


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

До захисту допустити:
завідувач кафедри

 Балабаниць А.В.,

д.е.н., проф.

(підпис) (ПІБ завідувача кафедри)

«30» травня 2024 р.

«РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В ТУРИЗМІ КРАЇНИ»

Кваліфікаційна робота
здобувачки вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Туризм»

Немченкої Орини Олександрівни
Науковий керівник:

Рібейро Рамос О.О. к.е.н., доцент

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання)

Рецензент:

Гітіс Т.П., к.е.н., доцент, кафедра
економіки підприємства, ДДМА

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, місце роботи)

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____

Секретар ЕК _____ 

«17_» червень 2024 р.

**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**


Освітній ступінь «Бакалавр»

Шифр та назва спеціальності 242 – Туризм і рекреація

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

 Балабаниць А.В.

(ППП завідувача кафедри)

«20» 02 2024 р.

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Немченкової Орини Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розвиток малого бізнесу в туризмі країни

керівник роботи Рібейро Рамос Олена Олегівна, к.е.н., доцент,

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

затверджені наказом Маріупольського державного університету від
«16» лютого 2024 року № 30

2. Строк подання студентом роботи 20.05.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Метою кваліфікаційної роботи є розробка рекомендацій щодо удосконалення підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу у туристичній індустрії.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси підприємницької діяльності у сфері туризму.

Предмет дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти розвитку підприємницької діяльності ТОВ «Щастя Тревел».

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ

1.1. Особливості малого бізнесу в туристичній індустрії країни

1.2. Сучасні підходи до розвитку туристичної діяльності суб'єктів малого бізнесу

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЩАСТЯ ТРЕВЕЛ» ЯК СУБ'ЄКТА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «Щастя Тревел»

2.2. Аналіз технологій туристичної діяльності підприємства

2.3. Аналіз ефективності туристичної діяльності суб'єкта малого бізнесу

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ







3.1. Напрями розвитку малого підприємництва в сфері туризму

3.2. Розробка стратегії розвитку туристичної діяльності ТОВ «Щастя Тревел»

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Рібейро Рамос О.О. – кандидат економічних наук, доцент	25.03.2024 	25.03.2024 
2	Рібейро Рамос О.О. – кандидат економічних наук, доцент	25.03.2024 	17.04.2024 
3	Рібейро Рамос О.О. – кандидат економічних наук, доцент	17.04.2024 	16.05.2024 


6. Дата видачі завдання 19.02.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми кваліфікації роботи	до 19.02.2024	викон.
2	Затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	19.02.2024	викон.
3	Консультація з науковим керівником	постійно	викон.
4	Робота з науковою літературою. Визначення плану кваліфікаційної роботи	до 19.02.2024	викон.
5	Переддипломна практика	19.02.2024- 08.03.2024	викон.
6	Робота над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи	15.03.2024- 22.03.2024	викон.
7	Подання на перевірку теоретичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 22.03.2024	викон.
8	Робота над аналітичною частиною кваліфікаційної роботи	25.03.2024- 15.04.2024	викон.

9	Подання на перевірку аналітичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 16.04.2024	ВИКОН.
10	Робота над рекомендаційною частиною кваліфікаційної роботи	17.04.2024- 30.04.2024	ВИКОН.
11	Подання на перевірку рекомендаційної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 15.05.2024	ВИКОН.
12	Попередній захист кваліфікаційної роботи	28.05.2024	ВИКОН.
13	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	до 01.06.2024	ВИКОН.
14	Захист кваліфікаційної роботи	17.06.2024 – 18.06.2024	ВИКОН.

Здобувач _____  _____ **Немченкова О.О.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи _____  _____ **Рібейро Рамос О.О.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ.....	7
1.1. Особливості малого бізнесу в туристичній індустрії країни.....	7
1.2. Сучасні підходи до розвитку туристичної діяльності суб'єктів малого бізнесу.....	16
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ діяльності ТОВ «Щастя тревел» як суб'єкта туристичного ринку	24
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «Щастя Тревел».....	24
2.2. Організаційний аналіз туристичної діяльності ТОВ «Щастя Тревел».....	28
2.3. Аналіз ефективності туристичної діяльності суб'єкта малого бізнесу.....	32
Висновки до розділу 2.....	38
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ	43
3.1. Напрями розвитку малого підприємництва в сфері туризму	43
3.2. Розробка стратегії розвитку туристичної діяльності ТОВ «Щастя Тревел».....	48
Висновки до розділу 3.....	55
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Розвиток туризму в Європі та в усьому світі виявився важливою складовою економіки цих країн, а доходи від туристичних подорожей становлять значну частину їхніх бюджетів. Туризм розвиває різні частини інфраструктури, включаючи сферу послуг, створює велику кількість робочих місць і забезпечує необхідні умови для проведення туристичних кампаній.

Підприємництво в туристичному секторі сприяє зростанню національного ВВП, вирішенню соціальних проблем, прискоренню зростання бюджету та загальному національному розвитку. За даними Всесвітньої туристичної організації, на туристичний сектор припадає близько 9% світового ВВП (близько 7,2 трлн доларів США) та 11-те місце за рівнем зайнятості у світі. Основними учасниками туристичного ринку є малі та середні підприємства (МСП). Успіх туристичного сектору в цілому залежить від того, наскільки ефективно уряд може спрямовувати та підтримувати МСП у пріоритетних сферах. Крім того, динамічність розвитку туристичного бізнесу визначається низкою факторів. У цьому контексті доцільно проаналізувати основні проблеми та виклики, з якими стикаються сучасні підприємці у сфері туризму.

Питання підприємницької діяльності в туристичній сфері досить широко представлено в економічній літературі. Зокрема, теоретичні засади розвитку підприємницької діяльності в туристичній сфері досліджували Кифяк В.Ф., Рогоза М.Є., Рассохина Т.В. Туризм на регіональному рівні та сутність управління інвестиційним забезпеченням розвитку готельних проєктів вивчали Богдан Н. М., Кравець О. М., Соколенко А. С.

Важливість дослідження розвитку підприємницької діяльності в туристичній галузі в сучасних умовах зумовлена низкою складних і невирішених питань, пов'язаних із впливом глобальних процесів на діяльність туристичних підприємств.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка рекомендацій щодо удосконалення підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу у туристичній індустрії.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

Визначити теоретичні аспекти розвитку туризму

Проаналізувати формування та реалізацію туристичного продукту компанії ТОВ «ЩАСТЯ ТРЕВЕЛ»

Визначити перспективи впровадження сучасних технологій розвитку малого підприємництва у сфері туризму.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси підприємницької діяльності у сфері туризму.

Предмет дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти розвитку підприємницької діяльності ТОВ «Щастя Тревел».

Методи дослідження. Теоретичний аналіз та узагальнення науково-методичної літератури, документальних матеріалів та інших джерел (аналіз і узагальнення; систематизація джерел науково-методичної літератури), методи навчання (спостереження, тестування, моделювання, що передбачають етапи визначення та формування).

Інформаційну базу роботи складають науково-методична література, документальні матеріали та інші джерела що стосуються матеріалу, що вивчаємо.

Практичне значення отриманих результатів. Реалізація розроблених пропозицій спроможна оптимізувати розвиток підприємницької діяльності у сфері туризму.

Структура та обсяг дипломної роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури. Основний зміст роботи викладено на 57 сторінках. Робота містить 7 таблиць, 4 рисунки, список використаних джерел із 30 найменувань та 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ

1.1. Особливості малого бізнесу в туристичній індустрії країни

Термін "підприємництво" вперше вжив французький економіст Річард Кантільйон на початку 18 століття. Він розглядав його як самостійну діяльність, спрямовану на отримання доходу (прибутку) та пов'язану з економічним ризиком. Термін "підприємництво" асоціюється з економічною діяльністю, спрямованою на отримання прибутку, тобто з підприємницькою господарською діяльністю.

Сучасна економічна наука вважає, що для розвитку бізнесу необхідні не лише земля та її багатства, праця і капітал, а й підприємницька здатність до створення особливого ресурсу - інтелекту. Це є підставою для підтвердження того, що головним ресурсом для підприємців у сфері туризму є не гроші, інструменти чи праця, а управлінський талант (підприємницькі здібності) та знання психології споживача туристичного продукту і суспільних потреб у туристичній сфері [2, С. 161].

Підприємців слід відрізняти від менеджерів. Підприємці - це ініціативні та незалежні суб'єкти ринку. Вони діють на власний ризик, використовують власні ресурси і несуть повну відповідальність за результати своєї діяльності.

Менеджери - це, як правило, наймані працівники, які виконують завдання, поставлені підприємцем. У своїй діяльності менеджери піддають ризику майно підприємця, але також можуть нести договірну відповідальність. Підприємець може поєднувати в собі характеристики власника ресурсів (капіталу) і менеджера. Його часто порівнюють з гравцем в економіці, який не тільки вкладає капітал у гру, але й знає правила гри і може

використовувати їх на власний розсуд, як самостійно, так і разом з менеджером.

Виникнення туристичного підприємництва пов'язане з переходом туризму на комерційну основу, тобто з появою різноманітних платних туристичних послуг як основи ринкових відносин.

Згідно з чинним законодавством України, підприємництво визначається як безпосередня, самостійна, систематична, на власний ризик діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, виконанням робіт та наданням послуг з метою отримання прибутку, що здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти господарювання у порядку, встановленому законодавством.

З цього визначення видно, що підприємництво також включає в себе надання послуг. Таким чином, надання туристичних послуг є предметом підприємницької діяльності для всіх організацій туристичного сектору.

Статус суб'єкта підприємницької діяльності набувається фізичними та юридичними особами через державну реєстрацію. Економічною передумовою, на якій базується підприємництво, є приватна власність на засоби виробництва. Крім приватної власності, інші умови для розвитку підприємництва в туризмі, зокрема:

- стабілізація економічної та соціальної політики держави;
- пільговий податковий режим для соціального туризму;
- сприятлива інфраструктура для підприємництва, від ліцензування до національних регуляторних та управлінських органів;
- гнучкі ринкові механізми участі туристичної галузі в процесі глобалізації та інтеграції України в європейські та світові економічні структури.

Основною метою підприємництва в туризмі є розробка маршрутів, створення туристичних потоків за обраними маршрутами, виробництво туристичних продуктів, надання туристичних послуг, доповнення туристичних продуктів відповідно до споживчого попиту та отримання

прибутку (доходу) для себе [23]. Збиткова діяльність не вважається підприємницькою. Тому основна відмінність між підприємцями та іншими суб'єктами, які займаються діяльністю, що приносить користь суспільству і людям, пов'язана з тим, чи зобов'язані вони отримувати прибуток (дохід). У цьому сенсі термін "підприємництво" ототожнюється з поняттям "бізнес".

Туризм відіграє важливу роль в економіці багатьох країн. Дійсно, туризм став важливою частиною економіки, приносячи дохід і будучи непрямим джерелом іноземних інвестицій. Туризм об'єднує низку видів діяльності, таких як розміщення, транспорт, зв'язок, засоби масової інформації, організація заходів та сільське господарство.

Основними функціями сектору є збільшення валютних надходжень, перерозподіл доходів, створення робочих місць, продаж товарів і послуг, необхідних туристам, покращення транспортного сполучення та збагачення економіки [17, с. 29].

Ділову активність у туристичному секторі прийнято класифікувати на такі види [20, с. 26]:

- виробнича - розробка туристичних послуг та супутніх туристичних продуктів;
- комерційна - посередницька діяльність, основним завданням якої є просування та реалізація туристичних продуктів споживачам;
- фінансова - комплекс заходів щодо залучення та перетворення коштів для відтворення туристичних послуг бізнесу;
- консалтингова - надання консультацій з питань управління, аналізу можливостей підприємств, управління фінансовими ресурсами, маркетингу та інших видів діяльності.

Таким чином, туристичний бізнес включає діяльність, спрямовану на отримання прибутку від виробництва і реалізації туристичного продукту та окремих послуг, необхідних для задоволення потреб туристів.

Підприємницькі можливості в туристичній галузі можна класифікувати наступним чином [28, с. 120]:

- 1) Можливості розміщення: готелі, мотелі, кемпінги, заїжджі двори;
- 2) Можливості відпочинку: парки, парки розваг, пляжні види спорту, спортивні споруди, хостели;
- 3) Транспортні можливості: туристичні агентства, таксі, прокат велосипедів;
- 4) Торгівельні можливості: кіоски, магазини, ринки;
- 5) Культурні можливості: ремесла, постійні виставки;
- 6) Можливості охорони здоров'я лікарні, аптеки, лабораторії;
- 7) Бізнес-можливості: паспортні послуги, послуги зв'язку;
- 8) Фінансові можливості: банки, страхування, обмін валют;
- 9) Можливості громадського харчування: ресторани, фаст-фуд, кафе, кав'ярні.

Підприємницька діяльність у туристичному секторі характеризується низкою особливостей, які слід враховувати при підготовці пропозицій щодо розвитку туристичного бізнесу.

Найважливішою особливістю туристичного підприємництва є створення та розвиток туристичної індустрії, яка виникає завдяки масовому попиту на туристичні послуги.

