країв Чехії – неурядова організація, яка створена у 2001 р. (у своєму складі має Комісії, які займаються питаннями розвитку туризму, культури та охорони пам'яток);

4. Міністерство місцевого і регіонального розвитку Чехії (є методичним та координаційним органом у питаннях здійснення туристичної діяльності);

5. Асоціація туристичних компаній та агентств, державна громадська організація «Czech Tourism» (займається координацією діяльності туроператорів та турагентів);

6. Асоціація готелів і ресторанів Чеської Республіки (представляє інтереси чеського готельно-ресторанного бізнесу);

7. Асоціація туристичних інформаційних центрів (об'єднує діяльність чеських інформаційних центрів із туризму).

У контексті зазначеного, ми можемо рекомендувати Уряду України наступні перспективні шляхи реформування вітчизняної готельно-ресторанної та туристичної індустрії:

1. Створити подібну державну інституційну систему організацій, яка б регулювала сферу туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

2. Використовуючи законодавчі можливості, створити сприятливі умови для розвитку готельно-ресторанної сфери та туристичної галузі у країні.

3. За допомогою прозорості туристичної політики досягти кращих умов захисту інтересів клієнтів.

4. Сформувати чіткі правила діяльності для туристичних компаній та туроператорів.

5. Використати досвід зазначених країн, щодо залучення історико-культурних пам'яток у сферу готельно-ресторанного бізнесу.

6. Брати регулярну і активну участь у провідних міжнародних форумах у сфері гостинності та туризму, тим самим презентуючи свою діяльність у зазначених сферах.

Отже, враховуючи досвід країн Центральної Європи, можна стверджувати, що Україна потребує вдосконалення інституційної системи державного регулювання готельного та громадського харчування, а також туризму. У зв'язку із зазначеним, головним завданням є координація взаємодії органів державної влади та суб'єктів готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Використовуючи практичний досвід цих країн, уряд України має розробити «Концепцію просування національного готельно-ресторанного та туристичного продукту на європейському та світовому ринку гостинності».

### **3.2. Пропозиції щодо гармонізації вітчизняного законодавства з приводу стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції**

Розвиток ринку туристичних послуг в Україні виявив цілу низку проблем і протиріч, пов'язаних із труднощами переходу українських туристичних підприємств на нові умови господарювання. Туристичні підприємства України стикаються з проблемами підвищення конкурентоспроможності, ефективності управління та прибутковості бізнесу на національному та міжнародному ринках. Розвиток менеджменту можна вважати одним із факторів підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств України.

У сучасних умовах туристичний бізнес, який перебуває під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, змушений шукати нові інструменти та методи управління на основі системного та комплексного підходу. Розвиток світової індустрії туризму сьогодні характеризується глобалізацією та інтеграцією ділового життя, тобто перспективами розвитку підприємств, що надають туристичні послуги, які також посилюються сучасним становищем індустрії туризму та рекреації. в цілому, а також рівень конкуренції в цій сфері. Сучасний туристичний бізнес як економічне явище [34, с. 73]:

– має індустріальну форму; виступає у вигляді туристичного продукту та послуги, які не можуть накопичуватися і транспортуватися;

- створює нові робочі місця і стає часто піонером освоєння нових районів і сприяє прискореному розвитку національної економіки;
- виступає як механізм перерозподілу національного доходу на користь країн, що спеціалізуються на туристичному бізнесі;
- є мультиплікатором росту національного доходу, зайнятості і розвитку місцевої інфраструктури і зростання рівня життя місцевого населення; характеризується високим рівнем ефективності і швидкою окупністю інвестицій;
- є ефективним засобом охорони природи і культурної спадщини; поєднується з багатьма галузями господарства і видами діяльності людини.

Динаміка та масштаби змін, що відбуваються у сфері інноваційної діяльності, зумовили необхідність дослідження, систематизації та систематизації наукових знань у цій галузі. Інноваційний розвиток економічних систем характеризується появою нових конкурентних переваг, які дають змогу бізнес-одиницям виживати та розвиватися у зовнішньому середовищі. Наукові напрями інноваційної діяльності охоплюють організації різних галузей. Під час вивчення основних праць українських та зарубіжних вчених, які займаються питаннями теорії управління інноваційними процесами, автори дійшли висновку, що напрямки досліджень у сфері інноваційної діяльності в такій сфері діяльності, як туризм, не є повністю з'ясованими. [24, с. 85].

