

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Освітньо-професійна програма

перший (бакалаврський)
24 Сфера обслуговування
242 «Туризм»
«Туризм»

Форма навчання: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему

**«Особливості організації міжнародних подорожей вітчизняним
туроперейтингом в умовах збройного конфлікту в Україні»**

Здобувача *Яковлевої Юлії Віталіївни*

Науковий керівник: старший викладач
Юрченко Крістіна Михайлівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: доктор економічних наук, професор, академік НАН України,
Данилишин Богдан Михайлович

Київ 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ПОДОРОЖЕЙ	6
1.1 Поняття, сутність та вплив міжнародних подорожей на економіку країни представника	6
1.2 Теоретичні основи організації, методи та види діяльності туроперейтинга	14
1.3 Приклад організації та основних методів міжнародних подорожей вітчизняними туроперейтингом на прикладі Ізраїлю в умовах їх збройного конфлікту	19
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ТОВ «АНЕКС ТУР» В ПЕРІОД ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ В УКРАЇНІ	32
2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Анекс Тур».....	32
2.2 Дослідження та аналіз фінансових показників діяльності досліджуваного підприємства.....	39
2.3 Особливості створення та функціонування такого продукту, як міжнародні перевезення в кризових ситуаціях.....	44
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТУ ПО ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	48
3.1 Заходи впровадження та законодавчі основи методів по управлінню організації міжнародних перевезень під час збройного конфлікту в Україні	48
3.2 Покращення методів оптимізації та нейтралізації ризиків міжнародних перевезень на основі законних правил перетину кордону під час воєнного стану	56
3.3 Аналіз та оцінка ефективності проєкту на фінансовий стан досліджуваного підприємства.....	61
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	68
ДОДАТКИ.....	72

ВСТУП

Основою навчального процесу, закріпленням всіх отриманих теоретичних знань є написання бакалаврської кваліфікаційної роботи – одна з найважливіших форм професійної підготовки майбутніх спеціалістів у різних галузях є інструментом підвищення професійних навичок та вмінь майбутніх спеціалістів.

На сьогоднішній день міжнародний туризм є важливою галуззю світової економіки і суспільства, яка має значний вплив на розвиток країн та регіонів. Міжнародний туризм продовжує демонструвати стійкий ріст, і кількість подорожуючих по всьому світу постійно збільшується, що пов'язано зі зростанням доходів, поліпшенням транспортної доступності, розвитком цифрових технологій та збільшенням інтересу до мандрівок. Туристи стають все більш вимогливими та свідомими споживачами, які шукають унікальні експерименти, автентичні враження та стежать за екологічною та соціальною відповідальністю. Пандемія вплинула на міжнародний туризм значною мірою, були введені обмеження на міжнародний рух, закриті кордони, скасовані події та заходи, що спричинило серйозні втрати для галузі, однак, з поступовим відновленням подорожей та вакцинацією, галузь поступово оговтувалась. Проте війна, яка почалася в 2022 році, вплинула погіршенням безпекової ситуації на сході України та іншими геополітичними подіями, вона має значний вплив на міжнародний туризм в Україні, призводячи до ще більших обмежень та ризиків для подорожуючих.

Отже, міжнародний туризм є важливою складовою світової економіки та суспільства, яка має значний вплив на розвиток країн та регіонів. Протягом останніх років ми спостерігали стійкий ріст кількості подорожуючих по всьому світу, що було сприяло зростанню доходів, поліпшенню транспортної доступності та розвитку цифрових технологій. Туристи стають все більш вимогливими та свідомими споживачами, які шукають унікальні експерименти та стежать за екологічною та соціальною відповідальністю.

Актуальність даної теми є особливо загостреною через пандемія COVID-19, яка значною мірою вплинула на міжнародний туризм, призводячи до обмежень на міжнародний рух та серйозних втрат для галузі. З поступовим відновленням

подорожей та вакцинацією, галузь поступово оговтувалась, проте конфлікт в Україні з 2022 року призвів до погіршення безпекової ситуації та додаткових обмежень для туристів. Так важливо продовжувати моніторити ситуацію та вживати заходів для забезпечення безпеки та комфорту подорожуючих, зокрема шляхом розробки стратегій ризик-менеджменту та підтримки стабільності в регіоні. Тільки так ми зможемо забезпечити сталість та подальший розвиток міжнародного туризму, сприяючи економічному та соціальному зростанню у всьому світі.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є розробка проекту створення та впровадження міжнародних перевезень в кризових умовах, задля соціально-економічно розвитку ТОВ «Анекс Тур» під час збройного конфлікту.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- визначити поняття міжнародного туризму та його переваги для туристичних підприємств;
- дослідити особливості розвитку міжнародного туризму в Україні та світі;
- визначити методологію створення та оцінки проекту, пов'язаного з міжнародним туризмом під час воєнного стану в країні на прикладі Ізраїлю;
- дослідити економіко-організаційну характеристику ТОВ «Анекс Тур»;
- узагальнити аналіз фінансових показників діяльності досліджуваного підприємства;
- розробити особливості створення та функціонування такого продукту як міжнародні перевезення в кризових ситуаціях;
- розробити заходи впровадження та законодавчі основи методів по управлінню організації міжнародних перевезень під час збройного конфлікту в Україні;
- визначити покращення методів оптимізації та нейтралізації ризиків міжнародних перевезень на основі законних правил перетину кордону під час воєнного стану;

- узагальнити аналіз та оцінку ефективності проєкту на фінансовий стан досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство «Анекс Тур».

Предметом дослідження є аналіз заходів та організації міжнародних перевезень під час збройного конфлікту в Україні.

Методи дослідження використані у даній роботі – загальні методи (аналіз, синтез, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), графічні методи, логічний та системно-структурний аналіз, а також статистичні, порівняльні та діалектичні підходи.

Теоретична, методична та практична значущість полягає в розширенні наукового знання про вплив збройного конфлікту на міжнародний туризм, аналізі існуючих теоретичних підходів до організації туropolерейтингу в кризових умовах та внесенні доповнень до теорії кризового менеджменту в туризмі. Методична значущість полягає у розробці рекомендацій щодо адаптації туropolераторів до умов збройного конфлікту, впровадженні нових методів оцінки ризиків та управління ними, а також у створенні інструментарію для аналізу та оптимізації логістичних маршрутів. Практична значущість включає надання рекомендацій туropolераторам щодо забезпечення безпеки туристів і збереження конкурентоспроможності, пропозицію нових стратегій для підтримки та розвитку міжнародних зв'язків і партнерств, а також підвищення ефективності управління туристичними підприємствами в умовах збройного конфлікту для їх стабільності та розвитку.

Інформаційною базою є наукові та академічні джерела, статистичні дані, дані туropolераторів, законодавчі та нормативні акти, інтернет-ресурси.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ПОДОРОЖЕЙ

1.1 Поняття, сутність та вплив міжнародних подорожей на економіку країни представника

В роботі будь-якої туристичної фірми настає момент, коли існуючі тури втрачають свою актуальність, з метою подальшого активного збільшення прибутку настає потреба в впровадженні нових турів, враховуючи всі сучасні умови переміщень та відносини і пропозиції на ринку. Так основне значення для розвитку туристичної галузі та країни відіграє міжнародний туризм, тому основну частину доходу та його збільшення буде відігравати те, як в потрібний момент було знайдено методи удосконалення розвитку міжнародного туризму, впровадження нових ідей та підходів для розробки та просування міжнародного туристичного туру і турпродукту, додатково розраховуючи та встановлюючи мету збільшення кількості іноземних туристів та пожвавленню економічного стану країни [19].

Міжнародні подорожі можуть бути захоплюючим і незабутнім досвідом, який розширює горизонти та допомагає культурному розумінню. Плануючи подорожі туристичні агентства враховують різноманітні аспекти, такі як візові вимоги, медичне страхування, мовні бар'єри та безпека. Додатково, дослідження культури та традицій країни, яку суб'єкт збирається відвідати, щоб зробити подорож більш насиченою та цікавою.

Метою більшості туристичних підприємств є розвиток та отримання прибутку від діяльності. Керівників цікавить кінцевий результат діяльності фірми, комерційний успіх підприємства, туристична фірма не може використовувати тільки наявні в асортименті маршрути та вже сформовані роками тури на постійній основі, потрібно змінюватись згідно до трендів та запитів, понять населення про найкращі та найновіші та нововідкриті види відпочинку, дотримуватись тренду на престижні та незвичні місця відпочинку, так постійно з'являються нові курортні райони та нові види пропозицій [19].

Необхідно розробляти такий товар або послугу, яка буде йти поряд з потребами потенційних покупців і тим самим забезпечувати збільшення прибутку.

Планування розробки туристичного туру є важливим постулатом у розвитку діяльності туристичних підприємств, так в вітчизняній економічній літературі, як і в зарубіжній, досить мало уваги приділено проблемам розробки туристичного туру та його ефективному використанню. Існує потреба подальшого розвитку теоретичних та науково-методичних основ формування міжнародного туру враховуючи сучасні умови. Серед науковців та вчених, які присвячують свою діяльність дослідженню міжнародного туризму та методики розробки туру, на роботи яких слід звернути увагу є Бабарицька В.К., Балабанова Л.В., Волкова Л.А., Герасименко В.Г., Герчикова І.М., та ін [7, 19].

Туризм отримавши значний розвиток та ставши масовим соціально-економічним явищем міжнародного масштабу, сприяє розширенню політичних, економічних, наукових та культурних зв'язки між державами і народами світу. Туристична діяльність має різні визначення, так сьогоденна наукова література має багато значень поняття «туризм», що мають великі розбіжності та відрізняються одне від одного тим, що їх автори розглядають туризм по-різному так як і певну форму пересування людей за визначеним маршрутом з метою відвідання конкретного об'єкта або задоволення своїх потреб, але все ж повертаються на постійне місце проживання так і як форму розвитку особистості, що має за потребу реалізувати себе через певного роду соціально гуманітарні функції, також розглядають поняття як форму організації відпочинку або ж проведення дозвілля. В деяких випадках, як галузь господарства, пов'язану з обслуговуванням людей, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання або ж як сегмент ринку, який поєднує в собі підприємства метою яких є господарство, як транспорт, харчування, готельне господарство, культура, торгівля тощо. Одне з найперших та найточніших визначень туризму запропонували професори Бернського університету Гудзікер і Крап, згодом його схвалила Міжнародна асоціація наукових експертів туризму, вони узгодили, що туризм це низка явищ і взаємовідносин, які виникають у результаті подорожей, якщо вони не призводять

до постійного місця перебування у визначеному місці та не пов'язана з отриманням прибутку [36].

Розвиток туризму залежить від впливу різноманітних факторів, до них належать:

- демографічні;
- природно-географічні;
- соціально-економічні;
- історичні;
- релігійні;
- політико-правові.

Суб'єктом туризму є безпосередньо та очікувано турист, людина яка має за потребу задовольнити свої потреби внутрішнього характеру. Такий суб'єкт має певні риси та властивості і стани (фізіологічні, психологічні, екологічні, економічні, соціальні тощо).

У міжнародному туризмі, є дві суб'єктні сторони, а саме ті, хто надає туристичні послуги, та ті хто цими послугами користується.

Для туристичних агентств міжнародні подорожі є ключовим аспектом їхньої діяльності так сутність міжнародних подорожей включає:

- Туристичні агентства надають послуги з бронювання готелів, авіаквитків, трансферів та інших послуг, пов'язаних з подорожами.
- Агентства допомагають клієнтам у виборі місця призначення, маршруту, а також з усіма необхідними документами, такими як візи та страховки.
- Вони пропонують готові пакети турів, які включають в себе перельоти, проживання та екскурсії для зручності клієнтів.
- Туристичні агентства можуть надавати підтримку у випадку непередбачуваних ситуацій, забезпечуючи контакт із місцевими агентами або організуючи необхідну допомогу.
- Це може включати оренду автомобілів, квитки на розважальні заходи, екскурсії та інші додаткові послуги.

Для туристичних агентств міжнародні подорожі представляють собою ключовий сегмент бізнесу, який вимагає знань, досвіду та високої організаційної культури для задоволення потреб клієнтів і забезпечення безпеки та комфорту під час подорожі. Так у міжнародній практиці часто використовується визначення, вироблене Міжнародною конференцією по статистиці подорожей і туризму Оттава, 1991 р. і схвалене ВТО й Статистичною комісією ООН, згідно поняття турист є відвідувачем, а саме особою, яка подорожує та перебуває в місцях, що перебувають за межами його звичайного середовища проживання, на строк не більше 12 місяців з будь-якою метою, крім заняття робочою діяльністю, оплачуваної із джерел відвідуваного місця. Виділяються три ознаки, які дозволяють об'єднати туристів і екскурсантів у категорію відвідувачів і одночасно відрізнити від інших подорожуючих осіб, а саме переміщення за межі звичайного середовища та тривалість перебування в місці призначення із метою поїздки.

Об'єктом вивчення являється міжнародна туристична сфера та її місце в системі соціально-економічних пріоритетів розвитку економіки держав світу. У туризмі існує кілька ключових понять, які стосуються міжнародних подорожей:

- Віза - документ, що дає право на в'їзд до країни або перебування там протягом певного періоду. Візові вимоги можуть відрізнятися в залежності від країни призначення та країни походження.
- Паспорт є офіційний документ, що підтверджує особистість та громадянство, необхідний для перетину кордону.
- Прохідність межі - строк, на який дозволено перебувати в країні, без порушення візових або міграційних правил.
- Медичне страхування важливе для міжнародних подорожей, оскільки воно може забезпечити фінансову підтримку в разі медичних надзвичайних ситуацій або нещасних випадків.
- Розуміння та повага до місцевих культурних норм, традицій, релігійних звичаїв та мовних особливостей країни, яку ви відвідуєте.

- Знання про потенційні ризики та заходи безпеки під час міжнародних подорожей, такі як злочинність, стан доріг, медичні питання та природні катастрофи.
- Популярні місця відвідування та туристичні атракції у країні призначення, які можуть бути цікавими.
- Організація перевезень під час подорожі, включаючи авіаперельоти, залізничні та автобусні маршрути, оренду автомобіля та інші види транспорту.

Міжнародний туризм є різноманітною галуззю з багатьма методами та підходами. При індивідуальному туризмі подорожуючі організовують свої подорожі самостійно, без залучення туроператорів або агентств. Вони можуть бронювати готелі, купувати авіаквитки та планувати свої маршрути на основі власних вподобань та інтересів. У випадку групового туризму люди подорожують разом в групі, яку організовує туроператор або туристичне агентство. Групові тури можуть бути великими або маленькими, і їх програми можуть включати екскурсії, обіди, трансфери та інші послуги. Екскурсійний туризм форма туризму, де основною метою є відвідування різних місць та пам'яток. Екскурсійні тури можуть бути як індивідуальними, так і груповими, і часто вони включають в себе організовані екскурсії з кваліфікованими гідами.

В екологічному туризмі основним є покликання зберегти природу та екосистеми, що може включати відвідування природних заповідників, парків, екологічних туристичних об'єктів та активні відпочинок на природі. При культурному туризмі основною метою є вивчення та дослідження культури, мистецтва, історії та традицій інших країн, включаючи відвідування музеїв, храмів, археологічних пам'яток, участь у фольклорних заходах та інших культурних подіях.

Міжнародний туризм відіграє важливу роль у глобальній економіці, стимулюючи розвиток туристичної індустрії, створення робочих місць, сприяючи культурному обміну та сприяючи розвитку інфраструктури. Він також впливає на

розвиток соціальних, культурних і екологічних аспектів приймаючих країн і регіонів. Міжнародний туризм відкриває нові можливості для співпраці між країнами та культурами, сприяючи розумінню та дружбі між народами. Додатково до цього, міжнародний туризм також сприяє, економічному розвитку велика кількість грошей, витрачених туристами в країні-приймачі, допомагає стимулювати місцеву економіку, забезпечує доходи для підприємств у галузі гостинності, транспорту, торгівлі та інших секторів. Соціокультурна взаємодія сприяє обміну культурними цінностями, традиціями та способами життя між різними країнами, що сприяє розумінню та толерантності.

Збереження природи та культурних пам'яток, збільшення уваги до туристичних атракцій часто призводить до більшого фінансування на їхню охорону та збереження. Створенню робочих місць, створений розвиток туристичної галузі сприяє створенню робочих місць в різних секторах економіки, від готельної справи до ремесел та туристичних послуг. Зустрічі між людьми різних культур і традицій сприяють побудові позитивних взаємовідносин та сприяють мирному співіснуванню. Ці чинники підтримують розвиток міжнародного туризму як ключової галузі для розвитку країн та сприяння глобальному розвитку і взаєморозумінню.

Туристична індустрія в міжнародному туризмі є ключовим компонентом, який включає в себе широкий спектр послуг та підприємств, які забезпечують подорожі людей з однієї країни до іншої. Туристична індустрія - це галузь економіки, що об'єднує різноманітні діяльності та підприємства, пов'язані з організацією та забезпеченням подорожей та відпочинку. Вона включає в себе багато різних секторів, таких як готельна справа, ресторанний бізнес, транспорт, розваги, туристичні агентства, екскурсійні компанії, туристичні атракції та інші.

