

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри к.е.н., доцент
Давиденко І.В. ()
« » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

на тему: «Перспективи розвитку ділового туризму у м. Одеса»

Виконавець:

студентка групи 47 факультету Туризму
Бей Влада Василівна
(прізвище, ім'я, по батькові) _____ /підпис/

Науковий керівник:

старший викладач кафедри
(науковий ступінь, вчене звання)
Козловський Роман Сергійович _____ /підпис/
(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Діловий туризм як напрям туристичної діяльності	7
1.2. Історичні аспекти розвитку ділового туризму	12
1.3. Класифікаційні ознаки ділового туризму	18
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ANEX TOUR»	24
2.1. Аналіз сучасного стану ринку ділового туризму	24
2.2. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»	32
2.3. Особливості організації ділового туризму ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»	43
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У М. ОДЕСА	53
3.1. Напрями підвищення рівня розвитку ділового туризму м. Одеси	53
3.2. Розробка перспективного напрямку ділового туризму м. Одеси	
ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour»	62
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80
ДОДАТКИ	86

ВСТУП

Актуальність і практична значимість дослідження. Актуальність дослідження базується на зростаючій ролі ділового туризму в сучасному економічному житті, а також на потенціалі міста Одеса в зазначеному напрямку. За оцінками експертів ЮНВТО, діловий туризм є одним із найбільш ефективних з точки зору економіки сегментів туристичної індустрії у всьому світі та займає близько 20% туристичного сектору, приносячи при цьому до 60% прибутку від усієї туристичної галузі.

Сучасні тенденції в бізнесі визначають необхідність розвитку ділового туризму як стратегічного напрямку для приваблення інвестицій, розвитку мережі підприємств та сприяння підвищенню ефективності місцевої економіки. Проте, вітчизняний туристичний ринок характеризується недостатнім рівнем розвиненості інфраструктури для ділового туризму та неефективне її використання, конкуренцією серед регіонів України, невеликою кількістю проведених національних та міжнародних бізнес заходів.

Після закінчення бойових дій на території України, розпочнеться процес відновлення та розширення ділових зв'язків з бізнесменами багатьох країн. Наша країна прийматиме різноманітні делегації, проводитиме спільні ділові заходи, розпочинатиме бізнес-проекти. Критичне оцінювання наявного потенціалу м. Одеси для проведення бізнес заходів є перспективним напрямом у процесі відновлення та подальшого розвитку ділового туризму.

Ступінь розробленості теми у науковій літературі. Питання становлення ділового туризму в Україні цікавили багатьох вітчизняних науковців. Теоретичним аспектам дослідження історії становлення ділового туризму досліджували у своїх працях Б Козак [10], С. Галасюк [11], В. Абрамов [20], М. Мальська [22], В. Сливенко, Т. Подорожко, В. Шишкіна [27] та інші. Аналіз існуючого стану та перспективи подальшого розвитку розкривали у своїх роботах Н. Корнілова [7], Л. Прокопишин-Рашкевич [9], М. Бігус [13], Ю. Чаркіна [14], Є. Музичка, В. Петренко [17], Я. Кацемір [23] та ін.

Для подальшого розвитку вітчизняного ділового туризму необхідні теоретичні та методологічні засади організації ділових турів, а також інноваційні підходи до його розвитку, враховуючи необхідність швидкого відновлення після закінчення військового конфлікту.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є здійснення аналітичних досліджень щодо перспектив розвитку ділового туризму в м. Одеса.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- вивчити діловий туризм як напрям туристичної діяльності та ознайомитися з історичними аспектами його розвитку;
- визначити класифікаційні ознаки ділового туризму;
- провести аналіз сучасного стану ринку ділового туризму;
- дослідити загальну характеристику діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»;
- з'ясувати особливості організації ділового туризму ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»;
- визначити напрями підвищення рівня розвитку ділового туризму м. Одеси;
- розробити перспективний діловий тур до м. Одеси для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» та розрахувати його ефективність.

Об'єкт дослідження – діловий туризм та його особливості організації ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour».

Предмет дослідження – особливості розвитку сегменту ділового туризму в м. Одеса, його ресурсні та інфраструктурні можливості, подальші перспективи.

У процесі дослідження було використано різні **методи**. Для вивчення ділового туризму як напрям туристичної діяльності, ознайомлення з історичними аспектами його становленнями та з класифікаційними ознаками були використані методи теоретико-методологічні методи. За допомогою аналітичних методів було здійснено діагностику ринку ділового туризму, аналіз діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour», оцінку ресурсного та інфраструктурного потенціалу м. Одеси. Методи прогнозування дозволили

виокремити найперспективніші види ділового туризму в м. Одесі та запропонувати новий туристичний продукт для ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour».

Інформаційною базою дослідження стали статистичні дані щодо обсягів ділових подій, конференцій, виставок та інших заходів, що проводяться в м. Одеса. Дані про відвідуваність міста бізнесмени та делегацій з різних регіонів України та інших країн. Аналіз інфраструктури для проведення ділових заходів в Одесі, таких як конференц-зали, готелі, ресторани тощо. Вивчення досвіду розвинених туристичних міст щодо приваблення бізнес-туристів. Відгуки туристів, опитування менеджерів готелів та ресторанів для отримання експертної думки та пропозицій щодо розвитку ділового туризму, інформація про діяльність ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour», отримана як безпосередньо в офісі компанії, так і на їх офіційному сайті.

Практичне значення дослідження полягає в розробці рекомендацій та стратегій для подальшого розвитку ділового туризму в м. Одеса. Аналіз українського ринку ділового туризму, виокремлення проблем та гальмівних чинників сприятиме розробці ефективних заходів щодо вдосконалення інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг та створення сприятливих умов для розвитку бізнес-туризму в місті. Запропонований діловий гастрономічний тур може бути використаним ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» при плануванні та впровадженні стратегій розвитку ділового туризму в Одесі.

Оприлюднення результатів досліджень. Результати дослідження були оприлюднені у публікації тез:

1. Сучасний стан розвитку інформаційних технологій в туристичній сфері.
2. Роль музейних екскурсій в культурно-пізнавальному туризмі

Структура роботи. Кваліфікаційна робота включає вступ, 3 розділи, висновки та список використаних джерел. Обсяг роботи – 79 сторінок. Містить 22 таблицю, 20 рисунків, 6 формул та 5 додатків. Список використаних джерел – 58 найменувань.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

1.1. Діловий туризм як напрям туристичної діяльності

Інтенсивний розвиток бізнесових, культурних і наукових зв'язків між країнами, загальний економічний прогрес, а також створення нових та модернізація існуючих підприємств у різних сферах господарювання сприяють розвитку такого виду туристичної діяльності як діловий туризм.

Діловий туризм наразі є одним із ключових сегментів у сфері туристичної діяльності та відіграє важливу роль у підвищенні іміджу як окремого регіону, так і країни в цілому. Згідно з інформацією, опублікованою Statsmarketresearch, глобальний ринок ділових поїздок у 2022 році оцінювався приблизно в 1027,1 мільярдів доларів США [2].

За визначенням UNWTO, діловий туризм охоплює подорожі, спрямовані на участь у конкретних подіях або заходах, пов'язаних з бізнес-інтересами [3].

У туристичній діяльності англomовних країн широко використовується термін «Business Travel», що має два різних значення (рис. 1.1)

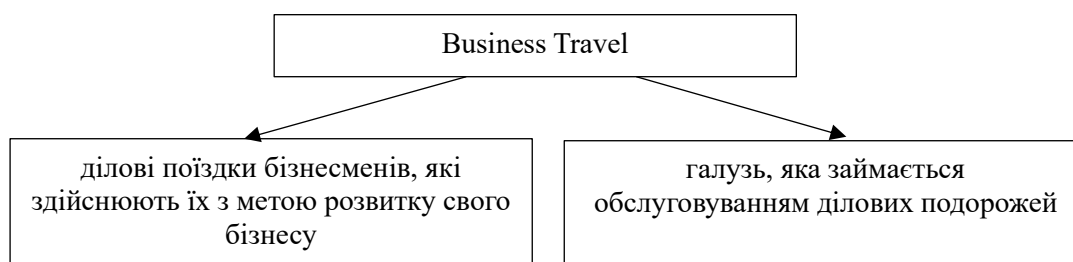


Рис. 1.1. Сутність терміну «Business Travel»

Джерело: узагальнено автором за [4]

У вітчизняному законодавстві відсутнє окремо виділене визначення «діловий туризм». Згідно зі статтею 1 Закону України «Про туризм», туризм розглядається як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [5].

