

## ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК СКЛАДНИК ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ

### ORGANIZING OF TOURIST SERVICES AS A COMPONENT OF PLANNING THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES AND THE DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE IN TOURISM

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct57-10>**Кожухівська Р.Б.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Уманський національний університет  
садівництва

**Саковська О.М.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи  
Уманський національний університет  
садівництва

**Kozhukhivska Raisa**

Uman National University of Horticulture

**Sakovska Olena**

Uman National University of Horticulture

У статті здійснено дослідження теоретичних та методичних аспектів стосовно процесу організації туристичних послуг під час планування діяльності туристичних підприємств. Зокрема, зазначено, що туризм посідає особливе місце в системі галузей національної економіки та сфери послуг. Проаналізовано поняття «туристична послуга» та окреслено її ключові складники. Установлено, що на формування туристичної послуги значний вплив здійснюють різні компоненти туристичної індустрії. Надано визначення поняття «компонента туристичної індустрії» та виокремлено категоріальні чинники, які формують туристичні послуги. Визначено взаємозалежність господарських зв'язків та послідовність технологічних операцій, на основі яких повинен реалізовуватися процес планування діяльності туристичного підприємства. Указано, що всі підсистеми туристичного підприємства повинні за своїм кількісним і якісним складом відповідати потребам певної території у наданні необхідного асортименту та обсягу туристичних послуг. Зауважено на тому, що в процесі організації та реалізації туристичних послуг значну увагу має бути приділено критерію якості.

**Ключові слова:** туризм, туристичне підприємство, туристична послуга, інфраструктура туризму, планування діяльності, менеджмент.

В статье проведено исследование теоретических и методических аспектов относи-

тельно процесса организации туристических услуг при планировании деятельности туристических предприятий. В частности, отмечено, что туризм занимает особое место в системе отраслей национальной экономики и сферы услуг. Проанализировано понятие «туристическая услуга» и очерчены ее ключевые составляющие. Установлено, что на формирование туристической услуги значительное влияние оказывают различные компоненты туристической индустрии. Определено понятие «компонента туристической индустрии» и выделены категориальные факторы, которые формируют туристические услуги. Определены взаимозависимость хозяйственных связей и последовательность технологических операций, на основании которых должен реализовываться процесс планирования деятельности туристического предприятия. Указано, что все подсистемы туристического предприятия должны по своему количественному и качественному составу соответствовать потребностям определенной территории в предоставлении необходимого ассортимента и объема туристических услуг. Указано, что в процессе организации и реализации туристических услуг значительное внимание должно быть уделено критерию качества.

**Ключевые слова:** туризм, туристическое предприятие, туристическая услуга, инфраструктура туризма, планирование деятельности, менеджмент.

*In the XX century, tourism has become one of those economic sectors that are developing at an accelerated pace. According to the World Trade Organization, in 2022 the revenue from international tourist travel will be 1.9 billion, which is 4 times higher than in 2015. Statistical indicators of the impact of tourism on the economy of foreign countries demonstrate the importance of developing the tourism industry in the global economy and Ukraine particularly. However, it should be noted that despite the coronavirus pandemic, the global tourism industry by the end of 2020 may be short of \$210,000,000,000 in revenues. This is the data of a study published by the World Travel and Tourism Council (WTTC). The development of innovative ways to overcome the crisis created by the negative impact of the COVID-19 pandemic on the tourism industry is seen by us as a more detailed study of the organization of tourist services in the planning system of tourism enterprises. The above-mentioned aspect demonstrates the relevance of the topic and indicates the need for a detailed study of this issue. The study of theoretical and methodical aspects concerning the process of organization of tourist services in the planning of tourist enterprises has been carried out in the article. In particular it is noted that tourism occupies a special place in the system of branches of national economy and sphere of services. The concept of "tourist service" is analyzed and its key components are outlined. It is established that the formation of tourist services is significantly influenced by different components of the tourism industry. The definition of the notion of "tourism industry component" is given and the categorical factors that is forming tourist services are highlighted. The interdependence of economic relations and the sequence of technological operations on the basis of which the process of planning of tourist enterprise activity has to be realized have been determined. It has been specified that all subsystems of a tourist enterprise should correspond in their quantitative and qualitative composition to the needs of a certain territory in providing the necessary assortment and volume of tourist services. It is noticed that in the process of organization and realization of tourist services considerable attention should be paid to the quality criterion.*