На сучасному ринку туристичних послуг довгостроковий успіх українських туристичних підприємств нерозривно пов'язаний зі здатністю до безперервних інновацій. Традиційно інновації та інноваційну діяльність пов'язують насамперед з підприємствами наукоємних високотехнологічних галузей, але поняття інновації є ширшим. Інноваційна діяльність передбачає не тільки практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, а й зміни в організації та управлінні продуктами, процесами, маркетингу, виробництві та наданні послуг. Інноваційна діяльність у туризмі втілюється у створенні нових продуктів або розвитку існуючих туристичних продуктів, розвитку транспортних, готельних та інших послуг, створенні нових ринків, впровадженні провідних інформаційно-телекомунікаційних технологій,

сучасних форм організаційного та управлінська діяльність, нові підходи до задоволення потреб туристів. Сьогодні туризм не тільки відіграє важливу роль в економічному зростанні багатьох національних економік, але й стає визначним соціокультурним явищем розвитку людства на шляху до глобального досягнення міжетнічної толерантності. В Україні туризм є ключовим сектором економіки, розвиток якого забезпечує відкритість української економіки, зміцнює демократію та євроінтеграційний процес держави. Можливість інтеграції сучасних технологій розвитку міжнародного ринку та розвитку культурно-пізнавального туризму в діяльність туристичних підприємств України визначає такі інтеграційні завдання:

- інтегрування стратегії бізнесу українських туристичних підприємств загалом з потребами та видами діяльності окремого споживача;
- координування всіх компаній бізнесу в межах набору комплексу сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку, незалежно від того, здійснюються вони назовні чи всередині організації;
- інтегрування процесів виходу, входу сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку у систему управління ринковою діяльністю підприємства;
- спрямування сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку на першочерговість установа контакту зі споживачем і ведення з ним діалогу на предмет можливого співробітництва;
- інтеграція сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку підприємства з усіма кампаніями, що проводяться на ринку;
- спрямування зусиль з сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку на визначення серед усієї кількості потенційних споживачів окремої групи найактивніших, для яких будуть розроблені комунікації «під замовлення»;

– спрямування сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку на формування взаємовідносин на ринку та управління ними [38].

У межах визначених завдань виділимо принципи інтеграції сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку у діяльність українських туристичних підприємств:

1) комплексності – застосування не окремих інструментів сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку з застосуванням Інтернет, а всього комплексу, інтегрування сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку окремого підприємства з тими, що існують на ринку в межах певної товарної групи;

2) партнерства – створення партнерських стосунків між ринковими суб'єктами;

3) системності – застосування системного підходу в інтеграції сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку у ринкову діяльність підприємства, розуміння того, що управління культурно-пізнавальним туризмом є підсистемою управління ринковою діяльністю підприємства;

4) якості – перехід від кількості до якості, постійне поліпшення якості сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку;

5) планомірності – здійснення сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку не безсистемно, а планово;

6) оперативності – оперативне реагування керівництва підприємства на будь-які зміни в маркетинговій політиці комунікацій на ринку;

7) індивідуалізації – перехід від масового спрямування сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на

міжнародному ринку на індивідуальне з урахуванням психологічних особливостей тих, хто спроможний стати партнером;

8) керованості – управління взаємовідносин на ринку;

9) контрольованості – постійне здійснення контролю над проведенням заходів з сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку та врахування результатів під час прийняття управлінських рішень щодо ринкової діяльності підприємства;

10) передбачуваності – передбачення результатів проведення будь-яких заходів з сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку;

11) багатоканальної впливовості – сприйняття сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку не тільки як інструменту просування, а як загальної системи спілкування підприємства з ринком з метою створення певних цінностей, що ґрунтуються на двосторонніх інформаційно-психологічних контактах [29, с. 172].

Узагальнюючи наведене вище, необхідно підкреслити наступні важливі моменти використання засобів сучасних технологій вдосконалення і розвитку українських туристичних підприємств (рис. 3.1).