Туристична індустрія - це сукупність юридичних і фізичних осіб у сфері економічної та соціальної діяльності, які надають туристам такі послуги, як тимчасове розміщення, харчування, транспорт, екскурсійне обслуговування, відпочинок і розваги. Організація підприємницької діяльності в туристичному секторі означає, що турист для того, щоб спожити туристичний продукт або певну туристичну послугу, повинен особисто прибути до місця, де вони пропонуються. Цю особливість туристичного бізнесу називають "невидимим експортом". Це пов'язано з тим, що туристичне споживання спрямоване на придбання уречевлених (матеріальних) благ, які відображають історичні, національні, соціологічні та інші особливості відвідуваної дестинації [14 с. 48 -52]. У цьому сенсі туристичне споживання і ринок туристичних послуг є культурно орієнтованими з пізнавальним і романтичним виміром, тоді як

туристичні послуги є нематеріальними, хоча й глибоко виразними. Прикладом може слугувати висока пізнавальна сила історії, розказаної гідом.

Ще однією особливістю роботи в туристичному секторі є те, що надання туристичних послуг залежить від конкретного договору купівлі-продажу туру. За цим договором одна сторона (туроператор, турагентство) зобов'язується надати комплекс туристичних послуг, тобто туристичний продукт, замовлений іншою стороною (туристом) за обумовлену плату [12].

Договір на туристичне обслуговування укладається в письмовій (електронній) формі відповідно до загальних положень про договір про надання послуг, якщо інше не передбачено законодавством України. Договір на туристичне обслуговування може укладатися шляхом видачі ваучера, який є письмовою формою договору на туристичне та екскурсійне обслуговування. У договорі обумовлюється вид послуги, умови її надання, загальна вартість, розмір фінансової відповідальності туроператора та інші дані, що визначаються характером правочину. Таким чином, туристи можуть бути поінформовані про повний спектр туристичних послуг у місці призначення лише після того, як вони їх оплатять.

Ділова активність у туристичному секторі пов'язана з впливом зовнішніх ефектів. Суть цих ефектів полягає в тому, що виробництво, генерування, продаж і споживання туристичних послуг створюють зовнішні вигоди для туристичних підприємств на різних рівнях і в різних напрямках. При цьому існують як позитивні, так і негативні зовнішні ефекти, що створюються туризмом [4 с 62 – 68].

До позитивних наслідків відносяться:

- доходи від нетуристичного бізнесу завдяки збільшенню продажів товарів і послуг, що не входять до туристичного продукту;
- розвиток інфраструктури в туристичних дестинаціях;
- збільшення кількості робочих місць і зниження рівня безробіття;
- збільшення надходжень до бюджету від податків і зборів, що надходять від туристичної діяльності.

Негативні наслідки туризму включають забруднення навколишнього середовища, шкоду дикій природі та загальне погіршення стану довкілля.

Нарешті, важливою особливістю підприємницької діяльності в туризмі є те, що туристичні послуги та продукти не можна накопичувати і зберігати для подальшого споживання. Це стосується, наприклад, номерів у готелях, кают на круїзних суднах і купе в поїздах, які не можна продати. Якщо продажі не відбуваються, туристичні компанії зазнають збитків. Тому багато підприємців пропонують знижки та інші пільги, щоб стимулювати продаж туристичних послуг [12].

Оскільки туристична діяльність є невід'ємною частиною виробництва та споживання послуг, а туризм - це об'єднана в часі та просторі система виробництва та споживання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, то підприємництво в туризмі покликане задовольняти комплексні потреби туристів та приносити користь підприємцям. Це сукупність різних видів діяльності, спрямованих на задоволення комплексних потреб туристів та отримання прибутку підприємцями. Отже, туристичне підприємництво включає діяльність, спрямовану на отримання прибутку від виробництва та реалізації продуктів (окремих послуг), необхідних для задоволення потреб туристів [1].

Туристичну діяльність слід розглядати як товарно-грошові відносини між туристами, туристичними підприємствами, засобами розміщення та службами дестинації.

Зростаючий попит на туристичні послуги загальної якості призвів до масового виробництва таких послуг, що в свою чергу призвело до надання послуг туристам і продажу продуктів на конвеєрі. З'явилися різні комерційні структури та органи державної влади, які виробляють різні компоненти для створення та продажу туристичних продуктів. Така ситуація зумовила необхідність сертифікації та стандартизації в туристичній сфері, гармонізації національних стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, вимог до туристичних дестинацій,

взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності, раціонального використання обмежених туристичних ресурсів та рекомендацій, норм і правил щодо якості туристичних послуг. Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, пов'язаний з безпекою життя і здоров'я, захистом майна та охороною навколишнього середовища. Порядок проведення сертифікації послуг у сфері туризму визначається Кабінетом Міністрів України [2 с 162-168].

Розглядаючи роль підприємництва як на рівні туристичної галузі в цілому, так і на рівні окремих дестинацій та туристичних організацій, слід зазначити, що підприємництво виконує низку функцій:

По-перше, оскільки мотивацією підприємництва є максимізація прибутку, воно є важливим чинником зміни структури туристичної галузі через механізм переливу капіталу з менш прибуткових підприємств у більш прибуткові. Прагнення до максимального прибутку є "розсадником" конкуренції;

По-друге, мінімізує витрати та економічні ризики, пов'язані з банкрутством, заохочуючи ефективне створення та використання туристичних ресурсів;

По-третє, створює стимули для професійного розвитку працівників сфери туризму та наближає рівень туристичних послуг до міжнародних вимог.

Загалом, підприємництво сприяє відродженню та розвитку економіки туризму, створює інноваційне середовище та прокладає шлях до змін і є рушійною силою економічного розвитку не тільки в туристичній економіці, але й у країні в цілому.

На рівні національної економіки центральні та місцеві органи влади багатьох країн розробили та впровадили програми і політику заохочення та підтримки створення нових підприємств, а також підвищення статусу та ролі МСП у туристичному секторі.

Аналіз державного регулювання та інфраструктурної підтримки розвитку туризму в інших країнах [2; 4] свідчить, що заходи, спрямовані на

збільшення частки внутрішнього та міжнародного туризму, повинні супроводжуватися розвитком підприємництва як рушійної сили економіки.

Важливо активно розвивати централізоване управління туристичною галуззю разом з програмами, директивами та кодифікацією туристичної галузі, враховуючи скоординовану взаємодію всіх інституцій, відповідальних за якість туристичних послуг. Розвиток найбільш економічно слабких і депресивних регіонів можна стимулювати шляхом підтримки малого і середнього бізнесу та молодіжного підприємництва, насамперед через розвиток туризму. Додаткові інвестиції можна залучити через програми розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, як показують успішні приклади європейських країн. Будь-яка програма сприяння підприємству в туристичному секторі повинна включати не лише законодавчі ініціативи, але й конкретні заходи фінансової підтримки, такі як податкові пільги та безвідсоткові кредити.

Навчання підприємців та залучення молоді до туристичного сектору має бути включено до переліку ключових напрямків та програм розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Глобальні фактори споживчих переваг необхідно враховувати при формуванні заходів підтримки розвитку національного та регіонального туризму з метою суттєвого збільшення кількості туристів.

1. Поєднання ділових цілей з програмами туризму та відпочинку.
2. Розвиток недорогих варіантів туризму.
3. Соціальний туризм. Цей тренд включає в себе соціальний туризм, де зберігається попит на оздоровчі тури, які допомагають покращити фізичне здоров'я, а також зменшити витрати на подорожі.

4. Розвиток екологічного туризму. Вибір найбільш екологічно чистих туристичних маршрутів та пошук нових екотуристичних дестинацій - це тренд, який наразі відкриває абсолютно нові напрямки в розвитку сучасної туристичної індустрії [7].

5. Вплив ділової активності туристичного сектору на місцеву економіку можна охарактеризувати наступними показниками.

6. Залучення іноземної валюти в економіку; зайнятість населення в різних секторах;

7. Динамічний ринок роздрібної торгівлі;

8. Пожвавлення роботи аеропорту та транспортної системи;

9. Збільшення інвестицій; зростання місцевого виробництва та промисловості;

10. Збільшення інвестицій у приватний сектор (будівництво готелів та інші супутні послуги).

Туризм має значний вплив на різні сектори економіки, включаючи курорти, будинки відпочинку, сферу послуг, готелі, центри розвитку бізнесу та туристичні агенції. Основними внесками туристичного підприємництва в економічний розвиток будь-якої країни є [17 с 29 - 32]:

1) створення туристичними підприємцями можливостей для працевлаштування;

2) підвищення рівня життя населення через збільшення доходів туристичних підприємців;

3) розвиток сільських територій (сільський туризм, зелений туризм, екологічний туризм).

Вивчення різних форм сприяння підприємництву в туристичному секторі показує, що підтримка повинна надаватися в різних сферах, таких як фінансування, консультування, інформація, інфраструктура та навчання. Залучення підприємництва до туристичної діяльності не тільки позитивно впливає на рівень економічного розвитку, але й створює якісно іншу сферу розвитку в контексті стримування зростання сировинного сектору економіки та розвитку інвестиційного потенціалу МСП.

1.2. Сучасні підходи до розвитку туристичної діяльності суб'єктів малого бізнесу

Стратегічною метою розвитку туристичної галузі України є вихід на світовий рівень надання туристичних послуг. Основними передумовами для цього є географічне розташування, наявність природного, історико-археологічного туристичного потенціалу та конкурентоспроможність туристичних послуг. Україна сьогодні визнає важливість розвитку туристичної галузі як ефективного засобу оздоровлення національної економіки, генерування значних валютних надходжень та створення великої кількості нових робочих місць.

Для досягнення цієї мети українська туристична галузь потребує великої кількості висококваліфікованих фахівців у сфері створення та надання туристичних послуг. У туристичному секторі працює велика кількість компаній, що пропонують широкий спектр послуг. Туроператори та турагентства інтегрують та надають інформацію споживачам про послуги, що пропонуються цими компаніями [19 с. 43 - 45].

Інтегроване управління туристичними дестинаціями спрямоване на вирішення таких завдань - збереження та розвиток наявного туристичного потенціалу, забезпечення необхідних умов для організації туристичного обслуговування, регулювання та підтримка економічних відносин між підприємствами, що здійснюють туристичну діяльність, та забезпечення якості туристичних послуг. Таким чином, туристична дестинація - це об'єкт певного комплексу інтегрованого управління, який при ефективному функціонуванні в контексті сталого розвитку туризму здатний забезпечити збереження та примноження наявних туристичних ресурсів, а також позитивні економічні та соціальні ефекти.

Туристи можуть виступати елементом об'єкта управління. Туристів "ведуть" по маршруту з чіткими правилами (що дозволено, а що заборонено). Суб'єкти управління (переважно місцеві органи влади) не керують туристами

в загальному сенсі, але опосередковано впливають на розвиток туристичного сектору, створюючи сприятливі умови (наприклад, виділення землі для розвитку дестинації, вдосконалення законодавства).

Двоїста природа туристів, яка включає в себе елементи суб'єктів управління та гостей, передбачає, що фактори, процеси, явища та відносини (наприклад, якість туристичних послуг, технологічні процеси приготування їжі, особливості атракцій тощо), які впливають на гостей, а не на самих туристів (наприклад, якість туристичних послуг, технологічні процеси приготування їжі, особливості атракцій тощо), повинні визначатися суб'єктом управління. Тому суб'єкт управління повинен в першу чергу задовольняти потреби туриста та створювати найкращі умови для ефективного функціонування керованого об'єкту [23 с. 12 - 18].

Виходячи з цього, суб'єкт управління стає організацією з управління туристичною дестинацією, яка може бути представлена в різних організаційно-правових формах, передбачених законодавством. Основним питанням в управлінні туристичною дестинацією є позиція управління в туристичному середовищі.

Туристична дестинація як об'єкт управління підпорядковується загальним правилам, механізмам і методам управління організацією [21 с. 25-28].

Принципи управління туристичною дестинацією базуються на класичних принципах управління проектами:

- 1) цілеспрямованість означає, що туристична дестинація є проектом для досягнення кінцевої мети;
- 2) системність означає, що інноваційні проекти розглядаються з системної точки зору;
- 3) мета означає, що туристична дестинація є проектом для досягнення кінцевої мети;
- 4) ціль означає, що туристична дестинація є проектом для досягнення кінцевої мети.

Це означає, з одного боку, що процес управління проектом є єдиним цілим зі своїми законами формування та розвитку, а з іншого - можливість поділу проекту на підсистеми та аналізу взаємозв'язків між ними. Це дає можливість досліджувати і проектувати раціональні зв'язки між підсистемами, їх взаємовідносини і залежності, а також робити кількісні та якісні оцінки ходу виконання проекту і його окремих частин.

На практиці це вимагає формулювання комплексу взаємопов'язаних інституційних, економічних, правових, політичних, технічних, технологічних та інших заходів для забезпечення чіткої структуризації та реалізації проекту; комплексність передбачає врахування взаємозв'язку і залежності явищ. Комплексний підхід передбачає: спільне використання різних форм і методів управління при розробці та впровадженні інновацій; оцінку всіх загальних цілей управління за рівнями та їх зв'язок з організаційно-виробничою структурою підприємства; взаємозв'язок окремих елементів проекту та їх зв'язок з основною (кінцевою) метою проекту, оцінку окремих питань проекту з точки зору часових інтервалів; забезпеченість, тобто виконання всіх заходів, передбачених проектом, різними видами ресурсів, необхідних для їх реалізації; ціна проекту.

Функції управління дестинацією включають загальні або основні функції управління та спеціалізовані або специфічні функції управління. Основні функції виконуються будь-якою системою управління і відповідають найважливішим видам управлінської діяльності.

Туристичні дестинації є спеціалізованим комплексом, що підлягає інтегрованому управлінню, і при ефективному функціонуванні в контексті сталого розвитку туризму можуть досягти позитивних економічних і соціальних вигод, а також захистити і примножити існуючі туристичні ресурси. Враховуючи тісний взаємозв'язок між туристичними дестинаціями та регіональним розвитком, дуже важливо враховувати відповідні критерії сталого розвитку в регіоні, тобто чи існує концепція сталого розвитку в регіоні та чи існують ініціативи або робочі групи, що діють у цій сфері [21 с. 50 - 54].