Туристична індустрія відіграє значну роль у глобальній економіці, створюючи велику кількість робочих місць, стимулюючи економічний розвиток та сприяючи міжнародному обміну та взаєморозумінню. Вона також є важливим чинником для збереження та розвитку природних та культурних ресурсів. В міжнародному туризмі туристична індустрія відноситься до таких сфер, як

туристичні агентства та туроператори, вони надають послуги з організації та бронювання турів, включаючи авіаквитки, готелі, екскурсії та інші послуги. Готельна галузь та ресторанний бізнес, де готелі, курорти, мотелі, хостели та інші типи проживання готуються для прийому туристів, а ресторани, кафе та інші заклади забезпечують харчування та розваги для подорожуючих. Транспортні компанії включають авіакомпанії, залізничні та автобусні компанії, трансферні служби та інші транспортні підприємства, які забезпечують переміщення туристів між країнами. Розважальні та туристичні атракції, де міжнародні туристи відвідують різноманітні музеї, пам'ятники, парки розваг, природні пам'ятки та інші атракції країни-приймача. Екскурсійні та трансферні компанії надають послуги з організації та проведення екскурсій, трансферів та інших мандрівницьких програм для туристів. Туристична індустрія в міжнародному туризмі виступає важливим стимулом для економічного розвитку багатьох країн та сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між народами. Вона створює нові можливості для співпраці та розвитку міжнародних відносин. Структура індустрії міжнародного туризму складається з різних сегментів та галузей, які співпрацюють між собою для забезпечення подорожей та відпочинку міжнародних туристів. Ось основні складові структури:

1. Туристичні агентства та туроператори, вони виступають посередниками між туристами та послугами, що надаються в країні-приймачі. Вони організовують та продаж турпакетів, включаючи авіаквитки, проживання, транспорт та екскурсії.
2. Готельна галузь та інші види проживання включає готелі, курорти, хостели, апартаменти та інші заклади, які надають проживання для міжнародних туристів.
3. Транспорт: Авіакомпанії, залізниці, автобусні компанії, морські та річкові перевізники забезпечують транспортні послуги для переміщення туристів між країнами.
4. Ресторанний бізнес та харчування: Ресторани, кафе, бари та інші заклади забезпечують харчування та розваги для міжнародних туристів.

5. Екскурсійні та розважальні послуги в яких є екскурсійні компанії, трансферні служби, розважальні парки, музеї, атракції та інші заклади надають послуги для відпочинку та розваг туристів.
6. Місцеві туристичні організації та владні структури вони забезпечують розвиток туризму в своїх регіонах, просуваючи туристичні атракції, розробляючи інфраструктуру та забезпечуючи підтримку туристам.

Структура індустрії міжнародного туризму є складною та включає в себе багато різних субгалузей, які співпрацюють для забезпечення відпочинку та задоволення потреб міжнародних туристів. Класифікація міжнародного туризму може бути проведена з різних точок зору, таких як ціль подорожі, тип подорожі, мета подорожі та інші критерії. За метою подорожі є відпочинковий туризм; культурний туризм; екологічний туризм; медичний туризм; релігійний туризм; бізнес-туризм, експедиційний туризм та спортивний туризм.

За тривалістю подорожі:

- короткостроковий (до 3-5 днів);
- середньостроковий (до 2 тижнів);
- довгостроковий (понад 2 тижнів).

За організацією подорожі:

- груповий туризм;
- індивідуальний туризм;
- сімейний туризм.

Ця класифікація допомагає зрозуміти різноманітність міжнародного туризму та врахувати різні потреби та інтереси подорожуючих [23].

Отже, міжнародний туризм є важливим елементом сучасного світу, що має значний вплив на економіку, соціокультурні відносини та екологічну ситуацію. Він сприяє розвитку міжнародних відносин, культурному обміну та взаєморозумінню між народами. Однак міжнародний туризм також стикається з рядом викликів, таких як перенаселення туристичних місць, екологічні проблеми та культурна комерціалізація. Тому важливо розвивати міжнародний туризм з урахуванням його

сталого розвитку, зберігаючи природні та культурні цінності для майбутніх поколінь. Збалансований розвиток міжнародного туризму може стати джерелом збагачення для країн-приймачів, покращення якості життя місцевого населення та сприяти сталому розвитку в цілому.

Міжнародний туризм є не лише важливою галуззю для економічного розвитку країн-приймачів, але й механізмом для культурного обміну та взаєморозуміння між народами. Він відкриває двері для економічного збагачення, стимулює розвиток туристичної інфраструктури та створює нові робочі місця. Однак успішний розвиток міжнародного туризму потребує збалансованого підходу, який враховує екологічні, соціокультурні та економічні аспекти. Сталість розвитку та збереження природних та культурних ресурсів мають важливе значення для забезпечення тривалого успіху у цій галузі.

1.2 Теоретичні основи організації, методи та види діяльності туроперейтинга

Туроперейтинг - це вид туристичної діяльності, який полягає у створенні та реалізації туристичних продуктів та пакетних турів. Туроператори розробляють різноманітні туристичні програми, які включають в себе такі складові, як транспорт, проживання, харчування, екскурсії та інші послуги, і продають їх туристам через туристичні агентства або напряму. Основні функції туроператорів включають в себе розробку туристичних програм, вони створюють різноманітні туристичні пакети, враховуючи побажання та потреби клієнтів, а також характеристики країни-приймача. Туроператори відповідають за всі аспекти організації подорожі, включаючи бронювання готелів, квитків, трансферів, екскурсій та інших послуг. Вони просувають свої туристичні продукти на ринку через рекламні кампанії, спеціальні пропозиції та інші маркетингові заходи. Туроператори надають підтримку клієнтам під час подорожі, вирішуючи будь-які питання чи проблеми, що виникають. Туроперейтинг є важливою ланкою в туристичній індустрії, забезпечуючи зручні та цікаві туристичні пропозиції для подорожуючих.

Туристичний продукт є сукупність послуг, товарів та досвіду, які пропонуються для задоволення потреб та бажань туристів, він може включати в себе різноманітні компоненти, такі як транспорт, проживання, харчування, екскурсії, розваги, послуги гідів та інше. Туристичний продукт може бути розроблений і пропонуватися різними учасниками туристичного ринку, такими як туристичні агентства, туроператори, готелі, ресторани, авіакомпанії та інші. Він може бути спеціалізованим наприклад, екскурсійні тури, гірські походи, культурні маршрути або загальним включати різноманітні види відпочинку та розваг.

Туристичний продукт має бути адаптованим до потреб та вимог цільової аудиторії, враховуючи їхні інтереси, бюджет, попередні досвіди подорожей та інші фактори. Якість та різноманітність туристичних продуктів грають важливу роль у привабленні туристів та конкурентноздатності туристичних дестинацій. За географією туроперейтингу виокремлюють аутгоїнг-, інкамінг та інсайд-туроперейтинг. Аутгоїнг-туроперейтинг - це вид туроперейтингу, який спеціалізується на організації подорожей з однієї країни до інших країн. Це означає, що аутгоїнг-туроперейтор працює з країною виїзду, організовуючи тури для своїх клієнтів, які бажають подорожувати за межі своєї держави. Класифікація аутгоїнг-туроперейтингу може бути проведена залежно від різних аспектів, таких як тип турів, цільові ринки, масштаби діяльності тощо. Інкамінг-туроперейтинг - це форма туроперейтингової діяльності, коли компанія організовує тури та послуги для іноземних туристів, що приїжджають до даної країни або регіону. Основна мета інкамінг-туроператора полягає в забезпеченні іноземним відвідувачам зручного та цікавого перебування в країні-приймачі. Інсайт-туроперейтинг - це спеціалізований вид туроперейтингової діяльності, який зосереджується на організації турів та подорожей з метою надання клієнтам унікального та глибокого розуміння та досвіду місцевого життя, культури, історії та навколишнього середовища відвідуваного регіону. Ключовою особливістю інсайт-туроперейтингу є підкреслення унікальних елементів подорожі, таких як зустрічі з місцевими жителями, відвідування місць, недоступних для звичайних туристів, участь у традиційних подіях та святкуваннях, глибоке вивчення історії та культури країни

чи регіону. Ці тури дозволяють подорожуючим отримати унікальні враження та сприяють розвитку їхнього інтелектуального та культурного розвитку.

Туристичні оператори це компанії, що спеціалізуються на організації та продажу туристичних пакетів та послуг. Вони можуть працювати як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, надаючи широкий спектр туристичних послуг для різних цільових аудиторій. Основні функції туристичних операторів включають в себе розробку турпродуктів, де створюють різноманітні турпакети та маршрути відпочинку, враховуючи попит клієнтів та особливості кожної дестинації, організація подорожей, оператори забезпечують організацію та координацію всіх етапів подорожі, включаючи транспорт, проживання, екскурсії та інші послуги. Продажа туристичних послуг, вони реалізують свої турпродукти через мережу турагентств, онлайн-платформи або безпосередньо клієнтам, підтримка клієнтів, туристичні оператори надають консультації та підтримку клієнтам до, під час і після подорожі, допомагаючи вирішити будь-які питання або проблеми. Туристичні оператори можуть спеціалізуватися на різних сегментах ринку, таких як відпочинковий туризм, екскурсійний туризм, бізнес-туризм або спеціальні туристичні продукти, наприклад, для молоді, сімей або підлітків. Їхні послуги значно полегшують організацію та планування подорожей для клієнтів. Класифікація функцій туристичного оператора може бути проведена з різних точок зору, враховуючи різноманіття їх діяльності та обов'язків.

Розробка турпродуктів процес створення та формування туристичних послуг та пакетів, які задовольняють потреби та бажання клієнтів, включає в себе:

- Планування туристичних програм та маршрутів.
- Вибір та укладення угод з постачальниками послуг (готелі, авіакомпанії, транспортні компанії, екскурсійні агентства тощо).
- Розробка та адаптація турпакетів для різних цільових аудиторій.

Маркетинг та продаж турпродуктів є ключовими складовими успішної діяльності туристичного бізнесу та включає в себе:

- Продаж турпродуктів через різні канали (турагентства, онлайн-платформи, прямі продажі).
- Реклама та просування туристичних послуг.
- Участь у виставках та презентаціях для привертання нових клієнтів [28].

Фінансове управління турпродуктами включає в себе керування фінансовими ресурсами, пов'язаними з розробкою, маркетингом, продажем та організацією подорожей, ключові аспекти фінансового управління турпродуктами:

- ціноутворення та бюджетування;
- фінансовий контроль та аналіз ефективності;
- управління фінансовими ресурсами для забезпечення прибутковості та фінансової стабільності.

Організація подорожей турпродуктів - це процес планування та виконання всіх етапів подорожі, що включає в себе бронювання транспорту, проживання, екскурсій та інших послуг для клієнтів. Організація подорожей турпродуктів вимагає від туристичних операторів та агентів високого рівня організаційних та координаційних навичок, а також уважності до деталей та врахування індивідуальних потреб та побажань клієнтів. Клієнтська підтримка турпродукту є важливим елементом успішної діяльності туристичних компаній. Вона охоплює широкий спектр послуг та активностей, спрямованих на задоволення потреб та очікувань клієнтів як під час підготовки до подорожі, так і під час її проведення. Клієнтська підтримка турпродукту допомагає забезпечити високий рівень задоволення клієнтів, позитивний досвід подорожі та зміцнення відносин з ними, що в свою чергу сприяє підвищенню лояльності та репутації туроператора чи турагента. Після продажного обслуговування та збір відгуків про подорож допомагають туристичним компаніям забезпечити високий рівень задоволення клієнтів, виявити та вирішити можливі проблеми та покращити якість послуг для майбутніх подорожей.

Зовнішні та внутрішні фактори мають велике значення для міжнародного туроперейтингу, впливаючи на його стратегії, операції та

конкурентоспроможність. Зовнішні фактори включають в себе політичну стабільність та геополітичні конфлікти, нестабільність у країнах-партнерах або ж в самій країні, яка надає послугу, може призвести до змін в туристичних потоках та обмежень у в'їзді/виїзді. Економічна ситуація, а саме економіки в країнах-постачальниках та країнах-призначеннях може впливати на покупоспроможність та споживчий попит. Міжнародні та національні правила та обмеження, різні правила щодо в'їзду, віз, митних та імміграційних обмежень можуть впливати на міжнародні туристичні потоки. Технологічні зміни та інновації, розвиток технологій, таких як Інтернет та мобільні додатки, змінює способи бронювання та замовлення туристичних послуг. Природні катастрофи та епідемії, погодні катастрофи, епідемії та інші небезпеки можуть впливати на безпеку та привабливість різних туристичних напрямків. Внутрішні фактори ж включають в себе те, що безпосередньо відбувається в самому агентстві. Маркетингові стратегії, складання та реалізація маркетингових планів та стратегій для просування туристичних продуктів на міжнародному ринку. Якість та різноманітність послуг, повинна бути постійна підтримка високого стандарту та різноманітності турпродуктів для задоволення різних потреб та уподобань клієнтів. Кадровий потенціал, наявність кваліфікованих працівників, які здатні надавати високоякісний сервіс клієнтам та ефективно керувати операціями. Фінансовий стан організації достатність фінансових ресурсів для розробки, маркетингу та проведення міжнародних туроперацій. Стратегія ціноутворення, встановлення конкурентоспроможних цін та відповідне ціноутворення для різних сегментів ринку. Стратегії управління ризиками та кризами при плануванні та реалізації стратегій управління ризиками, що включають заходи безпеки та контингентного планування. Розуміння та управління цими факторами є ключовими для успішного функціонування міжнародного туроперейтингу та забезпечення стабільності та конкурентоспроможності бізнесу

1.3 Приклад організації та основних методів міжнародних подорожей вітчизняними туроперейтингом на прикладі Ізраїлю в умовах їх збройного конфлікту

Створення туристичного продукту - це комплексний процес, що включає ряд технологій та методик, процес вимагає використання сучасних технологій у кожному з етапів для оптимізації робочих процесів, підвищення ефективності та підвищення якості турпродукту. Наприклад, використання спеціалізованих програмних засобів для управління бронюванням та продажем, аналізу даних ринку та взаємодії з клієнтами може значно спростити процес розробки та просування турпродукту. Сутність і послідовність робіт з туроперейтингу включає в себе ряд ключових етапів, які забезпечують створення та успішний запуск туристичного продукту на ринок. Послідовність етапів може варіюватися залежно від конкретних потреб та специфіки туроператора чи турагента, але загальний принцип залишається тим же: від аналізу ринку до оцінки результатів, всі кроки повинні бути зроблені уважно та систематично для забезпечення успіху туристичного продукту. Послідовність робіт у туроперейтингу може варіюватися в залежності від конкретного контексту та потреб клієнтів, але основні етапи можна узагальнити, що зображено на рис. 1.1.

Проектування турів проводиться туроператором за результатами маркетингового дослідження потреб туристичного ринку та аналізу конкурентного середовища відповідно до технічного завдання, з дотриманням технічних і технологічних вимог до кожної туристської послуги. Порядок та основні параметри технічного завдання на проектування туристичного продукту затверджуються керівником туроператорської організації. До технічних вимог у туристичній індустрії належать різні аспекти, залежно від конкретного виду діяльності. Однак, деякі загальні технічні вимоги можуть бути такими як реєстрація та ліцензування, залежно від країни та типу діяльності, туристичні компанії можуть зобов'язані мати певні ліцензії або реєстрації для проведення своєї діяльності.

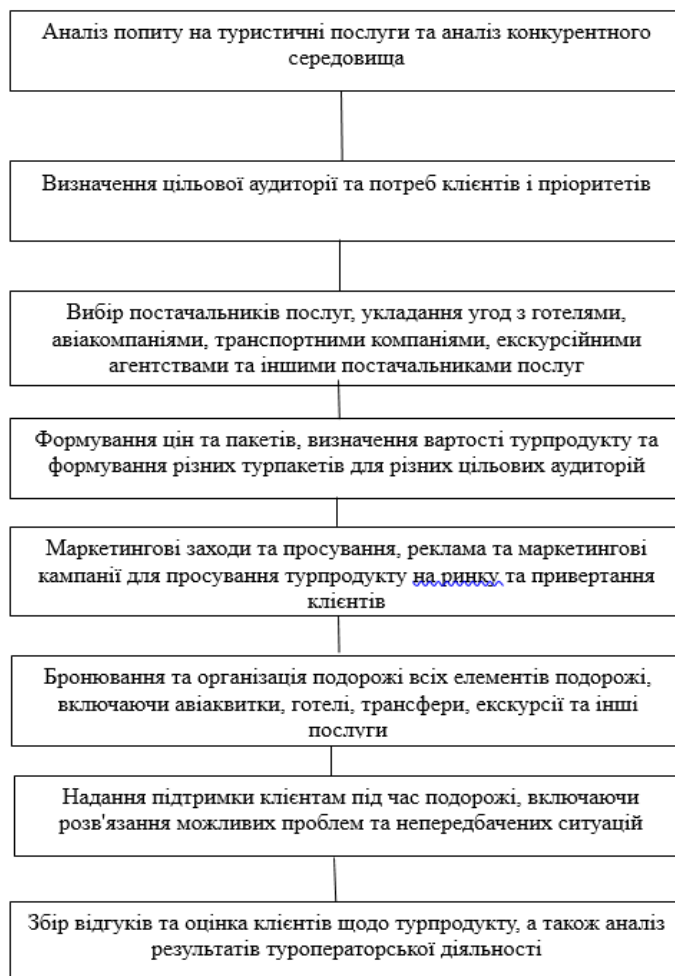


Рис. 1.1 - Послідовність робіт у туropерейтингу [28]

Інформаційні технології, використання відповідних програмних засобів для обліку клієнтів, бронювання турів, керування графіками та іншими аспектами діяльності. Безпека даних при забезпеченні захищеності персональних даних клієнтів, які зберігаються в базах даних компанії, від несанкціонованого доступу та зловживань. Транспортні вимоги передбачають відповідність транспортних засобів, якщо туropератор має власний транспорт вимогам безпеки та комфорту пасажирів. Забезпечення надійного зв'язку з клієнтами та іншими стейкхолдерами, включаючи телефонію, електронну пошту та соціальні медіа. Зручний та безпечний механізм бронювання турів, а також оплата послуг з використанням різних платіжних систем. Це лише кілька загальних прикладів технічних вимог у туристичній індустрії. Конкретні вимоги можуть варіюватися в залежності від виду бізнесу та регіональних особливостей. Програмне обслуговування є забезпечення

певного, нормативно вивіреного набору послуг, що має рекреаційну діяльність людини згідно з метою подорожей та потреб. План туристичного обслуговування зображено на рис. 1.2.