Виявлені недоліки	Напрямки вдосконалення
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відсутність єдиного методологічного підходу до маркетингової концепції туристичних компаній.</li> <li>• Орієнтація керівництва на застарілі маркетингові концепції «інтенсифікації комерційних зусиль», відсутність цілеспрямованої діяльності в області управління маркетинговою діяльністю.</li> <li>• Відсутність ясних стратегічних цілей і планів українських туристичних підприємств.</li> <li>• Відсутність єдиної політики в області розвитку й удосконалення продуктів та послуг українських туристичних підприємств.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Перебудова організації маркетингового обслуговування підприємства.</li> <li>• Побудувати сильну збутову систему українських туристичних підприємств.</li> <li>• Збільшити охоплення виставковою діяльністю: розширити експозиції на основних галузевих виставках.</li> <li>• Розробка заходів з PR формування і підтримки сприятливого іміджу.</li> <li>• Участь найкращих туристичних менеджерів для розвитку культурно-пізнавального туризму.</li> </ul>

Рис. 3.1. Напрями вдосконалення сучасних технологій вдосконалення і розвитку українських туристичних підприємств (згруповано автором)

Варто відзначити, що інтеграція сучасних технологій вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку у діяльність українських туристичних підприємств повинна здійснюватись на основі визначених принципів, що стане запорукою значного підвищення їх конкурентоспроможності, здобуття певної ринкової сили і, отже, покращання загальноекономічних показників.

Отже, сучасні технології вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму українських туристичних підприємств охоплює весь комплекс сучасних технологій, а саме: рекламу, пропаганду, паблік рілейшнз, стимулювання збуту, прямиий маркетинг та персональний продаж, які перебувають у постійній взаємодії між собою та підприємством, з його



зовнішнім і внутрішнім середовищем. Це, в свою чергу, дає змогу говорити про наявність певної інтегрованої системи вдосконалення і розвиток культурно-пізнавального туризму з застосуванням Інтернет. Проаналізувавши специфіку та проблематику діяльності українських туристичних підприємств, було визначено, що маркетингові комунікації для організації поділяються на комунікації формування продажу та комунікації корпоративного іміджу.

Упровадження продуктових, ресурсних, техніко-технологічних, організаційних та маркетингових інновацій у практику організації дозволить засобами українських туристичних підприємств не тільки дозволить залучити додатковий туристичний потік, поліпшити економічні показники діяльності туристичного оператора та підвищити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому туристичному ринках, але і забезпечить підвищення якості обслуговування гостей, більш повне задоволення їх потреб з урахуванням специфічних запитів окремих груп туристів.

В умовах гострої фінансової міжкорпоративної і, як наслідок, – міждержавної та міжцивілізаційної конфронтації, необхідно визначити не тільки геополітичні чинники, що впливають на розвиток туризму як динамічною частини сучасної геоeкономіки, а й такі, коли туризм використовується як інструмент геополітики [25, с. 205].

Сучасна геополітична система вкрай динамічна і відкрита, а геополітичні інтереси, що представляють відображення дійсних соціально-економічних потреб геополітичного суб'єкта (любують груп, держав, регіонів, блоків), знаходяться в стані найбільшого прискорення. Україна не є членом ЄС і для того, щоб сформулювати тренд розвитку її туристичної галузі в сучасних геополітичних умовах, необхідно встановити загальні тенденції сучасної європейської геополітики. На даному етапі можна виділити основні тенденції гармонізації вітчизняного законодавства з приводу стандартизації та сертифікації туристичних послуг в контексті європейської інтеграції.

Євроінтеграція, в її сучасному бюрократичному розумінні центральними європейськими установами, призводить до ряду додаткових негативних

соціально-економічних явищ: надмірної централізації адміністративних європейських структур, що веде до невиправданих фінансових витрат всіх учасників процесу; складно контролюваному витрачання фінансових і матеріальних коштів за європейськими програмами; встановлення подвійних стандартів всередині союзу та ін. Така політика суперечить основним постулатам ринкової економіки: відносної свободи і автономії волі економічних суб'єктів.

В даному контексті представляються об'єктивно необхідними зміни якісного наповнення процесу євроінтеграції: від бюрократичної централізації управління до децентралізації системи; від ринків тільки для окремих торговців до загальних ринків; від «економічних санкцій» до співробітництва на основі реально існуючих економічних інтересів; від подвійних до єдиних стандартів; від європейських директив повернення до норм міжнародного та національного права та ін.

Слід погодитися, що туризм як економічна категорія завжди безпосередньо пов'язаний з певними чинниками зовнішньої і внутрішньої політики держав, нарівні з такими як соціально-економічні, матеріально-технологічні, демографічні та ін.

Посилення конкуренції на українському ринку туристичних послуг, вимагають пошуку нових методів управління діяльністю підприємств індустрії туризму в цілому і фінансової діяльності, зокрема [27, с. 85].

Особливості туристичної послуги впливають на формування системи фінансового менеджменту підприємств індустрії туризму. Необхідний пошук специфічних прийомів і методів управління фінансами підприємств індустрії туризму, оскільки ефективність управління будь-якою ділянкою діяльності підприємства досягається при врахуванні реальних умов господарювання.