Діловий туризм характеризується специфічними вимогами щодо організації подорожей, визначеним профілем споживачів, великим впливом на економіку країни та підвищеними вимогами до наявних ресурсів та транспортної інфраструктури. Характерною особливістю ділового туризму є взаємодія між учасниками: туристами та організаторами бізнес-поїздок (рис. 1.2)

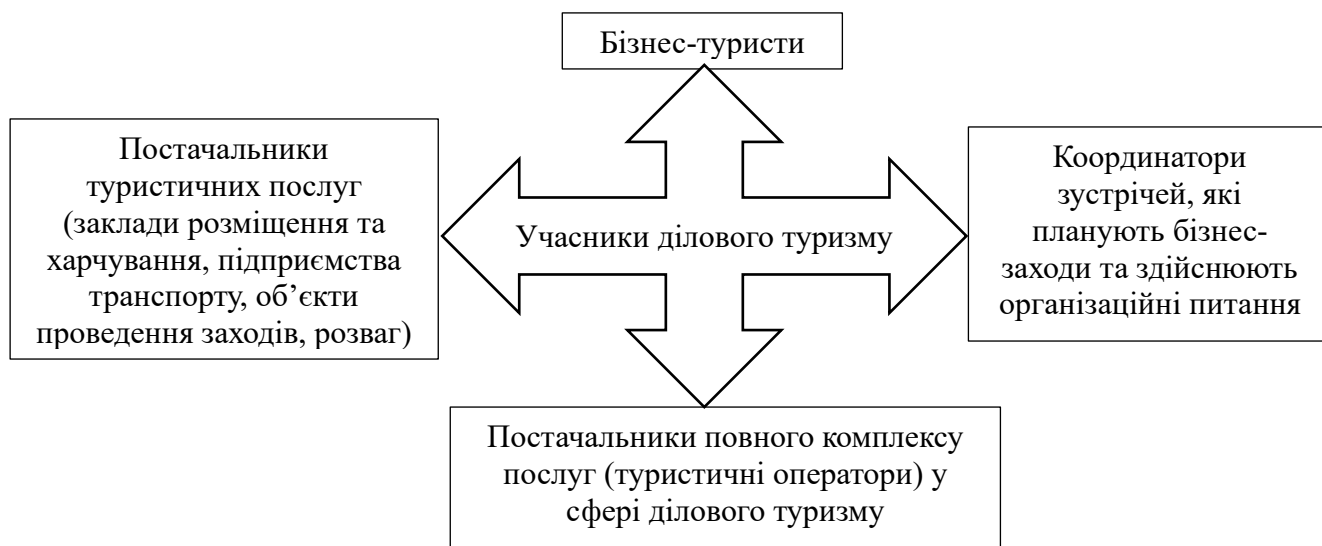


Рис. 1.2. Учасники ділового туризму

Джерело: систематизовано автором за [6]

Бізнес-туристи – це особи, які здійснюють поїздки з метою участі у конференціях, зустрічах, переговорах або інших подіях, що стосуються їх професійної діяльності. Ці поїздки зазвичай призначені для розвитку бізнесу, побудови партнерських відносин, вивчення нових технологій або представлення продуктів і послуг. Слід зазначити, що ділові туристи виставляють певні вимоги щодо свого обслуговування. На рис. 1.3 представлені основні вимоги бізнес-туристів щодо організації ділових подорожей.

Індивідуальний підхід у формуванні ділового туру є важливим аспектом в організації ділових подорожей. Врахування індивідуальних потреб, вимог і побажань кожного клієнта, персональний підбір готелю, закладів харчування, транспортних засобів, розважальних заходів та інших сервісних послуг, забезпечить оптимальний рівень комфорту та задоволення ділового туриста, що

сприятиме позитивному враженню від ділового туру та підвищуватиме його ефективність.

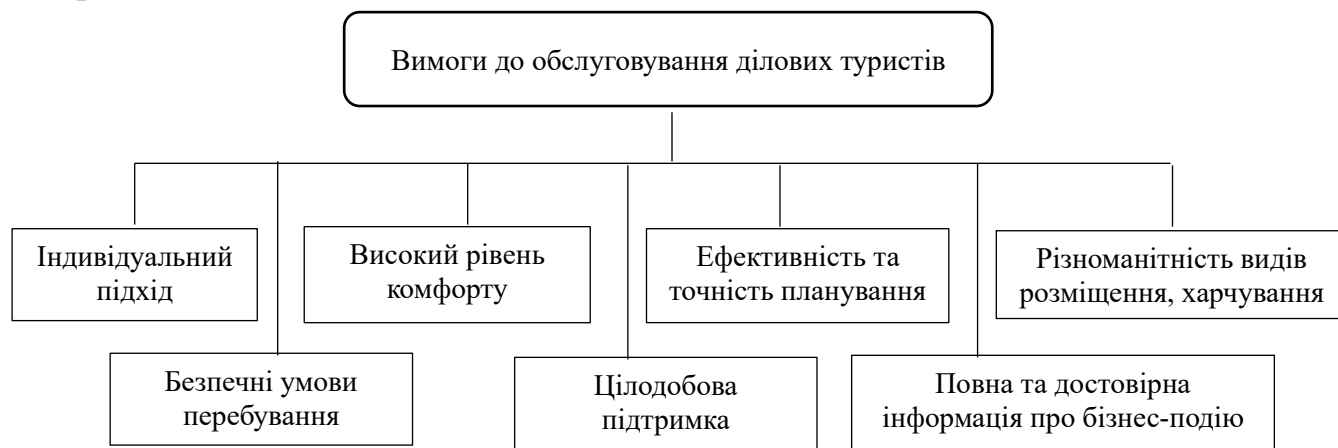


Рис. 1.3. Основні вимоги до обслуговування ділових туристів

Джерело: систематизовано автором за [7]

У діловому туризмі до постачальників туристичних послуг висуваються завищені вимоги, оскільки успішне проведення бізнес-подорожі напряду впливає на репутацію та результативність бізнесу. Туристичні оператори, які спеціалізуються на створенні бізнес подорожей співпрацюють із кращими готелями, ресторани, транспортними компаніями та іншими постачальниками туристичних послуг.

Не менш важливе значення у діяльності ділового туризму посідають організатори ділових заходів, які визначають зміст та цілі ділових зустрічей, проводять переговори, забезпечують фінансовий контроль, а також приймають рішення щодо непередбачуваних ситуацій. Функції організаторів ділових поїздок можуть виконувати внутрішні департаменти великих корпорації, незалежні спеціалізовані компанії або туристичні фірми. Останнім часом американські та канадські компанії змінюють організаційну структуру своїх підприємств, прибираючи внутрішні відділи, що займалися організацією ділових подорожей та користуються послугами спеціалізованих сторонніх організацій [8].

Ділові поїздки є одним з найбільш прибуткових видів туризму для організаторів і водночас стимулюють розвиток інших сегментів економічної діяльності, не пов'язаних з туристичною діяльністю. Наразі дана галузь туризму

активно розвивається більше як 150 країнах світу, причому великі бізнес-події відбуваються не лише у столицях, а й у регіонах. Для розвитку ділового туризму велике значення мають спеціалізовані виставки та біржі. Найбільш відомі світові заходи, заплановані на 2024 р., куди прагнуть потрапити бізнес-туристи, досліджено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Топ-10 світових бізнес-подій

Назва бізнес-події	Місто, країна	Дата проведення	Бізнес-напрямок
CES	Лас-Вегас, США	9-12 січня	міжнародна виставка споживчої електроніки, одна з найбільших у світі, де представляються новітні технології та інновації
Давоський форум	Давос, Швейцарія	15-17 січня	щорічний світовий економічний форум, де збираються впливові політики та бізнес-лідери з усього світу
Mobile World Congress	Барселона, Іспанія	26-29 лютого	найбільша світова виставка мобільних технологій, де збираються компанії з усього світу для демонстрації новинок у сфері мобільного зв'язку
SXSW	Остін, США	8-16 березня	фестиваль, що об'єднує музику, кіно та технології, на якому також проводяться різноманітні бізнес-заходи та конференції
Web Summit	Лісабон, Португалія	11-14 листопада	одна з найбільших технологічних конференцій у світі, де збираються представники технологічних компаній та стартапів
Cannes Lions	Канни, Франція	17-21 червня	міжнародний фестиваль реклами та креативності, де проводяться конференції з рекламного бізнесу
World Economic Forum	Сінгапур	10-11 липня	Азійський варіант Давоського форуму, де обговорюються світові економічні питання.
GITEX Technology Week	Дубаї, ОАЕ	14-18 жовтня	Виставка технологій та інновацій, що привертає увагу бізнес-гравців з усього світу
TechCrunch Disrupt	Сан-Франциско, США	28-30 жовтня	конференція, спрямована на стартапи та інноваційні технології, де проводяться конкурси та демонстрації нових продуктів.
Money 20/20	Бангкок, Тайланд Лас-Вегас, США	23-25 квітня 27-30 жовтня	конференція про фінансові технології та платіжні системи, що збирає представників фінансового сектору з усього світу.

