

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**  
**Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

<b>«До захисту в ЕК»</b> В.о. декана факультету _____ (підпис) <u>Цирульнікова В. В.</u> (прізвище та ініціали) « _____ » _____ 20__ р.	<b>«До захисту допущено»</b> В.о. завідувача кафедри _____ (підпис) <u>Мельник І. Л.</u> (прізвище та ініціали) « _____ » _____ 20__ р.
--	--

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ Туризм \_\_\_\_\_

на тему: «Формування системи екоменеджменту на туристичному підприємстві»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-11

<u>Рябко Аліна Василівна</u> (прізвище, ім'я та по батькові)	_____ (підпис)
---	-------------------

Керівник <u>Антоненко Ірина Ярославівна</u> (прізвище, ім'я та по батькові)	_____ (підпис)
--	-------------------

Рецензент _____ (прізвище, ім'я та по батькові)	_____ (підпис)
--	-------------------

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній  
роботі немає запозичень із праць  
інших авторів без відповідних  
посилань.

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2021 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет \_\_\_\_\_ готельно-ресторанного та туристичного бізнесу \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_ туристичного та готельного бізнесу \_\_\_\_\_

Освітній ступінь \_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_  
(код і назва)

Освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_ Туризм \_\_\_\_\_  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**В.о. завідувача кафедри**

\_\_\_\_\_ Мельник І. Л. \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

## ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

\_\_\_\_\_ Рябко Аліна Василівна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Формування системи екоменеджменту на туристичному підприємстві»

керівник роботи \_\_\_\_\_ Антоненко Ірина Ярославівна, д.е.н., проф. \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «12» 05 2021 року № 256-кв

2. Строк подання здобувачем роботи \_\_\_\_\_ 01.06.2021 \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи наукові та фахові джерела, статистична звітність туристичного підприємства ТОВ «Пегас Туристик»

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) \_\_\_\_\_

1. Теоретичні основи екологічного менеджменту на туристичному підприємстві;

2. Організаційно-фінансовий аналіз туристичного підприємства «Пегас Туристик»;

3. Формування системи екоменеджменту для розвитку туристичної фірми;

4. Впровадження сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві «Пегас Туристик».

5. Перелік графічного матеріалу рисуноків – 4; таблиць – 17; додатків – 7.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Антоненко І. Я., професор, доктор економічних наук		
II	Антоненко І. Я., професор, доктор економічних наук		
III	Антоненко І. Я., професор, доктор економічних наук		
IV	Антоненко І. Я., професор, доктор економічних наук		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ 18.01.2021 \_\_\_\_\_

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	18.01.2021 – 26.02.2021	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2021 – 12.03.2021	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 ( <i>теоретичний</i> )	15.03.2021 – 31.03.2021	виконано
4	РОЗДІЛ 2 ( <i>аналітичний</i> )	01.04.2021 – 16.04.2021	виконано
5	РОЗДІЛ 3 ( <i>рекомендаційний</i> )	19.04.2021 – 30.04.2021	виконано
6	РОЗДІЛ 4 ( <i>інформаційні технології</i> )	03.05.2021 – 14.05.2021	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	17.05.2021 – 21.05.2021	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	24.05.2021 – 26.05.2021	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2021 – 31.05.2021	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	01.06.2021	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	15-18.06.2021	виконано

Здобувач

\_\_\_\_\_ (підпис)

Рябко А. В.

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

Антоненко І. Я.

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**РЕЗЮМЕ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**  
**РЯБКО АЛІНИ ВАСИЛІВНИ**  
**НА ТЕМУ:**  
**«ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОМЕНЕДЖМЕНТУ НА**  
**ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ»**

Кваліфікаційна робота складається з 83 сторінок. Кількість розділів – 4, рисунків – 4, таблиць – 17, додатків – 7.

**Об'єктом дослідження** роботи є туристичне підприємство ТОВ «Пегас Туристик».

**Предметом дослідження** роботи є теоретичні та прикладні аспекти екологічного менеджменту на туристичному підприємстві «Пегас Туристик».

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження процесу формування екоменеджменту на туристичному підприємстві «Пегас Туристик».

У першому розділі було досліджено теоретичні основи екологічного менеджменту, його систему впровадження на підприємстві, проаналізовано зв'язок екоменеджменту та сталого розвитку, і розглянуто вітчизняний та закордонний досвід реалізації екологічного менеджменту на підприємствах.

У другому розділі здійснено організаційно-фінансовий аналіз туристичного підприємства «Пегас Туристик», досліджено його внутрішнє та зовнішнє середовище.

У третьому розділі вивчено вплив ТОВ «Пегас Туристик» на навколишнє середовище, розроблено декілька пропозицій стосовно запровадження екоменеджменту на підприємстві та обґрунтовано доцільність рекомендованих заходів.

У четвертому розділі досліджено стан технічного та програмного забезпечення діяльності ТОВ «Пегас Туристик», описано Інтернет-контент підприємства та запропоновано кроки для удосконалення інформаційної діяльності підприємства.

**Ключові слова:** екологічний менеджмент, сталий розвиток, туристичне підприємство, «Пегас Туристик».

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....</b>	<b>9</b>
1.1. Сутність поняття «екоменеджмент» та його принципи .....	9
1.2. Ідея сталого розвитку та екологічний менеджмент .....	15
1.3. Вітчизняний та закордонний досвід впровадження екоменеджменту на туристичних підприємствах.....	20
Висновки до розділу 1 .....	<b>25</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПЕГАС ТУРИСТИК» .....</b>	<b>27</b>
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Пегас Туристик» .....	27
2.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства «Пегас Туристик» ..	30
2.3. Аналіз зовнішнього середовища підприємства та його конкурентної позиції.....	36
Висновки до розділу 2 .....	<b>41</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОМЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ.....</b>	<b>42</b>
3.1. Вплив туристичної діяльності ТОВ «Пегас Туристик» на навколишнє середовище.....	42
3.2. Пропозиції запровадження екологічного менеджменту на ТОВ «Пегас Туристик».....	45
3.3. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів .....	51
Висновки до розділу 3 .....	<b>54</b>
<b>РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПЕГАС ТУРИСТИК» .....</b>	<b>56</b>
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт ТОВ «Пегас Туристик» .....	56
4.2. Аналіз Інтернет-контенту компанії .....	59
4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності підприємства .....	63
Висновки до розділу 4 .....	<b>65</b>
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ .....</b>	<b>67</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>69</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>75</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сьогодення характеризується інтенсивним суспільним виробництвом та швидким розвитком. А роки, коли ми не знали коронавірусної інфекції, показали нам, що туризм є важливою рекреаційною, соціальною, культурною, просвітницькою та виховною діяльністю людей. Туристична сфера створює робочі місця, розвиває інфраструктуру, будує нові туристичні одиниці тощо.

Індустрія туризму являє собою потужну складову світової економіки. В багатьох країнах світу туризм є основним джерелом доходу. Йому приписують першість серед галузей національної економіки. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації міжнародні прибуття в 2019 році становили 1,460 млн, а сума грошових надходжень від туризму – 1,481 млрд доларів США [48].

Втім, з розвитком туризму зростає негативне екологічне навантаження на природно-рекреаційні комплекси. Суспільство продовжує вичерпувати природні ресурси, чим ставить під загрозу власне існування.

Розвиток та широке застосування системи екоменеджменту в Україні є вимогою сьогодення. Як самостійний вид діяльності в структурі управління, екологічний менеджмент слугуватиме інструментом вирішення екологічних проблем та екологічною безпекою народів. Екологічне управління мінімізує негативне навантаження туристичного продукту на навколишнє середовище та людське здоров'я, чим підвищує конкурентоспроможність організації. Так, система екоменеджменту являється фундаментом для створення конкурентного, сталого та відповідального ведення бізнесу, котрий може задовольнити потребу споживача.

Саме тому вивчення питань з екологічного менеджменту, створення практичних вказівок для його запровадження та сприяння реалізації системи на всіх рівнях є актуальними в наш час.

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи виступає ТОВ «Пегас Туристик».

**Предметом дослідження** є теоретичні та прикладні аспекти екологічного менеджменту на туристичному підприємстві «Пегас Туристик».

**Метою роботи** є дослідження процесу формування екоменеджменту на туристичному підприємстві «Пегас Туристик».

Для досягнення мети поставлено наступні **завдання**:

- розкрити теоретичні аспекти екологічного менеджменту;
- охарактеризувати особливості екоменеджменту на туристичному підприємстві;
- здійснити організаційно-фінансове дослідження ТОВ «Пегас Туристик»;
- провести аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;
- розробити власні пропозиції реалізації екологічного управління на туристичному підприємстві «Пегас Туристик»;
- надати рекомендації щодо запровадження сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві «Пегас Туристик».

В роботі були використані такі **методи дослідження** як загальнонаукові і спеціальні методи, зокрема емпіричні методи (спостереження, порівняння), аналіз і синтез, історичний метод, а також опрацювання статистичних даних, розрахунково-аналітичний, прогнозування.

**Апробація отриманих результатів.** Результати дослідження пройшли апробацію під час 87-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті», яка відбулась 15-16 квітня 2021 року, з доповіддю на тему: «Екологічний менеджмент як важливий напрямок сталого розвитку туризму».

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати дослідження можуть бути розглянуті керівництвом ТОВ «Пегас Туристик» та застосовані в розробці положень щодо розвитку екологічного менеджменту на туристичному підприємстві.

**Структура роботи:** складається з вступу, 4 розділів, 12 підрозділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків. Обсяг роботи становить 83 аркушів друкованого тексту, в тому числі й списку літератури, який складається з 50 джерел. У роботі міститься 4 рисунки, 17 таблиць і 7 додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

### 1.1. Сутність поняття «екоменеджмент» та його принципи

Розпочинаємо дослідження з надання дефініції поняттю «екоменеджмент» та наведення прикладів трактувань різними авторами терміну «екологічний менеджмент», «екоменеджмент на туристичному підприємстві» і т.д.

На сьогодні існує багато визначень поняття «екологічний менеджмент». В табл. 1.1 представлені різні приклади тлумачення поняття «екоменеджмент» вченими та науковцями.

*Таблиця 1.1*

#### Дефініція поняття «екологічний менеджмент»

№ з/п	Автор	Визначення терміну
1	С. В. Макаров	Ініціативна і результативна діяльність економічних суб'єктів, спрямована на досягнення їх власних екологічних цілей, проектів і програм, розроблених на принципах екоефективності та екосправедливості [20].
2	Е. М. Коротков	Тип управління, побудований на соціально-економічному і соціально-психологічному мотивуванні гармонії людини з природою і орієнтований на формування та розвиток економічного виробництва і екологічної культури життєдіяльності людини [18].
3	Т. П. Галушкіна	Сукупність адміністративно-командних і ринкових важелів та стимулів, які забезпечують свідому зацікавленість ресурсо-користувачів у виборі найбільш ефективних управлінських рішень у сфері природокористування як на макро-, так і на мікрорівні [8].
4	Ю. Я. Добуш	Управління екологічними характеристиками конкретних економічних суб'єктів екологічно небезпечної діяльності, джерел екологічної небезпеки або окремих природних комплексів з метою охорони навколишнього природного середовища і раціоналізації природокористування для досягнення сталого розвитку територій [34].

*Продовження табл. 1.1*

5	В. О. Лук'янихін	Управління, яке завчасно передбачає формування екологічно безперервного виробничо-територіального комплексу і яке забезпечує оптимальне співвідношення між екологічними та економічними показниками протягом всього періоду життєвого циклу як самого комплексу, так і продукції, що ним виробляється [19].
---	------------------	---

*Джерело: складено автором*

Ще одним тлумаченням поняття «екоменеджмент» є приклад, який наведений у ДСТУ ISO 14001:2015: система екологічного управління – частина системи управління, яку використовують для керування екологічними аспектами, виконання обов'язкових для дотримання відповідності вимог та розв'язання питань, пов'язаних з ризиками та можливостями [2].

Таким чином, можна сказати, що «екологічний менеджмент» - це свідомо та цілеспрямована діяльність економічних суб'єктів, яка пов'язана з розробкою, запровадженням, реалізацією, контролем різноманітних заходів, які забезпечують раціональне використання та збереження природних ресурсів, дотримуючись екологічної безпеки та концепції сталого розвитку.

Головною метою екоменеджменту є недопущення кризових екологічних ситуацій, попередження та мінімізація негативного впливу процесів природокористування, а також охорона природних ресурсів, обмеження викидів шкідливих речовин в атмосферу та водне середовище, вирішення екологічних проблем, гарантування безпеки працівників, споживачів туристичного продукту та мешканців місцевості, де функціонує підприємство [11].

Виокремлюють два напрями стратегій: перевага економічних цілей і вибір на користь екологічних цілей. В разі першої стратегії, екологічним питанням приділяється стільки уваги, скільки того потребують закони і правила. Таку стратегію іменують «захисна», або «пасивний екоменеджмент».

Іншу стратегію називають «наступаюча», або «активний екоменеджмент». З неї виокремлюють два види: в першому випадку екологічні ідеї висувають на перший план; в другому випадку економіка та екологія

балансуються, тобто прибираються спірні питання між цими двома сферами [12].

Розвиток екоменеджменту здійснюється, базуючись на дотриманні певних принципів. За допомогою них встановлюються правила для суб'єктів екологічного менеджменту, координується та здійснюється вплив на всі грані природоохоронної діяльності, обираються кращі методи втілення керування. Сутність екологічного менеджменту найкраще висвітлена в його принципах. У сучасних джерелах наводять багато варіантів, якими є ці принципи. Було виділено такі:

- право на безпеку та здорове життя кожного;
- відповідальність за екологічний слід від діяльності;
- об'єднання екологічних закономірностей в теорію і практику життєдіяльності суспільства згідно з концепцією сталого розвитку;
- застерігання екологічних катастроф;
- співпраця в глобальному масштабу усіх держав задля збереження становища екосистеми;
- запровадження екологічних інновацій тощо [16].

Згідно з ДСТУ ISO 14001:2006 існує схема системи екологічного менеджменту, яка зображена на рис. 1.1.

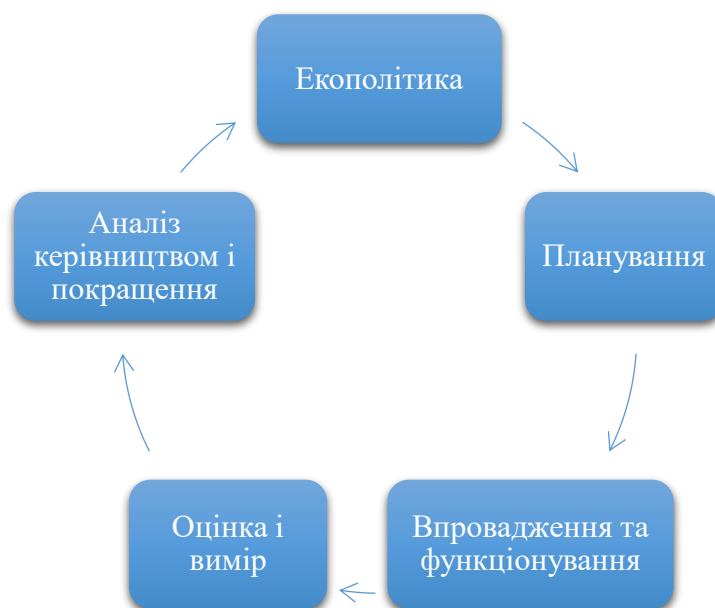


Рис. 1.1. Система екологічного керування [2]

Зі схеми бачимо, що система екологічного менеджменту складається з 5 етапів. В табл. 1.2 представлена детальна характеристика кожного етапу системи екоменеджменту.

Таблиця 1.2

### Характеристика системи екоменеджменту

№ з/п	Назва етапу	Суть етапу
1	Екологічна політика	Визначення керівництвом своєї екополітики і забезпечення виконання обов'язків по відношенню до функціонування системи екологічного менеджменту
2	Планування	Розробка програми досягнення цілей і пошук можливостей, необхідних для втілення планів екополітики
3	Реалізація	Виконання завдань екополітики
4	Оцінка і вимір	Забезпечення моніторингу, виміру та оцінки екологічних результатів свого функціонування, а також коригування дій в разі невідповідності
5	Аналіз керівництвом і вдосконалення	Перевірка і постійне покращення своєї програми екоменеджменту

*Джерело: складено автором на основі [1]*

Так, керівництво підприємства зобов'язане сформулювати, задокументувати, впровадити, контролювати та безперервно покращувати систему екологічного менеджменту відповідно до вимог стандарту.

Екологічний менеджмент має свою нормативно-правову документацію на міжнародному та національному рівнях. Найбільш поширеними і визнаними у світі є стандарти ISO 9000 та ISO 14000.

Стандарти ISO 9000 прийняті більш ніж 90 країнами світу як державні. Вони застосовуються до будь-яких підприємств, незалежно від їх розміру, форм власності та сфери діяльності. Їх головною метою є забезпечення стабільного функціонування документованої системи менеджменту якості підприємства-постачальника. Стандарти даної серії допомагають підприємствам формалізувати їх систему менеджменту, застосовуючи внутрішній аудит, процесійний підхід, коригувальні та запобіжні заходи.

Схвалюючи національні стандарти, країнам потрібно звертатись до стандартів серії ISO 14000 – системи стандартів з управління навколишнім

середовищем, де функціонують організація, включаючи повітря, воду, ґрунт, природні ресурси, флору, фауну, людей та взаємозв'язки між ними.