Аналіз системи фінансового менеджменту підприємств індустрії туризму виявив відсутність системності, що призводить до низької результативності використовуваних методів і розпорошення наявних фінансових ресурсів. Переважна більшість малих, до яких відноситься значна частина підприємств сфери туризму, середніх, а в ряді випадків і великих компаній відчують

фінансові проблеми: постійний дефіцит обігових коштів, труднощі в залученні позикового капіталу.

Необхідне створення галузевих систем відносних показників і нормативних значень, на підставі статистичних методів дослідження діяльності підприємств. Специфіка туризму визначає особливості сутності фінансів і функціонування фінансового механізму. Для туризму характерні такі особливості:

- в середньому оборотність оборотних коштів в туризмі вище, ніж на заводі або в магазині, що торгує промисловими товарами, але нижче, ніж в продовольчих магазинах і на базах;

- особливість складу і структури фінансових коштів, а також їх джерел обумовлена тим, що між моментом продажу і актом споживання турпродукту є значний розрив у часі. Тури складаються за кілька місяців до початку відпочинку, тому одночасно виникає кредиторська і дебіторська заборгованість у турагентів і туроператорів;

- в основному фінансування проводиться за рахунок залучених коштів (понад 2/3) і частково – за рахунок власних. Відсутність позикових коштів, пов'язане з тим, що турфірма отримує гроші за продані путівки раніше, ніж надає туристу послуги. Серед отриманих коштів основна частка (50% і більше) доводиться на кредиторську заборгованість;

- туристичні фірми не користуються кредитуванням під оборотні кошти, так як джерело фінансових ресурсів туристичної фірми – власні та залучені кошти [23, с. 45].

Залучені кошти постійно знаходяться в розпорядженні турфірми, і вона користується ними безкоштовно на довготривалій основі, тому їх можна прирівняти до власних коштів. Потреба в позикових коштах у турфірми виникає при кредитуванні інвестицій, необхідних для будівництва готелів, придбання автобусів і т. д.

Одним з найважливіших напрямків підвищення ефективності управління організаціями індустрії туризму є застосування інформаційних технологій.

Забезпечення достовірною інформацією і швидкість її поширення є настільки ж важливим для виживання туристичної галузі, як і фактичне надання споживачам її послуг.

Сучасні дослідники виділяють наступні напрямки розвитку інформаційних технологій в міжнародному туристичному бізнесі:

- локальна автоматизація туристичного офісу;
- впровадження прикладних програм автоматизації формування, просування і реалізації туристичного продукту;
- використання систем управління базами даних;
- використання локальних комп'ютерних мереж;
- впровадження телекомунікаційних систем резервування місць в готелях і бронювання квитків;
- впровадження мультимедійних маркетингових систем;
- використання глобальної мережі Інтернет [33, с. 53].

У даний час спостерігаються два основних способи використання мережі Інтернет туристичними фірмами:

- 1) реклама туристичних послуг і іміджу фірми на власних або чужих інтернет-сторінках;
- 2) продаж туристичних послуг через інтернет-сторінки (Інтернет-магазин) [30, с. 67].

Таким чином, застосування інформаційних технологій вимагає серйозних інвестицій, які необхідно використовувати для досягнення стратегічних цілей, вміти оцінювати і контролювати витрати, застосовувати напрацьовані методи підвищення ефективності їх використання.

Отже, на даному етапі необхідно створити всі необхідні умови для прийому туристів та забезпечити безпеку їх перебування, виправдавши очікування операторів та перетворивши Україну на провідний туристичний пункт на мапі круїзних маршрутів у світі. Сучасний стан соціально-економічного розвитку та конкурентні переваги, зумовлені наявністю різноманіття

рекреаційних ресурсів та розвиненою туристичною інфраструктурою, визначають положення України на ринку рекреаційної туристичної діяльності як проміжне з огляду на політичну нестабільність. Але за умови стабілізації економічної та політичної ситуації Україна може стати одним із провідних туристичних центрів Європи. Одним із найбільш перспективних напрямків туризму, який прагнуть розвинути уряди усіх шістьох країн регіону є круїзний туризм, адже в Україні наявний потенціал для формування внутрішньо-регіональних і міждержавних транспортних потоків. Основними умовами для розвитку круїзної галузі в туристичному комплексі України є: стабілізація економіки та налагодження політичної ситуації, прикордонне співробітництво та створення нових програм та стратегій регіонального розвитку туризму. Завдяки створенню нових круїзних програм в Україні вона має шанс активізувати туристичний потенціал на міжнародному рівні.

## ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Визначено, що успіх туристичної сертифікації як методу розвитку ринку надання туристичних послуг є суперечливим. Щоб стандарти були працездатними, запровадження глобальної сертифікації, впровадження «експертних» знань, створених неурядовими організаціями, і створення нормативних актів, орієнтованих на сталий розвиток, має відповідати місцевій практиці, культурному контексту та суспільним особливостям. Варто відзначити, що практична корисність та економічна вигода стандартів туризму для приймаючих країн були обмежені. Стандартизація в туризмі, як і сертифікація, являє собою один зі способів державного регулювання туристичної діяльності.

Досліджено, що в більшості країн світу державна туристична політика реалізується безпосередньо через центральні органи виконавчої влади – національні туристичні організації та інші інституції, а також опосередковано за допомогою юридичних факультетів, що підтримують інфраструктуру туризму та міжнародні інструменти. Туристична політика має риси, характерні для загальної політики держави. Водночас на його розвиток впливають і деякі специфічні чинники: природні особливості країни, розвиток транспортної галузі, соціальні чинники (побут людей, система відпочинку); фактори, пов'язані зі створенням економічних основ розвитку туризму (стабільні валютно-фінансові та зовнішньоекономічні зв'язки); правові чинники, пов'язані зі створенням та дією туристичного законодавства.

Виявлено, що під державним регулюванням туристичної діяльності слід розуміти систему дій та заходів держави щодо вибору і застосування сукупності інструментів, за допомогою яких здійснюється прямиий або опосередкований вплив на об'єкти і суб'єктів туристичної діяльності та створюється сприятливе середовище для розвитку цього виду діяльності [28, с. 39]. Головною метою

державного регулювання в туристичній індустрії є: 1) створення конкурентоспроможного та високоефективного туристично-рекреаційного комплексу, спроможного забезпечити задоволення потреб вітчизняних і закордонних громадян у туристичних послугах, здійснити вагомий внесок у розвиток економіки країни і регіону за рахунок збільшення кількості робочих місць, податкових надходжень до бюджету; 2) підвищення ефективності використання потенціалу туристично-рекреаційного комплексу України в контексті побудови соціально орієнтованої економіки.

Визначено, що найважливішими інструментами державного регулювання діяльності туристичних організацій та захисту прав споживачів туристичних послуг є стандартизація, сертифікація та ліцензування у туризмі. Цілями стандартизації у сфері туристичної діяльності є забезпечення рівня якості та безпеки споживання туристичного продукту або туристичних послуг, які заявлені виробником та захист інтересів споживачів цих послуг від нездорової конкуренції на ринку. Об'єктом стандартизації в туристичній діяльності є послуга, процес надання послуги або її результат, що підлягають стандартизації.

Проаналізовано, що у 2021 році у порівнянні із попередніми роками, а особливо із 2020 роком, суттєво скоротились – надходження від подорожей та туризму в національну економіку, і, як наслідок, знизилася частка надходжень від подорожей та туризму у ВВП України. Пандемічні обмеження також негативно позначились на залученні капітальних інвестицій у розвиток туристичної діяльності в Україні, а також на стан діяльності колективних засобів розміщування. Акцентуючи увагу на таких негативних наслідках, доцільно зауважити про наявність певного негативного впливу, якого зазнала національна економіка від туристично-рекреаційної діяльності. Тому, з метою зниження наслідків пандемічних обмежень на розвиток туристично-рекреаційного комплексу доцільно впроваджувати заходи мінімізації впливу пандемічних ризиків через спеціально розроблені програми підтримки видів економічної, зокрема туристично-рекреаційної діяльності, як на рівні держави, так і на рівні регіонів чи мікрорівні.

Виявлено, що при складанні програм сертифікації у сфері туризму необхідно враховувати вимоги до таких важливих принципів сталого розвитку туризму, як: доступність дестинації (доступне середовище) для людей зі спеціальними потребами та обмеженими можливостями; локальні права власності, тобто витрати на придбання активів є законними, дотримуються місцевих нормативних актів і прав корінних народів, у тому числі з їх вільної, попередньої та усвідомленої згоди, і не вимагають примусового переселення; управління сезонністю – дестинації спроектували програми, щоб зменшити ефекти сезонної мінливості туризму в міру можливості, визнаючи екологічні та культурні впливи таких програм; антикризова готовність – дестинація встановила та забезпечила ресурси антикризової програми готовності, які доступні туристам та підприємствам туризму, організаціям та місцевим співтовариствам; поінформованість про туризм – програми пропаганди туризму та розвитку поінформованості про туризм регулярно пропонуються для мешканців дестинації; скорочення забруднення – дестинація здійснює систему заходів для мінімізації забруднення повітря, води та ґрунту від стічних вод, ерозії, шуму, світла, шкідливих речовин, що руйнують озон складів та вимагає, щоб підприємства туризму дотримувалися цих методів. За всіма показниками туризм завдає набагато менших збитків навколишньому середовищу, ніж інші галузі економіки. Однак його сталий розвиток на благо природного та культурного середовища залишається пріоритетним завданням для керівників галузі.