У цьому випадку функціональна система буде орієнтована на майбутнє і напрямок розвитку системи регіонального управління, а не на її сьогоденну реальність.

З точки зору територіального підходу, найбільш важливими і системними загальними функціями управління туристичною дестинацією є:

Прогнозування і планування. Ця функція пов'язана з вивченням комплексу місцевих особливостей природи, населення, господарства та закономірностей їх просторової організації. Ця функція пов'язана з визначенням раціональної форми розподілу ролей в управлінні, регламентацією організаційної структури управління, регламентацією операцій, визначенням повноважень і відповідальності органів управління, застосуванням правил координації прийняття рішень тощо.

Організація управління туристичною дестинацією певною мірою базується на функціях самоуправління та саморегулювання, що ґрунтуються на єдності процесів територіальної самоорганізації природи, населення та господарства. Вона забезпечує узгодженість дій в управлінні регіональними підсистемами з урахуванням ритмів природи (сезонності), ритмів виробництва і технологій, циклічності регіонального розвитку. Значення цієї функції зростає з розвитком структури і функціонування територіальної системи та підвищенням рівня територіальної ієрархії. Її реалізація пов'язана з формуванням управлінських актів (наказів, розпоряджень) щодо усунення відхилень і невідповідностей у розвитку територіальної системи цілям, виявленим і оціненим під час виконання функції моніторингу та аналізу територіальної системи [21 с. 50 - 54].

Моніторинг пов'язаний з постійним виявленням та оцінкою дисбалансів, недоліків, небезпечних і несприятливих явищ та інших перешкод на шляху сталого розвитку соціально-економічної підсистеми дестинації та природного середовища з точки зору поставлених цілей і завдань управління. Ця функція включає виявлення та попередню оцінку поточного стану об'єкта управління,

виявлення відхилень між поточним станом та очікуваним (запланованим) станом, кількісну та якісну оцінку відхилень.

Відхилення від фактичного та запланованого стану викликані об'єктивними та суб'єктивними причинами, що виникають у процесі функціонування регіональної системи в цілому. До таких причин належать проблеми всередині та між секторами регіонального розвитку, стан навколишнього середовища та економічна ситуація в країні. Для забезпечення моніторингу необхідно організувати відповідну матеріальну базу та спеціальну інформаційну систему, що включає засоби збору і передачі інформації та зберігання даних.

Системний аналіз - це функція, яка фокусується на врахуванні специфічних характеристик дестинації та особливостей її природних і соціально-економічних умов. Як наслідок, необхідно спиратися на досвід фахівців, знайомих з особливостями території, включаючи її історію, етнічні та культурні традиції, менталітет населення та досвід управління. Реалізація цієї функції вимагає постійного розвитку системи управління інформацією, а також технічної та організаційної інфраструктури для збільшення можливостей швидкого збору та обробки нових даних.

Запропонована структура управлінських функцій є необхідною і достатньою для організації ефективного управління розвитком дестинації з урахуванням переваг регіонального розвитку.

Дестинацію слід розглядати як інноваційний та сталий туристичний проект, що постійно розвивається, а функція управління повинна бути підкріплена такими специфічними функціями, як - управління цільовою територією, якістю, часом і витратами - управління людськими ресурсами і трудовими ресурсами.

У ході реалізації проекту на різні періоди часу необхідна різна кількість фахівців з різною кваліфікацією. Оскільки ядро цих експертів формує тимчасову команду проекту, проект потребує відбору людей, розподілу завдань і обов'язків та організації ефективної командної роботи.

Управління комунікаціями або управління інформацією забезпечує своєчасне реагування на зовнішні та внутрішні впливи. Всі функції однаково важливі. Кожна функція має свою специфіку та зміст, і всі вони взаємозалежні та взаємопов'язані.

Одна функція впливає на іншу і навпаки:

- Технічна здійсненність (визначається предметом і якістю проекту);
- Конкурентоспроможність (визначається якістю, часом і вартістю);
- Трудомісткість (зусилля, витрачені на проект, що вимірюються часом і вартістю);
- Здійсненність (визначається предметом, предметною областю, вартістю і ризиком);
- Ефективність проекту (визначається кваліфікацією персоналу, комунікацією, засобами зв'язку і логістичними системами).

Ефективність діяльності туристичних підприємств залежить від правильного застосування різних методів управління, на які впливають складність інституційного середовища, структура власності, специфіка місії та інші фактори. Методи управління - це способи впливу на окремих працівників і виробничий колектив в цілому з метою досягнення поставлених керівництвом цілей. Підставою для класифікації методів управління є внутрішній зміст мотивів, якими керуються люди в процесі своєї життєдіяльності. Найпоширенішими методами управління в туристичній галузі, рис.1.1, є:

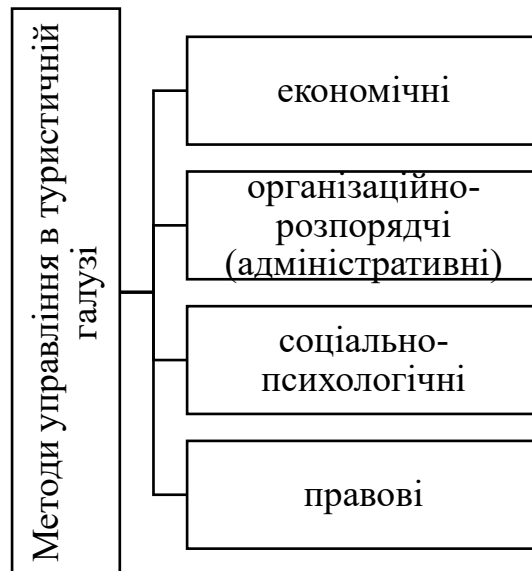


Рис 1.1 Методи управління в туристичній галузі.

Висновки до розділу 1:

Для досягнення цілей найбільш ефективним способом і забезпечення інтересів суспільства, підприємства та окремих працівників є: система економічних важелів і заходів, які впливають на об'єкти управління з метою найефективнішого досягнення поставлених цілей і забезпечення узгодженості інтересів суспільства, підприємства та окремих працівників [20 с 91 - 96].

Важелі економічного механізму відповідають соціально-економічній природі організації і є одним з факторів розвитку ринкового виробництва та обміну.

Економічні методи включають фінансування, кредитування, оподаткування, регулювання цін і матеріальне стимулювання. Економічні методи створюють стабільний механізм економічної зацікавленості працівників у кінцевому результаті діяльності. Економічні методи характеризуються ефективним прямим впливом на економічні (матеріальні) інтереси окремих працівників і колективу в цілому на туристичному підприємстві.

Крім економічних методів, в практиці управлінням розвитку використовуються також організаційно-розпорядчі методи (у деяких

літературних джерелах їх називають управлінськими методами). Адміністративні методи - це системи прямого управлінського впливу на підлеглих. Цей вплив використовується для реалізації нормативних управлінських дій та індивідуальних управлінських дій.

Нормативні акти управління (наприклад, статут підприємства, правила та інструкції для структурних підрозділів) визначають завдання, обов'язки, функції, права та відповідальність підприємства, його підрозділів та менеджерів. Ключовими факторами успішного управління є співпраця між різними стейкхолдерами, включаючи урядові та недержавні організації, місцеві влади та громадські організації. Крім того, підтримка малих підприємств та заохочення їхньої підприємницької діяльності сприяє розвитку туризму на локальному рівні. Інноваційні підходи та використання сучасних технологій також можуть відігравати важливу роль у просуванні та розвитку туристичної галузі, забезпечуючи більш ефективне та зручне обслуговування туристів.

Крім того, важливо підтримувати розвиток інфраструктури, зокрема транспортної та готельно-ресторанної, що сприятиме зручності та комфорту туристів. Розробка та впровадження якісних маркетингових стратегій, спрямованих на просування туристичних напрямків, також може позитивно вплинути на зростання туристичного потоку. Необхідно також звертати увагу на підтримку та розвиток культурно-туристичного обміну, що сприяє розумінню та взаємному збагаченню різних культур. Остаточо, важливо поєднувати різноманітні підходи та заходи з метою створення збалансованого та стабільного туристичного середовища, яке забезпечить користь як для місцевого населення, так і для туристів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЩАСТЯ ТРЕВЕЛ» ЯК СУБ'ЄКТА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «Щастя Тревел»

Товариство з обмеженою відповідальністю "Щастя Тревел" є юридичною особою, зареєстрованою в Україні під кодом ЄДРПОУ 35092823 з датою реєстрації 24 квітня 2007 року. Статус юридичної особи підтверджує, що підприємство не перебуває в процесі припинення, забезпечуючи стабільність та надійність у веденні бізнесу. Уповноваженою особою, що представляє інтереси ТОВ "Щастя Тревел", є Федченко Марина Миколаївна, яка відповідає за управління діяльністю компанії та виконання організаційно-правових обов'язків.

Розмір статутного капіталу підприємства становить 42 000,00 грн, що забезпечує фінансову підтримку його діяльності та розвитку [30].

У табл. 2.1. наведено основні показники діяльності підприємства за останні 3 роки.

Таблиця 2.1.

Основні показники діяльності ТОВ «Щастя Тревел» за 2020-2022 роки [9, 30]

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відх.2022/2020,%
Чистий дохід від реалізації, грн.	1 200 000	1 460 000	870 000	72,5%
Прибуток, грн.	600 000	850 000	380 000	63,3%
Кількість туристів, осіб	700	950	500	71,4%

Кількість працівників, осіб (включаючи френчайзингові агенції)	3	3	3	0
--	---	---	---	---

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних компанії

Аналіз основних показників діяльності ТОВ «Щастя Тревел» за період 2020-2022 років виявляє значні зміни в оперативній ефективності та обсягах діяльності компанії, що в значній мірі були спричинені глобальними та локальними викликами, включаючи військові дії в Україні у 2022 році.

У 2020 році, незважаючи на виклики, пов'язані з початком пандемії COVID-19, компанія змогла генерувати чистий дохід від реалізації продукції на рівні 1 200 000 тисяч гривень і прибуток у розмірі 600 000 тисяч гривень. Кількість туристів у цей період склала 700 осіб, що можна розцінювати як стабільний показник з урахуванням світових обмежень на подорожі.

Протягом 2021 року компанія спостерігала помітне зростання у всіх ключових показниках. Чистий дохід зріс до 1 460 000 тисяч гривень, прибуток досягнув 850 000 тисяч гривень, а кількість обслуговуваних туристів зросла до 950 осіб. Це свідчить про успішне відновлення та адаптацію компанії до змінних умов ринку, а також про ефективність впроваджених стратегій розвитку та маркетингу (рис.2.1).

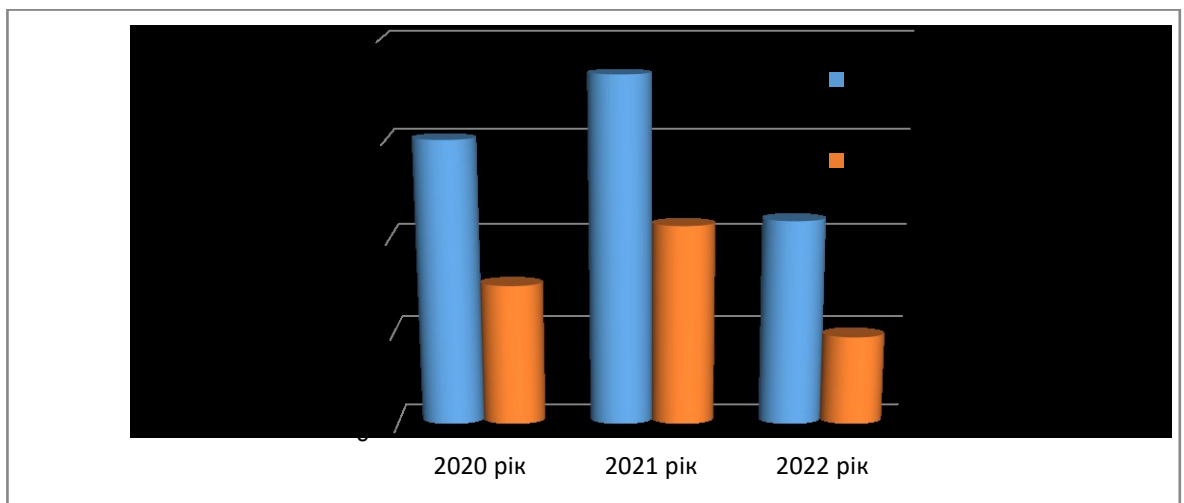


Рис.2.1. Співвідношення прибутку за 2020-2022 роки

Однак, 2022 рік приніс нові виклики у зв'язку з військовими діями на території України, що призвело до значного зниження кількості туристів та відповідного падіння дохідності та прибутковості компанії. Чистий дохід від реалізації продукції знизився до 870 000 тисяч гривень, прибуток скоротився до 380 000 тисяч гривень, а кількість туристів зменшилася до 500 осіб (рис.2.2.). Незважаючи на збереження сталої кількості працівників, що свідчить про зусилля компанії щодо збереження робочих місць та команди, загальний вплив війни значно обмежив можливості для туристичної індустрії.

Період 2020-2022 років став свідченням високої волатильності ринку туристичних послуг та необхідності постійної готовності до швидкої адаптації до зовнішніх умов.