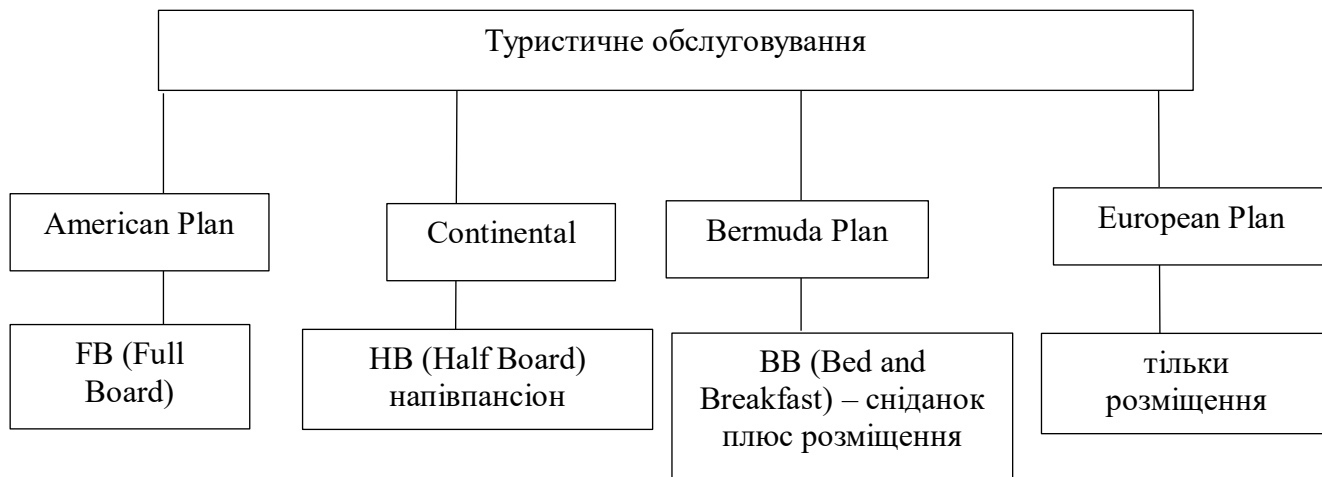


Рис. 1.2 - План туристичного обслуговування [28]

Розробка програми обслуговування включає в себе визначення маршруту подорожі, переліку виконавців послуги; періоду надання турів кожним підприємством; складу екскурсій і визначних об'єктів; переліку дозвільних заходів; тривалості перебування в кожному пункті маршруту; кількості туристів, видів транспорту для внутрішньо маршрутних перевезень; потреби в туристичному супроводі; необхідної кількості транспортних засобів; форм і підготовки інформаційних матеріалів, опису подорожі для інформаційних листків туристичних путівок.

Види програмних заходів в туризмі є: екскурсійно-інформаційні; культурно-видовищні; розважальні; спортивно-оздоровчі; соціальні.

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів та організація продажів в туристичній фірмі включає в себе комунікацію в безпосередньому спілкуванні та методи продажу сформовані через основні канали збуту продукту.

Шкала потреб клієнтів через мету поїздки рекреаційна, ділова, спортивна та ін., форма організації подорожі групова чи індивідуальна, тривалість та час здійснення, сезонність подорожі. Використовувані засоби розміщення готелі,

кемпінги, приватні будинки, використовувані транспортні засоби морські судна, автомобілі, літаки, велосипеди тощо. Схильність туриста до вибору консультантів і посередників у прийнятті рішення щодо здійснення туристичної поїздки через засоби масової інформації, турагенти, туроператори, загальний план організації поїздки самостійно, через організації самодіяльного туризму, туристичну фірму, потреба у певному рівні обслуговування, його насиченості та потреба у самій туристичній подорожі.

Типи українських туристів сформовані за С. Мисляковською поділяються на турист звичайний, турист-«сноб», «турист зразковий», турист проблемний, турист бізнесмен. Турист звичайний це туристи, які подорожують для відпочинку, розваг та пізнання нового вони можуть відвідувати популярні місця, знаходити затишні готелі та ресторани, і взагалі насолоджуватися мандруванням. Турист-«сноб» люди активно досліджують культуру та історію місця, яке вони відвідують, вони можуть вивчати місцеві традиції, відвідувати музеї, археологічні пам'ятки та участь у культурних заходах. Турист зразковий слідує за дотриманням правил та норм у будь-якій ситуації, може бути дуже вибагливими щодо комфорту та обслуговування в готелях, ресторанах тощо. Турист проблемний створює проблеми для себе або оточуючих, наприклад, вони можуть бути конфліктними, невдоволеними обслуговуванням, порушувати правила безпеки тощо. Турист бізнесмен подорожує з метою розширення бізнесу або проведення ділових зустрічей, може відвідувати конференції, переговори, виставки або шукати можливості для розвитку свого бізнесу у нових регіонах.

Процес продажу туристського продукту є прийом клієнта й встановлення контакту з ним через встановлення мотивації вибору турпродукту відповідно до пропозиції сформованих турів, повне оформлення правовідносин і розрахунок із клієнтом з наявним інформаційним забезпечення покупця тощо. Прямі і непрямі канали збуту турпродукту діляться на методи продаж туристського продукту: офіс турфірми, виставки, ярмарки й т.д. Форми контакту з потенційними споживачам поділяються на два типи особистий контакт співробітників турфірми із клієнтами

та непрямий контакт, шляхом розсилання поштових відправлень, листів, рекламних проспектів і т.п. потенційним клієнтам, контакт через агентів.

Вимоги до персоналу в туристичних агентствах є професійна підготовка й кваліфікація, у тому числі хороші теоретичні знання та уміння застосовувати їх на практиці. Добре знати законодавчі акти й нормативні документи в сфері туризму, формальності міжнародних норм у сфері туризму, а також правила оформлення документів на виїзд та повернення - для персоналу, зайнятого виїзним/в'їзним туризмом, велике значення має знання іноземної мови в обсязі, що відповідає виконуваній роботі для персоналу, що займається міжнародним туризмом. Персонал повинен: уміти дати чіткі, точні відповіді на поставлені клієнтом питання, володіти інформацією, необхідної для споживача й постійно підвищувати свою кваліфікацію на курсах, семінарах й ін.

Вимоги до офісу турфірми є оформлення відвідуваних приміщень для відвідувачів і персоналу в яких є наявна актуальна інформація для споживачів. Підтримка оптимального мікроклімату, температури й вологості повітря та зручне розташування підходу до офісу.

Робота менеджера туристичної фірми із клієнтами передбачає великий спектр роботи перед початком туристичної подорожі, інструктаж клієнтів, надання документації, необхідної для подорожі. Робота менеджера туристичної фірми на маршруті не менш важливою, супровід туристів, забезпечення виконання умов договору про надання туристичних послуг. Робота менеджера туристичної фірми при завершенні туристичної подорожі передбачає що туроператор має поцікавитися враженнями туриста від поїздки, дізнатися думку клієнта про якість наданих йому послуг, у письмовій формі подати звіт про відрядження відповідно до отриманого завдання та фінансовий звіт.

Система транспортного забезпечення в туризмі включає туристичні перевезення, трансфер, транспортне обслуговування програмних заходів по туру. Туристичні перевезення є складовою частиною турпродукту, що включає доставку туристів до місця відпочинку (призначення), чи місця початку подорожі та в зворотному напрямі.

Трансфер це надання транспортних засобів для забезпечення зустрічі, проводів а також перевезення на певних ділянках туру. Транспортне обслуговування програмних заходів по туру є транспортні екскурсії, транспортне обслуговування програмних заходів, виїзд на заміські пікніки, пересування по туристичному маршруту та на окремих ділянках туру. Основні види транспортного обслуговування туристів є перевезення на велику відстань різними видами транспорту, перевезення з розміщенням у транспортних засобах, перевезення на екскурсійних маршрутах, транспортування місцевими видами громадського транспорту; послуги трансферу, автопрокату, вантажних перевезень. Складові комфорту авіаперевезень є тип пасажирського крісла, відстань між кріслами; наявність столика, попільнички, системи радіотрансляції з індивідуальними навушниками, які налаштовуються на музичну програму або канал тиші, портативних телевізорів, індивідуальних телефонів супутникового зв'язку, якими можна користуватися за допомогою кредитної картки. На спеціальних літаках для ділових людей є можливість відправки факсів на землю або інший літак. Класи обслуговування авіаперевезень є перший клас (F), бізнес-клас (C), економічний клас (Y), туристський клас (T).

Основні критерії вибору авіаперевезень: вид перевезень (індивідуально, групою, бізнес-тур тощо); кількість туристів на день початку та закінчення туру; наявність вільних місць на даний маршрут в потрібному класі; наявність пільгових тарифів та знижок. Режим авіаперевезень туристів ділять на рейсові перевезення, чартерні перевезення, обслуговування бізнес і конгрес-турів за системою «бізнес-офіс», індивідуальне обслуговування туристів.

Завдання туристської фірми в плануванні авіаперевезень є бронювання місць; забезпечення страховки; паспортна і візова підтримка; видача туристам проїзних документів; забезпечення трансферу. Також є дуже частив вид залізничного перевезення. Класифікація поїздів у Європі TD - міжконтинентальний експрес, JC - міжнародний експрес, JCL - швидкісний суперекспрес, TEE – фірмовий експрес; EC – швидкісний експрес. Послуги залізниці є перевезення пасажирів в пункт призначення; перевезення багажу; надання додаткових послуг за

окрему плату постіль, чай, кава, піднесення багажу та ін. Проїзні документами є повні, безплатні, пільгові, дитячі, групові, службові.

Якість обслуговування на залізничному транспорті залежить від виду поїзда поштовий, пасажирський, швидкий, фірмовий і класу розміщення загальний, плацкартний, м'який, спальний вагони. Види туристичних залізничних перевезень можуть бути через формування повністю туристичного потягу; у поїзді виділяють один вагон для туристів; туристи їдуть самотійно [16]. Перевезення туристів водним транспортом є не частим проте також непоганим видом перевезень, так морські перевезення і круїзи; річкові подорожі і круїзи; подорожі на поромах, катамаранах, яхтах; морські і річкові прогулянки (екскурсії) та ін. види водних подорожей.

Річкові подорожі є: перевезення регулярними рейсами; перевезення чартерними рейсами; перевезення швидкісними та експресними лініями; поромні переправи; прогулянкові та екскурсійні рейси; перевезення самодіяльних туристів; короткострокові 1–3 дні та тривалі 25–30 днів круїзи; спеціальні круїзи конгрес, бізнес, учбові та ін., використання плаваючих засобів у формі «плавучих готелів» та ін. Круїз - організація морських і річкових подорожей з відвіданням портових міст кількох країн. Використовуються для спеціалізованих бізнес- шкіл, семінарів, конференцій, шоу-програм. Круїзні судна сертифікуються за 6 категоріями, зірками.

Дотримання встановленого порядку дії з оформлення і здійснення туристської подорожі, а також процедури, пов'язані з перетином кордонів: паспортно-візові, митні, санітарні або медичні правила, валютний контроль і порядок обміну валюти, правила перебування і пересування в країні, імміграційні правила та інші.

Віза – це спеціальний дозвіл іноземного уряду на в'їзд-виїзд, мешкання або транзитний проїзд громадянина іншої країни через територію, яка підпорядкована даному уряду. Категорії «єдиних віз»: віза для транзиту через аеропорт; транзитна віза; віза для короткострокового перебування на термін, що не перевищує 90 днів; багатократна віза на строк до 5 років (за умови перебування не більше 90 днів

протягом півроку з моменту першого в'їзду); віза з територіально обмеженою сферою дії; віза, що видається на кордоні; групова віза. Запрошення для оформлення віз: службові або ділові; приватні; гостьові; туристські. Консульський збір - встановлена грошова сума, одержувана з іноземних осіб консульською установою за видачу візи в дану країну. Термін видачі візи з моменту звернення залежить від міждержавних угод і практики, що склалася. Візова анкета є опитний лист, що заповнюється особою, яка звертається в іноземне дипломатичне представництво за отриманням візи на в'їзд на територію даної держави. Кількість і зміст питань візової анкети визначаються кожною державою і залежать також від мети поїздки і її тривалості.

При організації турів у зарубіжні країни необхідно встановити контакт з їх посольствами або консульствами і уточнити вимоги, що ставляться при отриманні туристських віз для в'їзду або транзиту через національну територію даних держав. У деяких випадках це передбачає надання в посольства або консульства пакету документів, що характеризують дане туристське підприємство: копії ліцензії на туристську діяльність; копії договорів із зарубіжними партнерами; списки груп; підтвердження партнера про готовність прийому груп туристів; поліси страховок медичного страхування тимчасово виїжджаючих за кордон; проїзні документи.

Митні, валютні та медико-санітарні туристичні формальності мають велике значення для міжнародних перевезень. Митні формальності це процедури пов'язані з необхідністю дотримання особами, що перетинають державний кордон, правил і умов ввезення і вивозу речей і товарів. Митний контроль – сукупність заходів, здійснюваних митними органами в цілях забезпечення дотримання митного законодавства країни: перевірка документів і відомостей, необхідних для митного контролю; митний огляд товарів і транспортних засобів, особистого огляду як виняткової форми митного контролю; облік товарів і транспортних засобів; усне опитування фізичних і посадових осіб; перевірка системи обліку й звітності тощо. Митний огляд – це форма митного контролю або технологічна операція, процесуальна дія зі всіма наслідками, що звідси випливають [6]. Паспортний контроль – сукупність заходів, що здійснюються державною службою у

прикордонних в'їзних і виїзних пунктах країни і включають перевірку паспортів та інших особистих посвідчень у осіб, які перетинають державний кордон, а також наявність у них дозволу (візи) на в'їзд і виїзд. Валютний контроль – сукупність заходів, що здійснюються державною службою у прикордонних в'їзних і виїзних пунктах країни і передбачає контроль відповідно до національного валютного законодавства провезення через кордон іноземної і національної валюти особами, які перетинають державний контроль [30].

Митний збір – грошовий збір, стягуваний державою за товари, що пропускаються через державний кордон під контролем митних органів за встановленими тарифами. Санітарні формальності це процедури, пов'язані з перевіркою дотримання особами, які перетинають державний контроль, і їх тваринами встановлених вимог про вакцинацію. Митна декларація – письмова заява, що надається при перетині громадянами державного кордону органам митного контролю про ті речі й товари, що провозяться з собою або окремим вантажем. Митною декларацією зазвичай складається за встановленою формою на спеціальних бланках. Особи, які проходять митний контроль, зобов'язані заповнити митні декларації особисто.

Страховання в туризмі передбачає забезпечення фінансових та інших гарантій, пов'язаних з відшкодуванням збитку. Види страхування у туризмі є від нещасних випадків та поділяються на:

- медичне страхування;
- страхування відповідальності;
- індивідуальне страхування дітей;
- колективне страхування за рахунок коштів юридичних осіб та ін.;
- обов'язкове страхування пасажирів громадян, які виїжджають за кордон;
- обов'язкове страхування іноземних громадян, які тимчасово перебувають на території країни;
- обов'язкове страхування власників транспортних засобів;
- обов'язкове страхування перевізників.

Страховими випадками є події, що відбулися в період дії договору страхування: розлад здоров'я застрахованої особи внаслідок нещасного випадку або хвороби під час поїздки за кордон; смерть застрахованої особи внаслідок нещасного випадку або хвороби. Нещасний випадок є раптова, ненавмисна подія, що відбулася із застрахованим під час його поїздки за кордон в період дії договору страхування і що супроводжується травмами, пораненнями, каліцтвами або іншими пошкодженнями, що викликали гострий розлад здоров'я застрахованого або його смерть. Хвороба – погіршення стану здоров'я застрахованого, що гостро наступило і при якому відсутність термінового медичного втручання може привести до серйозного порушення функцій організму, в тому числі стійкої дисфункції якого-небудь органу або до загрози життя застрахованого. Туристичні документи та правила їх оформлення мають важливе значення в сфері туристичних перевезень. Туристична документація – це інформаційний продукт, від якості якого залежить якість надання туристичних послуг. Види документів які бувають при підготовці перевезення це документи нормативно-правової бази регулювання туристичної діяльності; нормативно-правові акти, стандарти державного та міждержавного характеру.