Серію міжнародних стандартів ISO 14000 було розроблено 1993 року у Женеві комітетом з екоменеджменту Міжнародного інституту стандартизації, які регламентували схеми екоменеджменту та аудиту (Environmental management and audit scheme – EMAS) [33]. Перелік документів, які входять до серії ISO 14000, наведені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

### Міжнародні стандарти серії ISO 14000

Назва	Зміст
ISO 14000	Містить загальні принципи системи управління
ISO 14001	Система екологічного менеджменту («Environmental management system» - EMS) – специфікації та посібник з використання
ISO 14004	Установлює загальні принципи, системи і методи стосовно розробки та запровадження системи менеджменту навколишнім середовищем, та її координації з іншими системами керування
ISO 14010	Загальні принципи екологічного аудиту
ISO 14011/1	Процедури аудиту
ISO 14012	Критерії кваліфікації екологічних аудиторів
ISO 14014	Визначає «початковий рівень» екологічної ефективності підприємства
ISO 14020	Екологічне маркування, принципи та декларації
ISO 14031	Оцінка екологічних показників діяльності організації
ISO 14040	Методологія «оцінки життєвого циклу» - оцінки екологічного впливу, пов'язаного з продукцією, на всіх стадіях її життєвого циклу
ISO 14050	Містить терміни та визначення, які відповідають прийнятими у міжнародній практиці
ISO 14060	Облік екологічних аспектів у стандартах на продукцію

*Джерело: складено автором на основі [27]*

Україна прийняла стандарти серії ISO 14000 як національні в 1997 році. Українські підприємства можуть добровільно проводити сертифікацію за стандартами ISO 14000, які суттєво покращують їх конкурентоспроможність та «статус».

Екологічний менеджмент на туристичному підприємстві – це комплекс управлінських заходів щодо надання якісних рекреаційно-туристичних послуг, який спрямований на максимальне задоволення потреб туристів в туризмі за умови дотримання правил екологічної безпеки [14]. Екоменеджмент туристичного підприємства є частиною загальної системи

менеджменту, яка на базі системно-екологічного підходу гарантує екологізацію усіх управлінських дій з дотриманням концепції «сталого туризму» та правил екологічної справедливості.

Політика екоменеджменту в туристичному бізнесу передбачає:

- врахування природоохоронних вимог до традиційних правил туристичного підприємства;
- належне функціонування між екологічною безпекою, виробничими функціями та інфраструктурою виробництва;
- слідування екологічним нормативам на всіх етапах створення, втілення в життя та споживання туристичної продукції;
- зменшення впливу на довкілля;
- розумне використання природних ресурсів;
- дотримання екологічних умов праці;
- інформування населення про екологічну діяльність підприємства [29].

Екоменеджмент на туристичному підприємстві є важливим інструментом мінімізації антропогенного впливу на навколишнє середовище, зміни споживчої поведінки, та розвитку відповідального відношення до масштабного питання екології.

Туристичні підприємства, які втілюють принципи екоменеджменту, мають свої переваги на ринку. Такий вид керування надає можливість підприємству знизити споживчі ресурси, які в результаті призводять до скорочення витрат, а також показати свою екологічну позицію, що є вагомим критерієм у конкурентоспроможності. Окрім цього, туристичні підприємства, які функціонують за системою екоменеджменту, несуть за собою освітню та культурну функцію, передаючи екологічні знання і формуючи відповідну поведінку у туристів.

## 1.2. Ідея сталого розвитку та екологічний менеджмент

Екологічний менеджмент є невід'ємним компонентом стійкого розвитку суспільства, який може гарантувати міцний збалансований розвиток територій. Сама концепція екоменеджменту спирається на модель сталого розвитку. Аналізуючи підходи пояснення сенсу стійкого розвитку, можна сказати, що це явище орієнтується на стійкий гармонійний розвиток, його раціоналізацію, пам'ятаючи про соціальну, екологічну та економічну ефективність.

Сталий розвиток, стійкий розвиток (англ. Sustainable development) – це процес, який гармонізує розвиток продуктивних сил та забезпечує задоволення потреб усіх членів суспільства, зберігаючи та поетапно відновлюючи цілісність навколишнього середовища [21]. Основною метою сталого розвитку України є гарантування інтенсивного соціально-економічного росту, збереження навколишнього середовища та свідоме користування природно-ресурсним потенціалом. Задовольняючи потреби людей, будувати потужний економічний простір, який сприяє екологічній рівновазі, продуктивній праці, науково-технічному прогресу, та має соціальний напрям.

Екологічній безпеці планети повинно приділятися все більше уваги. В сучасних реаліях надзвичайно важливим є забезпечення максимально можливого збереження біосфери та розумне використання природних ресурсів, не перевищуючи встановлені межі, при яких зберігається здатність природних комплексів до самовідновлення [32].

Сталий розвиток є загальним поняттям щодо потреби визначення врівноваженості між задоволенням потреб людства і забезпеченням захисту інтересів їх в майбутньому, враховуючи необхідність у чистому і безпечному навколишньому середовищі. Підґрунтям його керованості є системний підхід та сучасні технології, які дають оперативний доступ до розробки варіацій

розвитку, з прогнозуванням їх наслідків та вибором найбільш доцільного варіанту.

Економічний підхід у сталому розвитку базується на постулатах неокласичної теорії, відповідно до чого можливості суспільства з виробництва доходу лімітовані умовою збереження сукупного капіталу, що потрібний для створення цього доходу [22]. Такий спосіб передбачає раціональне використання ресурсів і природо-, матеріало- та енергозберігаючих інновацій для утворення джерела сукупного доходу, який гарантував збереження сукупного капіталу.

Соціальний підхід у стійкому розвитку спирається на охоплення всіх прав людини, не забуваючи про корпоративний менеджмент, а також ширше коло проблем стосовно балансу соціальних і культурних систем, збагачення гуманітарних цінностей суспільства [3].

Екологічний підхід у сталому розвитку виходить із забезпечення цілісності природних та біологічних систем. Особливою увагою наділяється життєздатність та самовідновлення екосистем. До поняття природних систем включаються також антропогенні системи [5].

Отже, спостерігається взаємопов'язаність економічних, соціальних та екологічних проблем і того усвідомлення, що вони повинні вирішуватись в комплексі шляхом тісної співпраці і прикладання сил усіх держав світу.

1 жовтня 1999 року в м. Сантьяго (Чилі) Генеральна асамблея ВТО схвалила і прийняла «Глобальний етичний кодекс туризму», в якому було встановлено комплекс орієнтирів для відповідального і стійкого розвитку світового туризму. У статті 3 «Туризм – фактор сталого розвитку» було окреслено наступні принципи:

- 1) всі учасники туристичного процесу зобов'язані охороняти природне середовище і ресурси в цілях забезпечення здорового, поступового та сталого економічного росту на користь рівноправного задоволення потреб та намірів сьогоденішнього і завтрашнього покоління;

2) центральний, регіональний та місцевий уряд повинен надавати першочергову увагу і стимулювати у фінансовому плані усі ті форми розвитку туризму, які дозволяють економити рідкісні і цінні природні ресурси, особливо воду і енергію, а також максимально запобігати утворенню відходів;

3) з метою зменшення тиску туристичної діяльності на довкілля і для підвищення її корисної дії на туристичну індустрію та на місцеву економіку, варто сприяти рівномірному розподілу потоків туристів та відвідувачів в часі та просторі, особливо пов'язаних з оплачуваними відпустками і шкільними канікулами, а також сприяти згладжуванню сезонності;

4) слід планувати об'єкти туристичної інфраструктури і види туристичної діяльності таким чином, щоб забезпечити захист природному багатству, а також оберігати види дикої флори та фауни, яким загрожує зникнення; учасники туристичного процесу повинні погоджуватись з постановою певних обмежень на діяльність, яку вони здійснюють в особливо вразливих місцях;

5) природний та екологічний туризм визнаються як цінні форми туризму в силу того, що вони проявляють повагу до природної спадщини і місцевого населення, і дотримуються потенціалу прийому туристичних об'єктів [37].

Восени 2015 року у м. Нью-Йорк пройшов Саміт ООН зі сталого розвитку, в результаті якого було ухвалено основний документ стосовно стійкого розвитку – Резолюцію Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в галузі сталого розвитку на період до 2030 року», де виокремлено 17 цілей, які ще називають «Глобальним цілями» та 169 завдань щодо сталого розвитку. До їхнього переліку враховується туристична діяльність, яка зазначається в таких пунктах:

1) ціль 8, завдання 8.9 «До 2030 року розробити та реалізувати політику сприяння розвитку сталого туризму, який забезпечує створення робочих місць і сприяє розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції»;

2) ціль 12, завдання 12.b «Розробляти та впроваджувати інструменти моніторингу впливу сталого розвитку на розвиток сталого туризму, який

сприяє створенню робочих місць, а також розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції»;

3) ціль 14, завдання 14.7 «До 2030 року збільшити економічні вигоди для малих острівних держав, що розвиваються, на найменш розвинених країн від сталого використання морських ресурсів, зокрема шляхом сталого ведення рибного господарства, аквакультури та туризму» [46].

Проблема стійкого розвитку туризму є однією з домінуючих у рамках сталого розвитку, чим підтверджується ряд міжнародних нормативно-правових актів.

Україна проголосила свою позицію стосовно підтримки сталого розвитку. Протягом року адаптувались Цілі сталого розвитку до українських умов. Як наслідок, було представлено Національну доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна», в якій окреслено 86 завдань, що повинні бути досягнуті до 2030 року [47].

Також було актуалізовано Стратегію сталого розвитку «Україна-2020», і тепер цей документ має назву «Стратегія сталого розвитку України до 2030 року». Дана Стратегія може бути дійовим інструментом для впровадження засад збалансованого розвитку у регіонах і поселеннях України шляхом врахування основних положень в стратегіях їх розвитку [41].

Перехід нашої країни на шлях стійкого розвитку, її об'єднання з європейським і світовим простором потребують реалізацій актуальних практик співпраці держави та суспільства, що дає доступ для посилення взаємовідповідальності усіх членів громадського життя та створення умов для сталого розвитку країни та громади.

Гарним прикладом реалізації ідей сталого розвитку та соціальної відповідальності є туристичний оператор «TUI Ukraine», який входить до міжнародної мережі «TUI Group». Починаючи з 2012 року TUI Group публікує звіти свого внеску в стійкий розвиток, що досягається шляхом впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності, яка включає заходи зменшення шкідливого впливу на довкілля від туризму, розробку дій щодо

позитивних змін у суспільства, запровадження сталого туризму по всьому світу та будівництво найліпшого місця для роботи. Туристична група TUI реалізує такі проекти: TUI Academy – проект, де навчають новачків для побудови успішної кар’єри в туризмі; TUI Junior Academy – проект, що націлений навчати дітей з Африки, які не мають цієї можливості; TUI Future Fund – проект, який допомагає дітям та молоді, що потрапили в надзвичайні життєві обставини та ряд інших ініціатив [24].

Також TUI Group було внесено до престижного Щорічника сталого розвитку 2021 року. Щорічник оцінює результати щодо екологічних, соціальних та корпоративних критеріїв управління найбільших компаній світу в різних галузях [50].

10 млн «зеленіших та справедливіших» подорожей щороку до 2020 року було метою стратегії стійкого розвитку «Better Holidays, Better World», яку компанія розпочала в 2015 році. Цю амбіційну мету було досягнуто: 10,3 млн туристів зупинилися в готелях із сертифікацією стійкості в 2019 році. Так, мета 10 млн поїздок була досягнута роком раніше.

Авіакомпанії TUI відіграють вирішальну роль у стратегії сталого розвитку та ініціативах щодо зменшення викидів вуглецю. TUI Group покладається на міжнародно визнану систему управління навколишнім середовищем ISO 14001, як потужний інструмент для сталих трансформацій їх авіакомпаній. Їх налічується 5 і всі вони мають вищезазначений сертифікат.

Останніми розробками є об’єднання та ресертифікація їх авіакомпаній на Північному та Західному регіоні, тобто TUI Airways (Великобританія), TUI fly Nordic, TUI fly Netherlands та TUI fly Belgium. Авіакомпанія TUI fly Germany з Центрального регіону також сертифікована за стандартом ISO 14001, а також зареєстрована в системі EMAS (Environmental management and audit scheme) [49].

Під час цього річного аудиту основна увага компанії була зосереджена не лише на впровадженні нещодавно об’єднаних систем екологічного менеджменту, а й на впливі пандемії COVID-19 на діяльність та заходи, які

були вжиті для протидії цьому. І в результаті було встановлено, що впроваджувана система екологічного менеджменту є ефективною та відповідає стандартам. Зокрема, вирішення питань, пов'язаних з COVID-19, таких як відправлення продуктів, що швидко псуються, благодійним організаціям, було виділено як добру практику. Також було відзначено їх заходи щодо поводження з відходами та зменшення використання одноразового пластику. Загалом, було високо оцінено вклад в сталий розвиток, досягнутий за останні роки.

### **1.3. Вітчизняний та закордонний досвід впровадження екоменеджменту на туристичних підприємствах**

В нашій країні є тенденція неохочого запровадження системи екоменеджменту на підприємствах. На жаль, керівництво не може зрозуміти, які сприятливі зміни за цим рішенням слідують. Сучасна практика використання природних ресурсів говорить про низьку ефективність регулювання державою цієї сфери. Це пов'язано з тим, що існують певні недоліки у механізмах розумного природокористування: економічних, політичних, правових, соціальних.

Аналіз останніх досліджень дає зрозуміти, що найбільш суттєвими бар'єрами для впровадження наявного законодавства є недостатній рівень фінансування природоохоронних програм, недостатня кількість наукових досліджень у цій сфері, та слабкий рівень наукових розробок ресурсозаощаджувальних технологій, ігнорування вітчизняних і закордонних знань та досвіду [26].

Процес екологізації туристичного бізнесу повинен проходити зважаючи на абсолютно нову ідеологію природокористування за допомогою ресурсозаощаджувальних та ресурсовідновлюючих технологій. Україна повинна налагодити національне природоохоронне законодавство і акліматизувати вимоги екологічної безпеки туристичної галузі до

міжнародних стандартів. Окрім цього, екологічне становище навколишнього середовища, умови природокористування, екологічна відповідність технологій, стан екологізації суб'єктів повинні відповідати основам стійкого розвитку.

В такому разі існує нагальна потреба переоцінки основних принципів власне системи взаємовідносин між суспільством і природою, новітніх способів та підходів до освоєння природних ресурсів, створення нових зв'язків між об'єктами природоохоронного напрямку, сучасного господарського устрою, який осягає процеси взаємодії людини та навколишнього середовища. Знову наголошується на суперечливості економічних та екологічних інтересів. Вочевидь є необхідність знайти шляхи розв'язання наявної проблеми. Одним з головних таких шляхів є розвиток, застосування та вдосконалення екологічного менеджменту.

Впровадження екологічного менеджменту на підприємстві є інструментом екологічної модернізації, оскільки надасть змогу українським суб'єктам господарювання підвищити ефективність роботи з охорони довкілля, ефективніше здійснювати планування природоохоронних заходів, слідкувати за дотриманням вимог природоохоронного законодавства та зменшити ймовірність виникнення аварійних ситуацій [6]. Використання та слідування нормативно-правового забезпечення екологічного менеджменту на підприємстві сприятиме продуктивному вирішенню питань мінімізації антропогенного навантаження на природу, що є корисним для держави загалом та для певного підприємства, не зважаючи на його галузь діяльності.

Екологічний менеджмент запроваджується добровільно. Утворена система екоменеджменту може реалізована, пройшовши сертифікацію акредитованим органом, або шляхом самодекларування. Варто зазначити, що провадження екологічного керування окрім ряду переваг зобов'язує підприємства ретельніше контролювати екологічні показники його діяльності.

Таким чином, для реалізації цілей екологічного менеджменту повинна існувати відповідна законодавча база. В Україні такими є ряд нормативно-

правових документів, які регулюють екологічний менеджмент. В табл. 1.4 представлені основні з них.

Таблиця 1.4

**Нормативно-правове забезпечення екологічного менеджменту на національного рівні**

№ з/П	Нормативно-правовий документ	Основні положення
1	ЗУ «Основи законодавства України про охорону здоров'я» від 19.11.1992 №2801-ХІІ	Визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади регулювання здоров'я, регулює суспільні відносини у цій сфері.
2	ЗУ «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25.06.1991 №1264-ХІІ	Визначає правові, економічні і соціальні основи організації охорони навколишнього природного середовища в інтересах нинішнього і майбутнього поколінь.
3	Земельний кодекс України від 25.10.2001 №2768-ІІІ	Визначає основні правові засади земельних відносин, об'єктів та суб'єктів, регулювання земельних відносин, склад та цільове призначення земель, принципи землекористування.
4	Водний кодекс України від 06.06.1995 №213/95-ВР	Регулює правові відносини з метою забезпечення науково обґрунтованого раціонального використання вод для потреб населення і галузей економіки, відтворювання і охорони водних ресурсів.
5	ЗУ «Про охорону атмосферного повітря» від 16.10.1992 №2007-ХІІ	Визначає правові та організаційні основи й екологічні вимоги у сфері охорони і використання атмосферного повітря.
6	ЗУ «Про екологічний аудит» від 24.06.2004 №1862-ІV	Визначає основні правові та організаційні засади здійснення екологічного аудиту і спрямований на підвищення обґрунтованості та ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

*Джерело: складено автором на основі [10]*

До законодавчої бази також відносять інші законодавчо-правові акти, які визначають пріоритет охорони природи та здоров'я громадян над іншими видами діяльності, формують принципи, затверджують правила і способи здійснення господарської діяльності.