Уряду України можна рекомендувати перспективні шляхи реформування вітчизняної готельно-ресторанної та туристичної галузі: створення подібної державної інституційної системи, яка б регулювала туризм та готельно-ресторанний бізнес; використання законодавчих можливостей для створення сприятливих умов для розвитку готельного і громадського харчування та туристичного сектору в країні; використання прозорості туристичної політики для створення кращих умов для захисту інтересів клієнтів; встановлення чітких правил діяльності туристичних фірм і туроператорів; використовувати досвід



зазначених країн щодо залучення пам'яток історії та культури до сфери готельного та громадського харчування; регулярно та активно беруть участь у провідних міжнародних форумах у сфері гостинності та туризму, презентуючи таким чином свою діяльність у конкретних сферах.

Встановлено, що на даному етапі необхідно створити всі необхідні умови для прийому туристів і безпеки їх перебування, щоб виправдати очікування операторів і перетворити Україну на провідну туристичну дестинацію на карті світу. Сучасний стан соціально-економічного розвитку та конкурентні переваги – через наявність різноманітних рекреаційних ресурсів та розвиненої туристичної інфраструктури – через політичну нестабільність визначають позицію України на ринку рекреаційної туристичної діяльності як проміжну. Але якщо економічна та політична ситуація стабілізується, Україна може стати одним із провідних туристичних центрів Європи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24. Документ 324/95-ВР, чинний, поточна редакція – Редакція від 16.10.2020, підстава – 124-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 02.11.2022).

2. Про стандартизацію: Закон України. Документ 1315-VII, чинний, поточна редакція – Редакція від 09.06.2022, підстава – 2254-ІХ. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 31, ст.1058. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18> (дата звернення: 02.11.2022).

3. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: Наказ Державної туристичної адміністрації України. Документ z0413-04, чинний, поточна редакція – Редакція від 12.11.2010, підстава – z1009-10. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text> (дата звернення: 02.11.2022).

4. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. URL: [https://dnaop.com/html/40988/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3\\_3862-99](https://dnaop.com/html/40988/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_3862-99) (дата звернення: 02.11.2022).

5. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. URL: [https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3\\_4281\\_2004](https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004) (дата звернення: 02.11.2022).

6. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розмішування. Загальні вимоги. URL: [http://ksv.do.am/GOST/DSTY\\_ALL/DSTY3/dsty\\_4268-2003.pdf](http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY3/dsty_4268-2003.pdf) (дата звернення: 02.11.2022).

7. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. URL: <https://www.odessatourism.pro/legislation-hotels/dstu-4269/> (дата звернення: 02.11.2022).

8. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. URL: <https://uhra.com.ua/wp->

<content/uploads/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4527.pdf> (дата звернення: 02.11.2022).

9. Бондаренко Людмила Анатоліївна. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2021. № 13. С. 167-173.

10. Візерська М. С. Використання інноваційних продуктів та технологій як елемент управління життєвого циклу туристичного продукту. Часопис картографії. 2019. № 1 (20). С. 69–83.

11. Герман І. В., Криворучко Т. С. Застосування інноваційних технологій в створенні туристичного продукту. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання. Черкаси : ЧДТУ, 2020. С. 226–228.

12. Гладуняк Ю. В. Державне регулювання розвитку готельного господарства: проблеми та перспективи. Наук. вісн. Нац. ун-ту держ. податкової служби України (економіка, право). 2019. № 3. С. 29–36.

13. Глушко В. Просування туристичних послуг. Науковий журнал київського національного торговельно-економічного університету. Київ, 2018. № 1. С. 86–96.

14. Гнаткович О. Д. Оцінка привабливості туристичних ресурсів Карпатського регіону. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 17. С. 136–138.

15. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційні види туризму. Вісник ХДУ Серія Економічні науки. 2021. № 43. С. 33-37.

16. Гризовська Л. О. особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. Причорноморські економічні студії. 2018. Випуск 26-1. С. 115-118.

17. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2021. № 6. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\\_2021/7.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf) (дата звернення: 02.11.2022).

18. Жуков С. А., Кампов Н. С., Тодьєрішко Е. В., Крїмова О. С. Особливості управління кластерами туризму із формами гнучкої (нестандартної) зайнятості: на прикладі закарпатської області. *Агросвіт*. 2022. № 9-10. С. 29–35.
19. Калініченко С. М., Омельченко Г. Ю., Крупіца І. В., Грїбнік А. В., Грищенко Н. В. Туристичні інновації та їх роль у підвищенні конкурентних переваг туристичного продукту. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 266-272.
20. Лендел М. А., Газуда С. М., Газуда Л. М. Туристично-рекреаційний комплекс у системі соціально-економічного розвитку сільських територій транскордонного регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. Випуск 1 (51). С. 153–160.
21. Максютова О. В. Перспективи інноваційного оновлення туристично-рекреаційного бізнесу регіону в напрямі реалізації ресурсозберігаючої політики. *Економіка та держава*. 2021. № 10. С. 97–104.
22. Пустовіт О. Г., Пустовіт Є.В. Особливості бізнес-процесів у туристичних компаніях. *Збірник наукових праць одеського національного морського університету*. Одеса, 2020. № 1. С. 115-126.
23. Саркісян Г. О. Туристичний ринок: сучасний регіональний вимір. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства «Економічні науки»*, 2020. Вип. 210. С. 43-55.
24. Саркісян Г. О. Деякі аспекти регулювання туристичної галузі регіону. *Бізнес-інформ*. 2020. № 8. С. 83-87.
25. Смірнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. Т. 3. № 2. С. 196-207.
26. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Підручник для вищих навчальних закладів. К.: «Альтепрес», 2019. 446 с.

27. Ставська Ю. В. Інфраструктурні чинники розвитку індустрії гостинності у сфері екологічного туризму. Причорноморські економічні студії. 2021. Випуск 61. С. 79-87.

28. Стегней М. І. Архангельська А. М. Сталий розвиток туристичного сектору національної економіки. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції, 21 березня 2018 року. Мукачево: РВВ МДУ. 2018. С. 38-40.

29. Стоян К. С., Широка В. В. Теоретичні засади вдосконалення бізнес-моделі туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання. Ефективна економіка. Київ, 2019. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2019\\_1\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_1_42) (дата звернення: 02.11.2022).

30. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі»: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків. колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2020. 232 с.

31. Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру. Методичні рекомендації та довідкові матеріали надопомогу клубним працівникам та представниками туристичного бізнесу; укладач. Лимаренко В. М. Краматорськ, 2019. 48 с.

32. Тимошенко Т. О. Концепція розумного управління туризмом в рамках виконання стратегій розвитку ринку надання туристичних послуг територіальних громад. Publ. upr. reg. rozvit. 2021, № 3. С. 771-796.

33. Тодьєрішко Е. В. Вітчизняний та закордонний досвід управління туристичним підприємством на основі моделі просторової маршрутизації. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 20. С. 52-57.

34. Фрей Л., Гаращенко Д. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після Covid-19. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. Науковий журнал. Черкаси: ЧДТУ. 2020. № 2. С. 67-74.

35. Цвілій С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ. 21 листопада 2020 р. Київ. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3765](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765) (дата звернення: 02.11.2022).

36. Omelchenko H., Pilipenko S., Moisyeyeva N. Tourism as an innovational project of modern globalization. Innovative tools for socio-economic systems' development: monograph. Katowice: Katowice School of Technology. 2019. Pt. 25. P. 229-234.

37. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.11.2022).

38. Офіційний сайт World Tourism Organization. URL: <https://www.wto.org> (дата звернення: 02.11.2022).

39. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (дата звернення: 02.11.2022).

40. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів URL : <http://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 02.11.2022).

41. Офіційний сайт Державного підприємства «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості (ДП «УкрНДНЦ»). URL: <http://uas.gov.ua/> (дата звернення: 02.11.2022).

42. Офіційний сайт Інформаційного центру «ISONET». URL: <https://infopedia.su> (дата звернення: 02.11.2022).

43. Офіційний сайт Державної інспекції України з питань захисту прав споживачів. URL: <https://web.archive.org/web/20130123201133/http://www.dsiu.gov.ua/> (дата звернення: 02.11.2022).

44. Офіційний сайт Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» Укрпатент. URL: <https://ukrpatent.org/uk/articles/dstu> (дата звернення: 02.11.2022).