Угоди бувають такого виду: туроператор – туроператор, туроператор – постачальники послуг, туроператор – готельне підприємство, туроператор – підприємство харчування, туроператор – підприємство транспортного обслуговування. Договір на екскурсійне обслуговування. Договір із клієнтом на тур обслуговування. Зміст інформаційного листка містить: програма перебування й маршрут подорожі (засоби розміщення й набір надаваних послуг; умови проживання (місце знаходження, категорія, рівень комфортності); умови харчування; умови трансферу; програма туру; екскурсійне обслуговування; наявність гіда, що супроводжує; додаткові послуги).

Отже, формування туристичного продукту є багатограним та складним процесом, який задіює різні комунікаційні зв'язки, тому якісний туроператор має розуміти всю складність та потребу споживача послуги, мати вміння контролювати

та вирішувати всі необхідні проблеми та питання які пов'язані зі створенням та проведенням туристичного продукту.

Туризм у кризових ситуаціях, таких як війна, природні катастрофи або епідемії, потребує спеціального управління та реагування для забезпечення безпеки туристів і місцевого населення. Забезпечення безпеки туристів є пріоритетом, влада повинна надавати актуальну інформацію щодо поточної ситуації та рекомендації щодо дій для туристів. Ця інформація може бути розміщена на сайтах туристичних агентств, поширюватися через мобільні додатки та розсилки електронних листів. Уряди, туристичні організації та місцеві влади повинні мати готовість до кризових ситуацій. Це включає розробку планів евакуації, створення екстрених комунікаційних каналів та підготовку персоналу для надання допомоги туристам. Співпраця з міжнародними туристичними організаціями та іншими країнами може забезпечити більш ефективну реакцію на кризову ситуацію. Обмін досвідом та ресурсами може полегшити управління кризою та допомогти туристам отримати необхідну підтримку. Після завершення кризи важливо провести заходи для стимулювання відновлення туристичної індустрії. Це може включати кампанії з просування туризму, знижки на туристичні послуги та інші заходи для привертання туристів. Надання психологічної підтримки туристам, які пережили кризову ситуацію, може бути важливим аспектом. Це може включати консультування та психологічну допомогу під час кризи, так після її завершення. Управління туризмом в кризових ситуаціях вимагає спільних зусиль уряду, туристичних організацій, місцевих влад та міжнародних партнерів для забезпечення безпеки та комфорту туристів у непередбачуваних обставинах.

В сучасних кризових умовах, сфера туризму в Україні має велику прогалину та спад, спочатку пандемія в 2020 році, люди та економіка не встигли оговтатись як відбулось повномасштабне вторгнення в 2022 році. Так країні потрібно мати сили та знання для розробки туристичного продукту в обставинах які є, основною проблемою в таких ситуаціях є те, що іноземний турист, в основному не має бажання відвідувати країну яка знаходиться у воєнному стані.

Краще ніж досвід попередників, хоча і таких неприємний, не буде нічого. Основною країною на прикладі якої можна будувати свій продукт є Ізраїль. Країна, яка живе у стані війни сім десятиліть, стала популярною у туристів із різних куточків світу. Однією з причин, через яку Ізраїлю вдалося розвиватися та залучати туристів, фахівці називають безпеку на більшості територій. Незважаючи на військові дії, туристи тут перебувають у безпеці. Так, аеропорти обладнані однією з найкращих систем захисту у світі, а за допомогою Smart City контролюється ситуація в місті — і все це широко рекламується. Їх обстрілюють, але не щодня та поки що немає ескалації, у центрі це не відчутно, і країна живе у звичайному режимі.

Другим чинником, який зіграв на руку ізраїльському туризму, виявилася наявність святих місць, які приваблюють безліч паломників. Ізраїль популярний через релігійні місця, паломників війна не зупиняє. Завдяки тому, що в Ізраїлі є чотири моря, Юдейські гори і пустеля, є популярним курортний напрям. Релігійний туризм теж актуальний на сьогодні кількість паломників з країн православного і католицького світу становить 15-17% від загального числа туристів в Ізраїлі [4]. Освіта в країні платна, але держава надає учням і студентам пільги, а навчання ведеться англійською. За знаннями до країни приїжджають американці, французи, німці, азіати й українці. Медичний туризм почав розвиватися з початку 80-х років, про ізраїльських лікарів чули в багатьох країнах світу. Історичний туризм пов'язаний з тим, що багатьом цікаво знайти і показати ті місця, де жили їхні предки.

Третій чинник популярності туризму є розвиток технологій та бізнес. В Ізраїлі дуже розвивається ІТ, медицина та інше. Діловий туризм в Ізраїлі на найвищому рівні, туди приїжджає безліч мільйонерів. Паралельно з цими факторами туристів приваблює атмосфера свободи та розкутості. В Ізраїлі немає обмежень у поведінці що хочеш, те й роби. Можна носити будь-який одяг, а не так, щоб коліна та руки були прикриті. Можна проводити паради ЛГБТ-спільноти. Довго розвитку туризму заважало те, що майже всі жителі країни озброєні. Але цей

бар'єр вдалося зруйнувати завдяки рекламним роликам з дівчатами у військовій формі. Всі дізналися, що в Ізраїлі найкрасивіші військовослужбовці [4].

Ізраїль та Україна схожі тим, що вони стрімко розвиваються, але при цьому перебувають у стані збройної конфронтації зі своїми сусідами, проте Ізраїль не відкладає на потім розвиток туристичної галузі. Починаючи з 70-х років, Міністерство туризму зосередилося на п'яти основних напрямках — курортному, релігійному, освітньому, медичному та історичному. На кожен з них виділяється окремий бюджет для реклами та розвитку. В першу чергу потрібно прибрати стереотипи про Україну і представити країну у вигідному для туризму світлі задля цього потрібно частіше брати участь у міжнародних туристичних виставках і форумах, але за 25 років незалежності на промоушн в країні ніколи не виділяли потрібної кількості коштів. Також люди бояться їздити в деякі міста, які вважають антисемітськими, наприклад, Хмельницький або Івано-Франківськ. Ці стереотипи треба ламати – так, як зламав Львів. Правильна подача не зможе приховати того, що більшість столичних музеїв не пристосовані до відвідування іноземних гостей і виглядають застаріло, їх потрібно модернізувати, як це зробили з Національним музеєм мистецтв ім. Ханенка. Про багато унікальних пам'яток Києва практично немає інформації. Наприклад, у єдиному у світі Музеї кошовності, що розташований на території Києво-Печерської лаври, ніколи не буває іноземних туристів.

Україна, як і Ізраїль, теж могла б розвивати історичний туризм. У деяких маленьких містах можна зустріти старше покоління, яке вільно говорить на їдиш, тому що колись на цих територіях проживало багато євреїв. Зараз їхні нащадки не проти подивитися ці місця. Хоч у столиці кожні вихідні проходять різні заходи і концерти, але не всі з них зацікавляють іноземних гостей. Зарубіжних туристів не здивувати фестивалями їжі або пива, але їх приваблюють такі свята, як Івана Купала або Масниця. Якщо ж в ці дні організовувати масштабні дійства з національними піснями, танцями та їжею, при цьому добре розрекламувати їх, то туристи в Києві затримуються довше, ніж на півтора дня [4].

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ТОВ «АНЕКС ТУР» В ПЕРІОД ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ В УКРАЇНІ

2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Анекс Тур»

ТОВ «Анекс Тур» - компанія, яка пропонує туристичні послуги жителям України вже близько 18 років [24]. При виборі туристичного агентства клієнти стикаються зі складністю в тому, якому з них варто віддати перевагу. На сьогоднішній день туристичний бізнес дуже сильно розвинений в Україні, тому агентств дуже багато. ANEX TOUR є одним з найпривабливіших виборів так як в першу чергу має гарну репутацію, справляючись зі своїми завданнями професійно вже понад дванадцять років. Також, агентство має велику кількість постійних клієнтів, що говорить про його компетентність. ТОВ «Анекс Тур» було створено за зареєстровано 15 березня 2006 року в місто Київ, вулиця Харківське шосе, будинок 201-203, ЛІТЕРА 2А, група нежилых приміщень №53, ОФІС №1. На момент останнього оновлення даних 26.04.2024 стан фірми - не перебуває в процесі припинення [31].

Керівником фірми є приватна компанія з обмеженою відповідальністю "АТЛАС Б.В.". Організаційно-правова форма організації ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР" – товариство з обмеженою відповідальністю [31].

ТОВ «Анекс Тур» – це один з найбільших туристичних операторів в Україні, який здобув широку популярність та довіру, найкращі відгуки туристів по всьому світу. На туристичному ринку туроператор з'явився у 1996 році та за роки сумлінної праці збільшив перелік послуг які надаються та географічно розширив коло країн в яких надають свої послуги. В Україні перший офіс туроператора «Анекс Тур» відкрився у 2005 році у місті Київ. На даний момент в країні шість регіональних офісів від компанії та велика кількість точок турагентств, які відкрились під брендом компанії на умовах франчайзингу від туроператора. Контактна інформація туроператора «Анекс Тур»:

- Юридична адреса: 01025, м. Київ, вул. Велика Житомирська, 13, оф. 2
- Фактична адреса: 02121, м. Київ, Харківське шосе 201-203 літ. 2а, пов. 12 оф.
- Поштова адреса: м. Київ, Харківське шосе 201-203 літ. 2а пов. 12 оф. 1
- Телефон основний: (0800) 509888
- Телефони контактні: (044) 5911591
- Електронна пошта: sales@anextour.com.ua , marketing@anextour.com.ua
- Сайт: <http://www.anextour.com.ua/> [24].

В сьогоденні офіси туристичного оператора мають роботу на багатьох курортах світу. Туроператор до воєнного конфлікту співпрацював з різними авіакомпаніями в Україні, на даний момент робочі зв'язки має в іноземними компаніями, так є можливість з бронюванням та купівлею квитків на рейси завчасно та за вигідною ціною, як регулярних рейсів, так і чартерних. Основним видом діяльності туроператора «Анекс Тур» є надання різних туристичних послуг на різних сегментах ринку (масовий туризм, індивідуальні чи корпоративні поїздки, групові заходи та VIP відпочинок). Основні види діяльності туроператора «Анекс Тур» за КВЕД-2010 подані в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Основні види діяльності туроператора «Анекс Тур» [27]

КВЕД	Опис
79.12 Діяльність туристичних операторів	Організація та контроль проведених турів, через туристичні агентства або ж туристичними операторами. Організація турів може включати, консультація, організація документації, перевезення, оформлення місця проживання, в деяких випадках харчування, відвідування екскурсій історичних і культурних пам'яток, театральних, музичних або спортивних заходів
79.11 Діяльність туристичних агентств	Посередницька діяльність турагентів в реалізації послуги продукту туристичних операторів.
79.90 Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	Діяльність місцевих туристичних інформаційних служб і служб з розміщення (забезпечення проживання); діяльність екскурсоводів (гідів); розповсюдження та продаж квитків на концерти та видовищно-розважальні заходи.

Туроператор «Анекс Тур» має за мету задовольнити потреби клієнтів, а надаючи якісно послугу, а саме тури клієнтам з додатковими можливостями, беручи до уваги потреби, бажання та можливості покупця. Популярними напрямками українських туристів є: Єгипет, Туніс, Туреччина, Болгарія, Об'єднані Арабські Емірати, Греція. Агентство може запропонувати відпрацьовані роками схеми маршрутів перельоту, величезний вибір готелів і супутні послуги гіда, трансферу в аеропорт та з нього, групового або індивідуального трансфера та багато іншого в залежності від фінансових можливостей. Вимогливим клієнтам туроператор «Анекс Тур» може запропонувати тури в більш екзотичні куточки планети: Індонезія, Таїланд, Куба, Шрі-Ланка та багато інших напрямлень на будь-який смак. Економними та вигідними є гарячі тури «Анекс Тур», а для тих, які звикли відпочивати розкішно, знайдеться чимала кількість унікальних пропозицій з проживанням в найвідоміших готелів категорії преміум [24].

Серед надійних та авторитетних партнерів по всьому світу є авіакомпанії «Azurair», та компанії які зустрічають туристів в місцях їх прибуття «Blue Sky Travel», «Terramar Group», страхові фірми «ВУСО», банки «Альфа-банк», «Укрсиббанк» і т. д. Партнерами «Анекс Тур» є майже кожне туристичне агентство країни, з них: «Джой тревел», «Поїхали з нами», «Роял Вояж» та інші, тому компанія є гарантом, вона про комфорт і безпеку туристів. Також в готелях працюють представники туроператора, які не тільки пропонують різноманітні екскурсії, але завжди готові надати інформаційну підтримку або допомогу в рішенні будь-яких проблем, що виникли [24].

Сформований продукт «Анекс Тур» обов'язково має страховку, яка передбачає безкоштовне медичне обслуговування за кордоном, в разі необхідності. Туроператор «Анекс Тур» активно розвиває франчайзингову мережу до якої можуть приєднатися різні ТОВ та ФОП, які займаються туристичною діяльністю та мають договір про оренду офісного приміщення. Туроператор надає постійну підтримку, корпоративні меблі, вивіски, сувенірну та рекламну продукцію. Також для персоналу проводяться тренінги та навчання, пільгові тури. «Анекс Тур» постійно розвивається в нових напрямках та покращує якість роботи, значна увага виділена

комфорту безпеки туристів, таким чином регулярно оновлюється автопарк в приймаючих країнах, так в сьогоденні транспортні засоби туроператора сучасні та безпечні, транспорт обладнаний кондиціонером та бездротовим Інтернетом.

Випускаючи продукт тур на ринок, доцільним є проаналізувати ефективність цієї послуги до вимог та потреб клієнтів, якість створеного продукту впливає на формування товарної політики та на отримання прибутку туристичним підприємством, туроператор «Анекс Тур» розробив кілька варіантів тарифів для тура, що зображено на рис. 2.1.

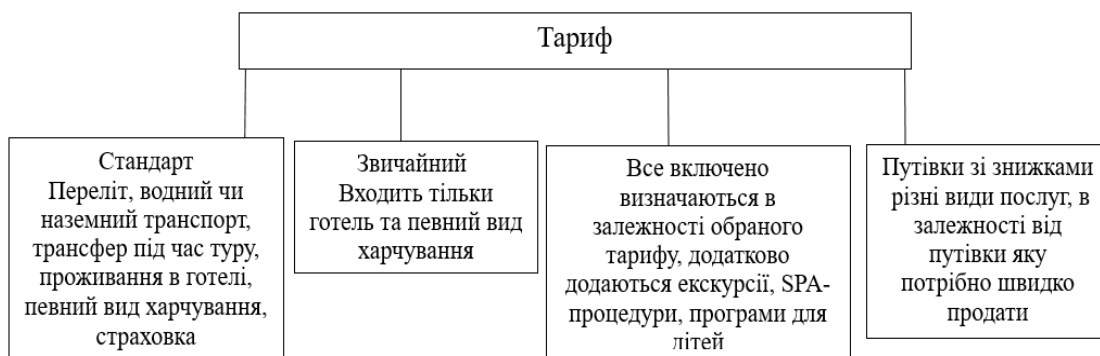


Рис. 2.1 - Види тарифів «Анекс Тур» [27]

Є можливість за додаткову оплату обрати додаткові послуги, наприклад, оренду автомобіля, індивідуальні екскурсії, додаткове харчування, відвідування спортивних клубів і т.д. Фірма має великий список пропозицій на різний смак, для широкого кола клієнтів з різним рівнем доходу та побажаннями. Туроператор має якісно сформовані та підібрані тури з різними послугами, схемами маршрутів, різними видами готелів, харчування, трансферів, екскурсій і т. п., що дає йому конкурентну перевагу в порівнянні з іншими туроператорами. Асортимент турів дає більше можливостей функціонуванню та розвитку туроператора. Основні напрями продукту які пропонує «Анекс тур» зображено на рис. 2.2.

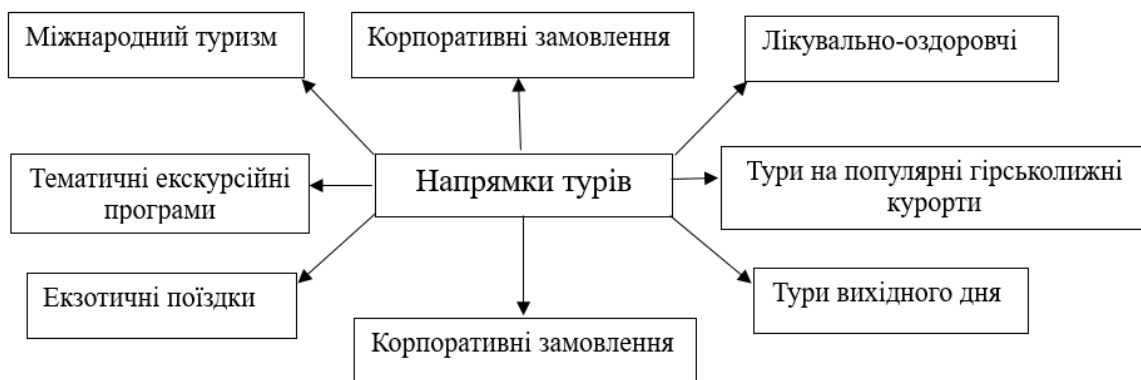


Рис. 2.2 - Напрями турів «Анекс Тур» [27]

Встановлення цін відбувається від кількості та якості надання послуг, що входять до туристичного продукту. Основними конкурентами туроператора «Анекс Тур» є фірми такі фірми як: «Join UP» та «Coral Travel».