Вивчення досвіду інших країн, які мають значні досягнення у сфері екологічного менеджменту, є обов'язковою передумовою покращення своєї системи керування. Застосування досвіду допоможе охопити всю проблему,

підвищити її дієвість та результативність у розв'язанні екологічних питань під час формування внутрішніх ринкових відносин у державі.

Зарубіжний досвід показує, що фундаментом загальної системи екологічного менеджменту в розвинутих країнах є ефективне державне регулювання за допомогою економічної мотивації. До основних видів економічних важелів екологічного регулювання відносять:

- страхування (видів підприємницької діяльності, ризику, еколого-економічних наслідків);
- кредити (наприклад, на купівлю екологічних приладів чи техніки);
- податки;
- фінансове стимулювання (наприклад, виплати за певні досягнення значень у збереженні навколишнього середовища);
- гранти (для реалізації екологічних проектів чи дослідження);
- санкції.

Наприклад, у США спрямували свою увагу не на введення очисного обладнання, а на створення екологічно чистих технологій [7]. Закон Штатів про водні ресурси зобов'язує виконувати природоохоронні програми, яких налічується 16. В разі недотримання їх та скидання у водоймища забруднюючих речовин встановлюється кримінальна відповідальність.

Починаючи з 1973 року у Західній Європі розробляються програми охорони навколишнього середовища, в яких було визнано концепцію сталого розвитку, де зійшлись екологічні та економічні інтереси. Франція охороняє водойми на базі закону, прийнятого в 1964 році. Слідують цьому закону 6 басейнових управлінь. А у Великобританії цією справою займаються 10 регіональних водних комітетів, слідуючи Закону про водні ресурси 1973 року. У Нідерландах регулювання здійснюється згідно з законом про забруднення поверхневих вод. Підприємства повинні отримати ліцензію на скидання відходів [30].

У державах ЄС створена та втілюється стратегія екологічного менеджменту й екологічного підприємництва. Цьому сприяла зростаюча роль

екологічних характеристик товарів, що виробляються та реалізуються на ринку, активізування громадського тиску на бізнесменів, які користуються природним потенціалом та зростання значущості екологічного законодавства та підприємництва. Так, в Німеччині всі суб'єкти господарювання зобов'язані проходити процедуру екологічного аудиту.

В економічно розвинутих країнах екологічне оподаткування є ефективним інструментом фінансування природоохоронної діяльності та підвищення ефективності реалізації екополітики. В країнах ЄС надходження від екологічного податку значно вищі, ніж державні витрати на природоохоронні заходи. Аналіз результативності екологічного оподаткування говорить про те, що з підвищенням витрат на охорону навколишнього середовища збільшується й обсяг надходжень від екологічного податку, в той же час обсяги викидів забруднюючих речовин зменшуються. Статистична служба ЄС проводить збір даних про екологічний податок країн Євросоюзу. Вони класифікуються за певними категоріями, такими як податок на енергію, транспорт, на забруднення та ресурси. У 2019 році сума надходжень від екологічного податку країн ЄС становила 389,408 млрд євро, або 6,04% у загальному обсязі доходу ЄС від податків [45].

Доведено, що сьогодні для України європейські показники залишаються не тільки недосяжними, а й оберненими, оскільки витрати на охорону довкілля в рази перевищують обсяг надходжень від екологічного податку [31].

Отже, процес об'єднання соціальної, економічної та екологічної складової України повинен зважати на зарубіжний досвід регулювання природокористування за рахунок удосконалення і погоджування з міжнародними правовими та нормативно-методичними напрацюваннями екологічного менеджменту.

Застосування ринкових інструментів, які регулюють природокористування, має реалізуватись шляхом створення відповідних умов, де підприємцям було б вигідно функціонувати. Проекти екологізації діяльності потребують збільшення фінансування та вкладення інвестицій.

Тому система екологізації повинна бути забезпечена правовими, фінансовими, організаційними та інформаційними ресурсами.

### **Висновки до розділу 1**

Таким чином, екоменеджмент – це управління, що завчасно передбачає створення екологічно безпечного виробництва послуг та товарів, гарантує оптимальний баланс між екологічними та економічними характеристиками протягом всього життєвого циклу, як підприємства, так і виробленого ним туристичного продукту. Система екологічного менеджменту складається з 5 етапів, на яких розробляється екологічна політика підприємства, здійснюється планування, безпосередньо впроваджується, оцінюється діяльність та ухвалюються рішення по вдосконаленню механізмів. Найбільш поширеним нормативно-правовим забезпеченням екологічного менеджменту є стандарти серії ISO 9000 та ISO 14000.

Екоменеджмент є одним із ключових інструментів забезпечення сталого розвитку, в основі якого закладені ідеї задоволення потреб між сучасним і майбутнім поколінням, при яких зберігаються природні системи та довкілля. Головним документом з питань сталого розвитку є Резолюція Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в галузі сталого розвитку на період до 2030 року», на якій виокремили 17 Глобальних цілей розвитку та 169 завдань щодо стійкого розвитку. В 2019 році Президентом України було видано указ, в якому йшла мова про підтримку реалізації цілей сталого розвитку, що представлені в Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна».

Зарубіжні країни вже давно зрозуміли, що існує необхідність в запровадженні ефективної системи керування і застосовують екологічний менеджмент на різних рівнях керування.

На жаль, в Україні реалізація екоменеджменту на підприємствах відбувається повільними темпами. Україна повинна вивчати закордонний

досвід і надавати екологічному менеджменту першості серед засобів збереження навколишнього середовища та природних ресурсів.

## РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПЕГАС ТУРИСТИК»

### 2.1. Загальна характеристика ТОВ «Пегас Туристик»

Міжнародний туристичний оператор «Пегас Туристик» - один із лідерів туристичної сфери і один з найбільш масштабних туристичних операторів на території України і країн СНД. Його історія розпочалась в 1994 році. Компанія була створена на основі інвестицій головного власника – Рамазана Акпинара. Постійне зростання числа туристів, які користуються послугами «Пегас Туристик», є доказом високоякісного обслуговування та професіоналізму співробітників. Девіз: «Гість – перш за все» не змінився з дня заснування компанії.

Місія компанії – стати кращим туроператором для своїх клієнтів. Щоб кожна людина, яка знаходиться на сайті компанії, приходить в офіс, телефонує в call-центр, користується послугами компанії, була задоволена «Пегас Туристик». Для цього туроператор ставить перед собою наступні цілі:

- якісно обслуговувати в будь-якому місці та будь-який час;
- працювати над тим, щоб всі послуги відповідали сучасним стандартам обслуговування;
- приділяти увагу побажанням клієнта і максимально піклуватись про клієнта;
- намагатись, щоб кожне рішення приймалось в інтересах клієнтів;
- пропонувати саме те, що потрібно клієнту, і передбачати його побажання.

У мережу компанії входить близько 10000 агентств, 500 з них працюють за системою франчайзингу. Компанія має власні приймаючі офіси в Туреччині, Єгипті, Таїланді, Китаї та Ізраїлі.

Туроператор займається організацією групових, індивідуальних, корпоративних, спортивних та VIP-турів, сімейного, молодіжного та

активного відпочинку. Він пропонує відпочинок на кращих курортах і готелях, число яких становить більше 3000 одиниць. «Пегас Туристик» постійно стежить за тим, щоб пропонований туристичний продукт був різноманітним. Прокладаються маршрути в нові країни, в різних напрямках. Замовлення та купівля турів може здійснюватися безпосередньо в офісах або на сайті, який працює 7 днів на тиждень та 24 години на добу.

Компанія ефективно розвиває подієвий та корпоративний туризм. Звернувшись до «Pegas Touristik» можна спланувати святкування Нового року, весілля та інші важливі до клієнта дати. Для корпоративних клієнтів передбачена послуга організації тренінгів, семінарів, конференцій та інших подій. Туроператор забронює квиток, номер в засобі розміщення, організує екскурсію або інші варіанти відпочинку.

В Україні ТОВ «Пегас Туристик» розпочало свою діяльність 26.07.2004 [35]. Має 4 власних офіси по Україні (Київ, Харків, Одеса, Львів) та ряд агентств з продажу турів, які представлені в додатку А. Наявність такої широкої мережі дозволяє туристам з більшим комфортом обрати для себе бажаний тур. Керівником підприємства є Карякін Дмитро Олександрович. Головний офіс розташований за адресою: 02121, м. Київ, вул. Харківське шосе, 201-203, 2А, 14-й поверх.

Організаційно-правова форма: Товариство з обмеженою відповідальністю.

Свідоцтво про державну реєстрацію та ліцензія на право здійснення туроператорської діяльності представлені в додатку Б та В відповідно.

Форма власності: недержавна власність.

Юридична адреса: 04071 м. Київ, вул. Волоська, буд. 55/57

Види діяльності, зареєстровані в статуті:

– Основний:

1) 79.12 Діяльність туристичних операторів.

– Інші:

- 1) 77.33 Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютери;
- 2) 77.35 Надання в оренду повітряних транспортних засобів;
- 3) 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність.

Електронна адреса: [info@pegast.com.ua](mailto:info@pegast.com.ua)

Офіційний сайт: <https://tours.pegast.com.ua/>

З України «Пегас Туристик» реалізує пакетні тури до таких країн світу: Азербайджан, Болгарія, В'єтнам, Вірменія, Греція, Грузія, Домініканська Республіка, Єгипет, Індія, Індонезія, Іспанія, Йорданія, Кіпр, Куба, Мальдівська Республіка, Мексика, Об'єднані Арабські Емірати, Сербія, Таїланд, Танзанія, Туніс і Туреччина.

До основних переваг компанії відносять:

- власні приймаючі і відправляючі офіси;
- рейси на комфортних лайнерах;
- індивідуальне опрацювання кожної заявки;
- дипломовані екскурсіводи та гідів;
- широкий вибір пропонованих туристичних продуктів
- сучасний і вигідний для туристів автопарк на пропонованих курортах;
- великий багаж досвіду;
- відмінна організація подорожі і підготовка до неї;
- співпраця лише з надійними партнерами;
- комфортні та безпечні умови в засобах розміщення;
- оптимальні і якісні варіанти поїздки.

ТОВ «Пегас Туристик» щорічно обслуговує велику кількість туристів і є одним із лідерів українського ринку по виїзному туризму. В довідках за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2018 та 2019 роки ТОВ «Пегас Туристик» входить в ТОП-10 туроператорів за кількістю

обслугованих туристів і посідає в цьому рейтингу 7 і 8 місце відповідно (додаток Д).

ТОВ «Пегас Туристик» увійшло до рейтингу найпопулярніших туристичних операторів на території України, яку представила Українська асоціація туристичних агентств [43]. Дев'ять туроператорів оцінювалися за сімома критеріями з точки зору зручності для туриста. Результати опитування наведені в додатку Ж. Такий рейтинг засвідчує високі конкурентні позиції «Пегас Туристик» на українському туристичному ринку.

## **2.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства «Пегас Туристик»**

Компанія як потужна система, має окремі елементи, кожен з яких поєднані між собою за допомогою певних структур. Ефективність діяльності туристичного підприємства напряду залежить від його організаційної структури, її побудови та постійного вдосконалення. Організаційна структура ТОВ «Пегас Туристик» є лінійно-функціональною (додаток И). На схемі видно, що структура доволі широка. Керівник підприємства безпосередньо впливає на працівників. Функціональні служби здійснюють всю технічну підготовку виробництва, готують шляхи вирішення питань, пов'язаних з процесом виробництва, звільняють лінійних керівників від планування, фінансових розрахунків тощо.

В додатку К представлена інформація про розподіл функцій та обов'язків, за які відповідає кожен структурний підрозділ. Так, кожна посадова особа має свій об'єм роботи, яка повинна бути виконана. Це допомагає організувати чітку та злагоджену діяльність, позбувшись метушні та хаосу.

Якісна характеристика трудового персоналу туристичного підприємства визначається професіоналізмом його працівників, які беруть безпосередню

участь у процесі досягнення цілей компанії. Інформація щодо кількісного та якісного складу працівників підприємства наведена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Структура трудового персоналу ТОВ «Пегас Туристик» за різними характеристиками**

Характеристика	2018 рік		2019 рік	
	осіб	%	осіб	%
<b>Структура трудового потенціалу за статтю</b>				
Ч	12	42,9	15	42,8
Ж	16	57,1	20	57,2
Разом	18	100	35	100
<b>Структура трудового потенціалу за віком</b>				
До 35	20	71,4	25	71,5
35-45	4	14,3	7	20
Від 45	4	14,3	3	8,5
Разом	28	100	35	100
<b>Структура трудового потенціалу за якістю підготовки</b>				
Вища	26	92,9	29	82,8
Середня	2	7,1	6	17,2
Разом	28	100	35	100
<b>Структура трудового потенціалу за категорією кадрів</b>				
Керівник	6	21,5	7	20
Спеціаліст	20	71,4	23	65,7
Технічний персонал	2	7,1	5	14,3
Разом	28	100	35	100
<b>Структура трудового потенціалу за стажем роботи в туризмі</b>				
Немає	1	3,6	5	14,3
До 5	16	57,1	20	57,1
5-10	7	25	5	14,3
Від 10	4	14,3	5	14,3
Разом	28	100	35	100

*Джерело: розроблено на основі форми №1-ПВ «Звіт з праці»*

Таким чином, структура кадрового потенціалу ТОВ «Пегас Туристик» станом на 2019 рік налічувала 35 людей, з яких 20 осіб були жіночої статі, а 15 – чоловічої. Середній вік більшості працівників становив до 35 років, 82,8% персоналу були з вищою освітою, а 57,1% мали досвід роботи в галузі туризму до 5 років. За категорією кадрів у структурі трудового потенціалу переважають спеціалісти, яких у штаті налічувалось 23 особи з 35 працівників загалом.

Аналізуючи забезпеченість підприємства робочою силою, важливо вивчити динаміку продуктивності праці працівників підприємства.

Таблиця 2.3

**Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Пегас Туристик»**

Показники	Попередній період	Звітний період	Відхилення	
			Абсолютне (+/-)	Відносне (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	28	35	7,0	25,0
Чистий дохід від реалізації послуг, тис. грн	219340,0	300499,0	81159,5	37,0
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	83286	115887	32601,0	39,1
Продуктивність праці у вартісному виразі, тис. грн/особу	7833,6	8585,7	752,1	9,6
Продуктивність праці у натуральному виразі, клієнтів/особу	2974,5	3311,1	336,6	11,3

*Джерело: розроблено автором*

Отже, у 2019 році один працівник ТОВ «Пегас Туристик» обслужив 3311 осіб. Це на 11,3% більше, ніж у 2018 році. Підвищенню продуктивності праці сприяло розширення штату та організована робота колективу.

Завершальним етапом аналізу кадрового потенціалу підприємства є оцінка плинності персоналу ТОВ «Пегас Туристик», яка представлена в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Аналіз кадрового потенціалу ТОВ «Пегас Туристик»**

Показники	Фактичні значення			Відхилення			
				Абсолютне (+/-)		Відносне (%)	
	2017	2018	2019	2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
Чисельність працівників, осіб	25	28	35	3	7	12	25
Прийнято працівників, осіб	0	9	5	9	-4	-	-44,4
Звільнено працівників, всього осіб, зокрема	0	2	1	2	-1	-	-50
- внаслідок скорочення штату	-	-	-	-	-	-	-

## Продовження табл. 2.4

- за власним бажанням, звільнено за прогули і ін. порушення труд. дисципліни, невідповідність посаді	0	2	1	2	-1	-	-50
Коефіцієнт вибуття (Ков)	0	7,1	2,9	7,1	-4,3	-	-
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	0	39,3	17,1	39,3	-22,1	-	-
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	0	7,1	2,9	7,1	-4,3	-	-

*Джерело: розроблено автором*

За даними таблиці 2.4 бачимо, що на туристичному підприємстві «Пегас Туристик» у 2019 році збільшилась середньооблікова чисельність працівників на 7 осіб. В той же час було звільнено 1 працівника за власним бажанням.

Важливим показником ефективної діяльності туристичного підприємства є кількість обслугованих туристів. У 2018 році ТОВ «Пегас Туристик» надало послуги 83286 туристам, а в 2019 році – 115887 туристам. Це на 39,1% більше, ніж в попередньому році. Тобто ТОВ «Пегас Туристик» має тенденцію до збільшення кількості туристів, яким надаються послуги, що підтверджує їхні лідерські якості.

Забезпеченість підприємства потрібними трудовими ресурсами, правильна координація їх роботи та висока продуктивність пов'язані зі збільшенням обсягів наданих послуг та покращенням результативної діяльності підприємства. Так, можемо оцінити програму діяльності ТОВ «Пегас Туристик» за такими показниками як кількість проданих туристичних путівок та кількість обслуговуваних туристів.

Таблиця 2.5

**Кількість і вартість проданих туристичних путівок (ваучерів) за 2019 рік**

Назви показників	Кількість туристичних путівок, одиниць	Вартість туристичних путівок, тис. грн	Кількість туроднів за реалізованими путівками
Реалізовано туристичних путівок - усього	35120	316080,0	175600
у тому числі іншим організаціям	8300	74700,0	41500
безпосередньо населенню	26820	241380,0	134100
з них			
громадянам України для подорожі в межах України	8317	74853,0	41585
громадянам України для подорожі за кордон	16293	146637,0	81465
з них по країнах СНД	4190	37710,0	20950
іноземцям для подорожі в межах України	2210	19890,0	11050
з них громадянам країн СНД	1303	11727,0	6515

*Джерело: розроблено на основі форми №1 – ТУР (звіт про туристичну діяльність)*

Отже, у 2019 році ТОВ «Пегас Туристик» реалізувала 35120 туристичних путівок, з них 76,4% були продані безпосередньо туристам. 60,7% від кількості путівок, що були реалізовані безпосередньо населенню, продано туристам – громадянам України, які подорожували за кордон, а 31% - туристам-громадянам України, що здійснили подорож Україною.