Незважаючи на виклики, «Щастя Тревел» продемонструвало здатність зберігати стабільність і прагнення до подальшого розвитку, шукаючи нові можливості для відновлення та зростання в майбутньому.

Аналіз динаміки основних показників діяльності підприємства туристичного бізнесу відображено більш ширше у табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

**Аналіз динаміки основних показників діяльності
ТОВ «Щастя Тревел» за 2020-2022 роки**

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відх.2022/2020,%
Обсяг реалізованих послуг, продукції, грн.	1200 000	1460 000	870 000	72,5%
Кількість туристів або споживачів туристичного продукту, люд.	700	950	500	71,4%
Загальна кількість днів туру, дн.	7000	9500	5000	71,42%
Середня вартість спожитого туристичного продукту, грн.	17500	15370	17400	99,4%
Операційні витрати на 1 грн. реалізованої продукту, послуги, грн.	0.5	0.42	0.56	11,2%

Фонд оплати праці, тис. грн.	120 000	140 000	100 000	83,3%
Середня кількість працівників, люд.	3	3	3	0
Середня заробітна плата, грн./міс.	40 000	46 667	33 333	83,33%
Середня продуктивність праці працівника, грн./міс.	400 000	486 667	290 000	72,5%
Середня кількість туристів на одного працівника, люд.	233	317	167	71,67%
Чистий прибуток, тис. грн	600 000	850 000	380 000	63,3%

Таким чином, аналіз динаміки основних показників діяльності ТОВ «Щастя Тревел» за період 2020-2022 років вказує на значні коливання у фінансових та оперативних результатах компанії, що відображають вплив зовнішніх чинників на туристичний сектор України.

У 2020 році компанія показала стабільну діяльність з обсягом реалізованих послуг у грошових одиницях 1 200 000 тисяч гривень та чистим прибутком у 600 000 тисяч гривень. Кількість туристів склала 700 осіб, що при загальній кількості днів туру в 7000 днів, вказує на активний попит на туристичні послуги компанії незважаючи на початок пандемії COVID-19.

Протягом 2021 року спостерігається зростання у всіх ключових показниках: обсяг реалізованих послуг збільшився до 1 460 000 тисяч гривень, чистий прибуток досяг 850 000 тисяч гривень, а кількість туристів зросла до 950 осіб. Це свідчить про успішну адаптацію компанії до умов ринку та зростаючого інтересу до внутрішнього туризму.

Однак, 2022 рік приніс різке зниження показників через військові дії в Україні. Обсяг реалізованих послуг зменшився до 870 000 тисяч гривень, чистий прибуток скоротився до 380 000 тисяч гривень, а кількість туристів впала до 500 осіб. Зростання операційних витрат на один гривню реалізованої продукції до 0.56 грн. відображає збільшення витрат у зв'язку зі складнішими умовами ведення бізнесу.

Незмінна кількість працівників протягом трьох років та зменшення середньої заробітної плати в 2022 році до 33 333 грн./міс. вказують на спроби компанії зберегти свою команду та оптимізувати витрати в умовах кризи.

Падіння середньої продуктивності праці працівника у 2022 році до 290 000 грн/міс. та зменшення кількості туристів на одного працівника до 167 осіб демонструють зниження загальної ефективності діяльності компанії.

Отже, ТОВ «Щастя Тревел» зіткнулося з серйозними викликами в 2022 році, які спричинили зниження основних показників діяльності. Втім, здатність компанії адаптуватися до складних умов, збереження стабільної команди та зусилля з оптимізації витрат можуть сприяти подальшому відновленню та розвитку в майбутньому.

2.2. Аналіз технологій туристичної діяльності підприємства

Основною організаційно-правовою формою "Щастя Тревел" є товариство з обмеженою відповідальністю, що дозволяє компанії ефективно функціонувати на ринку туристичних послуг, мінімізуючи особисту відповідальність учасників за зобов'язаннями підприємства. Підприємство має ліцензію на здійснення основного виду діяльності, зазначеного за кодом 79.11, що включає діяльність туристичних агентств. Це дозволяє "Щастя Тревел" легально надавати послуги з організації туристичних поїздок, бронювання авіаквитків, готелів, оформлення віз та інших супутніх послуг, спрямованих на забезпечення комфортних та безпечних подорожей для своїх клієнтів.

Організаційна структура ТОВ "Щастя Тревел" розроблена таким чином, щоб забезпечити ефективне управління всіма аспектами діяльності туристичної компанії. Структура управління включає кілька ключових підрозділів, кожен з яких відповідає за певну сферу роботи і спрямований на досягнення загальних цілей підприємства.

Організаційна структура ТОВ "Щастя Тревел" представляє собою компактну і функціональну модель управління, що оптимізована для

забезпечення ефективної взаємодії між ключовими підрозділами підприємства. Структура складається з директора, двох менеджерів, і бухгалтера, кожен з яких виконує важливі функції в рамках діяльності компанії.

Директор займається стратегічним плануванням та загальним керівництвом компанії. Він відповідає за прийняття ключових рішень, що впливають на розвиток і процвітання підприємства. Директор також представляє компанію у зовнішніх відносинах, взаємодіє з партнерами, регулюючими органами та іншими зовнішніми стейкхолдерами.

Два менеджери, що входять до складу команди спеціалізовані на різних аспектах діяльності компанії, зокрема на:

1) Організація та планування турів - один із менеджерів може займатися розробкою туристичних маршрутів, бронюванням готелів, авіаквитків, організацією екскурсій та іншими операційними аспектами подорожей.

2) Маркетинг та продажі - інший менеджер може фокусуватися на маркетинговій стратегії, просуванні послуг компанії на ринку, взаємодії з клієнтами, обробці замовлень та консультуванні клієнтів щодо подорожей.

Бухгалтер відповідає за фінансовий облік, бюджетування, податковий облік та інші аспекти фінансового менеджменту в компанії. Ця посада передбачає контроль за рухом коштів, звітність перед податковими та іншими державними органами, ведення фінансових документів та аналіз фінансового стану підприємства.

Результати діяльності компанії - основним показником ефективності мотиваційної системи є фінансові результати підприємства. Високі прибутки, зростання обсягів продажів і позитивні динаміки говорять про те, що мотивація персоналу сприяє досягненню стратегічних цілей компанії. Результати діяльності також включають рейтинги клієнтської задоволеності, які можуть бути прямим наслідком роботи з мотивацією персоналу.

Особливістю політики компанії є її гнучкість: у випадку, якщо певна поїздка недоступна або не зовсім відповідає вашим уподобанням, "Щастя

Тревел" запропонує альтернативні варіанти, які не тільки відповідатимуть вашим очікуванням, але й, можливо, відкриють нові напрямки для пригод. Дана компанія ставить на перше місце задоволення потреб своїх клієнтів, підбираючи найкращі варіанти подорожей, що дозволяє не тільки побачити світ, але й оптимізувати витрати часу та коштів.

Туристична компанія "Щастя Тревел", розташована в столиці України – Києві, представляє собою відмінний вибір для любителів подорожей, які прагнуть відкрити для себе нові горизонти та відчутти незабутні емоції. Завдяки широкому спектру туристичних послуг та індивідуальному підходу до кожного клієнта, компанія забезпечує можливість організувати мрійливу поїздку в будь-яку точку світу. Не важливо, чи шукаєте ви екзотичну відпустку на віддалених островах, активний відпочинок у горах, чи культурне занурення у великі міста, "Щастя Тревел" знайде для вас ідеальний варіант [1].

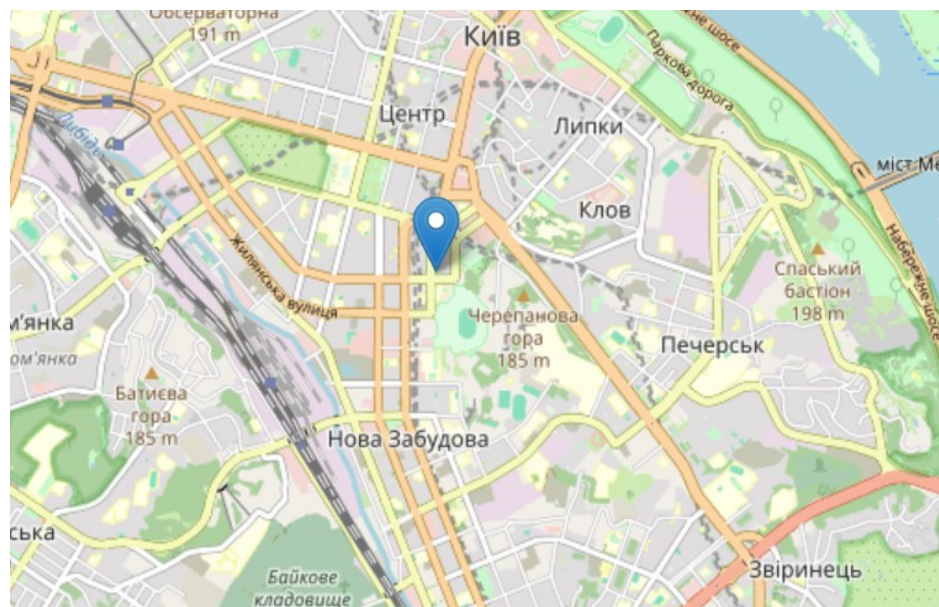


Рис.2.2 Розташування ТОВ «Щастя Тревел»

Завдяки співпраці з "Щастя Тревел" турист отримає комплексний сервіс, який охоплює всі аспекти подорожі, включно з орендою автомобілів, оформленням віз, страхуванням, придбанням квитків та бронюванням готелів. Вся ця організаційна робота буде зроблена за вас, тому вам не доведеться

хвилюватися про будь-які подорожні формальності, замість цього ви зможете повністю зосередитися на своїх враженнях та насолоджуватися відпусткою.

Аналіз типів туристів та напрямків туристичних потоків для ТОВ "Щастя Тревел" виявляє динамічну картину вподобань та вимог сучасного ринку туристичних послуг в Україні. Основна увага компанії сконцентрована на двох ключових категоріях клієнтів: внутрішні та іноземні туристи. Однак, у зв'язку з військовими діями на території України, послуги для іноземних туристів тимчасово призупинено, що накладає певні обмеження на туристичні потоки та вимагає адаптації стратегій обслуговування.

Для внутрішніх туристів ТОВ "Щастя Тревел" пропонує широкий спектр програм, які користуються значною популярністю. Це включає екскурсійні тури по Україні, де гості мають можливість відвідати історичні місця, природні заповідники та інші визначні пам'ятки. Компанія також пропонує тури за кордон для тих внутрішніх клієнтів, хто шукає нових вражень за межами країни. Важливою особливістю обслуговування є адаптація програм до умов безпеки, що забезпечує максимальний комфорт та безпеку клієнтів під час їхніх подорожей.

Середня ціна обслуговування залежить від конкретної програми та сезону, а також від додаткових опцій, які можуть бути включені у тур. Це забезпечує гнучкість пропозицій для клієнтів різних доходових груп. Середня кількість туристів за аналітичний період змінюється і може коливатися залежно від сезону, актуальної ситуації в країні та наявності атрактивних туристичних пропозицій.

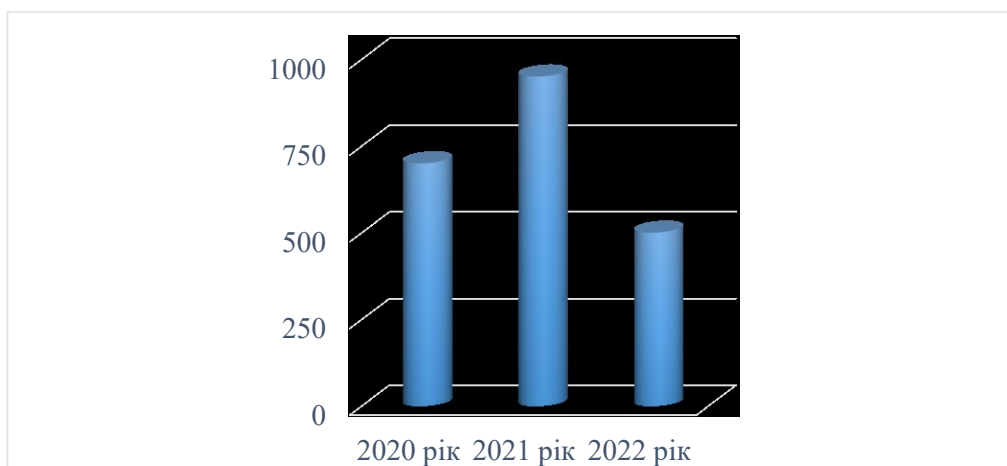


Рис.2.3. Динаміка кількості туристів за 2020-2022 роки

У зв'язку з обмеженнями, пов'язаними з військовими діями, обслуговування іноземних туристів залишається призупиненим до стабілізації ситуації. Це вимагає від компанії пошуку альтернативних шляхів розвитку, зокрема через розширення пропозицій для внутрішнього ринку та розробку нових туристичних продуктів, що відповідають зміненим умовам та вподобанням клієнтів.

Аналіз типів туристів за напрямками туристичних потоків відображено в табл. 2.3

Таблиця 2.3

Аналіз типів туристів за напрямками туристичних потоків [9, 30]

Категорії клієнтів (туристів)	Програми, що користуються Популярністю (назви)	Особливості обслуговування
1 Внутрішні	- Екскурсійні тури по Україні - Тури за кордон	Адаптація програм до умов безпеки
2. Іноземні	-	Через військові дії на території України обслуговування іноземних туристів тимчасово призупинено

ТОВ «Щастя Тревел» пропонує різноманітні туристичні продукти, що охоплюють широкий спектр інтересів та вподобань клієнтів. Від відпочинку на морському узбережжі та гірськолижних курортах до екскурсійних турів по історичних містах України, екстремальних подорожей, таких як рафтинг, та гастрономічних турів, включаючи винні тури та кулінарні майстер-класи.