Джерело: побудовано автором

Щорічно проводяться міжнародні туристичні форуми, виставки та біржі, що забезпечують підвищення рівня обслуговування туристів в цілому та бізнес-туристів, зокрема. Серед найвідоміших заходів у цьому напрямку можна виділити: Міжнародний туристичний форум «World Travel Market» (Лондон, Великобританія); Міжнародна туристична біржа (Берлін, Німеччина); Азійський туристичний конгрес та виставка (Сінгапур); Міжнародна виставка туризму та морських круїзів (Маямі, США); Міжнародна виставка туризму та гостинності (Торонто, Канада) та багато інших.

Проведене дослідження дало змогу визначити основні ознаки ділового туризму представлені на рис. 1.4.

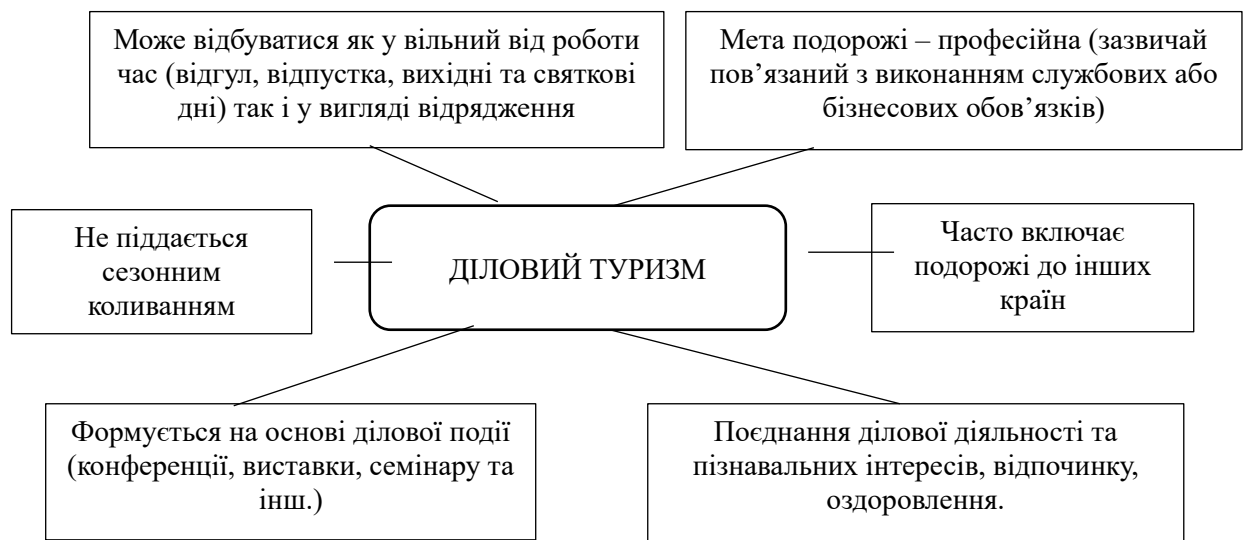


Рис. 1.4. Основні ознаки ділового туризму

Джерело: узагальнено автором за [9]

Визначаючи вплив ділового туризму на економіку країни, можна відмітити, що розвиток ділового туризму країни сприяє:

- збільшенню обороту грошей за рахунок великих витрат на готельні, ресторанні, транспортні послуги, що стимулює економіку країни та сприяє розвитку бізнесу в регіоні;
- створенню нових робочих місць у готельному бізнесі, ресторанній сфері, транспорті та інших суміжних секторах;

- стимулюванні інфраструктурного зростання за рахунок урядових та приватних інвестицій з метою забезпечення комфортного перебування ділових туристів (аеропорти, конференц-центри, мережі готелів, автодороги та інш.);
- збільшенні інвестиційних надходжень від міжнародних бізнесменів та делегацій;
- підвищенню іміджу країни (регіону), що допоможе збільшити туристичний потік.

Отже, діловий туризм – це сегмент туризму, що орієнтований на подорожі людей з метою здійснення бізнес-заходів або участі в професійних подіях, таких як конференції, семінари, виставки, зустрічі з партнерами чи клієнтами. Цей вид туризму сприяє обміну досвідом, налагодженню бізнес-контактів та розвитку професійних навичок. Діловий туризм відіграє важливу роль у стимулюванні економічного зростання та розвитку туристичної індустрії в цілому.

1.2. Історичні аспекти розвитку ділового туризму

Зародження ділового туризму у світі пов'язане з економічними та торговельними потребами суспільства. Виникнення ділового туризму сягає своїми коріннями в давні часи, коли торгівля, обмін знаннями та уміннями вимагали особистих зустрічей. Стародавні купці, ремісники та мандрівники відправлялися у подорожі, щоб здійснювати домовленості, налагоджувати торговельні зв'язки та обмінюватися досвідом.

У середньовіччі та в епоху Відродження діловий туризм набув нових рис. Розвиток морських торговельних маршрутів сприяв зростанню товарообігу між різними країнами. Торговці, посильні здійснювали подорожі для переговорів, знайомства з новими технологіями та культурними особливостями сусідніх країн.

Не зважаючи на давні туристичні відвідини з комерційною метою, діловий туризм як окремий вид туризму, було виокремлено лише 19 столітті разом з

розвитком залізничного, автомобільного транспорту. У цей період бізнес-подорожі набули найбільшого поширення та стали однією з найприбутковішою галузей туризму.

У 20-му столітті після Другої світової війни зростання міжнародних бізнес-відносин, розвиток технологій і зміни в глобальній економіці значно збільшили обсяги ділових подорожей. Компанії почали активно використовувати конференц-зали, виставкові центри та інші платформи для організації бізнес-заходів, які забезпечували можливості для обміну інформацією, створення нових партнерських зв'язків і розширення бізнесу. З появою літаків у сфері транспортування, ділові поїздки стали невід'ємною частиною життя будь-якого бізнесу.

З розвитком туристичної індустрії та збільшенням числа глобальних подій, таких як виставки, конференції, зустрічі і воркшопи, діловий туризм став важливим галузевим сегментом. Спеціалізовані агентства та компанії з туризму почали надавати послуги з організації ділових поїздок, включаючи бронювання готелів, транспорту, конференц-залів та послуг зв'язку.

Наразі діловий туризм є не тільки важливим джерелом доходів для багатьох країн світу, але й має значний вплив на економічний розвиток та міжнародні взаємовідносини. Він стимулює інвестиції, сприяє обміну знаннями та технологіями, а також сприяє розвитку інфраструктури та послуг гостинності.

Загальний історичний розвиток ділового туризму можна представити у вигляді 4 основних етапів: зародження, розвитку, становлення та сучасного етапу (рис. 1.5)

Історично діловий туризм завжди був тісно пов'язаний з обсягом світової торгівлі. У 2022 р. торгівля товарами збільшилася на 10%, у порівнянні з попереднім роком, а послугами – на 15% [12], що призвело до подібного зростання витрат на світовий діловий туризм. У сучасному світі індустрія ділового туризму становить 60% від усього обсягу світового туризму, а більше 50% готельних місць займають саме бізнес-туристи.