Таблиця 2.6

**Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів) ТОВ «Пегас Туристик»**

Назви показників	У тому числі	
	громадяни України (вибуття)	громадяни інших країн (прибуття)
Кількість обслугованих туристів, осіб	114775	1112
у тому числі подорожуючих у межах території України	31489	1112
подорожуючих за кордон	83286	X

*Джерело: розроблено на основі форми №1 – послуги*

З таблиці 2.6 бачимо, що кількість обслужованих туристів у 2019 році становила 115887 осіб. З них 27,2% були туристами-громадянами України, що подорожували Україною, а 72,8% туристів-громадян України їхали за кордон.

Проведення аналізу фінансового потенціалу компанії здійснюється з метою об'єктивної оцінки результатів діяльності підприємства, який наведений в табл. 2.7

Таблиця 2.7

**Аналіз основних економічних показників діяльності ТОВ «Пегас Туристик»**

№ з/п	Показники	2018 рік	2019 рік	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне, %
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації послуг, тис. грн	219340,0	300499,5	81159,5	37,0
2	Собівартість реалізованих послуг, тис. грн	75560,0	129350,0	53790,0	71,2
3	Собівартість у відсотках до виручки, %	34,4	43,0	8,6	25,0
4	Валовий прибуток, тис. грн	143780,0	171149,5	27369,5	19,0
5	Інші операційні доходи, тис. грн	48,5	87,5	39,0	80,4
6	Адміністративні витрати, тис. грн	35,6	62,8	27,2	76,4
7	Витрати на збут, тис. грн	17,9	29,7	11,8	65,9
8	Інші операційні витрати, тис. грн	15,7	25,4	9,7	61,8
9	Фінансові результати від операційної діяльності, тис. грн	143759,3	171119,1	27359,8	19,0
10	Дохід від участі в капіталі, тис. грн	-	-	-	-
11	Інші фінансові доходи	49,8	85,3	35,5	71,3
12	Інші доходи	-	-	-	-
13	Фінансові витрати	-	-	-	-
14	Інші витрати	11,2	21,6	10,4	92,9
15	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн	143797,9	171182,8	27384,9	19,0
16	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис. грн	25883,6	30812,9	4929,3	19,0
17	Чистий прибуток/збиток, тис. грн	117914,3	140369,9	22455,6	19,0

*Джерело: розроблено на основі форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»*

Провівши розрахунки та проаналізувавши результати, можна сказати, що у звітному періоді спостерігається зростання багатьох фінансово-економічних показників господарської діяльності ТОВ «Пегас Туристик».

Чистий дохід у 2019 році зріс на 37% порівняно з 2018 роком, що характеризує ефективну експлуатацію залучених ресурсів та результативність прийняття управлінських рішень. Збільшилась собівартість реалізованих послуг на 71,2%, що перевищує темпи росту виручки. Пов'язано таке становище із зростанням цін на паливо та витрат на оплату праці. Також збільшились інші операційні доходи на 80,4% та інші фінансові доходи на 71,3%.

Підсумовуючи, бачимо, що чистий прибуток ТОВ «Пегас Туристик» у 2019 році зріс на 19%, або на 22455,6 тис. грн у порівнянні з 2018 роком.

### **2.3. Аналіз зовнішнього середовища підприємства та його конкурентної позиції**

Туристичне підприємство є конкурентоздатним, якщо воно пристосовується до зовнішнього середовища, оперативно реалізує попереджувальні дії або вчасно застосовує можливості, надані ним. Підприємство постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем, на всіх стадіях управління.

Зовнішнє середовище сьогодення має високий рівень невизначеності, а змога пристосуватися підприємствам до ситуації, яка склалася, є головною умовою «виживання» в бізнесі. Навіть якби зовнішнє середовище не було б таким динамічним, керівникам все рівно довелося оцінювати його вплив на діяльність підприємств. Зовнішнє середовище породжує свої правила, адаптуючись до яких у підприємства формується завдання та цілі.

Кожному суб'єкту господарювання потрібно оцінювати зовнішній простір, і те, як він може сприяти розвитку підприємства, або навпаки заважати цьому. Так як реалізація визначених цілей здійснюється в певних

умовах впливу і стану зовнішнього середовища, керівник повинен уміти виявляти суттєві фактори в середовищі та оцінювати можливий їх вплив на підприємства [4]. Щоб успішно провадити свою діяльність на ринку, підприємство має чітко визначити параметри дослідження зовнішнього середовища і опрацювати саме ті елементи, що найбільше впливають на його функціонування.

Підприємство є адаптивною та відкритою системою, залежить від стану зовнішнього середовища, зокрема макросередовища [15]. Зміни в макросередовищі можуть послабити його потенціал і нашкодити на неприємності. Тому для оцінки та моніторингу тенденцій на ринку та визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Пегас Туристик» слід провести аналіз зовнішнього середовища. Аналіз факторів макросередовища ТОВ «Пегас Туристик» представлений в табл. 2.8.

*Таблиця 2.8*

**Аналіз факторів макросередовища ТОВ «Пегас Туристик»**

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка впливу факторів за 10-ю шкалою
1. Міжнародна	1.1. Світова епідемія «COVID-19»	10
	1.2. Європейська інтеграція	8
	1.3. Наявність міжнародних угод між країнами-партнерами	9
2. Політична	2.1. Політична ситуація в державі	9
	2.2. Зміни в законодавстві	8
	2.3. Військові конфлікти, кількість протестів, терористичних актів тощо	10
3. Економічна	3.1. Скорочення доходів споживачів та підвищення рівня безробіття	10
	3.2. Кількість та розміри інвестицій в галузь туризму	9
	3.3. Коливання курсу національної валюти	10
4. Соціально-демографічна	4.1. Чисельність населення	10
	4.2. Міграційні тенденції	9
	4.3. Рівень освіти, наявність потенційної робочої сили	10
5. Технологічна	5.1. Рівень розвитку інформаційних технологій	9

## Продовження табл. 2.9

	5.2. Покриття мережею Інтернет	7
	5.3. Запровадження програмного забезпечення та програм на підприємствах	8
6. Екологічна	6.1. Загальний екологічний стан в регіоні	8
	6.2. Природно-кліматичні умови	8
	6.3. Державне регулювання екологічної безпеки та природокористування	6

*Джерело: розроблено автором*

Отже, як можна побачити з табл. 2.8, всі фактори мають вплив на ТОВ «Пегас Туристик». Найбільш впливовими є коронавірусна пандемія, військовий стан, наявність та кількість протестів, зниження рівня доходів населення, ситуація з безробіттям, курс валют, чисельність населення та рівень освіти і наявність трудової ресурсів. Найменший вплив на ТОВ «Пегас Туристик» здійснюють такий фактор як державне регулювання екологічної безпеки та природокористування.

Так, можна зробити висновок, що найбільший вплив на підприємство чинять економічні та соціально-демографічні фактори, а найменший - екологічні.

Зовнішнє середовище – це й конкурентне середовище, де суб'єкт господарювання реалізує свій продукт та послуги. Тому доцільним є вивчення конкурентної позиції ТОВ «Пегас Туристик».

*Таблиця 2.9*

**Бальна оцінка позицій ТОВ «Пегас Туристик» серед головних конкурентів**

Показники	«Пегас Туристик»	«TEZ Tour»	«Coral Travel»
Місце розташування	5	5	5
Середній рівень завантаженості	4	5	3
Популярність серед населення	5	5	5
Рівень професіоналізму	5	5	4
Якість основних послуг	5	5	4
Асортимент додаткових послуг	4	4	4
Якість рекламних засобів	4	5	5
Цінова політика	5	5	4
Загальна оцінка	37	39	34

*Джерело: розроблено автором*

Отже, для порівняння мною було обрано туристичне підприємство «TEZ Tour» та «Coral Travel». Проаналізувавши табл. 2.9, говоримо про те, що «Пегас Туристик» займає лідируючі позиції серед головних конкурентів, поступаючись першості лише «TEZ Tour» через недостатню якість рекламних засобів та рівень завантаженості. Ця бальна оцінка підтверджує рейтинг, який склала УАТА.

Таким чином, проаналізувавши конкурентну позицію ТОВ «Пегас Туристик», можна дійти наступному висновку: підприємство має потенціал для розвитку та конкурентоспроможне завдяки вдалому місці розташування, популярності серед населення, рівню професіоналізму команди, якості основних послуг та ціновій політиці. Туроператор має удосконалити свої рекламні засоби та розширити асортимент додаткових послуг.

Підсумовуючим етапом оцінки ринкового становища туристичного підприємства «Пегас Туристик» є метод SWOT-аналізу. Завдяки методу SWOT можна визначити сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози. На сьогодні це один з найбільш поширених видів аналізу в стратегічному менеджменті. Цей метод застосовують для будь-якого підприємства з метою попередження потрапляння його в кризове становище [17].

Сильні та слабкі сторони – це внутрішні характеристики підприємства, тобто їх можна контролювати. З можливостями та загрозами ситуація інша, оскільки вони пов'язані із зовнішнім середовищем, яке не піддається контролю. Проаналізувавши ці чотири складові розробляються кроки розвитку підприємства в разі зміни зовнішніх факторів та шляхи застосування сильних сторін для мінімізації ризиків.

У табл. 2.10 розроблено матрицю SWOT-аналізу при використанні основних елементів із попередньо проведеного аналізу зовнішнього середовища підприємства.

Таблиця 2.10

## Матриця SWOT ТОВ «Пегас Туристик»

Можливості	Сильні сторони
Масштабування компанії; Орієнтація на нові сегменти; Розширення асортименту додаткових послуг; Підвищення середнього рівня завантаженості; Впровадження екологічного менеджменту; Зміцнення конкурентної позиції.	Напрацьований імідж компанії; Наявність лаконічної веб-сторінки; Вдале місце розташування; Наявність широкої мережі офісів продажу; Якісний туристичний продукт; Цінова політика; Високий рівень обслуговування туристів; Активна участь у туристичних виставках.
Загрози	Слабкі сторони
Спалах інфекційної хвороби; Зміна «правил гри» на туристичному ринку; Відмова партнерів у співпраці на користь інших туристичних підприємств; Наявність конкурентів; Політична ситуація; Відсутність сприятливих економічних умов; Підвищення податкових ставок; Зміна курсу валют.	Плинність кадрів; Недостатньо якісні рекламні засоби; Відсутність чіткої стратегії розвитку підприємства.

*Джерело: розроблено автором*

З матриці SWOT ТОВ «Пегас Туристик» бачимо, що туристичний оператор користується популярністю. Його велика мережа офісів продажу дозволяє туристам з більшою зручністю купувати якісний туристичний продукт у професіоналів своєї справи за доступною ціною. «Пегас Туристик» займає своє конкурентне місце на туристичному ринку, спираючись на багаторічний досвід.

У поточній ситуації підприємству потрібно слідувати конкурентній стратегії, використовуючи свої сильні сторони та можливості. Серед останніх можна виділити впровадження нових продуктів за новими напрямками, посилення конкурентної позиції та підвищення середнього рівня завантаженості.

До слабких сторін підприємства відносяться плинність кадрів, недопрацьовані рекламні кампанії та відсутність чіткої стратегії розвитку.

Основними загрозами на даний час є поширення коронавірусної інфекції, економічна нестабільність, більш масштабні конкуренти з вигіднішими пропозиціями.

## **Висновки до розділу 2**

Туристичний оператор «Пегас Туристик» - один з лідерів на туристичному ринку України, де розпочав функціонувати у 2004 році. Власні офіси має в 4 великих містах України: Харків, Одеса, Львів та головний офіс в Києві. Агентства продажу турів розташовані по всій Україні.

На сьогодні підприємство надає високоякісні послуги туристам, які висловлюють слова подяки менеджерам і залишають позитивні відгуки на сайтах.

Команда ТОВ «Пегас Туристик» - це професіонали з великим досвідом. Штат співробітників у 2019 році налічував 35 осіб, серед яких 82,8% мали вищу освіту та 57,1% мали досвід роботи в туризмі до 5 років. Кожен працівник має власний перелік обов'язків та справ. Це сприяє організованій роботі та підвищенню продуктивності праці.

Основні економічні показники діяльності ТОВ «Пегас Туристик» показують, що у 2019 році підприємство збільшило свій чистий прибуток на 19%. Можна зробити висновок, що підприємство покращило свій фінансовий стан.

Отже, ТОВ «Пегас Туристик» функціонує на ринку під впливом різних чинників, які створюють зовнішнє середовище компанії, до якого відносяться загрози. Втім до них потрібно адаптуватись і скеровувати свою роботу у вірний напрямок.

У підприємства дійсно сильні характеристики і воно має перспективні можливості, тож ТОВ «Пегас Туристик» має зміцнювати свій статус на туристичному ринку, диверсифікувати послуги та сприяти розвитку туризму в Україні.

## **РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОМЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ**

### **3.1. Вплив туристичної діяльності ТОВ «Пегас Туристик» на навколишнє середовище**

Туристична галузь, так само як і будь-яка галузь народного господарства, націлена на використання природного потенціалу і об'єктів, та залежна від стану довкілля. Головними туристичними скарбами є привабливий краєвид, свіже повітря, чисті водоймища, незабруднені пляжі, лісопаркові зони, багатий рослинний і тваринний світ. Зростаюча екологічна криза, масштаби забруднення, безперервне використання ресурсів породжують небезпеку невідновлюваних процесів у природному середовищі, і як наслідок, призводять до руйнації природних об'єктів та зменшення видового різноманіття. З року в рік туризм експлуатує велику кількість природних багатств на курортних, лікувально-оздоровчих та рекреаційних територіях. Саме вони зазнають найбільшого антропогенного впливу та деструктивних перетворень, які найчастіше спричиняють руйнацію самого об'єкту. Велике скупчення туристів на обмеженій території призводять до перевантаження туристичних об'єктів, понаднормового використання природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища тощо. Тому найважливішим фактором для розвитку туристичної діяльності є стан довкілля та наявність належної інфраструктури.

Негативний вплив туризму на навколишнє середовище виражається у виснаженні природних ресурсів (вирубубання лісів, споживання великої кількості водних ресурсів, руйнація ґрунтового покриву і т.д.), забрудненні довкілля (викиди у повітря, збільшення об'єму каналізаційних стоків, тощо) та погіршенні екологічно ситуації в регіоні в цілому. Значної шкоди довкіллю завдає самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, розведення багать, незаконне мисливство, рибальство, збирання лікарських та декоративних

рослин, заготівля деревних соків, створення ботанічних та зоологічних колекцій і т.д. [25].

Вирішення екологічних проблем неможливе без процесу екологізації туризму, який трактується як процес переходу туристичної сфери до моделі сталого розвитку в систему «туризм-навколишнє природне середовище» [9]. Екологічні питання в туризмі вирішуються на регіональному рівні. А для їх розв'язання розробляються певні пріоритетні кроки посилюючись на загальнодержавне та глобальне планування екологізації туристичної сфери.

Отже, повертаючись до того, що туризм сьогодні має вагоме значення у світі, робимо висновок про те, що екологічні проблеми розвитку туристичної діяльності є не тільки показником стану безпеки цієї галузі, а й важливим елементом підтримки економічної безпеки країн та макрорегіонів.

Головний офіс ТОВ «Пегас Туристик» розташований за адресою вул. Харківське шосе, 201-203, 2А, 14-й поверх та знаходиться в багатоповерхівці. Окрім офісу «Пегас Туристик» в будівлі розташували свої офіси й інші компанії, тобто кожен об'єкт впливає на довкілля в результаті своєї діяльності. Важливим є виокремлення тих процесів, які мають найбільший вплив на навколишнє середовище, та зосередження своєї уваги на них.

Переважаюча частина екологічних сторін туристичної діяльності ТОВ «Пегас Туристик» пов'язані зі споживанням природних ресурсів, водо-, енергоресурсів та відходами.

Отож, першою складовою є споживання природних ресурсів. До цієї категорії відносимо використання паперу, канцелярського приладдя, стаканів для пиття, декоративне штучне оформлення (наприклад, кульки, прапорці тощо). Все це приносить шкоду навколишньому середовищу і забруднює його в разі неправильної утилізації або взагалі відсутності такого процесу.

Слідуючою складовою є використання водних ресурсів. Так, в головному офісі розміщена туалетна кімната. Рівень споживання води коливається від часу і дня тижня. Крім цього, в офісі є приміщення для співробітників, де вони можуть пообідати. Але тут вода постачається лише до

раковини для миття посуду, тобто споживається в менших об'ємах. Більшість води витрачається в туалетній кімнаті, тому саме тут можна досягти суттєвої економії водних ресурсів.

Замінивши старі крани на спеціальні, які створюють повітряно-водяну суміш, офіс може зменшити споживання водоресурсів в рази. Наприклад, звичайний змішувач пропускає до 15 літрів води за хвилину, в той час коли спеціальна насадка на змішувач (перлатор) витрачає лише 4-6 літрів води за хвилину.