Спочатку було досліджено структуру компанії. Виявлено, що ТОВ "Щастя Тревел" має класичну ієрархічну структуру з керівництвом на вершині, відділами і підрозділами, відповідальними за різні аспекти бізнесу, такі як маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів та фінанси.

Далі було проаналізовано керівництво та персонал компанії. Встановлено, що керівництво компанії має значний досвід у сфері туризму та глибокі знання ринку. Склад персоналу також вражає різноманітністю і кваліфікацією.



Організаційні процеси були вивчені з урахуванням внутрішньої системи управління, контролю та взаємодії між підрозділами. Було виявлено, що компанія має ефективні процедури управління та контролю, що допомагають забезпечити оптимальне функціонування.

ТОВ «Щастя Тревел» співпрацює із відомими туроператорами, які працюють в різних туристичних напрямках та мають хорошу репутацію та пропонують кращі ціни для туристів, табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Перелік туроператорів із якими співпрацює ТОВ «Щастя Тревел»

[10]

№	Туроператор	Напрямок діяльності	Логотип
1	Акорд-тур	Автобусні тури по Європі	
2	Join UP	Пляжний відпочинок в різних країнах світу, екзотичні тури	

3	TEZ Tour	Екскурсійні тури, пляжний відпочинок, відпочинок з дітьми	
4	TPG	Автобусні тури, авіа тури, тематичні тури, корпоративний туризм	
5	Корал Тревел (Coral Travel)	Пляжний відпочинок, яхтинг, дитячий відпочинок	
6	TUI Ukraine	Пляжний відпочинок, спа-відпочинок	
7	Pegas Touristik	Пляжний відпочинок, корпоративний туризм	
8	Алголь	Бліц-тури, екскурсійні програми, гірськолижні тури	

Співпраця з такими відомими туроператорами як "Акорд-тур", "Join UP", "TEZ Tour", "TPG", "Корал Тревел (Coral Travel)", "TUI Ukraine", "Pegas Touristik", і "Алголь" гарантує клієнтам ТОВ «Щастя Тревел» доступ до широкого спектра туристичних продуктів. Від автобусних турів по Європі до екзотичних пляжних відпочинків, екскурсійних програм, корпоративного туризму, яхтингу, і навіть гірськолижних турів, кожен туроператор пропонує унікальний набір послуг, який дозволяє задовольнити широкий спектр туристичних запитів і уподобань.

У табл. 2.6 наведено характеристику процесів резервування та бронювання на підприємстві.

Таблиця 2.6

**Характеристика процесів резервування та бронювання в ТОВ
«Щастя Тревел» [9, 30]**

Системи бронювання та резервування, що використовуються підприємством	Характеристика можливостей програми	Скільки підприємство працює з системою	Вартість користування залежно від видів, грн.
Amadeus	Повний спектр авіабронювання, готельного резервування, оренди автомобілів, залізничних квитків та інші туристичні послуги. Можливість інтеграції з іншими ІТ-рішеннями підприємства.	5 років	5000 грн. за місяць
Booking.com для партнерів	Спрощене бронювання готелів, апартаментів, вілл та інших типів помешкань по всьому світу.	3 роки	Комісія 15% за кожне бронювання
Бронювання по договору між турагентом та туроператором	Резервування турів	Від початку діяльності ТОВ	Комісія від 10-20% за кожне бронювання

Таким чином, характеристика процесів резервування та бронювання в ТОВ «Щастя Тревел» виявляє стратегічний підхід підприємства до вибору та використання систем бронювання, що відповідають різним потребам та вимогам клієнтів. Використання таких систем як Amadeus, Booking.com для партнерів, а також бронювання по договору між турагентом та туроператором дозволяє підприємству надавати широкий спектр туристичних послуг, забезпечувати високу якість обслуговування та підтримувати конкурентоспроможні ціни.

Система Amadeus з її повним спектром авіабронювання, готельного резервування, оренди автомобілів та інших послуг, а також можливість

інтеграції з іншими ІТ-рішеннями підприємства, використовується підприємством протягом 5 років з місячною вартістю використання 5000 грн. Це забезпечує компанії потужний інструмент для комплексного управління туристичними послугами.

Booking.com для партнерів з його спрощеною системою бронювання різних типів помешкань по всьому світу використовується протягом 3 років із комісією 15% за кожне бронювання, що дозволяє підприємству ефективно розширювати пропозиції відпочинку для своїх клієнтів.

Додатково, підприємство використовує бронювання по договору між турагентом та туроператором від початку своєї діяльності, що дозволяє прямо працювати з туроператорами на основі комісії від 10-20% за кожне бронювання. Це забезпечує більш персоналізований підхід до кожного клієнта та можливість створення індивідуальних туристичних пакетів.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що ефективне партнерство з лідерами туристичної індустрії розширює можливості для "Щастя Тревел" у задоволенні потреб своїх клієнтів, пропонуючи їм якісні та різноманітні туристичні послуги.

Нарешті, було проведено аналіз фінансового стану компанії. За результатами аналізу було визначено, що ТОВ "Щастя Тревел" має стабільні фінансові показники та вдається керувати своїми ресурсами ефективно.

Отже, організаційний аналіз підтвердив ефективне функціонування ТОВ "Щастя Тревел" та дозволив виявити його сильні та слабкі сторони, що може служити основою для подальшого розвитку та вдосконалення бізнесу.

2.3. Аналіз ефективності туристичної діяльності суб'єкта малого бізнесу

Особливості обслуговування в кожному типі подорожей ретельно продумані, забезпечуючи високий рівень задоволення клієнтів. Для

відпочинкових подорожей характерні персоналізовані пакети послуг, що включають бронювання готелів та трансферів, забезпечуючи зручність і комфорт відпочинку. Екскурсійні тури супроводжуються професійними гідями, що пропонують групові та індивідуальні екскурсії, надаючи глибоке занурення в культуру та історію відвідуваних місць. Екстремальні подорожі забезпечуються висококваліфікованими інструкторами та спеціалізованим спорядженням, гарантуючи безпеку та адреналін. Гастрономічні тури дозволяють учасникам відвідувати ферми та локальних виробників, а також брати участь у дегустаціях, розширюючи кулінарні горизонти.

Характеристика наявних програм для різних категорій туристів за метою подорожі в ТОВ «Щастя Тревел» відображено у табл. 2.4

Середня кількість туристів за аналітичний період показує, що найбільшою популярністю користуються відпочинкові подорожі та екскурсійні тури, що може свідчити про високий інтерес до відпочинку в Україні серед місцевого населення, а також бажання пізнати історичну та культурну спадщину країни.

Екстремальні та гастрономічні тури мають меншу кількість учасників, але відіграють важливу роль у диверсифікації туристичної пропозиції, залучаючи специфічні сегменти ринку.

Таблиця 2.4

Характеристика наявних програм для різних категорій туристів за метою подорожі [9, 30]

Типи подорожей за метою	Приклади наявних програм	Особливості обслуговування	Середня кількість туристів за аналітичний період, люд
Відпочинкові подорожі	Відпочинок на морському збережжі. Гірськолижні курорти	Персоналізовані пакети послуг. Бронювання готелів та трансферів	200
Екскурсійні тури	Історичні міста України. Тематичні екскурсії	Професійні гіді Групові та індивідуальні тури	150
Екстремальні подорожі	Рафтинг	Висококваліфіковані інструктори. Надання спеціалізованого спорядження	50
Гастрономічні тури	Винні тури Кулінарні майстер-класи	Дегустації Відвідування ферм та локальних виробників	70

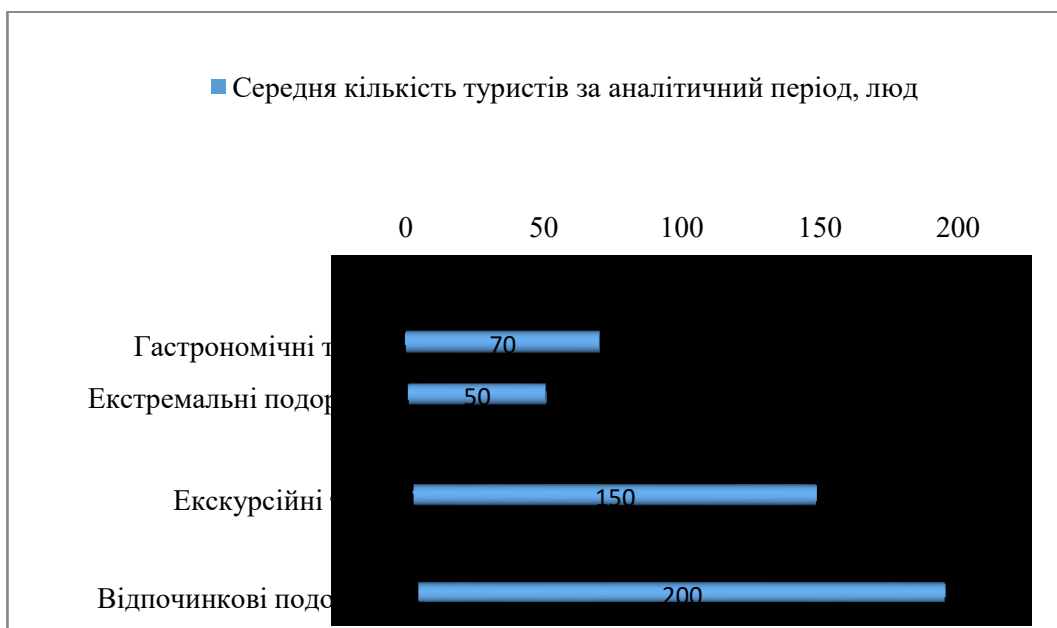


Рис.2.4. Динаміка середньої кількості туристів за видами відпочинку в 2023 році

ТОВ «Щастя Тревел» представляє собою високопрофесійну туристичну компанію, яка має великий досвід на ринку туристичних послуг України. Розташована в столиці, компанія забезпечує широкий спектр туристичних послуг, включаючи організацію екскурсійних турів по Україні та за кордоном, відпочинок на морських курортах, активний відпочинок у горах та культурне занурення в життя великих міст. Відзначаючись гнучкістю та індивідуальним підходом до кожного клієнта, «Щастя Тревел» здатне задовольнити найрізноманітніші запити туристів, пропонуючи альтернативні варіанти та найкращі рішення для кожної подорожі.

Компанія використовує сучасні системи бронювання та резервування, такі як Amadeus і Booking.com, а також безпосереднє бронювання через договори з туроператорами, що дозволяє забезпечити швидке та ефективне обслуговування клієнтів. Співпраця з надійними туроператорами та широке використання технологічних рішень сприяють підвищенню якості послуг і розширенню можливостей для клієнтів.

Аналіз динаміки туристичних потоків за метою подорожі відіграє критичну роль у стратегічному плануванні та розвитку для туристичних

компаній, таких як ТОВ «Щастя Тревел». Цей аналіз не лише надає глибоке розуміння актуальних трендів і переваг споживачів, але й визначає зміни в попиті на різні типи туризму протягом часу, що дозволяє компанії адаптуватися до потреб ринку та оптимізувати свої пропозиції послуг, табл.2.7.

Таблиця 2.7

Аналіз динаміки туристичних потоків за метою подорожі

Типи подорожей за метою	2020 рік	2021 рік	2022 рік	Відх. 2022/2020, %
Відпочинкові подорожі	322	437	230	71,42%
Екскурсійні тури	210	285	150	71,42%
Екстремальні подорожі	70	95	50	71,42%
Гастрономічні тури	95	133	70	73,68%
Загальна кількість	697	950	500	71,73%

Перше та найголовніше, розуміння попиту дозволяє компанії ідентифікувати, які види подорожей є найбільш популярними серед клієнтів. Це може включати відпочинок на морських курортах, екскурсійні тури, активний відпочинок, культурний туризм або екотуризм. Визначення цих трендів дозволяє компанії зосередитися на розвитку та покращенні конкретних послуг, що в свою чергу підвищує задоволеність клієнтів та сприяє зростанню лояльності.

Другий важливий аспект полягає у прогнозуванні майбутнього попиту та адаптації до змін у перевагах споживачів. Аналіз динаміки дозволяє виявити нові віяння у туристичних перевагах та своєчасно реагувати на них, розширюючи або модифікуючи пропозиції компанії. Наприклад, зростаючий інтерес до відпусток, що сприяють здоров'ю та благополуччю, може спонукати компанію розробити нові здоров'язберігаючі туристичні пакети.

Третім аспектом є оптимізація розподілу ресурсів. За допомогою аналізу компанія може більш ефективно розподіляти свої маркетингові та оперативні ресурси, інвестуючи в рекламу та розвиток найбільш прибуткових напрямків туризму. Це також допомагає зменшити витрати на менш популярні послуги, забезпечуючи краще використання бюджету компанії.

На рисунку 2.5. відображено загальну кількість турів за 2020-2022 роки.