ТОВ «Анекс Тур» реалізує просування себе як бренду та своїх послуг через оформлення вітрин, брендування, реклами як реферальної так і електронної, через розсилки, роздачу брошур, та рекламування презентацій нових туристичний продуктів. Засоби реклами туроператора «Анекс Тур» зображено на рис. 2.3.

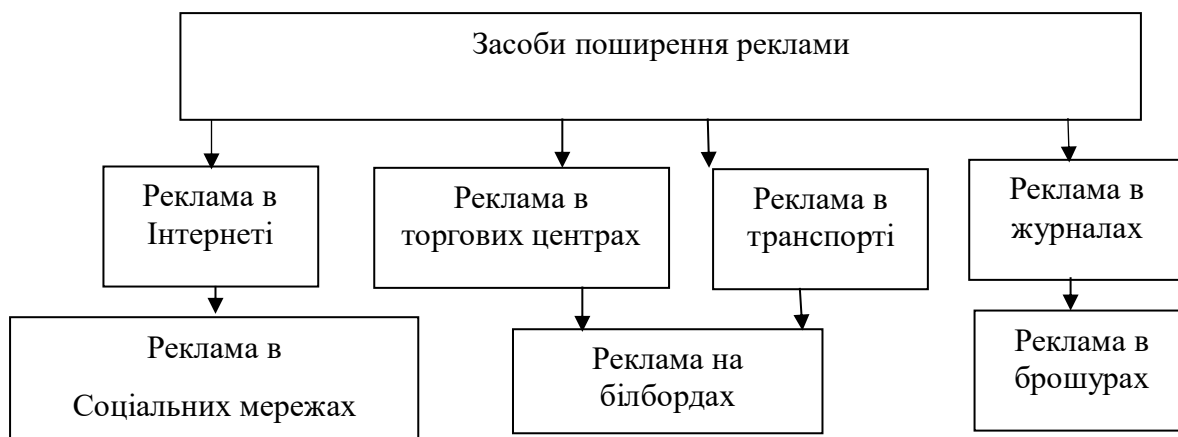


Рис. 2.3 - Засоби реклами «Анекс Тур» [27]

Реклама туроператорів «Анекс Тур» у Telegram-каналах є ефективним способом привернення уваги потенційних клієнтів. Так є створені канали, які мають аудиторію, яка зацікавлена у подорожах, наприклад туристичні канали, групи подорожників або канали, присвячені певним місцям чи видам подорожей.

Привабливий контент реклами, що звертається до цільової аудиторії, використовується з візуальними матеріалами, описом маршрутів, фотографії та відео з подорожей. Добре налаштований таргетинг реклами, аби вона дісталася саме до тих користувачів, які можуть зацікавитися послугами. Також додається приваблива пропозиція для клієнтів, може бути знижка на тури, спеціальна пропозиція для підписників каналу або бонуси за рекомендації. Зручним такий вид реклами є через можливість слідкувати за реакцією аудиторії на рекламу і взаємодію з нею, відповідати на питання, надавати додаткову інформацію та створювати діалог з потенційними клієнтами. Загалом, успішна реклама туроператорів у Telegram-каналах вимагає якісного контенту, правильного таргетингу та взаємодії з аудиторією.

«Анекс Тур» має власний товарний знак, логотип компанії, який допомагає клієнтам швидко впізнавати туристичний продукт фірми, його приклад зображено в додатку А. Брошура та приклад білборду зображено в додатках Б і В.

Також компанія має свій промо-ролик в якому коротко та яскраво зображено цілі та мету їх послуги та продукту. Задля зручної навігації створено сайт з легким доступом до чату з оператором. Також є подарункова брендована канцелярія, логотип на блокнотах, ручках, кепках, календарях, що зображено в додатку Г.

Організаційна структура управління «Анекс Тур» є лінійно-функціональною у ній існує головний керівник, який визначає загальні цілі та стратегію компанії. Під ним розташовуються відділи чи підрозділи, відповідальні за конкретні функції (наприклад, виробництво, маркетинг, фінанси, кадри тощо). Кожен відділ має свого керівника, який відповідає за виконання завдань, що покладені на його підрозділ. Ця структура дозволяє забезпечити спеціалізацію та ефективне виконання різних функцій, але може виникати проблема координації між відділами та управлінням комунікаціями. Також вона може бути менш гнучкою у порівнянні з іншими формами організаційної структури, оскільки рішення приймаються зверху вниз і можуть бути повільно адаптовані до змін у середовищі, структуру ТОВ «Анекс Тур» схематично зображено на рис. 2.4.



Рис. 2.4 - Організаційна структура туроператора «Анекс тур» [27]

Зверху в структурі над керівниками «Анекс Тур» знаходиться генеральний директор, до його підпорядкування входять юридичний відділ, комерційний директор, керівник відділу кадрів, головний бухгалтер та головний менеджер з обслуговування клієнтів. До основних обов'язків генерального директора входить організація роботи підприємства в цілому, загальне керівництво за роботою керівників, план майбутнього розвитку підприємства, укладання договорів із партнерами, розробка нових напрямків компанії, зустрічі з акціонерами, відповідно до чинного законодавства контролювати діяльність фірми. В обов'язки головного менеджера з обслуговування клієнтів входить контроль за роботою менеджерів, покращення якості обслуговування клієнтів, вирішення конфліктних ситуацій розробка звітів, щодо статистики клієнтів. Комерційний директор здійснює керівництво фінансово-господарською діяльністю підприємства у галузі матеріальнотехнічного забезпечення, збуту продукції, продаж товарів, надання послуг, організовує систему обліку всіх фінансових операцій, підготовку фінансової звітної документації керує службами продажу, маркетингу, закупівель, логістики, здійснює облік та контроль процесу виконання поставальниками договірних зобов'язань. До обов'язків головного бухгалтера входить ведення бухгалтерського та податкового обліку, своєчасне подання достовірної інформації щодо щорічних, щомісячних бухгалтерських та податкових звітів, контроль виконання кошторису

витрат організації, аналіз доходів і витрат підприємства, розробка ефективного бухгалтерського та податкового обліку згідно з чинним законодавством. В обов'язки керівника відділу кадрів входить найм персоналу, кадрове діловодство, дослідження причини плинності кадрів, прогулів та порушень трудової дисципліни, вирішення виявлених проблем та недоліків у кадровому діловодстві. Юридичний відділ забезпечує функції дотримання законів в діяльності підприємства, захищає інтереси туристичної фірми, своєчасне реагування на нові правки до законів. Менеджери з продажу туристичного продукту здійснюють пошук клієнтів для турпродукту через Інтернет, пошту, телефон і т.д., проводять консультування клієнтів з різних питань здійснюють оформлення турів для клієнтів, збирають, копіюють та друкують документацію, створюють розклад, путівок, путівників та інших туристичних документів, забезпечують страхування кожного клієнта, бронюють тури. PR-менеджери здійснюють: аналіз зовнішніх комунікацій компанії, формування іміджу підприємства, організацію та проведення прес-конференцій та PR-акцій. До обов'язків маркетологів належить: оцінка ефективності діяльності підприємства, розробка та/або удосконалення маркетингової діяльності, аналіз продажів. Отже, туроператор «Анекс Тур» надає широкий асортимент турів на будьякий смак та гаманець розробляє тури під замовлення, та є одним з найбільших туроператорів в Україні.

2.2 Дослідження та аналіз фінансових показників діяльності досліджуваного підприємства

Для проведення аналізу економічної діяльності туроператора «Анекс Тур» проаналізовано його фінансові показники за 2021, 2022 та 2023 роки та зображено в таблиці 2.2. [2].

Таблиця 2.2

Формування фінансових показників туроператора «Анекс Тур»

у 2021-2023 рр. в тис. грн. [27]

Показники	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
				2020/2021	2021/2022	2020/2021	2021/2022
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізованої продукції	79 896	18 113	29 824	-61 783	11 711	-341,1	39,3
Собівартість реалізованої Продукції	27 525	14 966	17 608	-12 559	2 642	-83,9	15
Валовий прибуток	18 359	3 147	12 216	-15 212	9 069	-483,4	74,2
Адміністративні витрати	21 164	22 932	14 433	1 768	-8 499	7,7	-58,9
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. Грн	3 898	-15 383	753	-19 281	16 136	-125,3	2142,9
Інші доходи	-	85	3	85	-82	100	-2733,3
Інші витрати	-	201	4	201	-197	100	-4925
Чистий фінансовий прибуток	4 254	-15 383	753	-19 637	16 136	-127,7	2142,9
Інші операційні витрати	1 183	384	47	-799	-337	-208,1	-717

Згідно зі звітністю, можна сказати, що найбільше економічно не вигідним був 2022 рік, саме в цей час в країні почалось повномасштабне вторгнення, так як сфера туризму по великій кількості факторів залежить від стану країни, то це дуже вплинуло на продуктивність туристичних організацій, дохід порівняно з 2021 роком, коли країни тільки почали відходити від пандемії, в 2022 році впав на 341%, число велике, тому піднялось воно лише на 39% у 2023 році. Чистий фінансовий прибуток в 2022 році впав на 127%, та в 2023 році хоч сума була не велика, проте у відсотковому стані збільшилась на 2142%. Аналіз формування фінансових результатів «Анекс Тур» у період 2021-2023 рр. зображено на рис. 2.5.

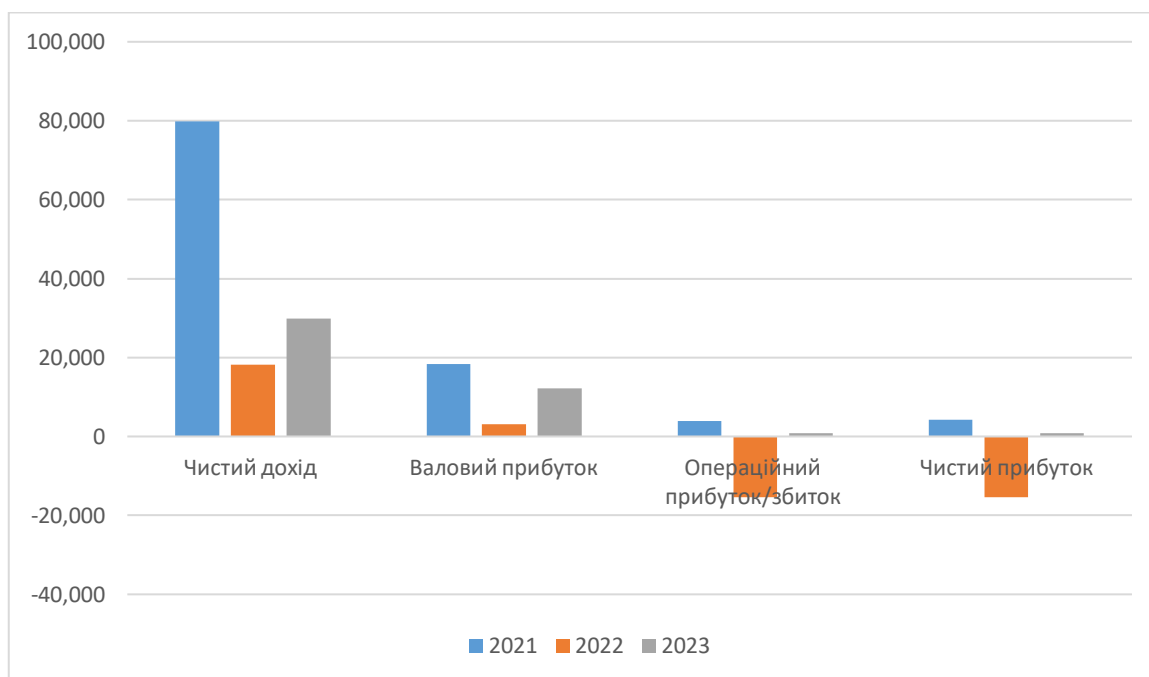


Рис. 2.5 - Фінансові результати ТОВ «Анекс Тур» [2]

Аналіз формування фінансових результатів туроператора «Анекс Тур» у період 2021-2023 рр. показав, що у 2022 р. порівняно із 2021 р. чистий дохід туроператора характеризується зменшенням на 61783 тис. грн. або на 341% таке зменшення характеризується небезпечним станом країни. Валовий прибуток підприємства у 2023 р. порівняно із 2022 р. зріс на 74% або на 9 069 тис. грн., у 2022 р. порівняно із 2020 р. було зменшення на 483% або на 15212 тис. грн. Зростали та спадали протягом аналізованого періоду і адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. Операційний прибуток туроператора у 2022 р. порівняно із 2021 р. впав на 19281 тис. грн. або на 125,3%. У 2022 р. порівняно із 2022 р. він характеризується зростанням на 16136 тис. грн. або на 2142%. Інші доходи та інші витрати туроператора протягом аналізованого періоду мали тенденцію до зростання та спадання. Чистий прибуток у 2022 р. порівняно із 2021 р. характеризується спаданням на 19637 тис. грн. або на 127,7 %, у 2023 р. порівняно із 2022 р. він зріс на 16136 тис. грн. або на 2142% так у 2022 р. чистий прибуток туроператора «Анекс Тур» становив 753 тис. грн. В табл. 2.3. зображено показники рентабельності «Анекс Тур».

Таблиця 2.3

*Показники рентабельності туроператора «Анекс тур»
у 2021-2023 рр. [27]*

Показник	2021	2022	2023	Відхилення	
				2021/2022	2022/2023
Рентабельність продажів, %	2,9	1,2	16,9	-1,7	15,7
Рентабельність послуг, %	8,2	1,3	8,4	-6,9	7,1
Рентабельність власного капіталу, %	-2,6	-4,9	-0,2	-2,3	4,7

Отже, аналіз показників рентабельності туроператора «Анекс Тур» у період 2021-2023 рр. показав, що рентабельність продажів у 2022 р. порівняно із 2021 р. зменшилась на 1,7% та становила у 2021 р. 2,9%, у 2023 р. порівняно із 2022 р. показник зріс на 15,7%. та становив 16,9%. Рентабельність продукції у 2022 р. порівняно із 2021 р. зменшилась на 6,9%. та у 2022 р. дорівнювала 1,3 %, у 2023 р. порівняно із 2022 р. показник зріс на 7,1 п. та становив 8,4%. Рентабельність власного капіталу туроператора у 2022 р. порівняно із 2021р. зменшилась на 2,3% та становила 4,9%, у 2023 р. порівняно із 2022р. показник зріс на 4,7 % та становив 0,2%, хоча так само капітал залишився в мінусі.

Діяльність туроператора, проаналізовано в категорії туристів, які було обслуговано туроператором «Анекс Тур» таблиця 2.4.

Таблиця 2.4

*Категорії туристів обслугованих туроператором «Анекс Тур»
у 2021-2023 рр. [27]*

Показник	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+/-	%	+/-	%
Громадяни України, які подорожували закордон, тис.	1947	58	852	-1889	-3256,9	794	93,2
Громадяни України, які подорожували в межах України тис.	587	720	420	133	18,5	-300	-71,4
Іноземні громадяни, які подорожували в межах країни тис.	217	167	185	-50	-29,9	18	9,7
Разом	2751	945	1457	-1806	-191,1	512	35,1

Отже, у 2022 р. порівняно із 2021 р. було обслуговано на 3256% або на 1889 туристів менше, такий різкий спад, характеризується початком повномасштабного вторгнення в країну, у 2023 р. порівняно із 2022 р. було обслуговано на 93,2% або на 794 туристи більше, зображено на рисунку 2.6.