Кожного дня однією особою витрачається близько 45 літрів води при користуванні туалетом. Такі показники виправдовують встановлення заощадливих бачків з подвійним потоком. Так, буде споживатись лише 3 або 6 літрів замість 6, або може доходити й до 10 літрів води при кожному зливі.

У випадку псування та зношення прокладок у туалетному зливному бачку може протікати до 20 літрів води щогодини. За день може набігти до 500 літрів. Тому важливо слідкувати і при необхідності замінювати прокладки в зливних бачках.

Наступною складовою є споживання енергоресурсів. Всі працівники офісу слідують простим правилам збереження енергії:

- максимально використовують природне світло з вікон;
- не залишають прилади в режимі очікування, якщо відлучаються більше ніж на 15;
- вимикається світло в приміщенні, якщо там відсутні люди;
- вимикається вся техніка з мережі на ніч: комп'ютери, кондиціонери, зарядки для мобільних телефонів, чайник тощо.

Офіс також забезпечений охолоджуючим обладнанням, що оснащено термостатом, який автоматично переходить в економний режим очікування.

Щоб сприяти енергозбереженню, слід звертати увагу на підвищення культури свідомого споживання енергоресурсів у працівників. Також розумним рішенням буде заміна ламп розжарювання на люмінесцентні або LED-лампи, які можуть заощадити до 10 разів менше електроенергії.

Останньою складовою, але не по значимості, є управління відходами. Сортування сміття в офісі не запроваджено, відсутня програма регулювання відходів. А саме ці заходи можуть оптимізувати витрати та знизити негативний вплив на навколишнє середовище.

Таким чином, робимо висновок, що ТОВ «Пегас Туристик» в результаті своєї діяльності так чи інакше залишає за собою певний слід в природі. Втім, правильно розроблена екологічна політика за допомогою спеціалістів і привнесення принципів екологічного менеджменту сприятиме успішнішій організації роботи, екологічній просвіті та збереженню довкілля.

### **3.2. Пропозиції запровадження екологічного менеджменту на ТОВ «Пегас Туристик»**

Одним із засобів покращення ефективності керування охороною довкілля на туристичному підприємстві є запровадження дієвої системи екологічного менеджменту. Її реалізація дає підприємству нагоду зі своєї сторони мінімізувати забруднення навколишнього середовища, зменшити ймовірність утворення аварійної ситуації, знизити непродуктивні витрати, посилити позиції підприємства на туристичному ринку та ефективніше просувати свій продукт.

Запровадження екологічної політики викликано рядом причин:

- використання природних ресурсів відбувається збалансовано та більш ефективно;
- у багатьох країнах світу державна політика використання економічних важелів вигідна для компаній, які піклуються про довкілля;
- екологічний менеджмент чинить позитивний ефект на репутацію компанії;
- зростає кількість споживачів, які обирають екологічні продукти та підтримують екологічно орієнтовані компанії.

Таким чином, абсолютно доцільним рішенням є реалізація заходів щодо розвитку екологічного менеджменту на туристичному підприємстві.

У розділі 1.1. було описано послідовність впровадження екологічного менеджменту на підприємстві. Так, першим етапом є розробка екологічної політики підприємства. Згідно із стандартом ДСТУ ISO 14001:2015 екологічна політика – це наміри та спрямованість організації стосовно своєї екологічного вимірного результату, офіційно проголошені її найвищим керівництвом [2]. Основою екологічного менеджменту є програма – багатокомпонентний документ, в якому описано поетапну діяльність підприємства, визначені дії та заходи стосовно її виконання, які розроблені з урахуванням цілей і завдань екологічної політики. Розробляючи програму, керівництво посилається на принцип поступового покращення всіх екологічних показників діяльності підприємства.

Отже, пропонується наступний варіант екологічної політики ТОВ «Пегас Туристик».

«Дана програма є офіційним документом ТОВ «Пегас Туристик» щодо екологічної політики підприємства, в якій висвітлені основні положення стосовно охорони та збереження стану навколишнього природного середовища, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення чистого довкілля для майбутніх поколінь.

*Мета* ТОВ «Пегас Туристик» у сфері екологічної політики: забезпечити захист довкілля вдосконалюючи виробничі та управлінські процеси задля зниження негативного впливу на навколишнє середовище в результаті своєї діяльності.

*Основні принципи* екологічної політики ТОВ «Пегас Туристик»:

- понесення відповідальності перед людством сьогодні, завтра і в майбутньому;
- задоволення потреб туристів при екологічному та свідомому використанні природних ресурсів;

- забезпечення функціонування, оцінки й вдосконалення системи екологічного менеджменту;
- слідування законодавчим вимогам;
- організація оцінювання, аналізу та подальшого опрацювання екологічних результатів діяльності;
- взаємодія із суспільством та зацікавленими сторонами у природоохоронній діяльності;
- активна участь у ініціативах та проектах зі збереження довкілля.

*Відповідальними за реалізацію основних принципів екологічної політики є керівництво підприємства».*

Окресливши основні ідеї, далі розробляються цілі екологічної політики. Цілі повинні бути поставлені за методом SMART. «SMART» - це аббревіатура, утворена від англійських слів: specific (конкретна), measurable (вимірювана), achievable (досяжна), relevant (значуща), time bound (обмежена в часі). Така методика дозволяє створити такі цілі, які матимуть більшу ймовірність їх реалізації та досягнення загальної мети.

По-перше, ціль має бути конкретною і зрозумілою. По-друге, вона повинна бути вимірною. По-третє, ціль повинна бути під силу підприємству. По-четверте, ціль має бути корисною. Наприкінці, ціль має бути обмежена терміном.

Для туристичного підприємства «Пегас Туристик» визначено наступні цілі:

1. скоротити використання паперу у 2021 році втричі в порівнянні з 2020 роком;
2. відмовитись від використання пластикових стаканчиків в офісі, а біля загальних кулерів для води розмістити стаканчики з кукурудзяного крохмалю;
3. знизити водоспоживання на 15% до кінця 2021 року;
4. знизити енергоспоживання на 15% до кінця 2021 року;

5. запровадити в офісах сортування сміття за наступними категоріями: пластик, метал, папір, скло, органіка. Організувати збір використаних батарейок.

Із запропонованих цілей видно, що вони тісно переплітаються з організацією роботи в офісі. Тому доцільним рішенням буде реалізація концепції «Зелений офіс», яка базується на простих правилах 3R: reduce (скоротити), reuse (повторно використати), recycle (утилізувати). Це базові щоденні правила раціонального використання природних ресурсів та мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище. У 2012 році така ідея переросла у стандарт СОУ.ОЕМ 08.036.067:2012 Зелений офіс. Екологічні критерії та метод оцінювання життєвого циклу, який містить чіткі критерії та показники, яким має відповідати офіс, щоб вважатися «зеленим» [36].

Основним завданням даного стандарту при запровадженні та подальшому оцінюванні критеріїв є:

- заощадження природних ресурсів;
- зменшення вироблення та ефективне управління відходами;
- обмеження вмісту небезпечних речовин у матеріалах, які використовуються для забезпечення роботи офісу;

Процедура сертифікації відповідає вимогам стандарту ISO 14024 і складається з таких етапів:

- 1) заповнюється та подається заявка;
- 2) відповідь від органу з оцінки відповідності із зазначенням вартості та строків виконання роботи, екологічних критеріїв оцінювання та відповідних зауважень, якщо такі є;
- 3) проведення сертифікації;
- 4) аналіз даних та прийняття рішення щодо сертифікації;
- 5) отримання сертифікату «Зелений офіс».

Отже, процедура нескладна і дозволить ТОВ «Пегас Туристик» здійснювати свою діяльність більш екологічно, посилить конкурентну позицію та сприятиме подальшому успіху.

Встановивши цілі, приступаємо до їх реалізації, що супроводжується планом дій. Далі на прикладі показано, яким він повинен бути.

*Ціль 1:* скоротити використання паперу у 2021 році втричі в порівнянні з 2020 роком.

*Відповідає за виконання:* екологічний менеджер.

*Дії:*

- 1) оцінюється можливість перенесення документації в електронний формат з подальшим використанням електронних засобів для її опрацювання;
- 2) створюється архів в комп'ютері з доступом для директора та заступника директора, де буде зібрана вся документація;
- 3) оформлюється електронний підпис, яким будуть підписуватись всі потрібні документи без друкування;
- 4) вся документація, яка наявна в друкованому вигляді, оцінюється на актуальність. Та, яка вже не несе користі – відправляється на переробку;
- 5) сповіщаються електронним листом партнери про те, що віднині підприємство мінімізує використання паперу та висуваються прохання для співпраці за допомогою інноваційних технологій;
- б) проводиться навчальна бесіда з працівниками.

*Необхідні ресурси:* 30 робочих днів та 695 грн для реалізації першої цілі.

Так, план дозволяє визначити чіткий хід дій та організувати ефективну діяльність.

Вище було зазначено, що відповідальною особою за реалізацію цілей екологічної політики є керівництво підприємства. Втім, для того, щоб впровадження системи екоменеджменту та досягнення цілей екологічного політики було ефективним і результативним, слід найняти в штат екологічного менеджера. Саме спеціалісту під силу створення дієвого механізму екологізації підприємства. ТОВ «Пегас Туристик» - це великого масштабу компанія, тож можна припустити, що в майбутньому виникне необхідність виокремлення ще одного додаткового відділу – відділу системи екологічного

менеджменту (EMS). До відділу входитимуть 2 спеціалісти та екологічний менеджер, який буде очолювати відділ. До обов'язків відділу будуть входити:

- обговорення з керівництвом задач з екологізації підприємства;
- реалізація проектів екологічного спрямування;
- організація проведення екологічного аудиту;
- оцінювання діяльності та подальші коригувальні дії;
- робота з документацією EMS;
- організація екологічної освіти працівників;

Метою екологічної освіти персоналу на ТОВ «Пегас Туристик» є сповіщення їх про актуальний стан навколишнього середовища в загальних рисах, усвідомлення впливу кожного на довкілля, виховання екологічної свідомості, обговорення шляхів вирішення проблем та спільна розробка послідовних дій, спонукання до екологічного стилю життя тощо. До екологічного навчання залучаються керівництво, всі відділи та їх робітники.

Для того, щоб підтримувати позитивний настрій та мотивацію працівників в процесі здійснення екологічного менеджменту, варто слідувати наступним рекомендаціям:

- розмістити на видимих місцях пам'ятки екологічних правил;
- проводити заохочувальні акції (наприклад, «Амбасадор екологічного стилю життя», «Найкращий охоронець електроенергії» і т.д.);
- озеленити куточок відпочинку;
- організувати корпоративні заходи на природі;
- знаходитись в постійному контакті з персоналом і надсилати щомісяця в спільний чат (або інший засіб комунікації) повідомлення, новини, цікаві факти на екологічну тематику.

Заявляти про свою екологічну діяльність підприємство буде шляхом внутрішнього та зовнішнього інформування. Останнє можна зробити за допомогою повідомлень в розділі «Про нас» на офіційній сторінці

підприємства та в соціальних мережах, які є потужним інструментом просування підприємства.

Етап оцінки й виміру включає здійснення екологічного контролю підприємства. Завданням цієї процедури є перевірка дотримання підприємством нормативно-правових вимог охорони довкілля при здійсненні своєї діяльності. Екологічний моніторинг буде проводитись за певними показниками, які запропоновані в табл. 3.1.

*Таблиця 3.1*

**Показники екологічної діяльності ТОВ «Пегас Туристик»**

№ з/п	Екологічний показник	Зміст екологічного показника
1	Споживання природних ресурсів	Обсяг використаного паперу, канцелярії, іншого обладнання та матеріалів.
2	Відходи	Обсяг сортованого сміття.
3	Використання водоресурсів	Обсяги споживання водних ресурсів.
4	Використання енергоресурсів	Обсяг споживання енергії кожного виду.

*Джерело: розроблено автором*

Відповідальними за організацію і здійснення екологічного виміру та оцінки є екологічний менеджер. Подальші обговорення результатів з керівництвом та прийняттям відповідних рішень будуть здійснюватися на нарадах як в очній формі під час робочого дня, так і заочної з використанням інформаційних засобів зв'язку для покращення взаємодії з філіями в інших областях, скорочення ділових поїздок, економії фінансів та зменшення вуглецевого сліду.

### **3.3. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів**

Запропоновані заходи повинні бути обґрунтованими з економічної, соціальної та екологічної точки зору, щоб зрозуміти, чи доцільним і вигідним є їх реалізація.

Отже, після того, як ТОВ «Пегас Туристик» запровадить ефективну систему екологічного менеджменту, підприємство отримає ряд переваг:

- 1) підвищиться економічний результат діяльності та з'явиться ще одна можливість збільшити прибуток;
- 2) мінімізується ймовірність ризику виплати штрафів та екологічних податків;
- 3) зменшиться рівень витрат на виробництво, оскільки будуть застосовуватись кращі технології;
- 4) знизиться рівень витрат на утилізацію відходів, так як зменшиться їх обсяг;
- 5) зменшиться рівень витрат на ресурси тому, що вони будуть ефективніше використовуватись;
- 6) покращиться взаємозв'язок із структурами влади і суспільством;
- 7) посиляться конкурентна позиція підприємства та покращиться імідж;
- 8) підвищиться соціальна відповідальність працівників і буде популяризуватись ідея екологічного способу життя;
- 9) сприяння ефективному сталому розвитку регіонів;
- 10) збереження навколишнього середовища.

Для впровадження системи екологічного менеджменту ТОВ «Пегас Туристик» повинне виділити фінансові ресурси та певний період для організації механізму. Основними витратами будуть:

- витрати на послуги фахівців;
- закупівля необхідного обладнання;
- проведення процедури «Зелений офіс»;
- оформлення електронного підпису.

В табл. 3.2 представлений план з розбивкою по етапах системи екологічного менеджменту та необхідні для цього ресурси.

*Таблиця 3.2*

**План впровадження EMS на ТОВ «Пегас Туристик»**

№ з/п	Етап	Термін реалізації	Витрати, грн
1	Підготовка	1 місяць	6000

## Продовження табл. 3.2

2	Планування	1 місяць	24000
3	Впровадження	2 місяці	26899
4	Вимір, оцінка і аналіз	1 місяць	30000
5	Проведення сертифікації «Зелений офіс»	1,5 місяці	15000
6	Всього	6,5 місяців	101899

*Джерело: розроблено автором*

Таким чином бачимо, що план складається з 5 етапів, який можна реалізувати протягом 6,5 місяців, витративши на це 101899 грн.

Першим етапом є підготовка до запровадження EMS, на який виділяється 1 місяць. На цьому етапі екологічний менеджер займеться оцінкою актуального стану екологізації підприємства, шукатиме необхідну інформацію та джерела, опрацює досвід інших підприємств щодо запровадження системи екоменеджменту. До наради для обговорення буде запрошений консультант з впровадження EMS. Вартість його послуг – 6000 грн.

Другим етапом йде планування, на якому розробляється програма досягнення поставлених цілей. Протягом місяця екологічний менеджер на зібраннях буде спілкуватись з керівництвом підприємства, розроблятиметься програма і будуть узгоджуватись відповідні рішення. Найбільше часу потребує розробка самої програми, в якій повинні бути враховані всі нюанси, прораховані кроки та ймовірні ризики. Тут також знадобиться допомога консультанта. Раз на тиждень будуть проводитись зустрічі, тому орієнтовні витрати складатимуть 24000 грн.

Третім етапом є впровадження розробленої програми. Цей крок є найдовшим за терміном реалізації і становить 2 місяці. Спочатку потрібно організувати навчання для працівників у вигляді тренінгів, де вони отримають базові знання. Можливі витрати – 25000 грн. Оформлюється електронний підпис. Ця послуга є безкоштовною, якщо її отримати в Інформаційно-довідковому департаменті Державної податкової служби, Міністерстві внутрішніх справ України чи Приватбанку. Для зберігання підпису знадобиться захищений змінний носій (токен). Його вартість – 695 грн.

Закуповуються набір контейнерів для сортування сміття від бренду Ecogrizzly, вартість якого становить 620 грн. Також слід придбати стаканчики з кукурудзяного крохмалю в гіпермаркеті ПапірСток. Їх вартість – 584 грн за 50 упаковок по 10 штук.

Четвертим етапом слідує процес перевірки. Для цього виділяють 1 місяць. Оцінюються екологічні результати діяльності підприємства екологічним аудитором, який має право здійснювати таку перевірку і числиться в реєстрі екологічних аудиторів [42]. Можливі витрати – 30000 грн. Після отримання результатів їх аналізують, коригують певні дії та удосконалюють діяльність.

П'ятим етапом йде проведення процедури сертифікації «Зелений офіс», який триває 1,5 місяці. В розділі 3.2. було описано, як відбувається цей процес. Вартість сертифікації – 15000 грн. Термін дії сертифікату – 3 роки. По завершенню терміну дії сертифікату проводиться повторна сертифікація.

Отже, головною запорукою успіху є ретельне планування та контроль під час впровадження системи екологічного менеджменту. Для реалізації EMS потрібно близько 6,5 місяців. Розмір фінансових ресурсів для впровадження становить 101899 грн.

### **Висновки до розділу 3**

В третьому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано, який слід залишає за собою ТОВ «Пегас Туристик» в результаті своєї діяльності. Було визначено, що найсуттєвішими факторами є використання природних ресурсів, водних та енергоресурсів, і культура поводження з відходами.