**Key words:** tourism, tourism enterprise, tourist service, infrastructure in tourism, activity planning, management.

**Постановка проблеми.** У ХХ ст. туризм став однією з тих галузей економіки, котрі розвиваються пришвидшеними темпами. Нині у світі кожне сьоме робоче місце припадає на сферу туризму. За даними World Trade Organization, у 2022 р. прибутковість від міжнародних туристичних подорожей становитиме 1,9 млрд дол., тобто

в чотири рази перевищить показники 2015 р. [1]. Статистичні показники впливу туризму на економіку зарубіжних країн свідчать про важливість розвитку туристичної галузі у світовій економіці та Україні зокрема.

Разом із тим слід зауважити, що, зважаючи на пандемію коронавірусу, світова туристична

галузь за підсумками 2020 р. може недорахуватися 2,1 трлн дол. прибутків [2]. Такі дані дослідження опублікувала Світова рада з подорожей та туризму (WTTC). Через коронавірус, обмеження на пересування та карантин під загрозою перебуває 75 млн робочих місць у всьому світі. Найбільше – 48,7 млн робочих місць – в Азійсько-Тихоокеанському регіоні. По 10 млн робочих місць може зникнути у Європі та Америці [3].

Сектор туризму та подорожей відповідає за близько 10,4% світового ВВП. Під час пандемії, пов'язаної з COVID-19, саме туризм постраждав найбільше, зокрема через обмежувальні заходи, які запроваджують держави, на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень тощо. Якщо найближчим часом не буде вжито термінових заходів, сектор подорожей та туризму зіштовхнеться з економічною кризою, з якої буде складно вийти, а мільйони людей, що працюють у туризмі, «потонуть» у боргах [2]. А тому існує потреба у розробленні шляхів виходу з кризи, спричиненої пандемією COVID-19 [4].

Розроблення інноваційних шляхів виходу з кризи, що утворилася внаслідок негативного впливу пандемії COVID-19 на туристичну галузь, для підприємств сфери туризму вбачається нами у більш детальному вивченні питання щодо організації туристичних послуг у системі планування діяльності туристичних підприємств. Вищезазначений аспект засвідчує актуальність вибраної тематики та вказує на потребу у детальному вивченні даного питання.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Серед українських дослідників, що займалися вивченням питання розвитку туризму, слід відзначити праці Є.Ю. Сахно [10], М.С. Дорощ [10], А.В. Ребенок [10], які досліджували питання управління сервісним складником у туризмі. Т.С. Незвещук-Когут [12] вивчала питання щодо проблем та напрямів підвищення ефективності управління якістю обслуговування на туристичних підприємствах. І.О. Сидоренко [14, с. 78–80] досліджено питання напрямів удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств у сучасних умовах господарювання. І.Г. Смирновим [15, с. 106–114] висвітлено привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів і ресурсів у контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму.

В.О. Непочатенко, досліджуючи питання розвитку туризму в умовах сучасності, вказує, що, «впливаючи на ключові сектори економіки, туризм усе частіше стає одним із найважливіших показників соціально-економічного розвитку як певних регіонів, так країни загалом» [4]. В.Г. Герасименко та С.С. Галасюк зазначають, що «сфера послуг, до якої відноситься індустрія туризму, визначається як сектор економіки, де виробляються блага,

корисний ефект від яких проявляється саме у процесі їх створення» [6, с. 7]. Р.Б. Кожухівською зазначено, що «процеси створення та реалізації туристичного продукту й окремих туристичних послуг відносяться до туристичної діяльності. До суб'єктів туристичної діяльності відносяться підприємства, установи, організації та фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку й отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг» [5, с. 44].

О.М. Саковська, Р.Б. Кожухівська, О.Г. Шпикуляк, О.П. Гарбар, С.М. Подзігун указують на те, що «зміни у зовнішньому середовищі змушують підприємства розширювати інноваційні форми планування діяльності, і вони стають більш орієнтованими на споживача. В умовах насичення попиту на товари та послуги рівень обслуговування споживачів, який є найбільш захищеним від копіювання порівняно з іншими конкурентними перевагами, стає визначальним фактором диференціації» [16, с. 1371].