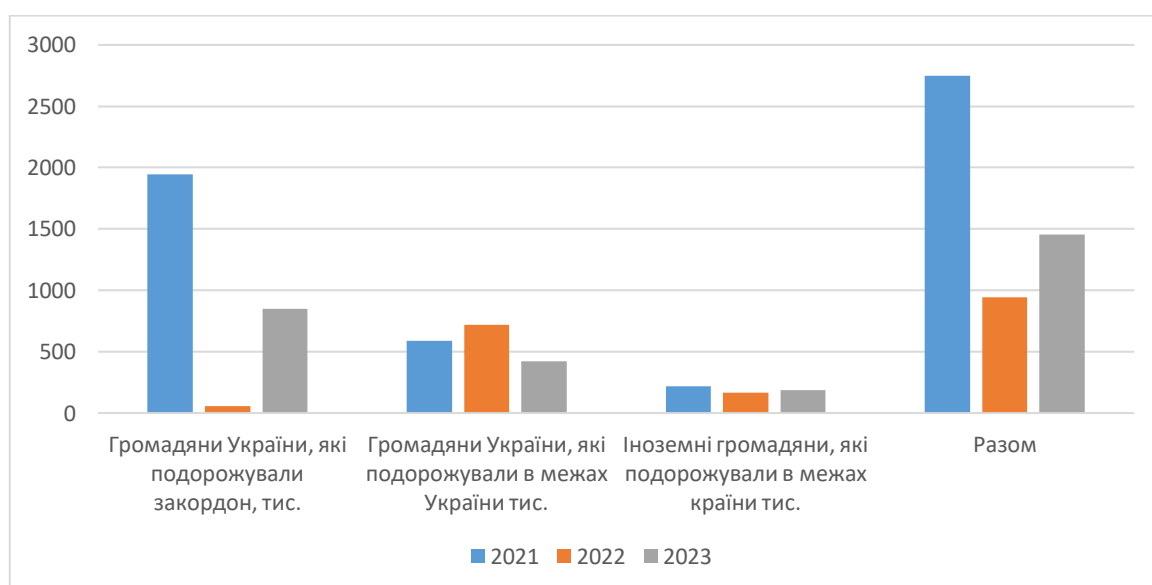


Рис. 2.6 - Категорії туристів обслуговані туроператором «Анекс Тур» у 2021-2022 рр. тис.осіб [2]

Аналізуючи діяльність туроператора «Анекс Тур» у період 2021-2023 рр. показав, що підприємство вдало здійсню свою господарську діяльність відносно тих обставин які відбувались спочатку в світі потім в країні. Найбільшу вагу у структурі обслугованих туроператором туристів протягом всього аналізованого періоду займають громадяни України. які подорожували закордон. У структурі чистого доходу за видами турів найбільшу вагу, а саме майже половину займає чистий дохід від пляжного відпочинку закордоном. Так після пандемії, швидко набираючи ріст в цей період, компанія зіткнулась з кризовою ситуацією в країні. Початок в 2022 році повномасштабного вторгнення на державу, призвів до того, що було перекрито аеропорти, стало поки не доступними вітчизняні південні курорти, такі як Генічеськ, Асканія Нова, Нова Каховка, Херсон і тп. Багато людей стали не платіжоспроможні з постійною інфляцією, також велика кількість людей виїхала, тому в 2023 році перед агенцією постало завдання, надати людям можливість міжнародного туризму за прийнятні кошти та мінімальні моральні втрати. Чистий дохід та чистий прибуток характеризується зростанням в 2023 році, тому можна сказати що компанія поки добре справляється з задачею, хоча і досі виходить з мінуса, який відбувся у 2022 році.

2.3 Особливості створення та функціонування такого продукту, як міжнародні перевезення в кризових ситуаціях

Туризм одна з тих галузей, яка найбільше постраждала ще під час пандемії COVID-19, тоді через обмеження аеропорти були закриті, готелі мали великий мінус, впав попит на послуги турагентств, та щойно сфера почала оговтуватися від коронавірусу, повномасштабне вторгнення в Україну знову завдало сильного удару туристичному бізнесу, проте і за таких умов галузь намагається відроджуватися та планує майбутнє. Війна в Україні вплинула не лише на український туризм, а й на ситуацію в Європі в цілому. Повномасштабне вторгнення посилило і без того високі ціни на нафту та логістику, а також збільшило невизначеність європейців. Потенційні втрати світової туристичної економіки від війни оцінили у 14 млрд доларів. Водночас в Україні надходження від галузі до держбюджету скоротилися у

2022 році на понад 30%. За даними Державного агентства розвитку туризму, приріст надходжень на 46% був лише від діяльності пансіонатів та гуртожитків. Це пов'язано з тим, що у 2022 році їх використовували як тимчасовий прихисток для переселенців, які змушені були покинути свої домівки через бойові дії [8].

У 2023-му році ситуація не стала кращою. У середньому галузь скоротилася на третину у порівнянні до початку 2022-го року: на 29% менше було сплачено податків за перші 3 місяці 23-го року, а також на 34% зменшилась кількість компаній у туристичній галузі. Туризм в Україні все ж адаптувався до умов війни і поступово перелаштувався на інші формати. Тепер, замість іноземних туристів з ЄС чи Близького Сходу, у готелях розміщуються закордонні дипломати, громадські активісти, журналісти всіх світових видань та різноманітні волонтери. Скажімо, лише за 2022-й рік в Україну в'їхало майже 2 мільйони іноземців, з яких мільйон — уже під час повномасштабного вторгнення [8].

Цікаво, що активні бойові дії не завадили хасидам святкувати Рош га-Шана в Умані у 2022 році. Так, 23 тисячі паломників все ж приїхали до міста, що вдвічі перевищило очікування влади. Для прикладу, під час пандемії коронавірусу у 2020 році на свято прибуло 2,5 тисячі, а у 2021-му — 30 тисяч [35].

Поновився частково і внутрішній туризм. Тут найпопулярнішими серед українців стали більш безпечні західні регіони України. Найбільше на відпочинок у 2023 році їдуть у Чернівецьку, Львівську та Закарпатську області. Водночас відчутне падіння доходів є на півдні країни — на Одещині, Миколаївщині, Херсонщині [35].

Проте все ж таки найбільш затребуваним відпочинком залишився міжнародний туризм. Так коли, люди почали трохи повертатись до свого життя, хоча і в таких кризових умовах, то збільшився попит на поїздки за кордон, тому перед компанією постала задача розробити туристичний міжнародний продукт під ті умови які зараз є. Організувати максимально швидкі перевезення, коли відсутні авіаперельоти, зробити їх комфортними та простими, захистити людей як морально так і в правовому сенсі, зробити можливим насолоджуватись відпочинком навіть в такий час.

Створення та функціонування міжнародних перевезень в Україні під час війни вимагає особливої уваги до безпеки, логістики та співпраці з міжнародними партнерами. Так «Анекс Тур» має такі методики при створенні продукту у воєнний час ризики підвищені, включаючи загрози безпеки персоналу, транспортних маршрутів, а також ризики пов'язані зі збройними конфліктами. Так якщо враховувати персонал, то компанія не запровадила серйозної системи охорони працівників, не завжди в офісах є укриття при повітряних тривогах, а якщо вони є то співробітники беруть тільки на себе відповідальність за те підуть вони чи ні. Так це ставить під загрозу насамперед життя співробітників, які і є основною рушійною силою роботи. Щодо безпосередніх перевезень, а саме безпеки під час переміщень, основною проблемою стало, те що найшвидший транспорт, а саме літак став недоступним в межах країни, так залишились тільки автобусні перевезення та пасажирськими потягами за кордон. Основними напрямками перевезень стали автобусом Київ-Варшава та залізничним транспортом Київ-Будапешт. Також наявний варіант при якому, спочатку клієнт виїздить з країни на запропонованому з двох транспортів, а вже потім, якщо для туру було обрано країну, в яку неможливо потрапити без авіаперевезень, то «Анекс Тур», забезпечить оформлення та підбір рейсу, в такому випадку частка авіаперевезень також наявна. Частка перевезень транспортом на міжнародні напрями ТОВ «Анекс Тур» 2022-2023 роки зображено на рис. 2.8.



Рис. 2.8 - Частка транспорту в міжнародних перевезеннях «Анекс Тур» [27]

Забезпечення безперебійного функціонування логістичних мереж у воєнних умовах вимагає великих зусиль. Компанії було важливо забезпечити розробку та перевірку самих легких маршрутів, та можливостей перетину кордону.

У воєнних умовах міжнародні перевезення можуть бути важливими для доставки гуманітарної допомоги, медичного обладнання та інших необхідних ресурсів для постраждалих, проте нажаль компанія пропустила цей момент і не надала йому важливого значення. З урахуванням того, що компанія дуже велика, має багато партнерів та можливостей перевезень, було б доцільно виділяти частину автобусів на гуманітарну допомогу з країн Європи.

Інформаційна безпека, з початку туру до того як клієнт повернеться додому, цілий та неушкоджений, туроператор обов'язково знаходиться постійно на зв'язку, допомагаючи та консультуючи клієнта швидко та легко пройти всі етапи виїзду та повернення, так туроператор стає наче близьким другом для клієнта, який на період поїздки зможе звернутись за порадою в будь-який час.

Політичні та економічні обставини: У воєнний час можуть змінюватися політичні та економічні обставини, які можуть вплинути на здійснення міжнародних перевезень. Важливо бути гнучким та адаптивним до змін у політичному та економічному середовищі.

Створення та функціонування міжнародних перевезень в Україні під час війни вимагає великих зусиль, уваги та співпраці з різними сторонами.

РОЗДІЛ 3

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТУ ПО ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

3.1 Заходи впровадження та законодавчі основи методів по управлінню організації міжнародних перевезень під час збройного конфлікту в Україні

Організація міжнародних подорожей будь-яким туроперейтингом під час війни має особливі вимоги, до утворення продукту, тому потрібен особливий підхід та увага до безпеки клієнтів, дотримання та слідкування за всіма законодавчими вимогами. Перед впровадженням будь-якої подорожі необхідно провести детальний аналіз ситуації країни або ж регіону призначення виїзду. Концепція створення продукту вітчизняним туроперейтингом, включає такі аспекти під час організації міжнародних подорожей в умовах війни що зображено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Концепція створення продукту вітчизняним туроперейтингом [26]

Показник	Значення
Аналіз ризиків та оцінка ситуації	Компанія провела детальний аналіз ризиків з дорогою, якою буде йти трансфер туристичного продукту, де запланована подорож та оцінка рівню загрози для безпеки клієнтів.
Розробка стратегій безпеки	На основі аналізу ризиків компанія розробила стратегії безпеки, включаючи вибір безпечних обхідних маршрутів, співпрацю з надійними перевізниками та готовність до можливих екстрених ситуацій.
Повідомлення та консультації клієнтів	Компанія забезпечує належне освідчення клієнтів про потенційні можливі ризики та надає їм рекомендації щодо безпеки під час подорожі.
Підготовка персоналу	Працівники компанії наділені відповідними навичками та знаннями щодо процедур безпеки та реагуванням на екстрені ситуації.
Моніторинг ситуації та оновлення планів	Компанія постійно відстежує ситуацію в регіоні подорожі і оновлює свої стратегії та плани дій відповідно до змін у безпеці.

Насамперед умови війни в країні створюють складні виклики для управління організацією міжнародних подорожей з України задля цього організація «Анекс Тур» впровадила деякі методи управління, які забезпечують безпеку та ефективність подорожей в таких кризових умовах. Організація

подорожей в умовах війни чи конфлікту потребує спеціального підходу та вдосконалених стратегій для забезпечення безпеки та комфорту клієнтів.

Так більш детально буде розглянуто концепцію наявного продукту на ТОВ «Анекс Тур». Аналіз ризиків та оцінка ситуації проблем зображено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Аналіз ризиків і планування при міжнародних подорожах [11]

Показник	Ризик	План дій
Політичний ризик	Непередбачувані політичні зміни, можливість збільшення військових дій у певних регіонах.	Слідкувати за офіційними повідомленнями українського уряду та міжнародних організацій. Комунікація з консульськими службами для отримання рекомендацій.
Безпека та конфліктні зони	Наявність воєнних дій та зон забороненого доступу.	Уникання виїзду у подорожі з зон активних бойових дій. Користування офіційними джерелами інформації про безпеку.
Транспортні ризики	Аварії, блокади доріг, обмеження руху транспорту.	Аналіз оновлень щодо стану доріг та обмежень руху. Мати резервний план для пересування..
Економічні ризики	Зміни курсів валют, економічна нестабільність, обмеження доступу до банківських послуг.	Перед відправленням консулювати по обміну валюти в надійних місцях та користуваннями кредитних карток за кордоном. Передбачення резервного бюджету на випадок обміну валюти туристам.
Страх та психологічні ризики	Стрес, тривога, почуття небезпеки.	Використання методів для зняття напруги у туристів

Згідно з таблицею «Анекс Тур», визначив ключові ризики в організації міжнародних перевезень та активно розробив план дій по їх усуненню в даних кризових ситуаціях країни. Підготовка до безпечної подорожі за кордон під час війни в Україні включає перевірку всіх необхідних документів, інформування про правила безпеки та збір детальної інформації про можливі проблеми на маршруті. Планування маршруту передбачає уникання зон конфлікту та маршрутів через небезпечні райони. Збереження конфіденційності особистих даних та використання зашифрованих засобів зв'язку є важливими аспектами забезпечення безпеки. Підготовка до реагування на небезпеку включає перевірку поточної ситуації безпеки та зберігання важливих документів та контактів екстрених служб.

На основі аналізу ризиків компанія розробила стратегії безпеки для туристів України, які планують подорожувати за кордон під час війни в Україні зображено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

Програми безпеки на ТОВ «Анекс Тур» [27]

Програма	Дії
Інформування та підготовка перед від'їздом	Перевірка всіх потрібних документів та інформування про правила безпеки під час подорожі. Збір детальної інформації про можливі проблеми щодо маршруту виїзду в подорожі.
Планування маршруту, проживання під час виїзду та страхування	Обираючи маршрути переїзду по країні відправника, віддають перевагу дорогам, які не знаходяться в зонах конфлікту та є стабільними. Уникання маршрутів, які пролягають через потенційно небезпечні зони чи прикордонні райони з Україною.
Безпека особистих даних та зв'язку:	Уникання публікації деталей подорожі та особистої інформації у відкритих джерелах, таких як соціальні мережі. Використання зашифрованих месенджерів та інших засобів зв'язку для збереження конфіденційності.
Реагування на небезпеку та екстрені ситуації:	Перевірка поточної ситуації безпеки через місцеві новини, офіційні джерела та консульські поради. Зберігання копій важливих документів та контактних номерів екстрених служб у мобільному телефоні.
Комунікація з консульськими установами:	Реєстрація громадян в консульському відділенні України в країні призначення, щоб отримувати оновлення та консульську допомогу у разі потреби. У разі надзвичайної ситуації турагент який супроводжує групу, зв'язується з ближчим консульським офісом для отримання допомоги та порад.

Комунікація з консульськими установами передбачає реєстрацію у консульському відділенні та зв'язок з ними в разі надзвичайних ситуацій. Всі ці заходи на ТОВ «Анекс Тур» мають мету забезпечити безпечну та захищену подорож у складних умовах війни, для комфортного відпочинку туристів за кордоном.

Зв'язок з клієнтами під час подорожі є критично важливим для їхньої безпеки та комфорту, тому оснащення туриста в організації відбувається в особливому та обов'язковому порядку, що зображено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Комунікація з клієнтами під час подорожей за кордон на ТОВ «Анекс Тур»

[27]

Показник	Значення
Надання контактів туроператора	- номер телефону офісу - адреса електронної пошти - контакти, які можуть бути використані у разі потреби.
Засоби зв'язку в невідкладних ситуаціях	Туристи отримують засоби зв'язку з екстреними службами в разі надзвичайних ситуацій: - включати екстренні номери телефонів місцевих служб безпеки - шляхи зв'язку з місцевими консульськими установами
Мобільні додатки для зв'язку	Через додатки для зв'язку: - WhatsApp - Viber - Telegram дозволяють безкоштовно обмінюватися повідомленнями та дзвінками через Інтернет.
Групові чати та розсилки повідомлень	Створення групових чатів для кожної подорожі, де туристи можуть обмінюватися інформацією та спілкуватися з представниками туроператора. Регулярна розсилка повідомлень про важливі зміни в маршруті, поради щодо безпеки та інші корисні повідомлення.
24/7 підтримка	Забезпечення 24/7 підтримки для клієнтів, яка доступна через телефон, електронну пошту або чат. Це дозволяє клієнтам швидко звертатися за допомогою в будь-який час доби.
Екстрені плани дій та протоколи	Створений екстрений план дій та протоколів для випадків, коли зв'язок з групою туристів втрачається або стає неможливим. Навчання клієнтів про дії в разі втрати зв'язку або інших непередбачених обставин, включаючи інструкції щодо безпеки та збереження спокою.
Постійне оновлення інформації	Регулярне оновлення в чат-групах клієнтів про поточну ситуацію безпеки, зміни в маршруті, а також інші важливі оголошення та поради.

Забезпечення зв'язку з клієнтами під час подорожі є критично важливим на ТОВ «Анекс Тур» для їхньої безпеки та комфорту, для цього надається клієнтам повна контактна інформація туроператора, включаючи номер телефону офісу, адресу електронної пошти та інші контакти, які можуть бути використані у разі потреби. Також важливим в організації є забезпечення клієнтам засобів зв'язку в невідкладних ситуаціях, включаючи екстренні номери телефонів місцевих служб безпеки та шляхи зв'язку з місцевими консульськими установами. Мобільні

додатки для зв'язку, такі як WhatsApp, Viber та Telegram, дозволяють безкоштовно обмінюватися повідомленнями та дзвінками через Інтернет, що є ще одним важливим засобом комунікації. Створення групових чатів для кожної подорожі, регулярна розсилка повідомлень та 24/7 підтримка також гарантують ефективний зв'язок з клієнтами в будь-який час доби. Додатково, підприємство має екстрені плани дій та протоколи для непередбачених ситуацій, а також консультує перед поїздкою клієнтів, як діяти в разі втрати зв'язку чи інших непередбачених обставин. Регулярне оновлення інформації про поточну ситуацію безпеки та інші важливі оголошення допомагають тримати емоційний стан клієнтів ТОВ «Анекс Тур» в спокійному стані та забезпечувати їх впевненість під час подорожі.