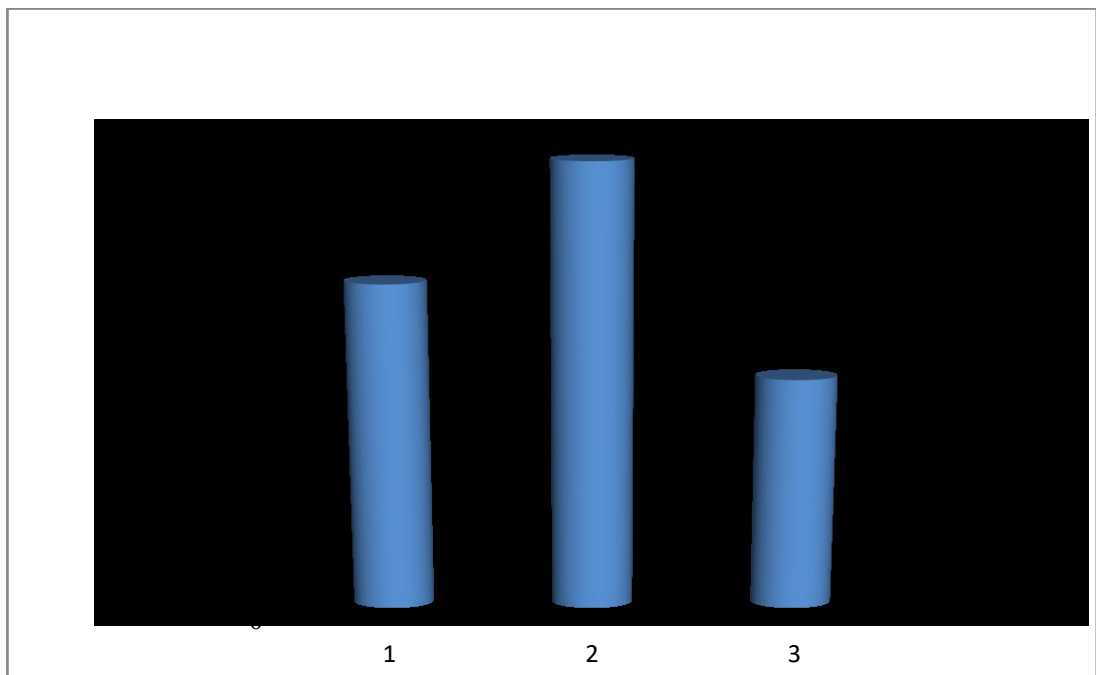


Рис.2.5. Динаміка загальної кількості реалізованих турів ТОВ «Щастя Тревел» за 2020-2022 роки

Висновки до розділу 2:

З юридичної точки зору, ТОВ «Щастя Тревел» має стабільний статус, зареєстрований з достатнім статутним капіталом і має усі необхідні ліцензії для здійснення туристичної діяльності. Організаційна структура компанії, що включає директора, менеджерів та бухгалтера, забезпечує ефективне управління та координацію всіх процесів в компанії.

Важливою складовою успіху «Щастя Тревел» є високий рівень мотивації та задоволеності співробітників, досягнутий через конкурентоспроможну заробітну плату, систему премій та соціальних пільг.

Створення сприятливого робочого середовища та можливостей для професійного розвитку сприяє залученню та утриманню кваліфікованих фахівців.

Отже, ТОВ «Щастя Тревел» є надійним та відповідальним партнером у сфері туризму, який постійно розвивається та прагне забезпечити своїм клієнтам найвищий рівень сервісу і незабутні враження від подорожей.

Компанія представляє собою динамічну туристичну компанію, яка пропонує широкий спектр послуг для своїх клієнтів. Аналізуючи її діяльність за допомогою SWOT-аналізу, можна зробити наступні висновки:

1. Сильні сторони:

– Компанія має досвідчену команду професіоналів, які забезпечують високий рівень обслуговування.

– "Щастя Тревел" пропонує різноманітні послуги, що включають у себе як стандартні тури, так і індивідуально розроблені маршрути.

2. Слабкі сторони:

– Недостатня реклама та просування можуть обмежувати потенційний ріст клієнтської бази.

– Відсутність адаптації до новітніх технологій може обмежувати конкурентоспроможність компанії.

3. Можливості:

– Розширення асортименту послуг може привести до приваблення нових клієнтів та ринків.

– Використання цифрових маркетингових стратегій може збільшити обсяги продажів та популярність компанії.

4. Загрози:

– Зростання конкуренції в галузі туризму може вплинути на прибутковість та репутацію компанії.

– Негативні зміни у світових подіях (наприклад, криза, епідемії тощо) можуть негативно вплинути на попит на туристичні послуги.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

3.1. Напрями розвитку малого підприємництва в сфері туризму

У багатьох країнах на туризм припадає від 20% до 50% валового національного продукту. Туризм має значний вплив на суміжні економічно важливі галузі, такі як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство та виробництво споживчих товарів. "У туристичній галузі зайнято 60% світової робочої сили.

Туризм збільшує внесок у платіжний баланс країни та розвиває пов'язані з туризмом сектори світової економіки (виробництво споживчих товарів, торгівлю, будівництво, транспорт і страхування). Кількість галузей, задіяних у туризмі, зростає з кожним роком" [1, с. 4].

Інтеграційні процеси сприяли стрімкому розвитку туристичної індустрії. Жорстка конкуренція, прискорені процеси глобалізації та інтеграції бізнесу призводять до появи нових моделей організації та управління туристичною діяльністю. Все це змінює саме значення поняття "конкурентоспроможність". Від спрощеного підходу, пов'язаного переважно з ціновою конкуренцією, воно переходить до комплексного підходу, що враховує такі характеристики, як досвід, унікальність, якість, імідж організації, наявність торгової марки, яка за сприятливих обставин переростає в бренд, та ефективний менеджмент. Це зумовлено впливом сучасних ринкових принципів конкуренції та інновацій, які вимагають використання маркетингового управління.

У багатьох країнах світу туристична політика реалізується через центральні органи влади, агентства з підтримки інфраструктури, правові

інструменти та міжнародну політику. Туристична політика в багатьох країнах має загальні характеристики та специфічні фактори, пов'язані:

- по-перше, з природно-кліматичними умовами,
- по-друге, з соціально-економічним розвитком,
- по-третє, з розвитком інфраструктури,
- по-четверте, з існуючим туристичним законодавством.

Американська модель передбачає відсутність центрального національного адміністративного органу, виконавчої влади, а всі проблеми вирішуються на місцевому рівні або самостійно. Країни, які можуть прийняти цю модель (США), є привабливими для туристів без спеціальної реклами [15 с. 133- 135].

Друга модель - "бюджетоутворююча" - передбачає наявність авторитетного державного органу, який безпосередньо розвиває галузь і здійснює управління нею (інвестиційна, кадрова політика, маркетинг, реклама тощо), а управлінням галуззю займаються спеціалізовані агентства.

"Європейська" модель: спеціалізовані галузеві підрозділи зі статусом самостійних адміністративних органів.

«Змішана» модель передбачає створення інтегрованих міністерств, які охоплюють також відповідні сфери соціально-економічної політики.5; 6, с.20].

У більш ніж 80 країнах світу за туризм відповідають переважно 180 міністерств економічної сфери (міністерства економіки, торгівлі, транспорту, промисловості та фінансів), решта - соціальної сфери (міністерства культури, навколишнього середовища, освіти, інформації та археології).

Модель розвитку туризму "по-американськи" базується на активній участі малого та середнього бізнесу через створення дорадчих органів з конкретними повноваженнями. Іншими словами, погляди та позиції американських підприємців враховуються в національній політиці щодо розвитку туристичної галузі. Туристична галузь США досягла високого рівня розвитку завдяки таким факторам, як різноманітність рекреаційних ресурсів, потужна матеріально-технічна база та розвиток туристичної інфраструктури.

Однак сьогодні США критикують за недостатню фінансову підтримку з боку федеральних і місцевих органів влади. За словами одного з експертів [8, с.37], "туризм у США часто сприймається як щось, що відбувається саме по собі, тому його не включають у державні програми фінансування або не сприймають так серйозно, як, наприклад, високотехнологічну індустрію.

Національна система регулювання французької туристичної галузі має складну структуру: Міністр туризму (наглядний та контрольний орган) → Генеральна інспекція туризму (представницькі, адміністративні та наглядові функції) → Національна рада з туризму (об'єднує представників галузі, відіграє інтегративну роль та виконує наглядові, консультативні та посередницькі функції). Національна політика базується на інтеграції зацікавлених сторін. Основним напрямком державної політики є створення сприятливого іміджу країни через якість туристичного продукту. Однак показники рейтингу Всесвітнього економічного форуму є дещо нижчими через якість та доступність кваліфікованої робочої сили в країні.

В Італії Міністерство туризму входить до складу Міністерства виробництва. Компетенції регіональних туристичних адміністрацій Італії також були значно розширені. Однак головну роль у представленні Італії на міжнародному туристичному ринку відіграє Національна туристична рада Італії (Ente Nazionale Italiano per il Turismo - ENIT), яка підпорядкована Міністерству туризму і повністю фінансується з національного бюджету [13 с.134 - 141].

Туризм є пріоритетною галуззю в Італії, на яку припадає значна частина національного бюджету. Італія входить до першої десятки туристичних країн світу і має одну з найсильніших інфраструктур. Директорат розвитку туризму та конкурентоспроможності складається з Генерального директорату з питань планування, координації та інституційних відносин та Генерального директорату з питань культурної спадщини та туристичних зон. Однак існують недоліки, які впливають на конкурентоспроможність країни.

Політична система недосконала (надмірне втручання держави, низька прозорість державного регулювання).

В Іспанії питання туризму координує Секретаріат з питань торгівлі, туризму та МСП, який входить до складу Міністерства економіки. Крім Секретаріату, Міністерству туризму підпорядковуються Генеральна дирекція Центру туризму, мережа готелів Parador, два виставкові та конгрес-центри, а також Іспанський інститут туризму (Turespasa). Інститут повністю фінансується з державного бюджету. Таким чином, Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету, що витрачається на просування вітчизняного туристичного продукту за кордоном (70% цих коштів надає уряд) [3]. Іспанська туристична галузь активно регулюється державою. Наразі інституційна підтримка розвитку іспанської туристичної галузі структурована наступним чином: Міністерство промисловості, енергетики та туризму (при Адміністрації Іспанії) → Державний секретаріат туризму → Іспанська туристична асоціація → Державна мережа готелів Paradores de Turismo de España → Інститут туризму → Державне агентство з інновацій та управління технологіями в туризмі. На туристичному ринку також діють неурядові організації, які сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності ринку. Незважаючи на кризу, уряд продовжує зосереджуватися на впровадженні маркетингових стратегій для підтримки іміджу Іспанії. Іспанський досвід у формуванні іміджу України є визнаним.

У Великій Британії туристичним сектором керує Департамент культури, медіа та спорту, який має безпосередній координаційний орган туристичної діяльності - "Туризм Великої Британії" (Tourism UK). Tourism UK відповідає за залучення іноземних відвідувачів до Великої Британії, розвиток внутрішнього туризму та консультування Уряду та інших державних органів з питань туризму [3]. Організаційна структура Міністерства туризму Великої Британії виглядає наступним чином: Міністерство культури, ЗМІ та спорту → Visit Britain → Агенції регіонального розвитку. Початкові умови для розвитку туризму в Україні та Польщі були дуже схожими. Однак польський

туристичний сектор мав набагато кращі показники розвитку на початку свого становлення. Вивчення польської державної політики у сфері туризму дозволяє використати досвід сусідніх країн та змоделювати певні процеси, що відбуваються в Україні [11]. Польські туристичні організації 1. державна організація → Міністерство спорту і туризму → Польське туристичне бюро (РТО) → Рада з питань туризму → Інститут туризму → Польське агентство розвитку туризму; 2. неурядова організація → Польська туристична палата → регіональна організація: Асоціація татранських регіонів Польщі [6].

Польща є туристичним партнером України та розвиває відносини з метою сприяння розвитку ринку. Досвід Польщі у реструктуризації та вдосконаленні управлінських структур, у тому числі у сфері туризму, є корисним для України і заслуговує на постійний моніторинг. Що стосується фінансування розвитку туризму, то в більшості країн, включаючи Іспанію, Сінгапур та Польщу, єдиним джерелом фінансування є держава. У Франції, Італії та Греції існує також приватне фінансування, частка якого безпосередньо залежить від ступеня співпраці з державою.

Згідно з оглядом Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC), у 2017 році туризм зробив внесок у світову економіку на суму 8,3 трильйона доларів США (10,4% від загального світового ВВП). Внесок туризму в Азійсько-Тихоокеанському регіоні склав 2,7 трильйона доларів США, в Америці - 2,2 трильйона доларів США, в Європі - 2,1 трильйона доларів США, а в Африці та на Близькому Сході - 402 мільярди доларів США. Найбільший внесок у світовий ВВП зробили Китай, США, Індія та Мексика". Водночас туризм забезпечує десяту частину глобальної зайнятості: у 2017 році таких робочих місць було 313 мільйонів, а до 2028 року ця цифра зросте до 414 мільйонів, в основному за рахунок Китаю, Індії, Індонезії та США. Організація прогнозує, що до 2028 року внесок туризму у світовий ВВП вже становитиме 12,5 трильйонів доларів США, або 11,7% від загального обсягу [7; 8].

Одним із шляхів розвитку туристичної галузі у провідних країнах світу є державно-приватне партнерство (ДПП). На відміну від інших механізмів

фінансування, державно-приватне партнерство ґрунтується на різних цілях партнерів [13, с. 69]. Якщо держава зацікавлена у підвищенні показників розвитку, то приватний сектор зацікавлений у збільшенні прибутку. Тому і держава, і приватний сектор зацікавлені в успіху спільних проектів ДПП має особливе значення для регіонального розвитку; ДПП - це можливість створити представництво на різних рівнях національної економіки: міжнародних економічних відносин та глобального економічного управління.