На жаль, на підприємстві недостатньо розвинута система екологічного менеджменту. Але в сучасних реаліях саме впровадження екополітики є такою необхідністю, яка надає підприємству ряд переваг, серед них є: соціальна відповідальність, збереження довкілля та природних ресурсів, привернення уваги нових клієнтів, зміцнення конкурентної позиції на туристичному ринку,

популяризація екологічних проблем та заклик до їх вирішення, розвиток екологічної освіти співробітників, раціональне використання ресурсів, підвищення прибутку і т.д.

Також розроблено пропозиції стосовно екологічної політики на підприємстві та детальний план реалізації однієї з цілей. Механізм запровадження екоменеджменту базується на 5 етапах: підготовка, планування, впровадження, перевіряння і аналіз, проведення сертифікації. Втілення задач в реальність займе близько 6,5 місяців, і слід виділити на них близько 101899 грн.

## **РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПЕГАС ТУРИСТИК»**

### **4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт ТОВ «Пегас Туристик»**

Середовище, в якому функціонують туристичні підприємства, має деякі особливості. Наприклад, в ньому виникають тенденції, які існують певний проміжок часу і можуть впливати на ефективну діяльність суб'єктів господарювання. Втім, інформаційні технології спрощують цю адаптацію і полегшують процес пристосування підприємств до сформованих умов. Автоматизоване керування туристичним підприємством в разі пришвидшує виконання визначених робіт і дає змогу збільшити об'єм їх виконання.

Туристична галузь є інформаційно-наповненою в порівнянні з іншими видами економічної діяльності. Підприємства реалізують туристичний продукт, складовими яких є послуги, звідси виникає необхідність автоматизації керування як безумовного інструмента забезпечення ефективності туристичного обслуговування [13].

Сучасне програмне забезпечення автоматизації робіт на туристичному підприємстві є неодмінною запорукою успішного функціонування компанії. Наразі велика кількість підприємств використовують комп'ютер, щоб здійснювати управління та полегшити певні процеси. Наприклад, у підприємства повинен бути постійний доступ до інформації щодо стану засобу пересування чи готельних номерів, або щоб забронювати певну послугу, сформувати документ тощо.

Туристична сфера застосовує різноманітні комп'ютерні технології, як спеціалізовані програми менеджменту одного туристичного підприємства, так і глобальні комп'ютерні мережі. На сьогодні в туризмі використовується багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні

системи резервування (GDS), інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та інші [23].

В своїй діяльності туристичні підприємства застосовують різні програмні забезпечення, які сприяють продуктивнішій праці. Так, ТОВ «Пегас Туристик» в роботі використовує комплексну програму «САМО-Тур» компанії «САМО-Софт», яке створює туристичний продукт із широкого набору послуг, розраховує ціну, готує документи на туристичне обслуговування та формує остаточний звіт. Впровадження даної програми коштувало підприємству 183360 грн, а обслуговування на рік обходиться в 19680 грн.

Компанія «САМО-Софт» - розробник програмного забезпечення, що працює на ринку з 1991 року. Також компанія встановлює локальні обчислювальні мережі, проводить роботу по системній інтеграції (офіс «під ключ»), підключає абонентів до мережі Інтернет, створює і розміщує веб-сторінки, постачає обчислювальну техніку і обладнання.

Портфель програмних продуктів складається з програмних комплексів для туроператорів «САМО-Тур», для турагентств «САМО-Турагент», для екскурсійних компаній «САМО-Тургід» та для зарубіжних партнерів «SAMO-incoming», які працюють на прийомі. По всій території України послугами компанії користується 161 підприємство.

«САМО-Тур» - це комплексна система автоматизації туристичного оператора. Програма слугує єдиною платформою для вирішення абсолютно всіх завдань підприємства: створення і управління туристичним продуктом, управління замовленнями, оптимізація онлайн-продажів. Окрім цього в даному програмному забезпеченні є ряд інструментів, які розширюють можливості туроператора для досягнення визначених цілей бізнесу [44].

Перевагами використання програмного забезпечення «САМО-Тур» є:

- управління туристичним продуктом, продажами та документообігом;
- гнучкий механізм ціноутворення;
- врахування платежів від партнерів і покупців;

- розвинута система звітності, статистики та аналітики;
- інтеграція зі страховими компаніями;
- підключення електронних платежів;
- інтеграція туроператора з GDS;
- динамічне пакетування.

«САМО-Тур» в своєму функціоналі має 4 основних режими роботи. В системі існує більш ніж 20 різноманітних довідників баз даних, в тому числі довідників за напрямками, клієнтами, готелями, рейсами, послугами, партнерами, посольствами, перевізниками, цінами тощо.

Туристичні підприємства часто для розрахунків вартості тура використовують електронні таблиці, в які завчасно вводяться ціни за різними складовими тура, тому в системі реалізована можливість імпорту необхідної інформації за цінами з таблиць Excel. Також в довідниках передбачена можливість зберігання будь-яких файлів, наприклад документів Word, Excel, картинок різного формату та ін. Програмний комплекс «Само-Тур» забезпечує ведення календаря бронювань із вказанням строків, цін, квот номерів в готелях і місць на транспорті, а також ефективно завантаження рейсів у відповідності із вказаними критеріями.

Для оформлення заявки клієнта необхідно:

- обрати стандартний або сформувані індивідуальний маршрут;
- визначити дату поїздки;
- заповнити анкетні дані туриста (ПІБ, паспортні дані, дата народження);
- визначити покупця (туристичне агентство чи фізична особа);
- здійснити бронювання послуг тура і вказати ціну кожної послуги;
- оформити знижки, комісії і доплати, та сформувані сумарні вартість тура.

Програмне забезпечення працює в мережевому режимі, причому кожному користувачу можуть бути доступні окремі права доступу до даних і режимів. Адміністратор може обмежити для користувача окремі можливості

або дозволити користуватись певними пунктами меню і елементами. Можливе ведення протоколу, де відмічаються всі дії із вказанням дати і часу операції, а також фіксуються всі зміни і видалені дані.

## 4.2. Аналіз Інтернет-контенту компанії

Вихід у онлайн та просування своїх послуг в мережі Інтернет на сьогодні є потужним інструментом популяризації підприємства. Заклади харчування, розміщення, магазини та інші суб'єкти господарювання не обмежуються рекламою у офлайн, а ефективно застосовують інформаційні технології. Так, ТОВ «Пегас Туристик» розробила свій офіційний сайт, який розташований за адресою: <https://tours.pegast.com.ua/> [40].

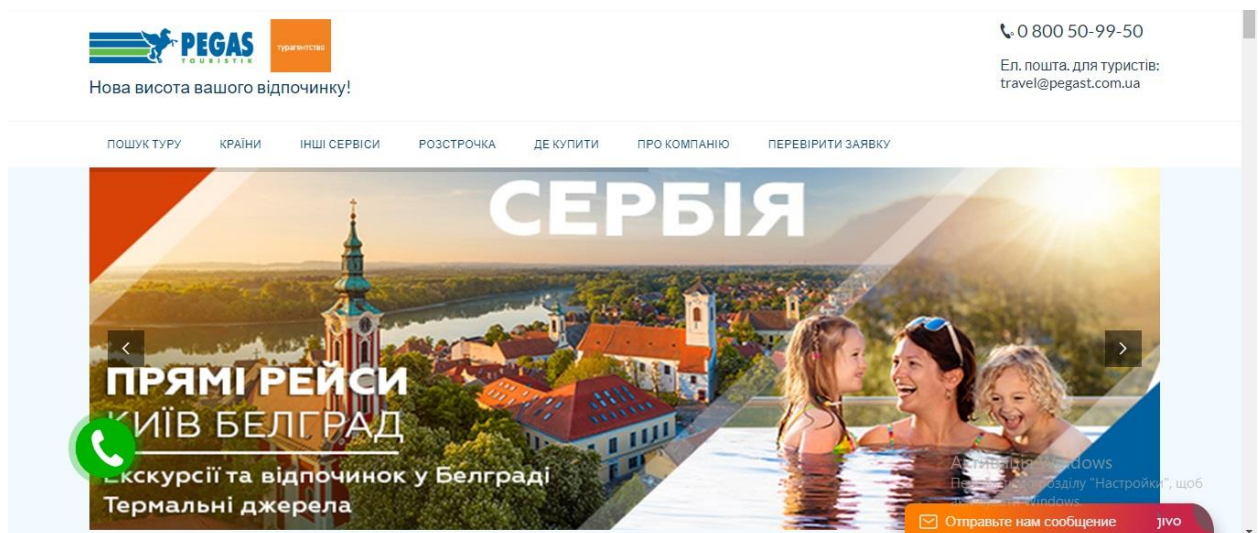


Рис. 4.1. Головна сторінка офіційного сайту ТОВ «Пегас Туристик»

На рис. 4.1 зображено сторінку, на яку ми потрапляємо, коли заходимо за посиланням. Одразу звертаємо увагу на кольорову гаму. Фірмовими кольорами підприємства є два основних кольори – зелений та синій. Зелений колір асоціюється з близькістю до природи, натуральністю, гармонією, свіжістю та спокоєм. Синій колір – авторитетність, надійність та впевненість в своїх силах. Обидва кольори посиляють важливі сигнали для психоемоційного сприйняття потенційного клієнта. Також може використовуватись блакитний та помаранчевий.

У верхньому лівому кутку розміщено логотип і вислів «Нова висота вашого відпочинку!». На логотипі зображений графічно стилізований пегас – міфічна тварина легенд, символ поетичного натхнення та магії. Зліва від нього розміщені широкі горизонтальні 4 лінії, які асоціюються зі спокоем, врівноваженістю, рухом і щастям. І доповнюється знак текстом «Pegas Touristik», тобто назвою в мінімалістичному фірмовому шрифті.

З іншої сторони – контактні дані підприємства, за якими можна звернутись для отримання консультації. Також є можливість користуватись сайтом англійською та російською мовами за допомогою перекладача Google.

Нижче розташований рядок з основними розділами сайту. Інформація зібрана в одному полі, що є зручним у використанні. Також бачимо кнопку телефонного виклику і вікно-чат з менеджером. Листаючи вниз, пропонуються варіанти засобів розміщення, концепція «Pegas Select», стрічка новин та перелік додаткових послуг.

В цілому, сайт яскравий, забезпечений візуальними матеріалами та практичний для користувачів, але є певні недоліки. Тому слід ретельніше проаналізувати його за критеріями, які наведені в табл. 4.1.

*Таблиця 4.1*

#### **Оцінка Інтернет-контенту ТОВ «Пегас Туристик»**

№ з/п	Критерії	Оцінка підприємства
1.	Дизайн сайту	10
2.	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	6
3.	Форма для зворотного зв'язку із туристичним підприємством або вікно для онлайн виклику	10
4.	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	9
5.	Наявність мапи сайту	8
6.	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10
7.	Наявність мобільного додатку	1
8.	Характеристика турів	3
9.	Галерея	7
10.	Характеристика туристичного підприємства, об'єм корисної інформації для гостя	8
11.	Наявність на сайті відеоматеріалів	1
12.	Можливість бронювання авіаквитків	10
13.	Огляд новин	8

## Продовження табл. 4.1

14.	Наявність гостьової книги відгуків	1
15.	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	1
16.	Інформація про акції туристичного підприємства	7
17.	Опис основних і додаткових послуг	8
18.	Наявність розсилки на e-mail споживачів	10
19.	Графа зустрічей та заходів	1
20.	Інформація про співпрацю або партнерів	9
21.	Наявність віконця курсу валют	1
22.	Вакансії туристичного підприємства	8
23.	Зручність сайту	5
24.	Рівень подання інформації	6
25.	Середнє значення	6,2

Джерело: розроблено автором

Отже, оцінивши офіційний сайт ТОВ «Пегас Туристик» за даними критеріями, розуміємо, що веб-сайт недосконалий і складається враження, ніби він перебуває на етапі розробки, тому потребує загального доопрацювання.

Окрім того, ТОВ «Пегас Туристик» веде сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram, і надає посилання для них на офіційному сайті.

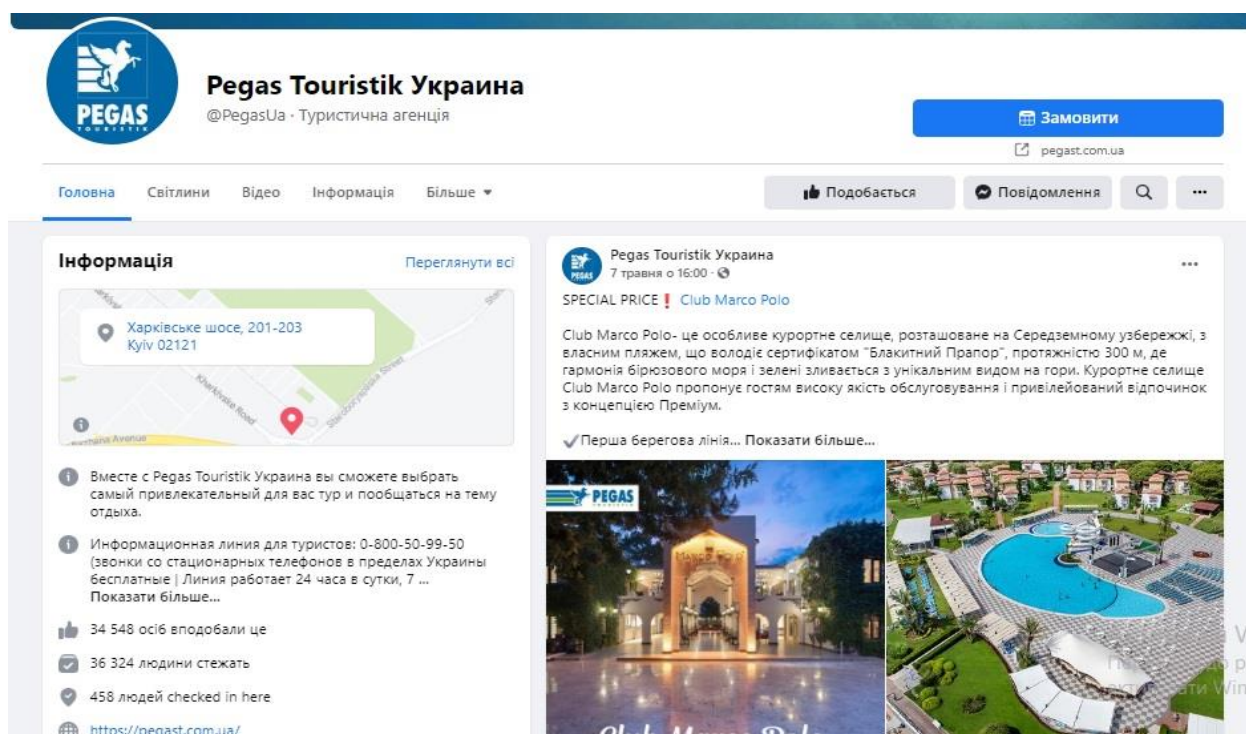


Рис. 4.2. Офіційна сторінка у Facebook ТОВ «Пегас Туристик»

З рис. 4.2 бачимо, що ТОВ «Пегас Туристик» активно веде сторінку в соціальній мережі Facebook [38]. Стрічка новин постійно оновлюється цікавими публікаціями з фотографіями і відео. В розділі «Інформація» зібрані адреса, контактні дані підприємства, посилання на веб-сайт, електронна адреса і режим роботи. Активною є кнопка «Замовити», яка направляє клієнта на офіційний сайт компанії.

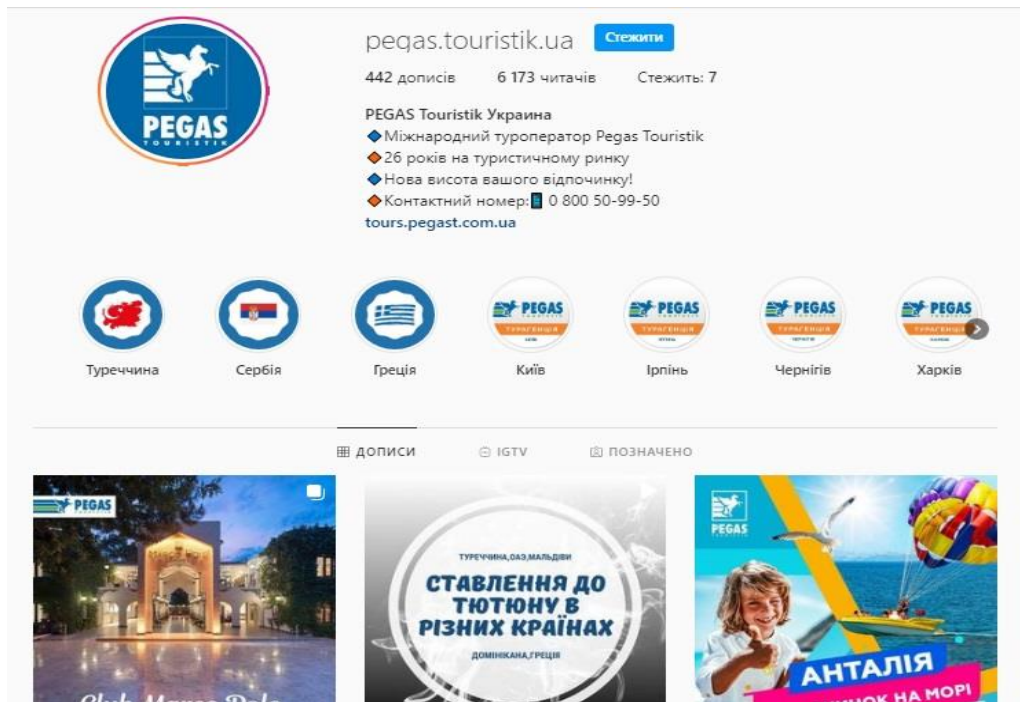


Рис. 4.3. Офіційна сторінка в Instagram ТОВ «Пегас Туристик»

На рис. 4.3. зображено сторінку підприємства в соціальній мережі Instagram [39]. Сторінки поповнюється різноманітними тематичними публікаціями, а у форматі історій звітують про корпоративну діяльність підприємства.