Зарубіжні дослідники сфери туризму В.А. Квартальнов [13] та Л.В. Баумгартен [11] вивчали питання формування основ менеджменту в туристичному бізнесі та ключових принципів управління якістю в туризмі.

Проведений критичний аналіз представлених у науковій літературі дослідницько-популярних матеріалів, наукових статей та джерел, що містять статистичну інформацію стосовно туристичної галузі, дав змогу всебічно оцінити проблеми розвитку сфери туризму та зробити висновок щодо недостатності вивчення питання стосовно процесу організації туристичних послуг. Зважаючи на вказане, питання організації туристичних послуг як одного із ключових елементів планування діяльності підприємств сфери туризму потребує додаткового вивчення та проведення ґрунтовних досліджень у даному напрямі.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз теоретичних та методичних аспектів стосовно процесу організації туристичних послуг під час планування діяльності туристичних підприємств та розвитку інфраструктури туризму.

Зважаючи на мету, завдання статті полягають у визначенні ключових складників туристичного обслуговування та проведенні аналізу основних критеріїв розроблення та реалізації туристичних послуг, зокрема відповідно до принципів якості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Останнім часом туризм в Україні одержав значний розвиток і став масовим соціально-економічним явищем. Швидкому його розвитку сприяє розширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між Україною та іншими державами [5, с. 43].

Туризм посідає особливе місце в системі галузей національної економіки та сфери послуг.

Як вид активного відпочинку він є однією з головних потреб населення та витрат на них. У структурі туристичного продукту товари туристичного призначення становлять не більше 20%, тоді як 80% припадає на туристичні послуги, серед яких основними є розміщення, харчування, перевезення, екскурсії та розваги. Окрім того, у туризмі задіяний цілий спектр додаткових послуг: фінансові, медичні, страхові, візові тощо, які разом з основними для туризму послугами створюють сферу туристичних послуг [6, с. 10].

Згідно з ГОСТ 30335-95 «Услуги населению. Термины и определения», який адаптовано в Україні як національний стандарт, послуга – це результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також власної діяльності виконавця із задоволення потреби споживача. За функціональним призначенням послуги, надавані населенню, поділяються на матеріальні та соціально-культурні [7, с. 2].

До матеріальних належать послуги із задоволення матеріально-побутових потреб споживача послуг. Тобто матеріальна послуга забезпечує відновлення (зміну, збереження) споживчих властивостей виробів або виготовлення нових виробів за замовленнями громадян, а також переміщення вантажів та людей, створення умов для споживання. Соціально-культурна послуга – це послуга із задоволення духовних, інтелектуальних потреб та підтримання нормальної життєдіяльності споживача. Так, соціально-культурні послуги забезпечують підтримання та відновлення здоров'я, духовний і фізичний розвиток особистості, підвищення професійної майстерності. До складу соціально-культурних послуг належать медичні послуги, послуги культури, освіти, туризму тощо [6, с. 7–8]. Також слід зазначити що Міждержавним стандартом ГОСТ 28681.2-95 «Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування» встановлено обов'язкові і рекомендаційні вимоги до якості туристичних послуг, які надають туристичні підприємства незалежно від їх відомчої приналежності та організаційно-правової форми [8, с. 3].

Таким чином, туризм є складовою частиною сфери послуг. Згідно із Законом України «Про туризм», туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [9].

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичні послуги наділені специфічними соціально-оздоровчими особливостями (забезпечують

відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей, заняття спортом, участь у культурно-масових заходах та ін.) [10, с. 157].

На формування туристичної послуги значний вплив здійснюють різні компоненти туристичної індустрії. Під компонентами туристичної індустрії слід розуміти різні форми економічної, фінансово-господарської та виробничої діяльності, які задовольняють потреби туристів. Своєю чергою, туристичні потреби можна умовно поділити на дві категорії, які формують типові та нетипові туристичні послуги.

До типових туристичних послуг можна віднести такі послуги:

- послуги туроператорів і туристичних агенцій;
- спеціалізовані послуги (спортивні, оздоровчі, медичні, освітні);
- транспортно-логістичні послуги (у т. ч. як місцеві перевезення у вигляді обслуговування екскурсій або трансферів, так і міжнародні перевезення);
- послуги засобів розміщення;
- послуги харчування;
- розважальні та атракційні послуги (у т. ч. анімацію);
- інформаційні послуги;
- послуги з вироблення та реалізації туристичної сувенірної продукції й туристичного спорядження.