3.2. Розробка стратегії розвитку туристичної діяльності ТОВ «Щастя Тревел»

Враховуючи свої потенційні ресурси, українська туристична галузь, безумовно, може виконувати економічні, соціальні та гуманітарні функції, тобто підвищувати рівень життя населення, збільшувати частку доходів від туризму у ВВП та збільшувати надходження від туристичної діяльності до бюджетів усіх рівнів. Соціально-економічна роль туризму як інструменту розвитку та стимулювання економіки реалізується через збільшення зайнятості в туристичному секторі та суміжних галузях, що сприяє зменшенню бідності та підвищенню рівня зайнятості [56; 333; 354]. Зі зростанням ролі туризму в соціально-економічному розвитку країни в умовах кризи все більшого значення набуває застосування комплексного науково-методичного підходу до діагностики сучасного стану туризму, його впливу на соціально-економічний розвиток та дослідження сучасних тенденцій і особливостей розвитку внутрішнього туристичного ринку. Інтеграція вітчизняного туристичного ринку у світовий туристичний простір, розширення міжнародного співробітництва у сфері подорожей і туризму, розробка та реалізація міжнародних програм розвитку туризму продовжують прогресувати, а позиції України на світовому туристичному ринку стають дедалі міцнішими. Останні тенденції розвитку малого підприємництва в сфері туризму вказують на швидке впровадження цифрових технологій. Мобільні

додатки, онлайн-бронювання та використання соціальних медіа стають необхідними для просування та залучення клієнтів. Окрім того, зростає попит на екологічно чисті та сталі туристичні послуги, що створює можливості для малих підприємств з приводу розвитку еко-туризму. Персоналізований сервіс також стає важливим фактором успіху, оскільки туристи все більше цінують індивідуальний підхід та унікальні враження від подорожей. Таким чином, малі туристичні підприємства, які активно використовують ці тенденції, можуть досягти більшої конкурентоспроможності та привабливості на ринку.

Сфера туризму постійно розвивається, а малі підприємства у цій галузі мають важливе значення. Цей звіт аналізує тенденції у розвитку малого підприємництва в туристичній сфері та їх вплив на галузь загалом.

- Цифрова трансформація

Цифрові технології драйвером змін у бізнесі туризму. Малі підприємства активно використовують інтернет, мобільні додатки та соціальні мережі для залучення клієнтів, підвищення своєї видимості та автоматизації процесів.

- Персоналізація послуг

Сучасні туристи шукають унікальний досвід подорожей, тому попит на персоналізовані послуги зростає. Малі підприємства успішно впроваджують індивідуальні підходи до кожного клієнта, що робить їх конкурентоспроможними на ринку надання послуг.

- Розвиток альтернативних напрямків

Окрім традиційного відпочинку, зростає інтерес до альтернативних форм туризму, таких як еко-туризм, гастротуризм та культурний туризм. Малі підприємства активно розвиваються у цих напрямках, створюючи нові цікаві пропозиції для туристів.

- Виклики

Попри всі переваги, малі підприємства туристичної галузі стикаються з рядом викликів, таких як обмежений доступ до фінансування, конкуренція з боку великих гравців та нестабільне законодавство.

Малі підприємства у сфері туризму мають великий потенціал для успіху, але їм потрібно адаптуватися до змін у вимогах та умовах ринку. Зрозуміння та використання основних тенденцій, а також ефективне управління викликами, допоможе малому підприємству зберегти конкурентну перевагу та забезпечити стабільний розвиток.

- Розширення асортименту

Диверсифікація послуг є ще однією важливою стратегією для малих підприємств у сфері туризму. Розширення асортименту дозволяє привернути нових клієнтів і задовольнити потреби різних аудиторій. Наприклад, готелі можуть розглядати можливість надання додаткових послуг, таких як спа-процедури, фітнес-центри, тематичні екскурсії або кулінарні майстер-класи.

- Стратегічне партнерство

Укладання стратегічних партнерств з іншими бізнесами може бути корисним для малих підприємств у сфері туризму. Наприклад, готелі можуть співпрацювати з місцевими ресторанами або музеями для надання спеціальних пропозицій для своїх гостей. Це дозволяє розширити клієнтську базу та підвищити рівень задоволення клієнтів.

- Стійке управління

Збереження стійкого управління є ключовим для успішного функціонування малих підприємств у сфері туризму. Ефективне фінансове планування, контроль над витратами, а також ретельне управління персоналом допоможуть підприємствам зберегти стабільність та забезпечити подальший розвиток.

Ось способи, впровадження яких може не лише підвищити зручність для клієнтів, але й покращити управління та ефективність внутрішніх процесів

компанії "Щастя Тревел", що дозволить їй збільшити свою конкурентоспроможність на ринку туризму.

1. Розробка мобільного додатку: Розробка мобільного додатку "Щастя Тревел" дозволить клієнтам отримати доступ до сервісів компанії прямо зі своїх смартфонів або планшетів. Додаток може включати функції бронювання турів, перегляду пропозицій, отримання спеціальних знижок для постійних клієнтів, онлайн-підтримку клієнтів та інші корисні опції. Він також може використовувати технології розпізнавання місць і відправляти клієнтам рекомендації щодо визначних місць та ресторанів у певному місці відпочинку.

2. Використання віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR): Інтеграція технологій VR та AR у веб-сайт або мобільний додаток дозволить клієнтам переглядати вражаючі віртуальні тури та екскурсії до популярних туристичних об'єктів. Наприклад, користувачі можуть віртуально відвідати пам'ятники архітектури, пляжі або курорти перед тим, як прийняти рішення про бронювання. AR може використовуватися для розміщення віртуальних позначок над цікавими об'єктами прямо на місці, що допоможе клієнтам краще оцінити, що їх очікує під час подорожі.

3. Персоналізований підхід через аналітику даних: Збір та аналіз даних про клієнтів дозволяє компанії "Щастя Тревел" краще зрозуміти їхні уподобання, стиль подорожей, інтереси та попередні досвіди подорожей. На основі цих даних можна створити персоналізовані тури та пропозиції, які кожен клієнт оцінить індивідуально. Наприклад, якщо попередні подорожі клієнта були пов'язані з екскурсіями, компанія може рекомендувати подібні маршрути або пропозиції. Аналітика даних також допомагає виявити нові тренди та попит на певні види послуг, що дозволяє компанії бути в курсі останніх тенденцій та швидко реагувати на зміни на ринку.

4. Використання інтерактивних чат-ботів: Інтеграція чат-ботів на веб-сайт або в мобільний додаток дозволяє забезпечити клієнтам оперативну підтримку та відповіді на їхні запитання в режимі реального часу. Чат-боти можуть автоматично надавати інформацію про доступні тури, допомагати з

бронюванням та роз'яснювати умови послуг. Вони також можуть вести клієнтів через процес бронювання, допомагаючи їм знайти найкращі варіанти відповідно до їхніх потреб та бюджету. Інтерактивність чат-ботів дозволяє покращити взаємодію з клієнтами та забезпечити їм швидкий та зручний спосіб отримання необхідної інформації.

5. Використання Blockchain для забезпечення безпеки даних: Технологія Blockchain дозволяє забезпечити високий рівень безпеки та конфіденційності даних клієнтів компанії "Щастя Тревел". Блокчейн може використовуватися для збереження особистих даних, історії транзакцій та інших важливих даних у безпечному та недоступному для зловмисників форматі. Це забезпечує захист від шахрайства та несанкціонованого доступу до особистої інформації клієнтів. Крім того, Blockchain може бути використаний для створення інтегрованої системи оплати, яка забезпечує безпеку та прозорість транзакцій.

6. Розширення присутності в соціальних медіа: Активна присутність у соціальних медіа дозволяє компанії залучати більше клієнтів та побудувати спільноту прихильників свого бренду. Використання соціальних медіа для реклами.

Впровадження грантової підтримки та фінансового донорства для підприємств малого бізнесу в галузі туризму є критично важливим для збільшення конкурентоспроможності та стійкості цього сектору. Малі туристичні підприємства часто стикаються з обмеженими фінансовими ресурсами та викликами доступу до капіталу. Гранти та донорська підтримка можуть забезпечити цим підприємствам необхідні кошти для розвитку, вдосконалення інфраструктури, впровадження нових технологій та розширення асортименту послуг. Зокрема, ця форма підтримки може стимулювати інновації в туристичній галузі, що дозволить підприємствам вигідно відокремитися на ринку та привернути більше клієнтів. Крім того, розвиток малого туризму сприяє розкриттю нових регіональних та культурних

потенціалів, що забезпечує більш широкий економічний вплив на різні галузі та географічні області.

Фінансова підтримка також допомагає забезпечити сталість малих підприємств у туристичній галузі, особливо в умовах економічної нестабільності або кризи, коли фінансові ресурси можуть бути обмеженими. Це дозволяє підтримувати робочі місця, зберігати туристичні об'єкти та зберігати туристичну інфраструктуру.

Отже, впровадження грантової підтримки та фінансового донорства для малих підприємств у туристичній галузі є важливим кроком для стимулювання економічного зростання, регіонального розвитку та збільшення конкурентоспроможності туристичного сектору.

Ці способи впровадження новітніх технологій в діяльність компанії "Щастя Тревел" дозволять їй не тільки підвищити ефективність та конкурентоспроможність, але й покращити взаємодію з клієнтами, підвищити їхню задоволеність та створити позитивне сприйняття бренду в цілому.



Рис 3.1 Заходи щодо забезпечення сприятливих умов підприємницької діяльності у сфері туризму

Забезпечення сприятливих умов для підприємницької діяльності у сфері туризму вимагає комплексного підходу, який охоплює різні аспекти регулювання та підтримки бізнесу. Ось заходи, які можуть сприяти цьому:

1. Стимулювання інвестицій: Для розвитку туристичної галузі необхідно залучення інвестицій у будівництво нових готелів, розвиток інфраструктури, створення нових туристичних маршрутів та атракцій. Для цього важливо розробляти програми підтримки для інвесторів, надавати податкові пільги, спрощувати процедури отримання дозволів та ліцензій.

2. Розвиток туристичної інфраструктури: Урядові та муніципальні органи повинні інвестувати в розвиток туристичної інфраструктури, такої як дороги, аеропорти, залізничні станції, порти, об'єкти культурної спадщини та розважальні заклади. Покращення інфраструктури сприятиме зручності та безпеці подорожей для туристів, що збільшить їхню зацікавленість у відвідуванні даного регіону.

3. Стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу: Малі та середні підприємства грають важливу роль у розвитку туризму, забезпечуючи різноманітність послуг та товарів для туристів. Для стимулювання їхнього розвитку можна надавати фінансову підтримку, консультації з питань бізнесу, а також навчальні та тренінгові програми.

4. Підвищення якості освіти та професійної підготовки: Освіта та професійна підготовка в сфері туризму відіграють ключову роль у підготовці кваліфікованих кадрів. Важливо розробляти та впроваджувати програми навчання та стажування, які відповідають потребам ринку праці в сфері туризму. Також важливо надавати можливості для навчання англійської мови та інших іноземних мов, оскільки це допоможе співробітникам взаємодіяти з міжнародними туристами.

5. Забезпечення безпеки та стабільності: Стабільна політична та економічна ситуація в країні є важливим фактором для розвитку туризму. Уряд повинен забезпечити безпеку та стабільність у країні, зменшити ризики для туристів, запроваджуючи ефективні заходи безпеки та контролю за злочинністю.

Підтримка малих та середніх підприємств у туристичній галузі може включати надання фінансових пільг, доступ до кредитів та інвестицій, а також навчання та консультації щодо управління бізнесом. Розробка та впровадження програм збереження культурної та природної спадщини є важливим аспектом сталого розвитку туризму, оскільки це дозволяє зберегти унікальність та привабливість регіону для туристів. Крім того, створення маркетингових кампаній та просування туристичних напрямків сприяє

залученню уваги та популяризації маловідомих або менш інтенсивно розвиваючихся регіонів для туристів.

У світі, де туризм постійно зростає, малі підприємства грають ключову роль у створенні унікальних та інноваційних туристичних пропозицій. Розуміння та використання основних тенденцій розвитку, а також ефективне управління викликами, допоможе малому підприємству зберегти конкурентну перевагу та забезпечити стабільний розвиток в умовах сучасного туристичного ринку.

Саме вони в сфері туризму мають потенціал для великого успіху завдяки їхній гнучкості, інноваційності та здатності до адаптації до змінних умов ринку. Проте для досягнення цієї мети вони повинні бути готові відповідати на зростаючі вимоги та очікування клієнтів, впроваджувати нові технології та стратегії, а також забезпечувати стабільне фінансове управління.

Висновки до розділу 3:

Для підприємства важливо мати чітку стратегію розвитку, що базується на вивченні ринку та аналізі конкурентів. Також необхідно активно вивчати та впроваджувати інновації, співпрацювати з партнерами та фокусуватися на створенні якісних та унікальних туристичних продуктів.

Загалом, малі підприємства в сфері туризму мають великий потенціал для успішного розвитку. Вони можуть забезпечити якісні та інноваційні послуги, що задовольняють потреби сучасних туристів, і в той же час створити стабільний та прибутковий бізнес.

Впровадження новітніх технологій може значно підвищити конкурентоспроможність та ефективність компанії "Щастя Тревел". Ось кілька способів, які можуть допомогти удосконалити їхню діяльність:

1. Мобільний додаток: Розробка мобільного додатку, який дозволить клієнтам зручно бронювати тури, отримувати спеціальні пропозиції та отримувати повідомлення про статус своїх бронювань. Це зробить процес планування подорожі більш зручним та доступним.