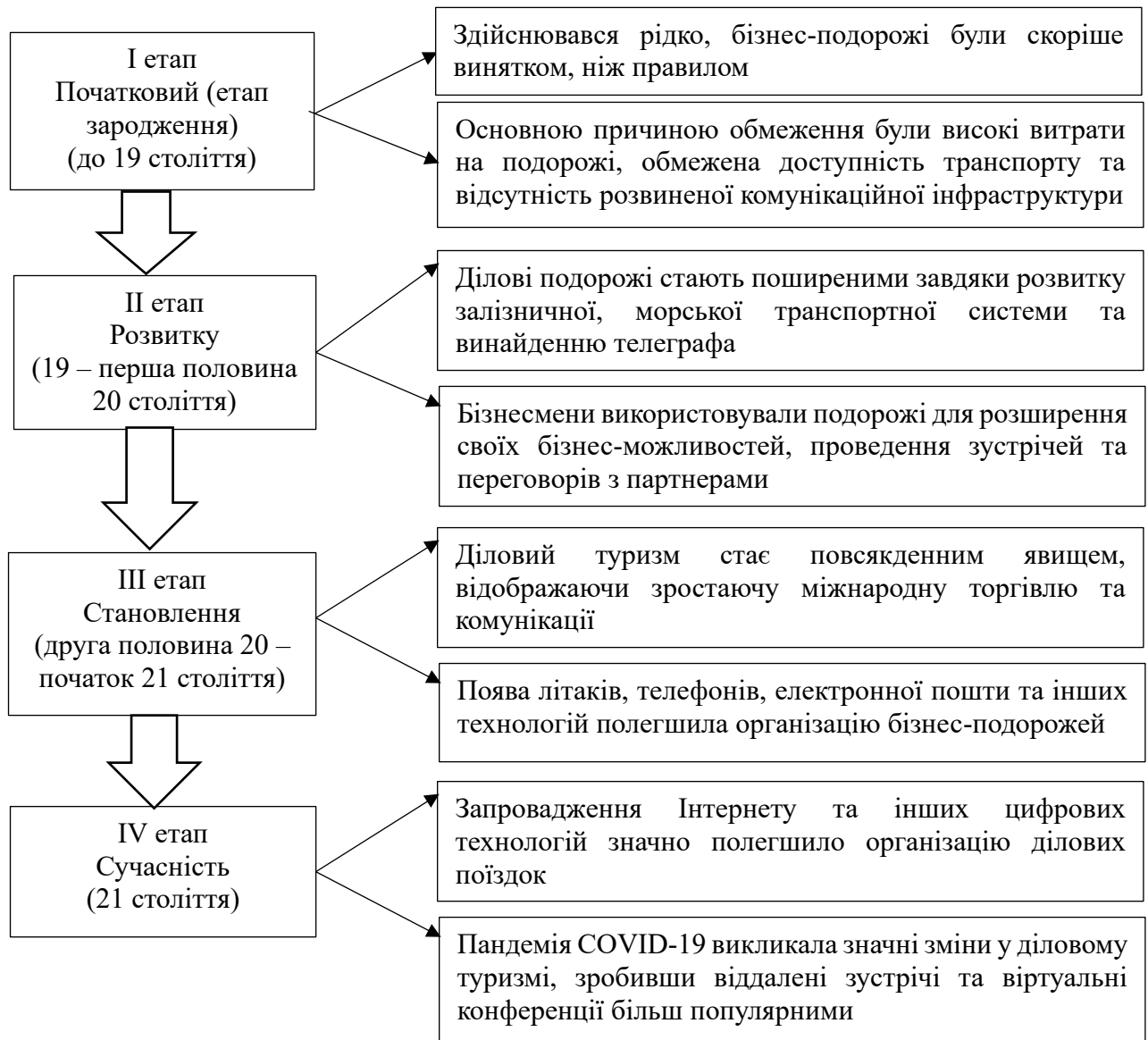


Рис. 1.5. Історичні етапи становлення ділового туризму

Джерело: систематизовано автором за [10, 11]

Розглядаючи розвиток ділового туризму в Україні, можна зазначити, що наразі даний вид туризму розвивається за трьома напрямками: міжнародний, регіональний і внутрішній (рис. 1.6).

До складу міжнародного ділового туризму входять іноземні делегації та міжнародні бізнесові групи, що відвідують Україну з метою ведення бізнесу, ознайомлення з ринком, партнерство та дослідження інвестиційних можливостей. Такі події сприяють зміцненню міжнародних економічних зв'язків, обміну досвідом та розвитку бізнесу в Україні.

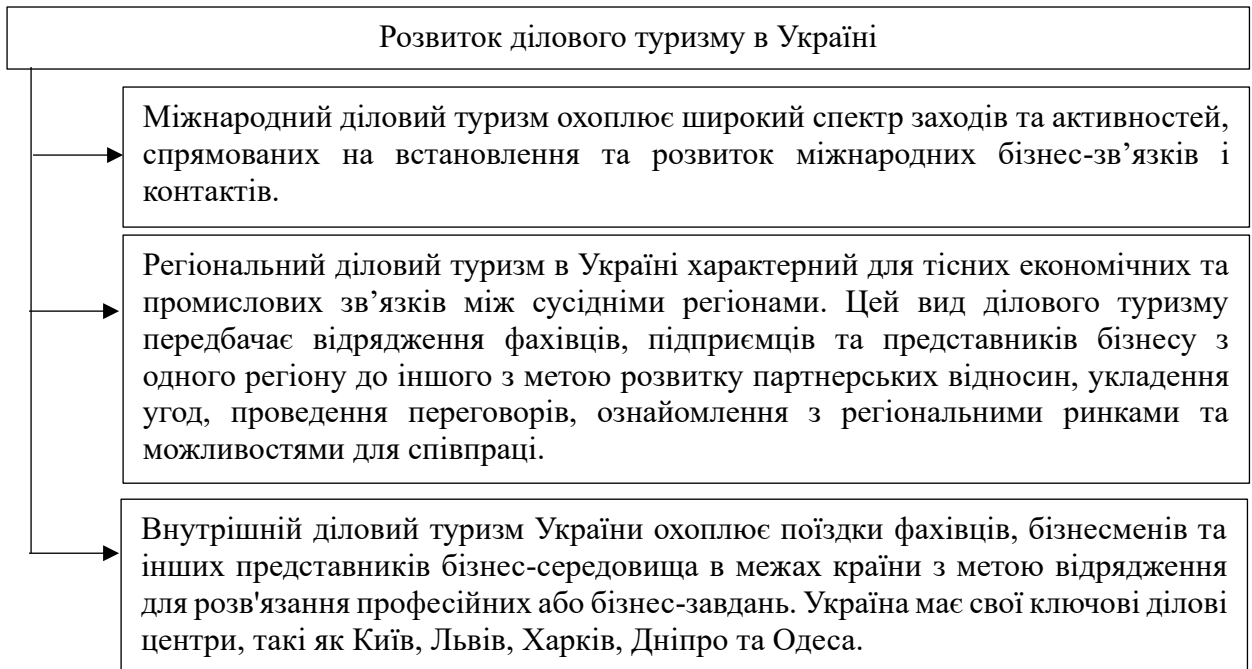


Рис. 1.6. Сучасні напрямки розвитку ділового туризму в Україні

Джерело: узагальнено автором за [13; 14]

Регіональний діловий туризм сприяє обміну досвідом, розвитку міжрегіональних бізнес-зв'язків та створенню сприятливих умов для економічного зростання регіонів України.

Внутрішній діловий туризм передбачає здійснення подорожей між різними містами та регіонами України для участі в зустрічах, конференціях, семінарах, переговорах, відвідування бізнес-партнерів або клієнтів, а також для ознайомлення з ринковими умовами та можливостями для співпраці у різних регіонах країни. Внутрішній діловий туризм сприяє розвитку внутрішнього ринку, підтримці місцевих підприємств та галузей економіки, а також обміну досвідом та інноваціями між різними регіонами України.

Початок війни в Україні призвів до негативного впливу на функціонування вітчизняних туроператорів. Іноземні туристи припинили відвідувати Україну, а кількість українців, які подорожують, значно зменшилася. Додатково, існує заборона на виїзд чоловіків, а також спостерігається руйнування транспортної та енергетичної інфраструктури. Ці негативні обставини створюють значні

труднощі як для розвитку ділового туризму, так і для загальної діяльності у туристичній сфері [15].

Навіть при урахуванні негативного впливу пандемії та військової агресії на території України, діловий туризм залишається ключовою складовою бізнес-середовища, змінюючи підходи до обслуговування ділових турів. Крім того, доходи від ділових поїздок набагато вищі, порівняно з іншими видами туризму, оскільки середні щоденні витрати бізнесменів утричі перевищують витрати звичайних туристів.