До нетипових туристичних послуг слід віднести такі послуги, необхідність отримання яких не залежить від статусу туриста, зокрема це:

- послуги страхування та забезпечення безпеки подорожі;
- комунікаційні послуги;
- послуги у сфері торгівлі;
- комунальні послуги та побутові послуги;
- банківські та інші фінансові послуги;
- охоронні послуги;
- послуги з оренди автомобілів тощо.

Доступність нетипових послуг прямо або опосередковано сприяє підвищенню рівня споживання типових туристичних послуг.

Наявність типових і нетипових туристичних послуг у сфері туризму засвідчує як факт існування міжгалузевих господарських зв'язків між підприємствами туристичної інфраструктури, так і вказує на розмежування структурно-функціональних інституцій усередині самого підприємства.

Аналіз послідовності технологічних операцій у процесі організації процесу розроблення та реалізації туристичних послуг дає підстави виділяти дві групи господарських зв'язків у структурі туристичного підприємства:

- структурні – формують конкретний вид діяльності підприємства. Такі зв'язки відображають спеціалізовані послуги з організації туристичного процесу (екскурсії, трансфер, туристичне

обслуговування у процесі туру; робота засобів розміщення та харчування тощо);

– побутові. До таких зв'язків слід віднести ті види діяльності, які стосуються забезпечення отримання послуг у сфері комунального господарства, фінансового обслуговування, транспорту, зв'язку, торгівлі та ін.

Слід зауважити, що фінансово-господарські, обслуговуючі та виробничо-логістичні підсистеми туристичного підприємства за своїм кількісним складом повинні забезпечувати необхідний асортимент та рівень обсягу туристичних послуг певної території.

У процесі організації та реалізації туристичних послуг слід не забувати про те, що туристична послуга повинна бути якісною.

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є одним із найважливіших складників ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії [11, с. 14].

«Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси з проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю» [12].

Під час управління якістю комплексної туристичної послуги безпосередніми об'єктами управління виступають процеси, що зумовлюють якість кожної послуги. Розроблення управлінських рішень щодо визначення показників, які зумовлюють надання якісного туристичного продукту, розглядається як важливий складник програми управління якістю туристичних послуг [13, с. 62].

Управління якістю туристичного обслуговування має проводитися системно, тобто на підприємствах – суб'єктах туристичної індустрії має функціонувати система управління якістю туристичних послуг. Така система являє собою організаційну структуру з чітким розподілом відповідальності, процедури, процесів та ресурсів, які необхідні для управління якістю туристичних послуг. Світовий досвід сформував не лише загальні ознаки діючих систем управління якістю, а й принципи та методи, які можуть застосовуватися у кожній із них. Якість послуг, що надаються туристичними підприємствами, залежить від сертифікації цих підприємств [12]. Ст. 18 «Сертифікація та стандартизація у сфері туристичної діяльності» Закону України «Про туризм» говорить про те, що державна система стандартизації у сфері туризму спрямована на:

- захист інтересів споживачів та держави у питаннях безпеки туризму, життя та здоров'я громадян, охорони майна та навколишнього середовища;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до вимог споживачів [9].

Активне і раціональне застосування у своїй діяльності стандартів (передусім міжнародних) та сертифікатів якості економічно дуже доцільне для туристичних підприємств. Це дає змогу забезпечити необхідну якість продукції (послуг), організувати налагоджений та безперервний технологічний процес, що в кінцевому підсумку призводить до подолання бар'єрів на зовнішніх ринках, устанавлення більш високого рівня цін на туристичну продукцію (послуги) й у цілому до підвищення рівня конкурентоспроможності туристичного підприємства на ринку туристичних послуг [14, с. 79–80].

Якість туристичної діяльності підприємств підтверджується перевіркою на відповідність чинним стандартам, правилам, вимогам для встановлення належного класу обслуговування.

На якість обслуговування впливають такі чинники, як комплексність послуг і товарів, їх спрямованість на конкретного споживача, своєчасність їх надання.

До найбільш суттєвих критеріїв якості належать:

- відповідність стандартам усіх туристичних послуг, що надаються підприємством;
- відповідність їх технічним показникам найкращих товарів-аналогів;
- рівень точності всіх виробничих процесів, що здійснюють такі послуги;
- відповідність якості туристичних послуг потребам покупця;
- відповідність якості туристичного продукту платоспроможному попиту.