Отож, в наш час соціальні мережі відіграють дуже велику роль, в тому числі й для поширення туристичних послуг. Розвиток інтернет-сторінок дає можливість потенційному клієнту попередньо ознайомитися з пропонованими послугами, переглянути можливі варіанти відпочинку та почитати відгуки. Соціальні мережі дозволяють швидко дізнаватись про останні новини підприємства та цікаві пропозиції.

В свою чергу туроператор отримує ряд переваг від ведення сторінок:

- створення позитивного образу та прояв відкритості;
- підтримка зв'язку з наявними клієнтами та пошук потенційних;
- просування своїх послуг;

### **4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності підприємства**

Інформація є важливим ключовим ресурсом туристичного підприємства. Її збір, опрацювання й подальша робота над нею є базою інформаційного середовища, являється фактором створення комунікативної стратегії. Інформаційним середовищем є таке середовище, де весь час проходять різні комунікативні процеси між зацікавленими сторонами [28]. Останніми є як туристичні оператори та туристичні агенти, так і майбутні споживачі туристичних послуг.

Отож, для покращення інформаційної діяльності ТОВ «Пегас Туристик» запропоновано заходи, що націлені на удосконалення офіційного сайту підприємства та інтернет-сторінок в соціальних мережах.

Сайт поділений на 2 основних варіанти: для туристів та для агентств. Другий варіант більш наповнений інформацією і містить більше фільтрів та категорій для пошуку в порівнянні з першим варіантом. Тому рекомендації розроблені для користувачів сайту-туристів:

- Розробити і додати кнопку вибору мови користування. Наразі сайт можна перекласти до допомогою Google-перекладача, який не завжди робить це правильно;
- Створити зручний багатофункціональний пошук тура. Нині такий пошук обмежується пошуком готелю і сортуванням за ціною та зірковістю;
- Розширити опис засобів розміщення, додати фото- і відеоматеріали;
- Створити окремий розділ для відгуків туристів. Аналіз відгуків дозволить оцінити рівень обслуговування підприємства і усунути недоліки.

Також це чудова можливість налагодити контакт з клієнтом і розвинути довгострокові відносини з ним;

- Додати інформацію щодо курсу валют;
- Розширити розділ «Про нас». Зараз історія компанії та її характеристика представлена об'ємом в півсторінки. Коли турист обирає, кому довірити організацію його відпочинку – він хоче знати більше про компанію, її досягнення тощо. Тому такий крок в удосконаленні інформаційної політики є цілком виправданим.

Співпраця з блогерами та організація інфотурів в останній час набирає популярності, так як зростає роль і впливовість лідерів думок в інформаційному середовищі. Їх запрошують на відкриття закладів, проведення культурних заходів, різні зустрічі, конференції і т. д. Залучення активних та амбіційних інфлюенсерів до просування послуг підприємства приверне увагу потенційних туристів.

Спершу потрібно дослідити блогерів в соціальній мережі Instagram за певними характеристиками:

- Цільова аудиторія;
- Кількість читачів та їх активність на сторінці;
- Статистика та інформація про результативність дописів;
- Тематика блогу, його корисність;
- Візуальна складова і частота публікацій;
- Вміння подавати інформацію;
- Вартість послуг.

Так, проаналізувавши за визначеними характеристиками ринок, обирається представник і з ним (або його менеджером) зв'язується підприємство. Висувається пропозиція відправитись в рекламний тур. Після чого обговорюються відповідні послуги та завдання, які повинні бути виконані з обох сторін. Узгоджуються рішення та організовується інфотур.

Для підприємства таке співробітництво є вигідним та правильним, так як широка аудиторія відкриє для себе нового туроператора, а та, яка вже ознайоmlена з компанією, підтвердить свої переконання в лідерстві та високоякісному обслуговуванні ТОВ «Пегас Туристик».

Наведемо приклад рекламного туру:

Місце призначення: Туніс, регіон Монастір, курорт Хаммамет;

Дата проведення: 08.06.2021 – 15.06.2021;

Засіб розміщення: 5\* Laico Hammamet;

Авіапереліт з Києва до Хаммамету і назад, трансфер від аеропорту до готелю та назад, проживання і харчування, екскурсії, страхування входять в програму інфотуру.

Від блогера вимагається: закордонний паспорт, вміння робити інформативний звіт та якісні фото.

Вартість проведення рекламного туру для підприємства складе близько 24000 грн.

В соціальній мережі Facebook рекомендується запуснути таргетовану рекламу. Таргет в соціальних мережах – це оголошення, яке користувачі бачать в своїй стрічці. Таку рекламу можна налаштувати з урахування різноманітних параметрів: стать, вік, місто і країна, інтереси, сімейний стан. Так оголошення будуть показуватись лише цільовій аудиторії. Вартість її залежить від різних факторів.

#### **Висновки до розділу 4**

Сучасні інформаційні технології забезпечують високий рівень управління і є такими ж важливими, як і фінансові, трудові та матеріальні ресурси. Використовуючи їх, туристичне підприємство забезпечує себе ефективнішою працею та швидшим досягненням поставлених цілей.

ТОВ «Пегас Туристик» у своїй діяльності застосовує програмне забезпечення «Само-Тур» компанії «Само-Софт». Програмний комплект

«Само-Тур» забезпечує інформаційну підтримку усіх основних функцій, передбачених технологією роботи туристичного підприємства. Впровадження програмного продукту коштувало 183360 грн, а обслуговування на рік обходиться в 19680 грн.

Аналізуючи Інтернет-контент компанії, було виявлено, що активно ведуться сторінки в соціальних мережах Instagram та Facebook, сайт періодично поновлюється інформацією. При цьому дійшли висновку, що сайт зроблений недосконало. Йому не вистачає деяких складових, наприклад зручного та широкого пошуку, перекладу на інші мови користування, віконця з курсом валют, книги відгуків, характеристики засобів розміщення, історії компанії.

Було розроблено декілька пропозицій для покращення інформаційної діяльності підприємства. По-перше, рекомендовано доопрацювати офіційний сайту. Приклавши мінімум зусиль, знайдені недоліки можна легко виправити. По-друге, запропоновано організувати рекламний тур в співпраці з блогером. Інфлюенсери користуються популярністю в соціальних мережах і можуть «привести» нових клієнтів для підприємства. Проведення запропонованого інфотуру коштує близько 24000 грн. По-третє, рекомендовано запуснути таргетовану рекламу в соціальній мережі Facebook. Такий вид реклами дозволяє задати відповідні налаштування для залучення цільової аудиторії і витратити фінансові ресурси правильно.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі кваліфікаційної роботи було розкрито і вивчено теоретичні аспекти екологічного менеджменту, встановлено взаємозв'язок між сталим розвитком та системою екоменеджменту, охарактеризовано вітчизняний і зарубіжний досвід впровадження принципів та ідей екологічного менеджменту на туристичному підприємстві. Визначено, що екологічний менеджмент є складовою загальної системи управління на підприємстві, який створює екологічно безпечне виробництво, гармонізує екологічні та економічні інтереси і здійснює охорону довкілля під час провадження туристичної діяльності.

У другому розділі роботи проведено організаційно-фінансовий аналіз ТОВ «Пегас Туристик». Міжнародний туристичний оператор «Пегас Туристик» був заснований в 1994 року, і на сьогодні є одним з найкрупніших туристичних операторів в Україні та країнах СНД. Лідерські позиції займає завдяки високому рівню обслуговування, багатому досвіду та професіоналізму співробітників. На туристичному ринку України функціонує з 2004 року, де встиг відкрити власні офіси в 4 великих містах та ряд агентств продажу.

Здійснений економічний аналіз ТОВ «Пегас Туристик» дав зрозуміти, що у 2019 році фінансовий стан підприємства покращився. Метод SWOT-аналізу відкрив те, що підприємство має значні переваги та сильні сторони, до яких відносяться якісний туристичний продукт, доступна цінова політика, широка мережа агентств продажу, високоякісне обслуговування, власний сайт, сформований імідж, багаж знань та перевірених практик.

В третьому розділі роботи проаналізовано, як впливає туристичне підприємство на навколишнє середовище. Зроблено висновок, що найбільш впливовими є такі фактори як використання природних ресурсів, водних та енергоресурсів, і культура поводження з відходами. Система екоменеджменту розвинута недостатньо і залишає бажати кращого. В попередніх розділах кваліфікаційної роботи було описано досвід закордонних країн і приведено в

приклад туристичного оператора TUI Group, який демонструє свою активну позицію по відношенню до соціально-екологічної відповідальності.

Розроблено ряд пропозицій по впровадженню системи екологічного менеджменту та детальний план реалізації однієї з цілей екологічної політики. Орієнтовані витрати складатимуть 101899 грн. Термін запровадження становитиме близько 6,5 місяців.

Обґрунтовуючи доцільність рекомендованих заходів було виявлено, що запровадження комплексної системи екологічного менеджменту є нагальною потребою, яке сприятиме збереженню навколишнього середовища і природних ресурсів, залучить нових клієнтів, посилить конкурентоспроможність туристичного підприємства, поширюватиме важливість обговорення та вирішення екологічних проблем, розвиватиме екологічну свідомість співробітників компанії та їх клієнтів, і, звичайно, збільшить прибуток за рахунок раціонального використання ресурсів.

У четвертому розділі роботи розглянуто програмне забезпечення «САМО-Тур» компанії «САМО-Софт», яка дозволяє об'єднати ряд процесів в і автоматизувати їх, використовувати робочий час більш продуктивно.

Було рекомендовано удосконалити офіційний веб-сайт підприємства, оскільки після проведення оцінювання було виявлено декілька недоліків. Запропоновано організувати інфотур в співпраці з інфлюенсером, який висвітлить поїздку в своєму блозі в соціальній мережі Instagram та зробить рекламну для підприємства. В соціальній мережі Facebook запропоновано запуснути таргетовану рекламу. Розроблені заходи сприятимуть удосконаленню інформаційної діяльності підприємства та зростанню кількості потенційних клієнтів.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. ДСТУ ISO 14001:2006 (ISO 14001:2004, IDT) Системи екологічного управління. Вимоги та настанови щодо застосовування. – Чинний від 2006-03-13. – Київ : Держспоживстандарт України, 2006. – 17 с.
2. ДСТУ ISO 14001:2015 (ISO 14001:2015, IDT) Системи екологічного управління. Вимоги та настанови щодо застосовування. – Чинний від 2015-12-21. – Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2015. – 37 с.
3. Бабчинська О. І. Формування механізму екологічного менеджменту в контексті сталого розвитку / О. І. Бабчинська // Економіка та держава. – 2020. - №10. – С. 140-143.
4. Берницька Д. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST / STEP аналізу / Д. Берницька // Економічний аналіз. – 2012. – Випуск 11. Частина 2. – С. 41-45.
5. Білик А. С. Екологічний менеджмент на промислових підприємствах України: зміст та сутність поняття / А. С. Білик // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. – 2012. - №12. – С. 49-64.
6. Білявська Ю. В. Екологічний менеджмент підприємства / Ю. В. Білявська // Економіка України. – 2016. - №4. – С. 104-111.
7. Васюта О. А. Проблеми екологічної стратегії України в контексті глобального виміру / О. А. Васюта. – Тернопіль: «Гал-Друк», 2001. – С. 227-228.
8. Галушкіна Т. П. Экономические инструменты экологического менеджмента (теория и практика) / Т. П. Галушкіна // Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2000. – 80 с.

9. Голод А. П. Екологічна безпека туризму в регіоні: суть та шляхи забезпечення / А. П. Голод, З. П. Новосад // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Випуск 22.3 – С. 84-88.
10. Демяненко К. А. Нормативно-правове забезпечення екологічного менеджменту / К. А. Демяненко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія : Економічні науки. – 2015. – Випуск 11 (3). – С. 41-45.
11. Екологічний менеджмент: зб. наук. праць / за ред. В. А. Гайченка. – К.: МАУП, 2006. – 266 с.
12. Екологічний менеджмент: навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова, О. Л. Михайлюк. – К.: Знання, 2006. – 366 с.
13. Єсіпова К. Автоматизація бізнес-процесів туристичних підприємств / К. Єсіпова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – Серія : Підприємництво. – 2011. - №6. – С. 24-35.
14. Карпенко Н. М. Екологічний менеджмент у туристичному бізнесі / Н. М. Карпенко, К. О. Маца // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – Серія : Функціонування економічної системи – 2012. - № 1(52). – С. 56-60.
15. Кейван О. І. Особливості впливу зовнішнього середовища на ефективність функціонування туристичного підприємства / О. І. Кейван // Моделювання регіональної економіки. – 2012. - № 1. – С. 68-79.
16. Кожушко Л. Ф. Екологічний менеджмент: підручник / Л. Ф. Кожушко, П. М. Скрипчук. – К.: Академія, 2007. – 403 с.
17. Кокорева О.В. Маркетингове дослідження діяльності туристичного підприємства / О.В. Кокорева // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Випуск 4 (51). – С. 245-251.

18. Коротков Е. М. Концепция экологического менеджмента / Е. М. Коротков // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. - №2. – 20 с.
19. Лук'янихін В. О. Екологічний менеджмент у системі управління збалансованим розвитком : монографія / В. О. Лук'янихін. – Суми.: ВТД «Університетська книга», 2002. – 314 с.
20. Макаров С. В. Экологический менеджмент / С. В. Макаров, Т. В. Гусева // Современные механизмы экологического регулирования. – Ч. 2. – М.: Эколайн, 1998. – 8 с.
21. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку в регіоні / Ю. Б. Миронов // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Випуск 23.11. – С. 117-122.
22. Михайлова М. Д. Переваги та недоліки впровадження системи екологічного менеджменту та сертифікації на промислових підприємствах / М. Д. Михайлова, О. К. Костенко // Агросвіт. – 2016. - №7. – С. 57-60.
23. Опалько М. С. Автоматизація управління туристичним підприємством як засіб підвищення ефективності його діяльності / М. С. Опалько, Т. Ю. Примак // Молодий вчений. – 2016. - №5. – С. 585-588.
24. Погуда Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку туристичного підприємства / Н. В. Погуда, С. К. Касторська // Ефективна економіка. – 2020. - № 1. – 16 с.
25. Пригара О. Екологічні проблеми туризму та шляхи їх вирішення / О. Пригара // Екологія та охорона навколишнього середовища. Актуальні питання гуманітарних наук. – 2014. – Випуск 8. – С. 404-408.