45. Офіційний сайт УкрСЕПРО. URL: <https://ukrsepro-system.kiev.ua/> (дата звернення: 02.11.2022).

46. Офіційний сайт Національного агентства з акредитації України. URL: <https://naau.org.ua/7-istoriia-naau> (дата звернення: 02.11.2022).

47. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 02.11.2022).

48. Офіційний сайт Czech Tourism. URL: <https://www.czechtourism.com/ru/about-czt/> (дата звернення: 02.11.2022)

49. Офіційний сайт Official Slovak National Tourism Portal. URL: <http://www.slovakia.travel> (дата звернення: 02.11.2022)

50. Офіційний сайт Polska Organizacja Turystyczna. URL: <http://www.pot.gov.pl/o-polskiej-organizacji-turystycznej/1/polska-organizacja-turystyczna> (дата звернення: 02.11.2022)

51. Офіційний сайт Tourism in Hungaryю. URL: [www.hungary.com](http://www.hungary.com) (дата звернення: 02.11.2022)

## ДОДАТКИ

Додаток А  
Таблиця А.1

## Нормативні документи України зі стандартизації [1-8]

Види нормативних документів зі стандартизації	Цілі розроблення нормативних документів	Виконання вимог, що містяться у нормативних документах	Затвердження і реєстрація нормативних документів
Національні стандарти України (ДСТУ)	Розробляються: - на організаційно-методичні, загально технічні об'єкти; - на продукцію міжгалузєвого призначення; - продукцію для населення та національної економіки тощо. Вимоги, що включаються в ДСТУ: 1. обов'язкові – наприклад, вимоги, необхідні для забезпечення безпеки продукції (послуги) для життя, здоров'я й мання громадян, охорони довкілля тощо;	Обов'язкові вимоги ДСТУ Підлягають обов'язковому виконанню органами державної виконавчої влади та усіма СЦД, на діяльність яких поширюється дія національних стандартів	• розробляються переважно ТК; • затверджуються Держспожив-стандартом України; • підлягають державній реєстрації в Держспожив-стандарті України
	2. рекомендовані – наприклад, категоризація готелів та аналогічних засобів розміщення по «зірках», ресторанів і барів – по класах	Рекомендовані вимоги ДСТУ підлягають обов'язковому виконанню, якщо: - це передбачено чинним законодавством; - ці вимоги включені в договори на розробку, виготовлення н поставку продукції тощо	
Види нормативних документів зі стандартизації	Цілі розроблення нормативних документів	Виконання вимог, що містяться у нормативних документах	Затвердження і реєстрація нормативних документів
Галузеві стандарти (ГСТУ)	Розробляються на продукцію (послуги) у випадку: 1. відсутності ДСТУ; 2. необхідності встановлення вимог, які перевершують або доповнюють вимоги ДСТУ	Обов'язкові вимоги ГСТУ підлягають обов'язковому виконанню підприємствами, установами і організаціями, які входять у сферу управління органа, який їх затвердив	• затверджуються галузєвим органом управління; • підлягають державній реєстрації в Держспожив-стандарті України
Стандарти науково-технічних і інженерних товариств (СТТУ)	Розробляються у разі необхідності поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень, отриманих в окремих галузях знань або сферах професійних інтересів		• затверджуються органами науково-технічних і інженерних товариств, до компетенції яких відносяться питання організації робіт зі стандартизації; • підлягають державній реєстрації в Держспожив-стандарті України



Продовження додатку А  
Продовження табл. А.1

Види нормативних документів зі стандартизації	Цілі розроблення нормативних документів	Виконання вимог, що містяться у нормативних документах	Затвердження і реєстрація нормативних документів
Види нормативних документів зі стандартизації	Цілі розроблення нормативних документів	Виконання вимог, що містяться у нормативних документах	Затвердження і реєстрація нормативних документів
Технічні умови (ТУ У)	Розробляються для встановлення вимог, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виготовником) продукції, на яку відсутні ДСТУ або ГСТУ, і споживачем, або для конкретизації вимог цих стандартів		<ul style="list-style-type: none"> <li>• реєструються в територіальних органах Держспоживстандарту України;</li> <li>• за державну реєстрацію сплачується реєстраційний збір</li> </ul>
Стандарти підприємств (СТП)	Розробляються на продукцію (процеси, послуги), які запроваджуються тільки на даному конкретному підприємстві		<ul style="list-style-type: none"> <li>• затверджуються керівником або іншою відповідальною особою підприємства;</li> <li>• не підлягають державній реєстрації</li> </ul>