При організації туристичних маршрутів виїзду з України за кордон під час війни, важливо ретельно враховувати ризики та обережно планувати маршрути. Аналіз ситуації безпеки, проходить перед вибором маршруту, враховуючи аналіз поточної ситуації безпеки через області які проходить маршрут трансферу, його безпеку. Враховуючи це компанія розробляє безпечні маршрутні дороги, уникаючи небезпечних зон з активними воєнними діями та місць, де існує великий ризик терористичних атак чи інших небезпечних подій, так карта небезпечних ділянок території країни зображена на рисунку 3.1.



Рис. 3.1 - Карта небезпечних ділянок території [22]

Згідно з картою, вся східна частина та південно-східна частина країни не придатна для прокладення маршруту поїздок за кордон. Тому розробка альтернативних маршрутів з небезпечних зон та запасні варіанти в разі необхідності зміни планів, включає в себе резервування додаткових перевезень та готелів у безпечних районах. При перевезеннях важливим є достатній страховий захист, який охоплює ризики, пов'язані з подорожжю в умовах війни, тому є додаткові поліси та спеціальні умови для подорожі в небезпечні регіони. Компанія «Анекс Тур» при укладанні додаткового страхового полісу для своїх клієнтів, який спеціально в такому випадку охоплює ризики, пов'язані з подорожжю в умовах війни, що зображено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Додаткове страхування на ТОВ «Анекс Тур» під час воєнного стану країни
[27]

Показник	Значення
Страхування життя та здоров'я	Охоплює витрати на: - медичне обслуговування - лікування - евакуацію в разі поранень чи хвороби під час подорожі в умовах війни.
Страхування втрати багажу	Захищає від втрати або пошкодження багажу під час транспортування.
Страхування відміни або переривання подорожі	Забезпечує відшкодування витрат на відміну або переривання подорожі у зв'язку зі змінами у політиці безпеки, евакуацією або іншими непередбачуваними обставинами.
Страхування цивільної відповідальності	Захищає від фінансової відповідальності перед третіми особами у разі завдання шкоди їхньому майну або здоров'ю.
Евакуація та рятувальні послуги	Забезпечує організацію та фінансування евакуації клієнтів з небезпечного регіону та надання рятувальних послуг у разі необхідності.

Ці додаткові поліси та умови страхового захисту дозволяють туристам відчувати більшу впевненість та безпеку під час подорожі в умовах війни. Забезпечення достатнього страхового захисту є надзвичайно важливим аспектом при виборі туристичної фірми для туристів, подорожуючих в умовах війни. Додаткові страхові поліси та спеціальні умови для подорожі в небезпечні регіони

дозволяють зменшити фінансові ризики та забезпечити необхідну підтримку в екстрених ситуаціях. Додаткові страхові поліси можуть охоплювати різноманітні ризики, включаючи медичні витрати, втрату багажу, відміну або переривання подорожі, цивільну відповідальність та надання евакуаційних та рятувальних послуг, надають туристам «Анекс Тур» спокійність та впевненість у тому, що вони будуть захищені у випадку непередбачуваних обставин. Отже, при плануванні подорожі в умовах війни компанія не лише уникає ризикованих регіонів та є обережними під час маршрутних рішень, але й взяти до уваги страховий захист як ключовий елемент безпеки та забезпечення вдалого подорожування.

Повідомлення та консультації клієнтів щодо безпеки під час подорожі в умовах війни чи конфлікту є важливим фактором при виборі туристичного агентства для забезпечення комфорту та безпеки клієнтів. Компанія надає клієнтам докладну інформацію про потенційні ризики, з якими вони можуть зіткнутися під час подорожі в умовах війни. Огляд безпекових ситуацій, рекомендації щодо уникнення певних районів та поради щодо безпеки під час подорожі. Компанія надає клієнтам конкретні рекомендації щодо заходів безпеки, які потрібно прийняти, що включає поради щодо поведінки в небезпечних ситуаціях, правила безпеки на вулицях та в громадських місцях, а також інструкції щодо контакту з місцевими екстреними службами. Важливо, щоб клієнти були належно проінформовані про потенційні ризики під час подорожі та були здатні приймати обґрунтовані рішення щодо своєї безпеки. Компанія надає чітку, зрозумілу інформацію та відповідає на всі запитання та занепокоєння. Також обов'язково «Анекс Тур» проводить індивідуальні консультації з клієнтами перед від'їздом, де детально обговорюються всі питання безпеки та надаються рекомендації для конкретної подорожі. Постійна підтримка клієнтів під час подорожі, відбувається, щоб вони могли звертатися за допомогою або консультаціями у будь-який час, для цього існує наявність телефонної гарячої лінії та онлайн-підтримки. Забезпечення належного повідомлення та консультацій для клієнтів допомагає їм почувати себе більш упевнено та підготовленими до подорожі в умовах війни в країні.

Моніторинг ситуації та оновлення планів при створенні міжнародних подорожей з України коли в країні війна, стимулює компанію постійно відстежувати ситуацію в регіоні подорожі і оновлювати свої стратегії та плани дій відповідно до змін у безпеці. Такий підхід до моніторингу ситуації та оновлення планів дій є важливий, особливо коли мова йде про подорожі в регіони, де війна чи інші конфлікти можуть загрожувати безпеці клієнтів.

Компанія повинна має встановлену процедуру для постійного моніторингу ситуації в регіонах, куди планується подорож, що включає в себе перегляд новин, звіти про безпеку від міжнародних організацій та урядових джерел, а також звіти від місцевих контактів. Оператор постійно оцінює ризики для безпеки подорожей, враховуючи політичну ситуацію, воєнних конфліктів, загрози та інші фактори. На основі аналізу ситуації та оцінки ризиків, компанія оновлює свої стратегії та плани дій, що включає в себе зміну маршрутів, перегляд місць проживання, заходи безпеки та інші заходи для забезпечення безпеки клієнтів та персоналу. ТОВ «Анекс Тур» чітко комунікує та повідомляє клієнтів щодо потенційних ризиків та заходів, які вона вживає для забезпечення їх безпеки, що включає в себе надання консультацій, рекомендацій щодо подорожей та можливості скасування або перенесення подорожей у випадку погіршення ситуації. В такій ризиковій ситуації, сама ситуація може швидко змінюватися, тому важливо, що компанія постійно моніторить ситуацію та оновлює свої стратегії та плани дій відповідно до нової інформації.

Підготовка персоналу працівників компанії відповідними навичками та знаннями щодо процедур безпеки та реагування на жаль відсутня більш поглиблено на підприємстві, це є недоліком при створенні та супроводженні туристичного продукту.

Законодавчі правила перетину кордону для туристів з України під час війни можуть бути обмежені та змінені для забезпечення безпеки та дотримання законів. Країни змінюють свою політику відносно туристів з України з огляду на безпекові ризики, пов'язані з ситуацією в країні, що включатиме оновлення порядку перетину кордону з обмеження доступу до деяких територій або зміну правил в'їзду/виїзду.

У зв'язку зі зміною ситуації, кордони вимагають додаткових документів або віз для в'їзду туристів з України, що включати додаткові перевірки та процедури безпеки.

У будь-якому випадку, під час планування міжнародної подорожі в умовах війни в Україні, ТОВ «Анекс Тур» впроваджує діяльність на всіх законних підставах які вимагає уряд, дотримується вимог з огляду на отриману актуальну інформацію від консульських установ та органів міграції країни.

3.2 Покращення методів оптимізації та нейтралізації ризиків міжнародних перевезень на основі законних правил перетину кордону під час воєнного стану

Покращення методів оптимізації та нейтралізації ризиків туризму з України за кордон в умовах воєнного стану включає ряд заходів, щоб забезпечити безпеку та комфорт туристів. Оптимізація та нейтралізація ризиків туризму з України за кордон в умовах воєнного стану - це процес розробки та впровадження стратегій та заходів, спрямованих на забезпечення безпеки та комфорту туристів під час міжнародних подорожей у період воєнного конфлікту. Кожний етап має свою важливість та вплив не тільки на економічні показники підприємства, але й на конкурентоспроможність підприємства відносно до інших туристичних агентств. Так якість впроваджених заходів компанії та їх оцінка від 1 до 10 зображено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Оцінка та стан етапів оптимізації ризиків міжнародних подорожей на ТОВ «Анекс Тур» [27]

Показник	Стан	Оцінка
Аналіз ризиків та оцінка ситуації	Виконано	10
Розробка стратегій безпеки	Виконано	7
Повідомлення та консультації клієнтів	Виконано	8
Підготовка персоналу	Не виконано	-
Моніторинг ситуації та оновлення планів	Виконано	5

Згідно з таблицею, можна зробити висновок, що майже всі етапи є виконаними та добре оціненими, проте моніторинг ситуації в країні потребує підвищення на вищий рівень, це означає, що система моніторингу повинна бути покращена для забезпечення більшої точності та оперативності в оцінці ситуації в країні призначення. Підготовка персоналу має з'явитись серед етапів, та на дуже високому рівні. Відсутність цього етапу вказує на необхідність впровадження програми навчання та підготовки персоналу з питань безпеки та екстрених ситуацій, вона може включати тренінги, симуляції екстрених ситуацій та інші навчальні заходи.

З високими оцінками більшості етапів, можна зробити висновок, що загальна система безпеки та ризик-менеджменту виявляється добре підготовленою та функціональною, проте, через постійні зміни у геополітичних умовах, необхідно забезпечити постійне оновлення та вдосконалення цієї системи. Важливо підкреслити значення ефективної комунікації та співпраці з урядовими органами, міжнародними туристичними організаціями та іншими зацікавленими сторонами, що допомагає уникнути дублювання зусиль, обмінюватися корисною інформацією та координувати спільні заходи безпеки. Необхідним та впровадженим є активне просування культури безпеки серед туристів, що включає освітні кампанії, інформаційні матеріали та інші заходи, які сприяють усвідомленню та дотриманню правил безпеки під час подорожей.

Враховуючи висновки, рекомендується зосередити увагу на покращенні системи моніторингу ситуації в країні та впровадженні програми навчання для персоналу з метою забезпечення більш високого рівня безпеки та комфорту для туристів з України під час міжнародних подорожей в умовах воєнного стану. Загальною метою є забезпечення максимальної безпеки та комфорту для туристів з України під час міжнародних подорожей у воєнний період. Для цього важливо постійно оновлювати та вдосконалювати стратегії, вдосконалювати системи моніторингу та навчання персоналу, а також активно співпрацювати з усіма зацікавленими сторонами.

Так виходячи з аналізу основний проєкт покращення буде запропонований для підготовки персоналу в туристичній галузі, особливо в умовах воєнного стану або надзвичайних ситуацій для забезпечення безпеки та комфорту туристів. Для навчання персоналу буде застосовна ряд етапів та дій. Так запропоновано створити навчальний продукт для працівників ТОВ «Анекс Тур», «БтЗТ» - «Безпека та Захист Туристів», який включатиме блок навчальних методів.

Персонал повинен бути наділений знаннями та навичками щодо процедур безпеки та реагування на екстрені ситуації, що включає в себе навчання щодо евакуаційних планів, першої допомоги, використання екстрених засобів зв'язку та інші аспекти безпеки. Навчання персоналу з процедур безпеки та реагування на екстрені ситуації - це ключовий елемент такого плану. Це допоможе забезпечити, що персонал буде готовий та здатний ефективно діяти у будь-яких надзвичайних обставинах. Опис інформації яку буде використано для навчання персоналу зображено в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Види інформації навчання персоналу на ТОВ «Анекс Тур» [27]

Навчання	Матеріали
Навчання процедур евакуації	Розпізнавати ситуації, що вимагають евакуації, та знання оптимальних шляхів виходу та безпечні місця для укриття.
Навчання першої допомоги	Перша допомога постраждалим у різних ситуаціях, включаючи поранення, опіки, алергічні реакції тощо.
Використання екстрених засобів зв'язку	Персонал повинен бути навчений використовувати екстрені засоби зв'язку, такі як радіоабо телефон, для швидкого сповіщення випадкових подій або запитів допомоги.
Підготовка до надзвичайних ситуацій	Проведення симуляційних навчань з різними сценаріями надзвичайних ситуацій допоможе персоналу набути практичний досвід та реагувати ефективно у реальних ситуаціях.

Згідно з таблицею, буде запропоновано великий спектр інформації навчання персоналу з безпеки та евакуації клієнтів. Важливо не тільки одноразово навчити, а й забезпечити періодичне оновлення навичок та знань персоналу щодо безпеки, оскільки обставини можуть змінюватися. Проведення періодичних тестів або

тренувань для перевірки знань персоналу з процедур безпеки та реагування на екстрені ситуації. Організація регулярних тренінгів та симуляційних вправ для персоналу з метою практичного оновлення навичок у реальних умовах. Проведення спеціалізованих курсів оновлення для персоналу з метою вивчення нових методів та стратегій безпеки. Встановлення системи звітності про інциденти та аналізу навчальних ситуацій з метою виявлення слабких місць та покращення процедур. Проведення регулярних нарад, семінарів та інших форм комунікації для обміну досвідом та вивчення нових тенденцій у сфері безпеки.

Навчання персоналу з процедур безпеки та реагування на екстрені ситуації може бути проведене за допомогою різноманітних методів, які спрямовані на забезпечення максимального засвоєння і практичного застосування навичок у реальних умовах. Так методи «БтЗТ» навчання персоналу зображені в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Методи «БтЗТ» [23]

Метод	Значення
Теоретичні лекції	Проведення лекцій з теоретичним матеріалом щодо процедур безпеки, виділення основних правил та процедур, які потрібно дотримуватися в екстрених ситуаціях.
Практичні тренінги	Практичні тренінги, під час яких персонал буде займатися симуляціями екстрених ситуацій, включаючи евакуації, надання першої допомоги, використання засобів зв'язку тощо.
Рольові ігри	Використання рольових ігор для навчання персоналу ефективному спілкуванню та взаємодії в екстрених ситуаціях, а також прийняття швидких та правильних рішень.
Курси онлайн-навчання	Застосування спеціалізованих онлайн-курсів з безпеки та реагування на екстрені ситуації для самостійного навчання персоналу за його власним графіком.
Відкрите обговорення та обмін досвідом	Організація відкритих обговорень та обміну досвідом між персоналом щодо реальних випадків екстрених ситуацій, аналізу випадків та пошук оптимальних рішень.

Ці елементи можуть стати основою для ефективної програми навчання, спрямованої на підвищення безпеки та комфорту туристів у воєнний період.

Так при створення курсу, будуть такі витрати на створення програми в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Витрати на створення «БтЗТ» [23]

Показник	Витрати на матеріали виготовлення на одну людину	Витрати на 3 робітника
Теоретичні лекції	200	600
Практичні тренінги	-	-
Рольові ігри	-	-
Курси онлайн-навчання	100	300
Відкрите обговорення та обмін досвідом	безкоштовно	-
Разом, повний курс	300	900

Згідно з таблицею, витрати на одного робітника інформаційної системи складуть 300 гривень, а на 3 туристичних операторів 900 гривень.

Вартість курсу «БтЗТ» для робітників складатиме фінансові витрати зображено в таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Ціна продажу робітникам курсу «БтЗТ» [23]

Показник	Витрати на матеріали виготовлення на одну людину	Витрати на 3 робітника
Теоретичні лекції	1200	3600
Практичні тренінги	300	900
Рольові ігри	безкоштовно	-
Курси онлайн-навчання	200	600
Відкрите обговорення та обмін досвідом	безкоштовно	-
Разом, повний курс	1700	5100

Створенням курсу буде займатись керівник відділу кадрів та навчальний центр, тому витрати будуть входити в їх заробітну плату. Витрати на курс будуть зніматись з робітників раз на пів року. Згідно з впровадженням проєкту реалізація послуг може зрости на 17%, через впевненість клієнтів в обізнаності персоналу, при виготовленні туристичного продукту та веденні всіх етапів від оформлення подорожі до кінцевого повернення додому. При наданні клієнтам впевненості в професіоналізмі всіх етапів створення, тим паче в кризових обставинах в країні,

клієнт буде більше довіряти та обирати саме «Анекс Тур», для своїх подорожей за кордон.

3.3 Аналіз та оцінка ефективності проєкту на фінансовий стан досліджуваного підприємства

При впровадженні проєкту проведено аналіз економічної діяльності туроператора «Анекс Тур» проаналізовано його фінансові показники за 2022 -2023 роки та зображено в таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Фінансові показники туроператора «Анекс Тур» від впровадження проєкту у 2022-2023 рр. в тис. грн. [27]

Показники	2022	2023	Відхилення	
			2020/2021	2021/2022
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізованої продукції	18 113	34 894	16 781	48,1
Собівартість реалізованої продукції	14 966	13 408	-1 558	-11,6
Валовий прибуток	3 147	21 486	18 339	85,4
Адміністративні витрати	22 932	14 433	-8 499	-58,9
Інші операційні витрати	384	47	-337	-717,0
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. грн	-15 383	753	16 136	2142,9
Інші доходи	85	3	-82	-2733,3
Інші витрати	201	4	-197	-4925,0
Чистий фінансовий прибуток	-15 383	6 246	21 629	346,3

Згідно зі звітністю, можна сказати, що при впровадженні проєкту відбулось збільшення чистого доходу на 48,1%, собівартість зменшилась на 11,6%, валовий прибуток збільшився на 85,4%, адміністративні витрати зменшаться на 58,9%. Чистий фінансовий прибуток збільшиться на 346,3%.