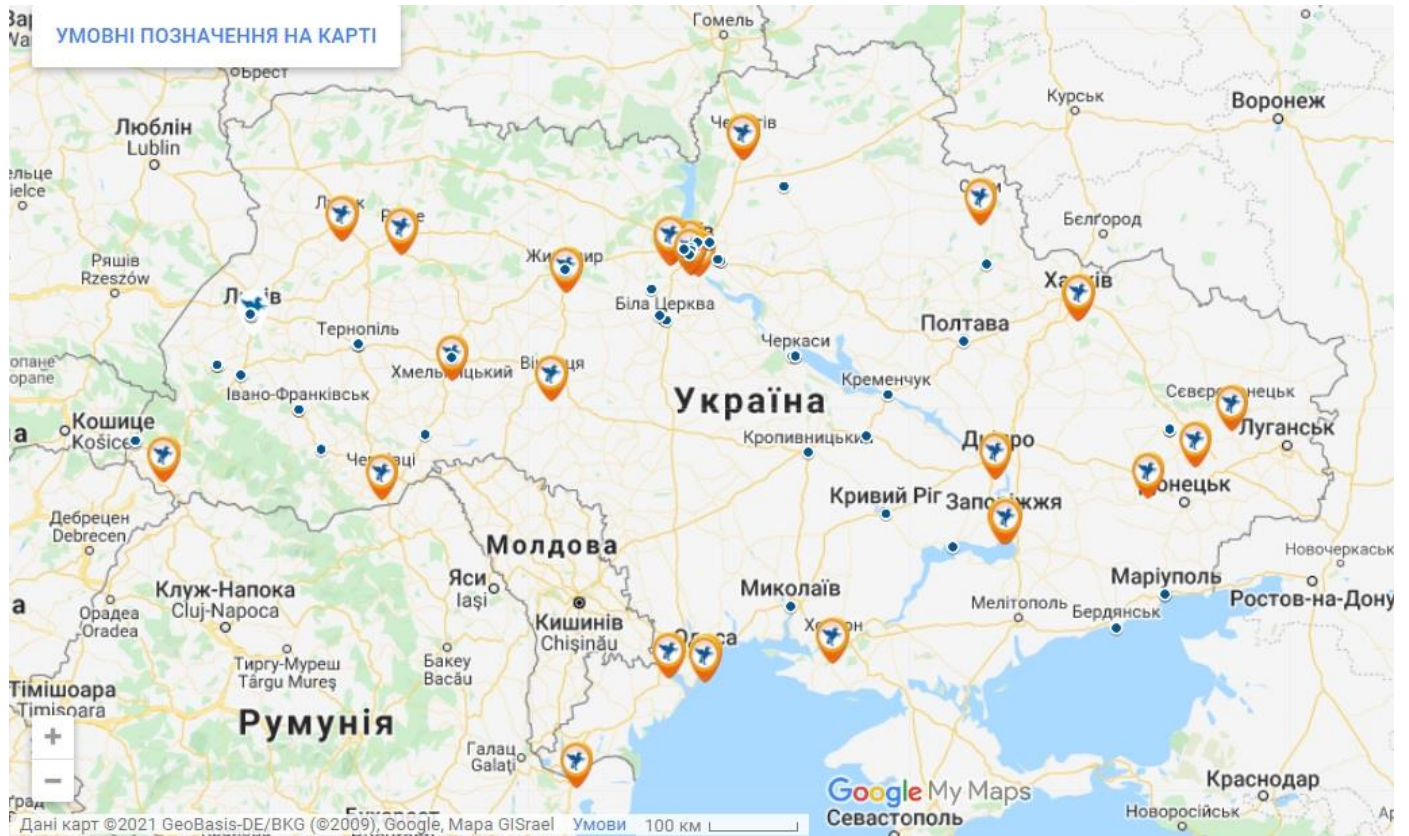
26. Салатюк Н. М. Можливості й перспективи використання зарубіжного досвіду екологічного регулювання в Україні / Н. М. Салатюк // *Управлінські інновації*. – 2012. – Випуск 2. – С. 69–73.
27. Стандартизація, сертифікація та ліцензування в туристичній діяльності : підручник / [В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, І. В. Мартинчук]. – Житомир: ЖНАЕУ, 2018. – 372 с.
28. Тишевська-Шапошник О. В. Інформаційне середовище як чинник формування комунікативних стратегій розвитку туристичної діяльності / О. В. Тишевська-Шапошник // *Вісник Харківської державної академії культури*. – 2012. – Випуск 37. – С. 216-224.
29. Харченко Т. Б. Формування та впровадження системи екологічного менеджменту на підприємствах України / Т. Б. Харченко // *Теоретичні та прикладні питання економіки*. – 2010. – Випуск 22. – С. 164-171.
30. Хвесик М. А. Економіко-правове регулювання природокористування / М. А. Хвестик, Л. М. Горбач, Ю. П. Кулаковський. – Київ : Кондор, 2009. – 522 с.
31. Яворська Н. П. Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища / Н. П. Яворська // *Підприємництво та інновації*. 2019. – Випуск 10. – С. 114-120.
32. Du Pisani J. A. Sustainable development: Historical roots of the concept. *Environmental Sciences* / J. A. du Pisani // 2006. – 3 (2). – 83-96.
33. Massoud M.A., Fayad R., Kamleh R., El-Fadel M. Environmental management system (ISO 14001) certification in developing countries: Challenges and implementation strategies. – Lebanon : American University of Beirut. – *Environ. Sci. Technol.* 2010, 44, 1884-1887.

34. Добуш Ю. Я. Формування системи екоменеджменту у економіці сталого розвитку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vlp.com.ua/node/1866>
35. Досьє компанії ТОВ «Пегас Туристик». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/33104339/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/33104339/)
36. Зелений офіс. Центр екологічної сертифікації та маркування Всеукраїнської територіальної організації «Жива планета». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ecolabel.org.ua/zelenyi-ofis>
37. Кодекс «Глобальний етичний кодекс туризму» від 1 жовтня 1999 року № 983\_001 // Відомості Верховної Ради України / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001#Text)
38. Офіційна сторінка ТОВ «Пегас Туристик» у соціальній мережі Facebook. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/PegasUa/>
39. Офіційна сторінка ТОВ «Пегас Туристик» у соціальній мережі Instagram. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/pegas.touristik.ua/>
40. Офіційний сайт ТОВ «Пегас Туристик». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tours.pegast.com.ua/>
41. Проект ЗУ «Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року» від 7 серпня 2018 року № 9015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/view/JH6YF00A?an=332>
42. Реєстр екологічних аудиторів. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mepr.gov.ua/content/reestr-ekologichnih-auditoriv.html>

43. Рейтинг tourist-friendly туроператорів. Літо 2019. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uata.com.ua/2019/11/tf-summer-2019/>
44. САМО-Тур – програма для автоматизації туроператора. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://samo.ru/tour.html>
45. Статистична служба Європейського Союзу: офіційний веб-сайт Eurostat. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/database>
46. Цілі сталого розвитку. ПРООН в Україні. – [Електронний ресурс].  
– Режим доступу: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>
47. Цілі сталого розвитку та Україна. – Урядовий портал. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina>
48. International Tourism Highlights, 2020 Edition. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456>
49. Sustainability news. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tuigroup.com/en-en/responsibility/sustainability-news>
50. The Sustainability Yearbook – 2021 Rankings. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/ranking/index.aspx>

# ДОДАТКИ

## Додаток А





Серія А00 **СВІДОЦТВО** №040042  
ПРО ДЕРЖАВНУ РЕЄСТРАЦІЮ  
ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
"ПЕГАС ТУРИСТИК"**

Ідентифікаційний код юридичної особи **33104339**

Місцезнаходження юридичної особи **04071, МІСТО КИЇВ, ВУЛ.  
ВОЛОСЬКА, 55/57**

Місце проведення державної реєстрації **ПОДІЛЬСЬКА РАЙОННА У МІСТІ  
КИЄВІ ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ**

Дата проведення державної реєстрації **26.07.2004 р. №1 071 102 0000 000043**

Державний реєстратор  **Т.І. НІКІТЧУК**





Серія АЕ № 185517

## ЛІЦЕНЗІЯ

**ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО УКРАЇНИ З ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ**

Вид господарської діяльності **туроператорська діяльність**

Найменування юридичної особи **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ПЕГАС ТУРИСТИК"**

Ідентифікаційний код юридичної особи **33104339**

Місцезнаходження юридичної особи **04071, місто Київ, вулиця Волоська, будинок 55/57**

Дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії **11.10.2012 №114**

Строк дії ліцензії **з 13.10.2012 необмежений**

Номер в ліцензійному реєстрі - **529/2012**

Голова м.п.  *Шаповалова* **О. О. Шаповалова**

Дата видачі ліцензії **19 жовт 2012**

## Додаток Д

**ТОП-10 туроператорів  
за кількістю обслугованих туристів**

№ з/п	Найменування	Кількість туристів, осіб
1	ТОВ "ДЖОІН АП!"	703 388
2	ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"	453 801
3	ТОВ "ТРЕВЕЛ ПРОФЕШНЛ ГРУП"	240 728
4	ТОВ "ТЕЗ ТУР"	233 710
5	ТОВ "КОРАЛ ТРЕВЕЛ"	199 805
6	ТОВ "ТТВК"	136 199
7	ТОВ "ПЕГАС ТУРИСТИК"	83 286
8	ТОВ "ТАНГО ТРЕВЕЛ"	24 952
9	ТОВ "ГТО"	22 273
10	ПрАТ "УНІВЕРСАЛЬНЕ АГЕНТСТВО З ПРОДАЖУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ"	17 036
Всього за даними туроператорів		2 564 227

2018 рік

**ТОП-10 туроператорів  
за кількістю обслугованих туристів**

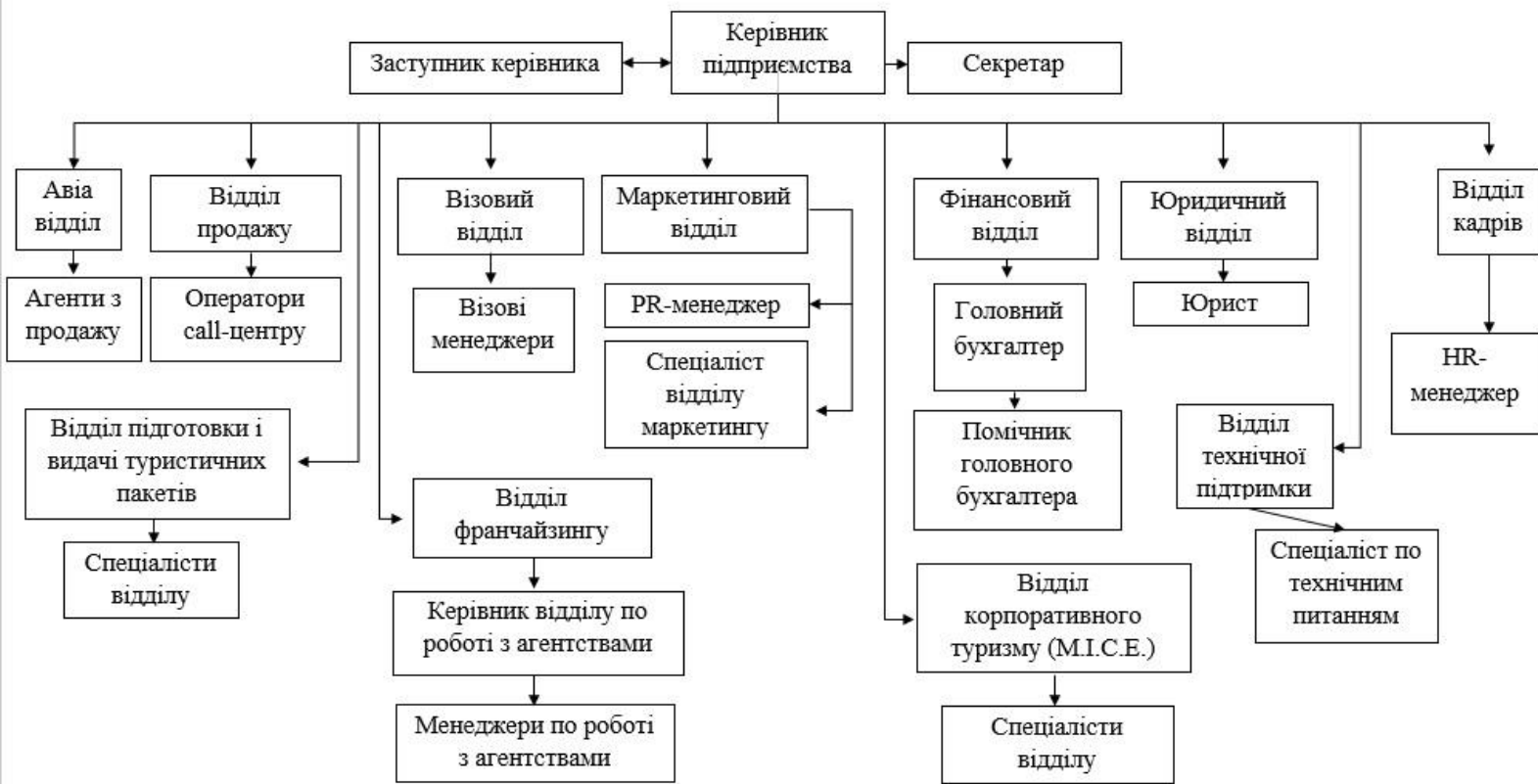
№ з/п	Найменування	Кількість туристів, осіб
1	ТОВ "ДЖОІН АП!"	902 600
2	ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"	515 582
3	ТОВ "АККОРД-ТУР"	297 744
4	ТОВ "ТЕЗ ТУР"	284 956
5	ТОВ "КОРАЛ ТРЕВЕЛ"	243 729
6	ТОВ "ТТВК"	230 462
7	ТОВ "ТРЕВЕЛ ПРОФЕШНЛ ГРУП"	229 484
8	ТОВ "ПЕГАС ТУРИСТИК"	115 887
9	ТОВ "ГТО"	66 400
10	ПАТ "ОБРІЙ ІНК."	41 576
Всього за даними туроператорів		3 376 350

2019 рік

## Додаток Ж

Туроператор	Дотримання заявленої чартерної програми (в т.ч. місто вильоту)	Переноси та затримки рейсів	Частота непоселень у заброньовані готелі	Оцінка роботи гідів	Підтвердження замовлень (швидкість частота відмов)	Гарантія кращої ціни по ранньому бронюванню	Лояльність у вирішенні спірних питань	Фінальна оцінка
<b>TEZ Tour</b>	4,82	4,51	4,65	4,35	4,24	3,73	4,21	<b>4,36</b>
<b>Pegas Touristik</b>	4,51	4,09	4,58	4,19	4,14	3,59	4,01	<b>4,16</b>
<b>Coral Travel</b>	4,44	4,13	4,36	3,89	4,07	3,51	3,77	<b>4,02</b>
<b>Kompas</b>	4,39	4,11	4,30	3,84	3,71	3,48	3,65	<b>3,93</b>
<b>TUI</b>	4,28	3,83	3,95	3,76	3,93	3,72	3,63	<b>3,87</b>
<b>ALF</b>	4,09	3,95	4,06	3,69	3,39	3,18	3,44	<b>3,69</b>
<b>Anex tour</b>	3,90	3,03	4,38	2,73	3,97	3,39	2,89	<b>3,47</b>
<b>Join UP!</b>	3,00	2,31	4,04	3,45	3,55	3,97	3,88	<b>3,46</b>
<b>TPG</b>	3,77	3,56	3,48	3,37	3,08	3,28	3,17	<b>3,39</b>
<b>Середнє знач.</b>	<b>4,13</b>	<b>3,72</b>	<b>4,20</b>	<b>3,70</b>	<b>3,79</b>	<b>3,54</b>	<b>3,63</b>	<b>3,82</b>

## Додаток И



**Розподіл функцій та обов'язків управління на ТОВ «Пегас Туристик»**

№ з/п	Назва посади/ підрозділу	Основні функції та обов'язки посади/підрозділу	Кількість працівників посади/ підрозділу
1.	Керівник підприємства	Організовує роботу всієї команди, відповідає за стан та діяльність компанії, є головою. Вивчає та спрямовує роботу всіх видів діяльності підприємства. Керує структурними підрозділами, розробкою глобальних планів реалізації туристичного продукту, вивчає напрямки та обсяги послуг, які представлені на ринку.	1
2.	Заступник керівника	Виконує доручення керівництва. Відповідно до отриманих доручень планує та проводить організаційні заходи, ділові зустрічі та переговори. Організовує роботу та взаємодію структурних підрозділів. Забезпечує виконання внутрішніх нормативних документів, наказів, розпоряджень та вказівок керівника.	1
3.	Секретар	Приймає кореспонденцію та документи, яка надходить на розгляд керівника, сортує та передає її структурним підрозділам, веде облік кореспонденції. Виконує доручення керівника, готує необхідні документи, листи тощо. Організовує проведення телефонних та особистих переговорів, нарад керівництва.	1
4.	Агенти з продажу авіаквитків	Продає і оформлює авіаквитки. Працює з клієнтами, ознайомлює їх з маршрутом рейсу, правилами перевезення багажу і т.д. Веде документацію з продажу авіаквитків	3
5.	Оператори call-центру	Проводить роботу із запитами, заявками, змінами, ануляціями. Розраховує нестандартні тури. Вирішує термінові питання по запитах, або від туристів.	3
6.	Спеціалісти відділу підготовки і видачі туристичних пакетів	Готує і видає туристичні пакети, ваучери, договори на страхування, квитки. Працює з електронними списками.	5

Продовження табл. 2.1

7.	Візові менеджери	Приймає, підготовлює повний пакет документів для консульства/візового центру. Підготовлює та перекладає документи для оформлення візи. Консультує клієнтів з усіх питань оформлення візи. Видає паспорт з візою.	3
8.	Керівник відділу по роботі з агентствами	Представляє інтереси підприємства з питань туристичної діяльності перед партнерами. Проводить переговори, укладає угоди з партнерами. Контролює забезпечення високого рівня виконання турів.	2
9.	Менеджери по роботі з агентствами	Працює з роздрібною мережею «Пегас Туристик».	3
10.	PR-менеджер	Організовує роботу зі зв'язків з громадськістю та ЗМІ. Розробляє стратегію позиціонування. Працює над макетами реклами та здійснює їх запуск на рекламних носіях. Веде сторінки в соціальних мережах. Планує заходи щодо формування корпоративної культури підприємства.	2
11.	Спеціаліст відділу маркетингу	Організовує семінари і рекламні тури, працює над розсилкою, видає паролі для онлайн-бронювання. Проводить маркетингові дослідження, вивчає ринок.	2
12.	Головний бухгалтер	Організовує роботу бухгалтерії, контролює рахунки бухгалтерського обліку всіх господарських операцій. Надає інформацію про фінансовий стан підприємства, результати діяльності та рух грошових коштів. Здійснює аналіз діяльності підприємства.	1
13.	Помічник головного бухгалтера	Виконує доручення головного бухгалтера. Готує та здає податкову і статистичну звітність. Взаємодіє з контролюючими органами. Оформлює рахунки, оплату, акти і договори з постачальниками.	1
14.	Спеціалісти відділу корпоративного туризму	Організовує конференції, семінари, спортивні збори, весільні церемонії, вирішує корпоративні і групові питання	3
15.	Юрист	Розробляє документи правового характеру. Надає правову допомогу структурним підрозділам. Забезпечує законність, збереження майна, правове виховання і правову пропаганду на підприємстві. Проводить роботу з правовими питання, скаргами, претензіями.	1

*Продовження табл. 2.1*

16.	Спеціаліст по технічним питанням	Відповідає за технічне забезпечення підприємства, вирішує технічні питання	1
17.	HR-менеджер	Формує ефективну систему керування персоналом та соціальними процесами на підприємстві. Вивчає потребу підприємства в кадрах. Розробляє систему заміщення посад і робочих місць. Шукає кадрів.	2
<b>18.</b>	<b>Всього</b>		<b>35</b>

*Джерело: розроблено автором*