В наш час спостерігається зростаючий інтерес до «робочих відпусток» завдяки можливості дистанційної роботи та гнучким графікам. Це вимагає від індустрії готелів та курортів інвестицій у збільшення різноманітності закладів розміщення. Зі зникненням потреби селитися у великих містах, ділові туристи почали обирати більш оригінальні та спокійніші заклади розміщення. Національні готелі та курортні комплекси повинні переглянути свою концепцію обслуговування, щоб задовольнити потреби цього туристичного сегменту. Це можна зробити шляхом раціонального використання робочих просторів та забезпечення надійного високошвидкісного Інтернету [16].

Сучасні виклики потребують новаторських підходів до надання послуг у діловому туризмі. За результатами проведеного дослідження та на основі висновків компанії «Development Counselors International», було визначено основні перспективні тенденції в діловому туризмі (рис. 1.7).

Корпоративні організації, готелі та авіакомпанії можуть досягти успіху, впроваджуючи екологічно орієнтовану стратегію для подорожей, застосовуючи сучасні технології для їх організації, пропонуючи гнучкі умови роботи, співпрацюючи з туристичними постачальниками, ставлячи першочерговим пріоритетом здоров'я та безпеку, створюючи неповторні враження від подорожей та застосовуючи інноваційні технології. Незважаючи на значні виклики, які стоять перед галуззю ділових подорожей у 2024 році, цей період також відкриває можливості для туристичних компаній підвищити свої конкурентні переваги, запропонувати ціннісні для ділових мандрівників тури.



Рис. 1.7. Сучасні тренди ділового туризму

Джерело: систематизовано автором за [17 – 19]

Криза, спричинена коронавірусом та воєнні дії на території України та Ізраїлю, негативно впливатимуть на проведення зустрічей у бізнес-середовищі. Незважаючи на це, особистий контакт залишається важливим для розвитку бізнесу, хоча сучасні ділові подорожі зазнали значних змін. Через безпекові питання бізнес-туристи все частіше вдаються до використання дистанційних зустрічей, хоча й надалі віддають перевагу особистому контакту.

Отже, протягом історичної еволюції діловий туризм пройшов 4 стадії становлення: від зародження до сучасного стабільного розвитку. Кожний етап відповідав конкретним історичним умовам, технологічному прогресу та соціально-економічним змінам суспільства. Протягом останніх років діловий туризм стає однією з найбільш прибуткових галузей у світовій туристичній індустрії. Попит на проведення конференцій, виставок та зустрічей продовжує зростати, а туристичних компаній, які активно просувають даний вид послуг на туристичному ринку, небагато. Сучасні тенденції у розвитку ділового туризму відображають актуальну картину ділових поїздок, що визначають нові підходи до їх організації та проведення з метою відповідності до потреб сучасних бізнес-туристів.

1.3. Класифікаційні ознаки ділового туризму

Розглядаючи класифікаційні ознаки ділового туризму, вітчизняні науковці В. Абрамов, М. Тонкошкур [20], А. Александрова [8], Г. Богатирьова [21], М. Мальська [22] виділяють шість основних ознак: напрями подорожі, характер події, вид туристичної діяльності, сферу діяльності, активність туриста, тривалість подорожі (рис. 1.8)



Рис. 1.8. Класифікація ділового туризм

Джерело: систематизовано автором за [8; 20-22]

Класифікація ділового туризму на різні категорії має вирішальне значення для розвитку туристичної діяльності. Розуміння структури ділового сектора серед туристів дозволяє більш точно ідентифікувати їх у процесі сегментації туристичного ринку, розкривати їхні потреби та адаптувати туристичні послуги відповідно до цих потреб.

Інші науковці, такі як Я. Кацемір [23] та Є. Музичка [17] виокремлюють у діловому туризмі два основних напрями: корпоративний та MICE. Абревіатура MICE утворена від перших літер чотирьох англійських слів, що вказують на різновиди організації турів (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Структура MICE-туризму

Meetings Ділові зустрічі	Incentives Інсентив-туризм	Conferences Конференції	Exhibitions Виставки
зустрічі з партнерами, конференції, навчання та семінари для дилерів - це лише деякі з можливих варіантів бізнес-зустрічей. Грамотна організація цих заходів в значній мірі визначає імідж компанії.	Заохочувальні тури, які призначені для виявлення вдячності клієнтам, співробітникам та партнерам, є чудовим засобом стимулювання колективу, укріплення корпоративних цінностей і позитивно впливають на робочий процес.	Проведення семінарів, конференцій і відвідування виставок, де важливий позитивний вплив результату.	Проведення корпоративних заходів та подорожей для співробітників

Джерело: [24]

Індустрія MICE охоплює різноманітні види діяльності, включаючи поширення і просування інформації, розробку розважальних програм або контенту, а також технічне забезпечення подій. Внаслідок цього, фахівці у цій галузі завжди затребувані. Корпоративний туризм охоплює відрядження підприємців на участь у конференціях, семінарах, тренінгах, а також інсентив-туризм та організацію корпоративних заходів (рис. 1.9).

Як вказано на зображенні вище, діловий туризм може мати різноманітні напрямки, такі як науковий, політичний, комерційний, корпоративний та громадський. Згідно із інтересами учасників та характером заходів, програми для

організації бізнес-подорожей будуть відрізнятися, враховуючи специфіку бізнес-завдань.

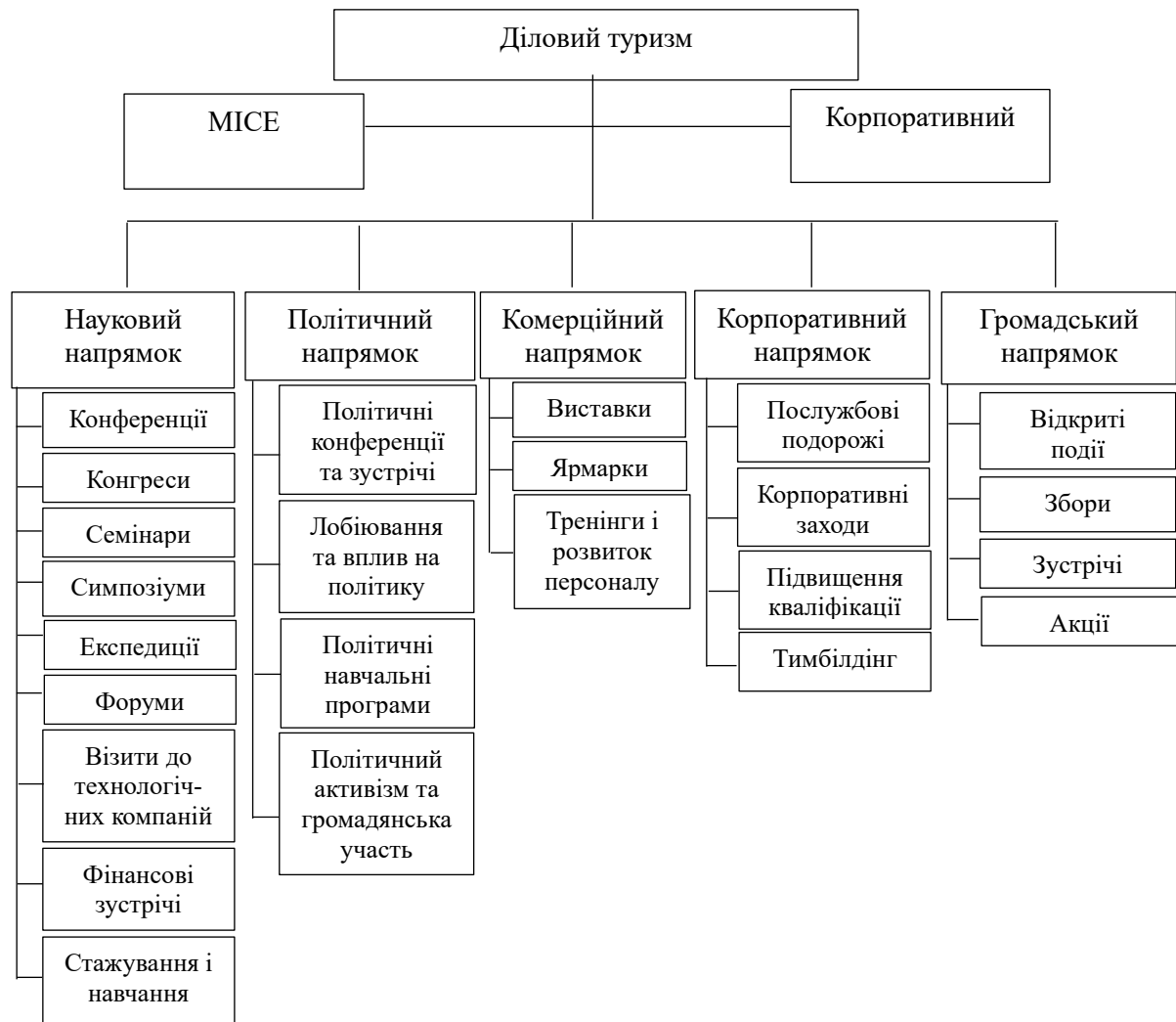


Рис. 1.9. Класифікація ділового туризму

Джерело: удосконалено автором за [9; 25; 26]