Ефективність впровадження проєкту навчання персоналу на туристичному підприємстві можна оцінити за допомогою різноманітних показників. Покращення продуктивності працівників значення покращення продуктивності працівників визначається різницею між продуктивністю до навчання та після навчання, може

бути виміряно у відсотках або конкретних числах, залежно від того, який тип даних використовується для оцінки.

Формула продуктивності праці розраховано:

(3.1)

$$\text{Покращення продуктивності працівників} = \left(\frac{\text{Післянавчальна продуктивність} - \text{до навчальна продуктивність}}{\text{до навчальна продуктивність}} \right) * 100$$

$$\text{Покращення продуктивності працівників} = \left(\frac{34\,894 - 29\,824}{29\,824} \right) * 100 = 16,9$$

Після проведення навчання продуктивність персоналу зросла на 16.9%. Це означає, що після навчання працівники стали більш ефективними у виконанні своєї роботи. Таке покращення може мати позитивний вплив на різні аспекти діяльності підприємства, такі як збільшення обсягу обслуговування клієнтів, зменшення кількості помилок, а також може призвести до збільшення загального прибутку.

Визначення опису збільшення доходів в контексті навчання персоналу полягає у виявленні конкретної зміни у фінансових показниках підприємства в результаті впровадження навчальних програм. Це описує, як відбувається збільшення доходів після проведення навчання персоналу та які фактори сприяють цьому зростанню.

Формула визначення збільшення доходів:

(3.2)

$$\text{Збільшення доходу} = \left(\frac{\text{післянавчальний дохід} - \text{до навчальний дохід}}{\text{до навчальний дохід}} \right) * 100$$

$$\text{Збільшення доходу} = \left(\frac{6\,246 - 753}{753} \right) * 100 = 729\%$$

Збільшення доходів на 729% є вражаючим показником і свідчить про значний успіх у впровадженні навчальних програм та покращенні ефективності бізнесу, означає, що дохід підприємства зросли майже 7,3 разів після проведення навчання персоналу. Таке різке збільшення доходів може бути результатом різних факторів, збільшення кількості клієнтів та покупок на існуючих ринках. Залучення нових клієнтів або розширення ринків збуту. Покращення якості продукту або послуги, що призвело до збільшення цін або популярності. Підвищення рівня

обслуговування та задоволеності клієнтів, що призвело до збільшення повторних покупок або рекомендацій. Таке значне зростання доходів може відобразити потужний і позитивний вплив навчання персоналу на діяльність підприємства. Однак важливо також враховувати інші показники, такі як витрати та прибуток, щоб отримати повну картину ефективності бізнесу.

Вдосконалення навичок працівників може призвести до зменшення кількості помилок, відповідно, до зменшення витрат на виправлення цих помилок, зниження витрат може бути одним з важливих результатів вдосконалення навичок працівників через навчання. Чим компетентніше персонал, тим менше ймовірність помилок і тим менше витрат на їх виправлення.

Формула розрахунку зниження витрат розраховано:

$$\text{Зниження витрати} = \left(\frac{\text{До навчання витрати} - \text{після навчальні витрати}}{\text{до навчання витрати}} \right) * 100 \quad (3.3)$$

$$\text{Зниження витрат} = \left(\frac{32\,092 - 27\,892}{32\,092} \right) * 100 = 13,1$$

Зниження витрат на 13.1% є значним показником ефективності навчання персоналу, свідчить про успішність програми навчання, яка дозволила оптимізувати витрати та зменшити їхню обсягову частку у вартості діяльності підприємства. Таке зниження є результатом більш ефективного використання ресурсів, покращення процесів роботи, зменшення витрат на виправлення помилок або оптимізації інших аспектів діяльності, що дозволяє підприємству зберегти більше коштів, які можуть бути перерозподілені на розвиток бізнесу, інвестиції в нові можливості чи підвищення якості продуктів або послуг. Загалом, зниження витрат на 13.1% свідчить про ефективність навчання персоналу та його позитивний вплив на фінансовий стан підприємства.

Таблиця 3.12. узагальнює показники ефективності запропонованого проєкту навчання персоналу.

Таблиця 3.12

Показники ефективності навчання персоналу [37]

Показник	Значення
Покращення продуктивності працівників, %	16,9
Збільшення доходу, %	729
Зниження витрати, %	13,1

Враховуючи надані дані, можна зробити наступні висновки:

Покращення продуктивності працівників на 16.9%, збільшення продуктивності персоналу свідчить про успішне впровадження навчальних програм та підвищення ефективності працівників, що є результатом покращення навичок, оптимізації процесів роботи та підвищення мотивації. Збільшення доходу на 729%, дуже вражаюче свідчить про значний успіх бізнесу після навчання персоналу, є результатом покращення якості обслуговування, збільшення кількості клієнтів, підвищення цін на продукти або інших стратегічних кроків. Зниження витрат на 13.1% свідчить про оптимізацію бізнес-процесів та ефективне використання ресурсів є результатом вдосконалення навичок персоналу, удосконалення технологій або оптимізації управлінських процесів.

Отже, успішна реалізація навчальних програм для персоналу призвела до значного покращення результативності підприємства, це не лише збільшило доходи, але й зменшило витрати, що в свою чергу позитивно вплинуло на фінансову стабільність та успішність бізнесу. Звітні дані вказують на дуже успішні результати після впровадження навчальних програм для персоналу. Всі три показники - покращення продуктивності працівників, збільшення доходів та зниження витрат - разом свідчать про синергетичний ефект навчання персоналу. Кожен з цих показників сам по собі важливий, але разом вони ще більше підкреслюють ефективність впровадження навчальних програм. Успішні результати після навчання персоналу вказують на те, що покращення стають стійкими та тривалими, що означає, що впроваджені зміни відображають справжню трансформацію в культурі та підходах підприємства.

Ефективне управління персоналом, включаючи навчання та розвиток, стає ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства. Успішні результати в цих областях дозволяють підприємству відрізнитися від конкурентів та залишатися лідером на ринку. Навчання персоналу - це постійний процес, і успішні результати після впровадження програм свідчать про потенціал для подальшого зростання. Постійне вдосконалення навичок та знань персоналу може продовжити позитивний вплив на результативність підприємства в майбутньому. Отже, на основі цих даних можна зробити висновок, що навчання персоналу виявилось ефективним і вигідним вкладом у розвиток та успіх підприємства.

Враховуючи успішні результати проєкту навчання персоналу, рекомендації передбачають продовження навчання та розвитку персоналу, підприємство може розглянути можливості для подальшого розвитку програм навчання, включаючи нові технології, методики роботи та навички, що стануть ключовими в майбутньому. Створення системи постійного навчання дозволить підтримувати високий рівень компетентності персоналу впродовж усього їхнього кар'єрного шляху в компанії. Важливо продовжувати моніторити та оцінювати результати програм навчання, щоб визначити їхню ефективність та внести необхідні корективи. Залучення внутрішніх експертів та лідерів компанії до проведення навчальних заходів може сприяти не лише передачі знань, а й підвищенню мотивації та залученню персоналу до процесу навчання. Винагородження та стимулювання працівників за активну участь у навчальних програмах може підвищити їхню мотивацію та зацікавленість у власному розвитку. Розглянути можливість співпраці з зовнішніми партнерами, включаючи навчальні установи, консультантські фірми та інші організації, для отримання доступу до нових знань та кращих практик у галузі.

ВИСНОВКИ

В першому розділі роботи було проведено аналіз науково-методичної літератури та визначено теоретико-методичні аспекти розвитку міжнародних перевезень. Дійшли висновку, що за останні роки спостерігається стабільне зростання числа міжнародних туристів, яке свідчить про загальний позитивний тренд у галузі туризму. Політичні та економічні зміни у світі, такі як війни, кризи, зміни курсів валют, можуть суттєво впливати на обсяги міжнародних туристичних перевезень. З'являються нові тенденції, такі як збільшення популярності екологічно чистих видів транспорту та зростання інтересу до місцевого та культурного туризму. У зв'язку зі зростанням обсягів туристичних перевезень, важливо забезпечити високі стандарти безпеки та якості обслуговування для задоволення потреб туристів і забезпечення сталого розвитку галузі. Для ефективного розвитку міжнародних туристичних перевезень важлива співпраця між країнами щодо створення сприятливого регуляторного середовища, обміну досвідом та розробки спільних стратегій.

В другому розділі було зроблено загальну характеристику ТОВ «Анекс Тур». Було виявлено, що туристичне агентство «Анекс Тур» проявляє високий рівень професіоналізму та уваги до потреб своїх клієнтів, надають широкий спектр послуг, включаючи бронювання готелів, авіаквитків, трансферів та екскурсій. «Анекс Тур» активно розширює свою мережу партнерів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, що дозволяє їм пропонувати клієнтам більше варіантів подорожей за доступними цінами. Застосування сучасних технологій у роботі, таких як онлайн-бронювання та мобільні додатки, сприяє зручності для клієнтів та підвищенню ефективності обслуговування. «Анекс Тур» славиться своєю високою якістю обслуговування та індивідуальним підходом до кожного клієнта, забезпечують зручність та комфорт на кожному етапі подорожі. Туристичне агентство «Анекс Тур» продемонструвало стратегічне планування та здатність до адаптації до змін на ринку, що дозволяє їм ефективно конкурувати та забезпечувати стабільний розвиток у сфері туризму.

В третьому розділі було запропоновано проєкт по збільшенню безпеки під час міжнародних перевезень в Україні під час бойового конфлікту, а саме реалізація навчальних програм для персоналу, яка призвела до значного покращення результативності підприємства, це не лише збільшило доходи, але й зменшило витрати, що в свою чергу позитивно вплинуло на фінансову стабільність та успішність бізнесу. Звітні дані вказують на дуже успішні результати після впровадження навчальних програм для персоналу. Всі три показники - покращення продуктивності працівників, збільшення доходів та зниження витрат - разом свідчать про синергетичний ефект навчання персоналу. Ефективне управління персоналом, включаючи навчання та розвиток, стає ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства. Успішні результати в цих областях дозволяють підприємству відрізнитися від конкурентів та залишатися лідером на ринку.

Отже, можна зробити висновок, що робота туристичного агентства характеризується високим рівнем професіоналізму, якістю обслуговування та постійним прагненням до розвитку і вдосконалення. Аналіз свідчить про позитивний тренд у галузі туризму, що створює сприятливі умови для розвитку туристичного бізнесу. Агентство усвідомлює вплив політичних та економічних змін на ринок та вживає заходи для зменшення негативних наслідків. Враховуючи зростаючий інтерес до екологічно чистих видів транспорту та місцевого туризму, «Анекс Тур» вміло реагує на зміни в попиті та пропозиції. Застосування сучасних технологій та індивідуальний підхід до клієнтів дозволяють агентству забезпечувати високу якість послуг та зручність для подорожуючих. Відзначається успішне партнерство та стратегічне планування, що дозволяють агентству залишатися конкурентоспроможним та стабільним на ринку. Проєкт з підвищення безпеки під час міжнародних перевезень свідчить про високий рівень управління та розвитку персоналу, що впливає на успішність та стабільність бізнесу, висновок підкреслює успішність та ефективність діяльності туристичного агентства «Анекс Тур» і вказує на його потенціал для подальшого розвитку та успіху на ринку туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. – 288 с.
2. Відкриті дані Опентабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/34191244>.
3. Вовчанська О.М. Конфігурація світового ринку туристичних послуг в умовах пандемії COVID-19 / О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова // Матеріали I Міжнародної науковотеоретичної конференції «Débats scientifiques et orientations prospectives dudéveloppement scientifique» (м. Париж, 05 лютого 2021 р.). Vinnytsia-Paris: Plateforme scientifique européenne & La Fedeltà. - 2021. - Vol.1. - С. 115-118.
4. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / Н.М. Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – Київ: Знання, 2008 р. – 661 с.
5. За прикладом Ізраїлю: Як в Україні розвивати туризм | Goldameir Institute. Goldameir Institute. URL: <http://goldameir.institute/2016/12/za-prikladom-izrayilyu-yak-v-ukrayini-rozvivati-turizm/>.
6. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» 18.11.2003 р., № 1282 – IV // Туристична діяльність в Україні.
7. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95 – ВР в редакції Закону України від 18.11.2003 р. № 1282.
8. «ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ». Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених – Тернопіль, 2014. – 298 с.
9. Євтушенко В. А. Вплив міжнародного туризму на економічний розвиток та імідж окремої країни / В. А. Євтушенко, М. С. Рахман, Д. В. Мангушев // Проблеми економіки. - 2017. - № 2. - С. 26-34.
10. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі : підручник / Н. Є. Кудла. - Київ : ЦУЛ, 2015.
11. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.

- 12.Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.
- 13.Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.
- 14.Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб. / О. О. Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
- 15.М. В. Тонкошкур, М. М. Покоłodна, І. Л. Полчанінова; Харк. нац. акад. міськ госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 475 с.
- 16.М. В. Тонкошкур. – Харків: Видавництво «Форт», 2010. – 286 с.
- 17.М. М. Покоłodна та ін.; за ред. І. М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2008.
- 18.Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004 – 272 с.
URL: <https://studfile.net/preview/5265690/>.
- 19.Михайліченко Г. Л. Практика організації туристичних подорожй: навч. посіб / Г. Л. Михайліченко. – Київ: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
- 20.Михайліченко Г.І. Туроперейтинг : підручник / Г.І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. тогр.-екон. ун-т, 2018. – 304 с.
- 21.Міжнародний туризм - важливий напрямок у міжнародному співробітництві. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/syrvatka.htm.
- 22.Мірошник М. В. Дослідження сучасного стану та перспектив розвитку ринку туристичних послуг / М. В. Мірошник, Р. Г. Майстро, Є. О. Лучна // Бізнес Інформ. - 2017. - № 6. - С. 153-158.
- 23.Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського – Київ: НБУВ, 2013-2015. URL: www.nbuv.gov.ua.
- 24.Нормативно – правове регулювання/ Роїна О.М. (2-е вид., змін. Та доп.). – К.:КНТ,2006. – С. 5 – 29.
- 25.Організація туризму: підручник / І. М. Писаревський, С. О. Погасій.

26. Основи туropolерейтингу: навч. посіб. / В. В. Баєв. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. — 156 с. — Бібліогр.: с. 129.
27. Офіційний сайт Анекс Тур. URL: <https://www.anextour.com.ua/>.
28. Офіційний сайт Державного агенства України з туризму і курортів. URL: www.tourism.gov.ua.
29. Офіційний сайт Державної служби статистики в Україні. URL: www.ukr.stat.gov.ua.
30. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: www.kmu.gov.ua.
31. Панченко Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомішин. Херсон : Олді-плюс, 2013.
32. Писаревський І. М. Планування та організація туристських маршрутів: Підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ госп-ва. — Х.: ХНАМГ, 2011. — 304 с.
33. Позаурочний захід "Веселий турист". Освітній проект «На Урок» для вчителів. URL: <https://naurok.com.ua/pozaurichniy-zahid-veselijy-turist-209344.html>.
34. Сервіс перевірки контрагентів Your control. URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/34191244/.
35. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т. Г. Сокол. — Київ: Грамота, 2006. — 264 с.
36. Територіальна громада як основа місцевого самоврядування в Україні (курсowa робота з конституційного права) URL: http://prawo.in.ua/територіальна_громада_основа_місцевого_самоврядування_україні_курсowa_робота.html.
37. Ткаченко Т. Л. Сталий розвиток туризму: теорія, методолоія, реалії бізнесу: монографія / Т. Л. Ткаченко. — Київ: КНТЕУ, 2006. — 537 с.
38. Туризм під час війни - як галузь виживає та готується до відновлення | Kyivstar Business Hub. Kyivstar Business Hub — корпоративний блог для

бізнесу. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaє-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>.

39. Туризм, як багатогранне суспільне явище: сутність, державне регулювання, види послуг - Фізкультура и спорт - KazEdu.com. Головна сторінка - KazEdu.com. URL: <https://kazedu.com/referat/188658>.
40. Туристичний портал. URL: www.tour.com.ua.
41. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб / Н. В. Чорненька. – Київ: Атіка, 2006. – 254 с.
42. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб./ І. М. Школа. - Чернівці : Книги-XXI, 2005.

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1 – Логотип «Анекс Тур»



Рис. А.2 – Логотип «Анекс Тур»



Рис. Б.1 – Реклама «Анекс Тур»



Рис. Б.2 – Реклама «Анекс Тур»



Рис. Б.3 – Реклама «Анекс Тур»



Рис. В.1 – Банерна реклама «Анекс Тур»



Рис. Г.1 – Календар «Анекс Тур»



Рис. Г.2 – Конверт «Анекс Тур»