Дотримання вимог до якості продукції та послуг дає змогу запобігти відхиленням, які виникають у процесі надання послуг і пов'язаних із ними витрат, забезпечує безпеку діяльності на підприємствах туристичної та готельної сфери [12].

Надання продукції і послуг високої якості та дотримання вимог стандартів обслуговування призводить до конкурентоспроможності туристичного підприємства. Конкурентоспроможність виробництва туристичної продукції – це основа існування підприємства, оскільки в ній – суть якості продукції [15, с. 110–112].

Залежно від того, підвищується, знижується або залишається на певному рівні якість послуг, що надаються підприємствами туристичної індустрії або суміжних галузей, що формують туристичну інфраструктуру, можна спостерігати різні наслідки економічного характеру, котрі формують конкурентоспроможність туристичних підприємств.

**Висновки з проведеного дослідження.** Одним із головних елементів системи планування діяльності туристичного підприємства є організація процесу розроблення та реалізації туристичних послуг.

Туристичне підприємство, виконуючи по відношенню до туристичних ресурсів функцію

допоміжної та забезпечувальної підсистеми, водночас відіграє роль активатора розвитку туристичної індустрії як на регіональному, так і на державному рівні, оскільки стає базисом для формування типових і нетипових туристичних послуг і має певну ринкову вартість.

Базовим складником системи реалізації туристичної послуги є її якість. Якість туристичної послуги формується на принципах відповідності вимог сертифікації та стандартизації у сфері туристичної діяльності.

Якість туристичної послуги включає у себе три складники: матеріальний, сервісний, морально-етичний. Надання послуг високої якості передбачає високий, конкурентоспроможний рівень усіх трьох її складників.

Підтримка певного рівня якості туристичних послуг веде до формування сегмента лояльних споживачів, тобто тих, для кого певний рівень якості туристичних послуг є бажаним та прийнятним і задовольняє їхні вимоги в питанні якості туристичної послуги.

Тому під час розроблення туристичних послуг у процесі організації та планування туристичної діяльності слід урахувувати такі чинники й вимоги:

- туристична послуга повинна відповідати державним та міжнародним стандартам якості та технічним вимогам щодо якості та безпечності туристичного продукту;
- туристична послуга повинна відповідати потребам споживача;
- туристична послуга повинна мати практичне застосування та формувати споживчий попит;
- туристична послуга повинна формувати економічну комплексність, з одного боку, бути спрямованою на одержання прибутку суб'єктами туристичної індустрії, з іншого – задовольняти потреби туристів.

Зважаючи на те, що планування діяльності підприємства є безперервним та систематичним управлінським процесом, який вимагає комплексного підходу та інноваційних рішень, на нашу думку, подальші дослідження повинні стосуватися вивчення питання використання зарубіжного досвіду у даній сфері та його практичного застосування українськими туристичними підприємствами.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Tourism and travel-related services. *World Trade Organization*, 2021. URL: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/serv\\_e/tourism\\_e/tourism\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm) (дата звернення: 12.07.2021).
2. Коронавірус завдасть світовому туризму \$2,1 трлн збитків – дослідження. *Бізнес*. 2020. 31 березня. URL: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya> (дата звернення: 12.07.2021).

3. WTTC (2020), Safe Travels: Global Protocols & Stamp for the New Normal. URL: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> (дата звернення: 12.07.2021).

4. Непочатенко В.О. COVID-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8079> (дата звернення: 12.07.2021).

5. Кожухівська Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. *Інноваційна економіка*. 2012. № 29. С. 43–49.

6. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Організація надання туристичних послуг. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.

7. Услуги населению. Термины и определения: ГОСТ 30335-95. [Чинний від 1997-01-01]. Київ: Держстандарт України, 1997. 12 с. (Національний стандарт України).

8. Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 «Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування». [Чинний від 1995-01-01]. Київ: Держстандарт України, 1995. 15 с. (Національний стандарт України).

9. Про туризм: Закон України від 05 вересня 1995 р. № 324-95 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 12.07.2021).

10. Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенко А.В. Менеджмент сервісу: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 328 с.

11. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Москва: Академия, 2010. 304 с.

12. Незвещук-Когут Т.С. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління якістю обслуговування на туристичних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3995> (дата звернення: 12.07.2021).