Визначаючи популярні напрямки у сучасному діловому туризмі, слід відзначити наступні:

1) відвідування виставок і салонів. Ці заходи відрізняються активним укладанням угод та формуванням нових партнерських зв'язків у сфері технічних досягнень. Протягом періоду проведення виставок міста стають центрами галузі, де збираються видатні бізнесмени. Таких заходів проводиться безліч щороку в різних напрямках:

– автомобільні виставки, такі як Міжнародний автосалон у Женеві, збирають професіоналів автомобільної галузі з усього світу. Крім демонстрації автомобілів та новітніх технологій, ці заходи надають можливість діловим туристам вивчити стратегії конкурентів та дізнатися про їхні останні досягнення. Майстер-класи, лекції, інтерв'ю та панельні дискусії можуть забезпечити корисні знання та перспективи для подальшого розвитку бізнесу. Наприклад, Франкфуртський автомобільний салон, крім представлення новітніх моделей та концепт-карів, створює можливості для встановлення співпраці та партнерства.

– технологічні виставки, такі як CES в Лас-Вегасі або Mobile World Congress у Барселоні, є дуже популярними і збирають широке коло учасників. Тут демонструються останні розробки в галузі електроніки, включаючи роботів, штучний інтелект, віртуальну реальність та інші інновації. Для фахівців у виробництві та обробці матеріалів доступні виставки, такі як Hannover Messe в Німеччині, спеціалізовані на обладнанні і технологіях. Найпопулярніші виставки харчової промисловості, такі як SIAL у Парижі та Anuga у Кельні, залучають увагу багатьох відвідувачів. У сфері туризму варто відзначити ITB Berlin та World Travel Market у Лондоні як провідні події. Для фахівців у медицині і фармації важливим є CPhI Worldwide, де представлені нові лікарські засоби та медичне обладнання [27].

2) відвідування модних показів відіграє важливу роль у діловому туризмі. Це не лише захоплююча подія для глядачів, але й ключовий фактор для бізнесу у модній індустрії. Під час таких заходів укладаються важливі контракти, проводяться переговори, встановлюються партнерські відносини та розглядаються нові перспективи. Міста, де проводяться модні покази, стають центрами, де збираються фахівці, ділові представники, дизайнери та роздрібні продавці для обміну досвідом і розвитку бізнесу в галузі моди. До найвідоміших заходів цього типу відносяться Паризький Тиждень Моди (Paris Fashion Week), Міланський Тиждень Моди (Milan Fashion Week), Лондонський Тиждень Моди та Тиждень Високої Моди у Нью-Йорку (New York Fashion Week).

3) участь у волонтерських програмах є поширеним варіантом ділового туризму, який залучає молодих людей із високим рівнем мовних навичок. Цей вид туризму розглядається як цікавий спосіб приносити соціальну користь через участь у діяльності соціальних організацій або благодійних фондів. Серед наявних програм можна виділити такі: AIESEC – міжнародна студентська програма, що дає можливість молоді брати участь у стажуваннях та волонтерських програмах у сферах бізнесу та культурного обміну; Youth For Understanding – програма, яка пропонує студентам та молоді можливість навчання та працевлаштування за кордоном, що також може включати розвиток бізнесових можливостей; International Volunteer HQ – ініціатива, що дає волонтерам можливість брати участь у проектах розвитку та співпраці з місцевими громадами у різних країнах світу; United Nations Volunteers – програма, яка дозволяє волонтерам приєднуватися до проектів та програм Організації Об'єднаних Націй; Workaway – програма обміну послугами, яка надає можливості, такі як робота на івентах та організація конференцій.

4) участь у тренінгах не лише розкриває нові можливості, але й сприяє розвитку професійних компетенцій. Ці заходи створюють можливість обмінюватися досвідом і утримувати постійний контакт з фахівцями з різних країн. Тренінгові семінари сприяють удосконаленню лідерських навичок та підвищенню ефективності колективної роботи. Разом з тим, в навчальних програмах передбачається час для відпочинку та розваг [15].

5) Можливість працевлаштування на короткий термін під час ділової подорожі надають такі ініціативи, як міжнародна програма Work and Travel. Реалізації даної програми дозволяє студентам подорожувати до інших країн, отримувати там робочі місця та додатковий дохід, при цьому не відмовляючись від свого навчання.

6) Подорожі з метою навчання – це такі ділові тури, коли подорожуючі відправляються до інших країн (США, Європа, Азія) для вивчення іноземних мов у природному оточенні. Однією з відомих установ для цього типу ділового туризму є EF Language School. У даній організації присутні як короткострокові

навчальні програми, так і тривалі курси, що передбачають можливість навчання протягом року.

7) Подорожі-заохочення, які організовуються компаніями для своїх працівників або партнерів як винагорода за їхній внесок у компанію. Основною метою таких подорожей є стимулювання та мотивація учасників до досягнення бізнес-цілей, таких як досягнення норм продажів, завершення проектів або підвищення продуктивності [13].

8) Тимбілдінг є ефективним інструментом для підвищення спільної ефективності команди, стимулювання мотивації та розвитку лідерських якостей учасників. Це сприяє формуванню міцної команди, яка вміє ефективно співпрацювати, що є дуже корисним для компаній у досягненні їхніх цілей [6].

Отже, наразі не існує єдиного підходу щодо визначення основних класифікаційних ознак. Частина науковців виділяє шість основних ознак: напрями подорожі, характер події, вид туристичної діяльності, сферу діяльності, активність туриста, тривалість подорожі. Інші науковці пропонують розділяти діловий туризм на два основних напрямки: MICE та корпоративний туризм. Серед найпопулярніших напрямів ділового туризму було розглянуто відвідування виставок і салонів, відвідування модних показів, участь у волонтерських програмах, участь у тренінгах, подорожі з метою короткострокового працевлаштування, навчання, інсентив-подорожі, тимбілдінг.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «ANEX TOUR»

2.1. Аналіз сучасного стану ринку ділового туризму

Досліджуючи динаміку світового ринку ділового туризму протягом останніх шести років, було обрано дані сайту Statista, розділ Global business travel (рис. 2.1)