2. Використання віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR): Дозволити клієнтам використовувати VR або AR для віртуального огляду готелів, екскурсійних маршрутів та інших об'єктів, що допоможе їм зробити більш об'єктивний вибір та покращить їхні враження від подорожі.

3. Інтелектуальні системи бронювання: Впровадження систем штучного інтелекту для аналізу даних клієнтів та персоналізованого підходу до них. Це дозволить забезпечити кожного клієнта унікальними пропозиціями та послугами, які відповідають їхнім індивідуальним потребам та вподобанням.

4. Оптимізація внутрішніх процесів: Використання хмарних технологій та програмного забезпечення для автоматизації внутрішніх процесів, таких як управління запасами, облік клієнтів та фінансове планування. Це допоможе зменшити час та витрати на адміністративні операції, а також підвищить точність обліку.

5. Соціальні медіа та онлайн-маркетинг: Використання соціальних медіа для просування та реклами туристичних послуг, а також взаємодії з клієнтами. Регулярне оновлення контенту та взаємодія з аудиторією через соціальні платформи дозволить компанії привернути більше уваги та залучити нових клієнтів.

Впровадження цих новітніх технологій допоможе компанії "Щастя Тревел" покращити якість обслуговування, зробити процес планування подорожей більш зручним для клієнтів та збільшити їхню конкурентоспроможність на ринку туризму.

ВИСНОВКИ

В роботі визначені особливості туристичного бізнесу для підприємців. Виникнення туристичного підприємництва пов'язане з переходом туризму на комерційну основу, тобто з появою різноманітних платних туристичних послуг як основи ринкових відносин.

Згідно з чинним законодавством України, підприємництво визначається як безпосередня, самостійна, систематична, на власний ризик діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, виконанням робіт та наданням послуг з метою отримання прибутку, що здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти господарювання у порядку, встановленому законодавством. Основною метою підприємництва в туризмі є розробка маршрутів, створення туристичних потоків за обраними маршрутами, виробництво туристичних продуктів, надання туристичних послуг, доповнення туристичних продуктів відповідно до споживчого попиту та отримання прибутку (доходу) для себе. важливою особливістю підприємницької діяльності в туризмі є те, що туристичні послуги та продукти не можна накопичувати і зберігати для подальшого споживання. Це стосується, наприклад, номерів у готелях, кают на круїзних суднах і купе в поїздах, які не можна продати. Якщо продажі не відбуваються, туристичні компанії зазнають збитків. Тому багато підприємців пропонують знижки та інші пільги, щоб стимулювати продаж туристичних послуг.

Визначені засади управління з розвитку туризму. Організація управління туристичною дестинацією певною мірою базується на функціях самоуправління та саморегулювання, що ґрунтуються на єдності процесів територіальної самоорганізації природи, населення та господарства. Вона забезпечує узгодженість дій в управлінні регіональними підсистемами з урахуванням ритмів природи (сезонності), ритмів виробництва і технологій, циклічності регіонального розвитку. Значення цієї функції зростає з розвитком

структури і функціонування територіальної системи та підвищенням рівня територіальної ієрархії. Її реалізація пов'язана з формуванням управлінських актів (наказів, розпоряджень) щодо усунення відхилень і невідповідностей у розвитку територіальної системи цілям, виявленим і оціненим під час виконання функції моніторингу та аналізу територіальної системи.

Проаналізована загальна характеристика функціонування ТОВ «ЩАСТЯ ТРЕВЕЛ». Товариство з обмеженою відповідальністю "Щастя Тревел" є юридичною особою, зареєстрованою в Україні під кодом ЄДРПОУ 35092823 з датою реєстрації 24 квітня 2007 року. Статус юридичної особи підтверджує, що підприємство не перебуває в процесі припинення, забезпечуючи стабільність та надійність у веденні бізнесу. аналіз динаміки основних показників діяльності ТОВ «Щастя Тревел» за період 2020-2022 років вказує на значні коливання у фінансових та оперативних результатах компанії, що відображають вплив зовнішніх чинників на туристичний сектор України. У 2020 році компанія показала стабільну діяльність з обсягом реалізованих послуг у грошових одиницях 1 200 000 тисяч гривень та чистим прибутком у 600 000 тисяч гривень. Протягом 2021 року спостерігається зростання у всіх ключових показниках: обсяг реалізованих послуг збільшився до 1 460 000 тисяч гривень, чистий прибуток досяг 850 000 тисяч гривень, а кількість туристів зросла до 950 осіб. Це свідчить про успішну адаптацію компанії до умов ринку та зростаючого інтересу до внутрішнього туризму. Однак, 2022 рік приніс різке зниження показників через військові дії в Україні. Обсяг реалізованих послуг зменшився до 870 000 тисяч гривень, чистий прибуток скоротився до 380 000 тисяч гривень, а кількість туристів впала до 500 осіб. Зростання операційних витрат на один гривню реалізованої продукції до 0.56 грн. відображає збільшення витрат у зв'язку зі складнішими умовами ведення бізнесу.

Організаційний аналіз туристичної діяльності ТОВ «ЩАСТЯ ТРЕВЕЛ» ТОВ «Щастя Тревел» представляє собою високопрофесійну туристичну компанію, яка має великий досвід на ринку туристичних послуг України.

Розташована в столиці, компанія забезпечує широкий спектр туристичних послуг, включаючи організацію екскурсійних турів по Україні та за кордоном, відпочинок на морських курортах, активний відпочинок у горах та культурне занурення в життя великих міст. Відзначаючись гнучкістю та індивідуальним підходом до кожного клієнта, «Щастя Тревел» здатне задовольнити найрізноманітніші запити туристів, пропонуючи альтернативні варіанти та найкращі рішення для кожної подорожі. З юридичної точки зору, ТОВ «Щастя Тревел» має стабільний статус, зареєстрований з достатнім статутним капіталом і має усі необхідні ліцензії для здійснення туристичної діяльності. Організаційна структура компанії, що включає директора, менеджерів та бухгалтера, забезпечує ефективне управління та координацію всіх процесів в компанії.

Визначено міжнародний досвід малого підприємництва в сфері туризму. Одним із шляхів розвитку туристичної галузі у провідних країнах світу є державно-приватне партнерство (ДПП). На відміну від інших механізмів фінансування, державно-приватне партнерство ґрунтується на різних цілях партнерів [13, с. 69]. Якщо держава зацікавлена у підвищенні показників розвитку, то приватний сектор зацікавлений у збільшенні прибутку. Тому і держава, і приватний сектор зацікавлені в успіху спільних проектів ДПП має особливе значення для регіонального розвитку; ДПП - це можливість створити представництво на різних рівнях національної економіки: міжнародних економічних відносин та глобального економічного управління.

Визначені тенденції розвитку та удосконалення розвитку малого підприємництва в сфері туризму. У світі, де туризм постійно зростає, малі підприємства грають ключову роль у створенні унікальних та інноваційних туристичних пропозицій. Розуміння та використання основних тенденцій розвитку, а також ефективне управління викликами, допоможе малому підприємству зберегти конкурентну перевагу та забезпечити стабільний розвиток в умовах сучасного туристичного ринку.

Саме вони в сфері туризму мають потенціал для великого успіху завдяки їхній гнучкості, інноваційності та здатності до адаптації до змінних умов ринку. Проте для досягнення цієї мети вони повинні бути готові відповідати на зростаючі вимоги та очікування клієнтів, впроваджувати нові технології та стратегії, а також забезпечувати стаке фінансове управління.

Для підприємства важливо мати чітку стратегію розвитку, що базується на вивченні ринку та аналізі конкурентів. Також необхідно активно вивчати та впроваджувати інновації, співпрацювати з партнерами.

Впровадження новітніх технологій може суттєво підвищити конкурентоспроможність та ефективність компанії "Щастя Тревел" у сфері туризму. Напрямки впровадження новацій, які сприятимуть покращенню управління та зручності для клієнтів, включають:

1. Система онлайн-бронювання: Розробка власної платформи для онлайн-бронювання туристичних послуг дозволить клієнтам швидко та зручно планувати свої подорожі, а компанії - оптимізувати процес обробки замовлень та зменшити ризик помилок у бронюванні.

2. Мобільний додаток: Розробка мобільного додатка для платформ Android та iOS, який надасть клієнтам зручний доступ до послуг компанії, можливість отримувати спеціальні пропозиції та акції, а також швидко зв'язуватися зі службою підтримки.

3. Автоматизована система обробки замовлень: Впровадження програмного забезпечення для автоматизації процесів обробки замовлень та клієнтського обслуговування дозволить оптимізувати час роботи персоналу та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

4. Використання аналітики даних: Застосування інструментів аналізу даних для збору та аналізу інформації про попит на туристичні послуги допоможе компанії приймати обгрунтовані рішення щодо розвитку нових напрямків та стратегій маркетингу.

5. Впровадження електронної системи платежів: Забезпечення можливості безготівкового розрахунку за туристичні послуги через онлайн-

платіжні системи сприятиме зручності та безпеці оплати для клієнтів, а також прискорить процес фінансових транзакцій для компанії.

Зокрема, важливо акцентувати увагу на створенні зручного онлайн-сервісу для клієнтів, що сприятиме збільшенню обсягу продажів та полегшить процес бронювання туристичних послуг. Розвиток мобільного додатка також є перспективним напрямком, оскільки це дозволить компанії підтримувати зв'язок з клієнтами та надавати їм персоналізовані послуги. Крім того, важливо зосередитися на підвищенні ефективності внутрішніх процесів, використовуючи автоматизацію та аналіз даних. У цілому, інтеграція новітніх технологій допоможе компанії "Щастя Тревел" збільшити свою конкурентоспроможність та стати лідером на ринку туризму.

Загальний висновок полягає в тому, що компанія має потенціал для подальшого розвитку та успіху на ринку туризму, але потребує уваги до питань реклами, технологічного оновлення та управління ризиками. Шлях до успіху лежить у використанні сильних сторін, усуненні слабких місць та максимальному використанні можливостей для розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Н.Ф., Сакур Л.М. Регіональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 2 (8). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm (дата звернення: 10.04.2024).
2. Богдан Н. М., Кравець О. М., Соколенко А. С. Управління інвестиційним забезпеченням розвитку підприємств туристського та готельного бізнесу на регіональному рівні. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 161–168.
3. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
4. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. № 2. С. 62–68.
5. Герасименко В.Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). 2008. № 12. С. 19–24.
6. Гутник О.В. Особливості реалізації державної політики Польщі у сфері туризму. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/gutnyk.htm (дата звернення: 10.04.2024).
7. Джинджоян В. В., Шарутенко К. С. Розвиток міжнародного туризму у європейському туристичному регіоні. Ефективна економіка. 2021. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9043> (дата звернення: 10.04.2024).
8. Туристична політика зарубіжних країн : підручник / кол. авт. ; за ред. А.Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. 220 с. URL: http://karazinbook.univer.kharkov.ua/sites/default/files/book_texts/parfinenko.pdf. (дата звернення: 10.04.2024).

9. Київ, компанія "Щастя Тревел" URL:https://www.otdux.net.ua/ua/catalog/kyiv-/active/excursions/Schastie_trevel.html (дата звернення: 10.04.2024)
10. Контрагент ТОВ "ЩАСТЯ ТРЕВЕЛ" URL:https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/35092823/ (дата звернення: 07.04.2024)
11. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. URL: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm. (дата звернення: 12.04.2024).
12. Клейман А.А., Евреїнов О.Б. Інфраструктура туризму: стратегія розвитку: монографія / під редакцією проф. А.А. Клеймана. СПб.: Д.А.Р.К., 2014. 384 с.
13. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2008. Вип. 24. С. 134–141.
14. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с. URL: <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf> (дата звернення: 12.04.2024)
15. Кочеткова А.А. Особливості державного управління туристичної галузі на прикладі США. Збірник матеріалів ІV наук.практ. конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». Кам'янецьПодільський: Медобори-2006, 2016. 230 с. С. 133–135. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kochetkova.htm (дата звернення: 12.04.2024)
16. Монастирський Г.Л. Теорія організації: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. 288 с.
17. Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід: монографія за заг. ред. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: ЛПІС, 2015. 275 с

18. П'ятницька Г.І. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування вибору. Проблеми науки. 2014. № 11. С. 21-29.
19. Романів П.В. Управління інноваційним розвитком туризму: Навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 198 с
20. Рогоза М.Є. Теоретичні аспекти формування моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2018. № 3. С. 91-96
21. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2016. 463 с.
22. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. пос. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2007. 125 с.
23. Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник. Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/ semenov.htm (дата звернення: 29.03.2024).
24. Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/savicka.htm (дата звернення: 30.03.2024).
25. Сайт офісу подорожей і туризму міністерства промисловості і аналізу США. URL: <http://travel.trade.gov>. (дата звернення: 30.03.2024)
26. Ровенко А.В. Сучасний стан розвитку індустрії подорожі і туризму США. Матеріали Міжнар. Наук.- практ. Конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства». Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 341–343.
27. Кривега К.В. Туристична інфраструктура: поняття та складові. Гуманітарний вісник ЗДІА. - 2005. - Випуск 21. - с.118-124.
28. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501> (дата звернення: 29.03.2024).

29. Щастя Тревел у м. Київ URL:http://ua.prostoturist.com.ua/spravochniki/organizatsiya_puteshestviy/id/197709 (дата звернення: 30.03.2024).

Міжнародні моделі туристичного бізнесу [8]