13. Квартальнов В.А. Менеджмент туризму. Москва: Финансы и статистика, 2009. 247 с.

14. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2005. Вип. 3(46). С. 78–80.

15. Смирнов І.Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). *Географія та туризм*. 2010. Вип. 4. С. 106–114.

16. Kozhukhivska R., Sakovska O., Shpykuliak O., Podzihun S., Harbar O. Social Customer-Oriented Technologies in the Tourism Industry: An Empirical Analysis. *TEM Journal*. 2019. Vol. 8. Issue 4. P. 1371–1383. DOI: 10.18421/tem84-39.

#### REFERENCES:

1. Tourism and travel-related services. *World Trade Organization*, 2021. Available at: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/serv\\_e/tourism\\_e/tourism\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm) (accessed 12 July 2021).
2. Coronavirus zavdast svitovomu turyzmu \$2,1 trln zbytkiv – doslidzhennia. *Biznes (electronic journal)*. Available at: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya> (accessed 12 July 2021).

3. WTTC (2020), "Safe Travels": Global Protocols & Stamp for the New Normal. Available at: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> (accessed 12 July 2021).
4. Nepochatenko V.O. (2020) Covid-19 i turizm: analiz sytuatsii ta ekonomichni shliakhy vykhodu z kryzy [Covid-19 and tourism: situation analysis and economic ways out of the crisis]. *Efektivna ekonomika (electronic journal)*, no.7. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8079> (accessed 12 July 2021).
5. Kozhukhivska R.B. (2012) Turizm v Ukraini: stan, factory ta perspektyva rozvytku [Tourism in Ukraine: state, factors and prospects of development]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 29, pp. 43–49.
6. Herasymenko V.H., Halasiuk S.S. (2014) Orhanizatsiia nadannia turystychnykh posluh [Organization of tourist services]. Odessa: Atlant. (in Ukrainian)
7. Usługi naseleniyu. Terminy i opredeleniya: GOST 30335-95. [Services to the population. Terms and definitions: GOST 30335-95]. Natsional'niy standart Ukraini.
8. Mizhderzhavnyi standart HOST 28681.2-95 "Zahalni vymohy do turystychno-ekskursiinoho obsluhovuvannia" [Interstate standard GOST 28681.2-95 "General requirements for tourist and excursion services"]. Natsionalnyi standart Ukrainy.
9. Pro turizm: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine: About tourism]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 12 July 2021).
10. Sakhno Ye.Yu., Dorosh M.S., Rebenok A.V. (2010) *Menedzhment servisu: teoriia ta praktyka* [Service management: theory and practice]. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
11. Baumharten L.V. (2010) *Upravlenye kachestvom v turizme* [Quality management in tourism]. Moscow: Izdatelskiy tsentr "Akademyia". (in Russian)
12. Nezveshchuk-Kohut T.S. (2015) Problemy ta napriamy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia yakistiu obsluhovuvannia na turystychnykh pidpriemstvakh [Problems and directions of increase of efficiency of management of quality of service at the tourist enterprises]. *Efektivna ekonomika (electronic journal)*, no. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3995> (accessed 12 July 2021).
13. Kvartal'nov V.A. (2009) *Menedzhment turizma* [Management of a Tourism]. Moscow: Finansy i statistika. (in Russian)
14. Sydorenko I.O. (2005) Napriamy shchodo udoskonalennia systemy upravlinnia yakistiu diialnosti turystychnykh pidpriemstv (orhanizatsii, firm) v suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Directions for improving the quality management system of tourism enterprises (organizations, firms) in modern business conditions]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, vol. 3, no. 46, pp. 78–80.
15. Smyrnov I.H. (2010) Pro pryvablyvist ta lohystychnist rekreatsiino-turystychnykh ob'ektiv ta resursiv (v konteksti lohystychnoi modeli staloho rozvytku turizmu) [On the attractiveness and logistics of recreational and tourist facilities and resources (in the context of the logistics model of sustainable tourism development)]. *Heohrafiia ta turizm*, vol. 4, pp. 106–114.
16. Kozhukhivska R., Sakovska O., Shpykuliak O., Podzihun S., Harbar O. (2019) Social Customer-Oriented Technologies in the Tourism Industry: An Empirical Analysis. *TEM Journal*, vol. 8, issue 4, pp. 1371-1383. DOI: 10.18421/tem84-39.