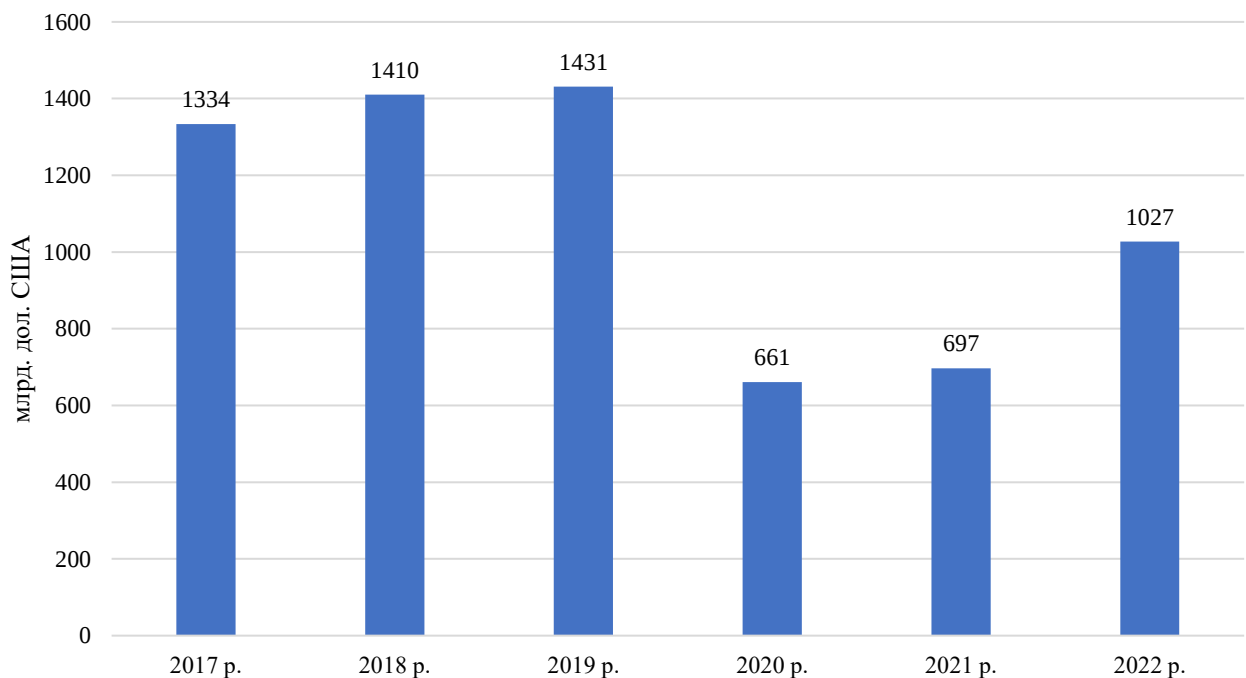


Рис. 2.1. Витрати бізнес-туристів у всьому світі з 2017 по 2022 рік

Джерело: побудовано автором за даними [28]

Відповідно до отриманих результатів можна зробити висновок про нерівномірність глобальних витрат на діловий туризм. Протягом 2017-2019 рр. відмічалось щорічне зростання з 1334 млрд. дол. США у 2017 р. до 1431 млрд. дол. США у 2019 р., що було найвищим значенням за досліджуваний період. У 2020 р. витрати ділових мандрівників у всьому світі різко впали до найнижчого показника у 661 млрд. дол. США. У 2021 р. відмічалось зростання досліджуваного показника на 5,4%. У 2022 р. глобальні витрати на діловий

туризм дещо зросли після значного падіння через пандемію коронавірусу і досягли показника у 1027 млрд. дол. США.

Після вибуху пандемії COVID-19 у 2020 році компанії по всьому світу були змушені переглянути свої плани на ділові поїздки, оскільки різні обмеження, введені у багатьох країнах, наклали серйозні обмеження на глобальні переміщення. Згідно з дослідженням Global Business Travel Association (GBTA), станом на жовтень 2021 року, 38 % компаній скасували більшість або всі внутрішні ділові поїздки по всьому світу. Тим часом, майже вісім з десяти опитаних фірм призупинили міжнародні ділові поїздки протягом того ж періоду [29].

У 2022 році витрати на ділові подорожі склали 20% від загальних туристичних витрат у світі. За попередніми оцінками, у 2023 році бізнес-туристи витратили понад 740 млрд. дол. США у всьому світі, при цьому китайські туристи зайняли перше місце у цьому рейтингу.

Відповідно до прогнозів, які надаються спеціалісти в галузі аналітики та туризму, обсяг ділових подорожей буде щорічно збільшуватися на 3,2%, що дозволить досягти показників у 1964,1 млрд. дол. США у 2030 р. [30].

Згідно зі статистикою, кількість зустрічей, організованих міжнародними асоціаціями в усьому світі, у 2021 році становила приблизно 7,7 тисяч, зменшуючись другий рік поспіль. У 2019 році таких зустрічей відбулося понад 14 тисяч [31].

Наразі 2/3 міжнародних ділових подорожей припадають на США, Китай, Францію, Велику Британію, Німеччину, Італію та Іспанію. У 2022 році Сполучені Штати займали провідну позицію у проведенні зустрічей ICCA, організувавши 690 подій цього типу. Незважаючи на це, Європа залишається лідером за кількістю реалізованих бізнес-туристичних поїздок. Європейські країни активно інвестують та отримують значні кошти у цьому сегменті туризму. Цього ж року Іспанія та Італія розташувалися на другому і третьому місцях, відповідно провівши 528 та 522 особистих зустрічей асоціації [32].

На основі статистичних даних ICCA було визначено питому частку кожного регіону за кількістю проведених бізнес-заходів (табл. 2.1).

Відповідно до даних таблиці, Європа є провідним регіоном у сфері ділового туризму, займаючи 54,8% ринку міжнародних бізнес-заходів у 2022 році, хоча у 2021 р. відмічалася негативна динаміка до зменшення частки даного регіону на 4,7%.

Таблиця 2.1

Питома частка регіонів світу за кількістю міжнародних бізнес-заходів

Регіон світу	Питома частка			Зміна 2022 р. до	
	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2020 р.	2021 р.
Європа	48,8	44,1	54,8	6	10,7
Азіатсько-Тихоокеанський	34,3	36,2	26,2	-8,1	-10
Америка	11,4	14,4	13,6	2,2	-0,8
Африка	3,7	2,2	2,5	-1,2	0,3
Близький Схід	1,8	3,1	2,9	1,1	-0,2

Джерело: побудовано автором за даними [33-35]

У той же час, Азіатсько-Тихоокеанський регіон набув популярності у 2021 р., питома частка міжнародних бізнес-подій становила 36,2%, проте, у 2022 р. регіон втратив 10%. Американський регіон теж не мав стабільної динаміки, підвищуючи свою участь у ділових подіях у 2021 р. та дещо зменшуючи у 2022 р. Питома частка бізнес-заходів в Африканському регіоні була найвищою у 2020 р. і становила 3,7%. У 2022 р. частка бізнес-заходів на Близькому Сході становила 2,9%, що на 0,2% менше, у порівнянні з попереднім роком та на 1,1% більше, ніж у 2020 р.

Щодо міст, то їх географічна розташованість відображає деяку схожість із ситуацією по країнах. Іншими словами, перевага віддається європейським містам. За статистикою кількості проведених бізнес-заходів на міжнародному рівні у 2022 р. перші позиції посідають європейські місця: Відень піднявся на 5 сходинок, порівняно з 2019 р., і посів перше місце в рейтингу. Лісабон стабільно посідає друге місце та замикає трійку лідерів Париж, поступившись своєю першістю у 2019 р. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Порівняльний аналіз Топ-10 міст за кількістю бізнес-заходів
міжнародного рівня: 2022 р. проти 2019 р.

Рейтинг 2022 р.	↑↓ 2019 р.	Місто	Кількість бізнес-заходів	
			у 2022 р.	у 2019 р.
1	5	Відень	162	149
2	0	Лісабон	144	190
3	-2	Париж	134	237
4	0	Барселона	133	156
5	4	Прага	129	138
6	-1	Мадрид	128	154
7	-4	Берлін	113	176
8	9	Афіни	109	117
9	19	Брюссель	108	95
10	-2	Лондон	106	143

Джерело: побудовано автором за [32; 36]

Барселона зміцнила своє 4-те місце. Замикає п'ятірку лідерів Прага, яка піднялася з 9 позиції у 2019 р. Мадрид та Берлін погіршили свої позиції, опустившись відповідно на 1 та 4 позиції. 8-е та 9-те місця зайняли 10 найкращих новоприбулі Афіни, які піднялися в рейтингу на 9 сходинок та Брюссель, рейтинг якого зріс на 19 позицій. Проте, слід зазначити, що більшість з досліджуваних міст значно зменшили кількість проведених заходів. На жаль, українські міста у рейтингу Міжнародної асоціації конгресів і конвенцій у 2022 р. відсутні у зв'язку військових дій на території країни, хоча й у 2019 р. у даному рейтингу були тільки два міста – Київ та Львів, які провели по одному міжнародному бізнес-заходу.

Для проведення аналізу рівня розвитку ділового туризму в Україні було використано доступні статистичні дані туристичної діяльності за період 2018-2020 рр. За подальший період такі дані закриті, у зв'язку з військовим положенням в Україні. У таблиці 2.3 проведено аналіз загальної кількості туристів та кількість ділових туристів, яким надавалися послуги вітчизняними туристичними компаніями.

Спираючись на дані Державної служби статистики України, можна відмітити, що у 2020 р. кількість туристів, обслугованих вітчизняними

туристичними компаніями склала 1957410 осіб, що на 63,21% менше, ніж у попередньому році, та на 57% менше, ніж у 2018 році. Найвищу частку у загальній структурі туристів протягом 2018-2020 рр. становили виїзні туристи.

Таблиця 2.3

Обслужені туристи в Україні у 2018-2020 рр., осіб

Показник	2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	Усього	З діловою метою	Усього	З діловою метою	Усього	З діловою метою
Загальна кількість туристів	4557447	216884	5319952	271171	1957410	61198
Іноземні туристи	75945	8066	83703	5324	11773	481
Виїзні туристи	4024703	75979	4786594	91778	1758107	15087
Внутрішні туристи	456799	132839	449655	174069	187530	45630

Джерело: побудовано автором за даними [37]

Роль ділового туризму в Україні зросла у 2019 році, оскільки частка туристів, які обслуговувалися в нашій країні у рамках ділового туризму, збільшилася з 4,76% у 2018 році до 5,09% у 2019 році. Проте вона знову знизилася до 3,13% у 2020 році (рис. 2.2).

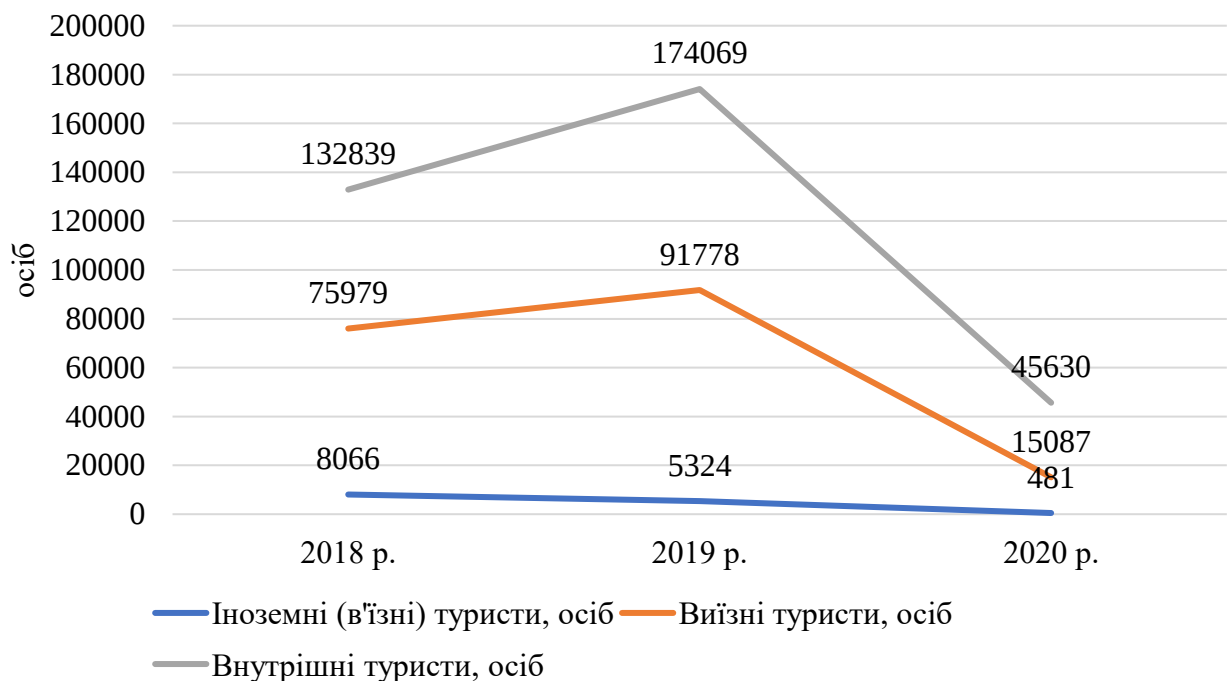


Рис. 2.2. Динаміка кількості обслугованих туристів ділового сегменту у 2018-2020 рр.

Джерело: систематизовано автором за [37]

Найбільшу питому частку серед ділових туристів становлять внутрішні туристи, що свідчить про підвищений рівень розвитку внутрішнього ділового туризму над міжнародним. У 2018 р. частка ділових туристів, обслугованих на внутрішньому ринку України, становила 29,1% від загальної кількості внутрішніх туристів. Наступного року ця цифра зросла ще на 9,6%, але у 2020 році вона знизилася до рівня 24,3% (рис. 2.3).

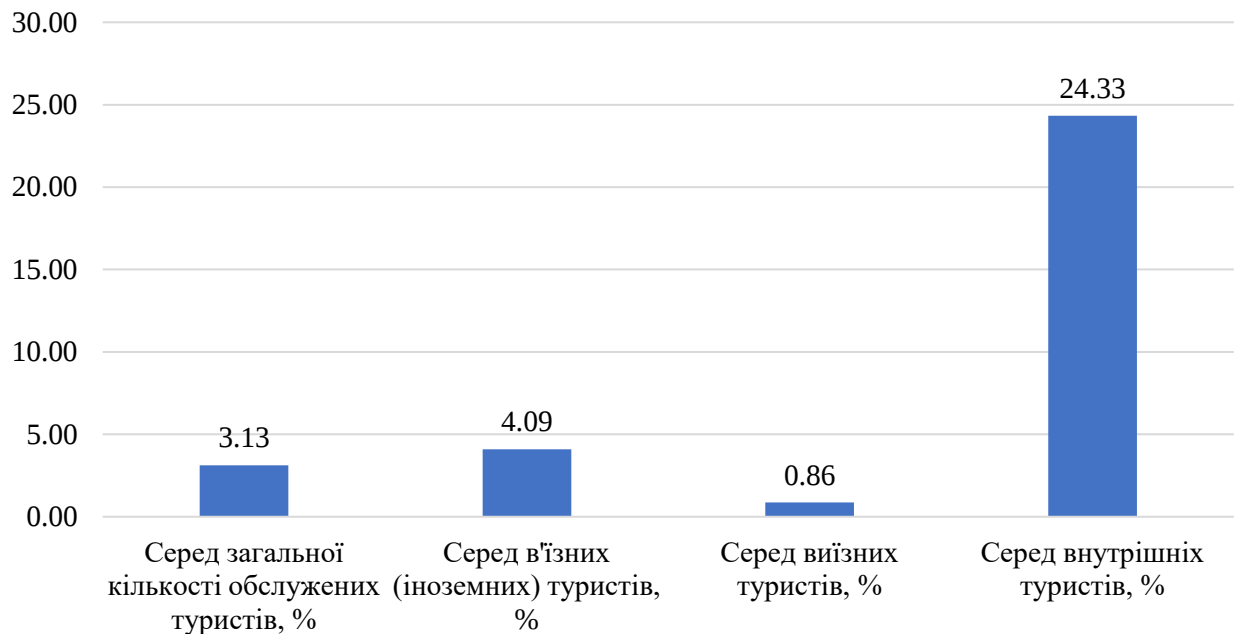


Рис. 2.3. Питома вага ділового туризму у загальній структурі вітчизняного туризму у 2020 р., %

Джерело: систематизовано автором за [37]

Незважаючи на це зменшення, частка внутрішніх ділових туристів значно переважає частку в'їзних та виїзних ділових туристів. Так, у 2018 р. до України з діловою метою прибуло 10,6% іноземців від загальної їх кількості. Протягом наступних двох років, питома вага даної категорії туристів зменшувалася до 4,1% у 2020 році, що є нижчим за показник попередніх років майже удвічі.

Частка громадян України, які виїжджали з країни з метою ділових поїздок, є дуже невеликою: у 2018 році вони складали лише 1,9% від загальної кількості виїзних туристів, а у 2019 та 2020 роках цей показник становив менше 1%

Визначити точне відсоткове співвідношення між діловими і неділовими подорожами наших співвітчизників складно, оскільки внутрішні відрядження в Україні практично не відстежуються статистикою, а більшість українських бізнес-туристів виїжджають за кордон за звичайними туристичними візами.

Розглядаючи Україну в сфері міжнародного ділового туризму, варто відзначити, що протягом 2018-2020 рр. країною проводилися як міжнародні, так і регіональні ярмарки, виставки та інші бізнес-заходи, проте саме на міжнародному рівні таких заходів було небагато. При чому, міжнародні компанії не вбачають в Україні можливість проведення ділових заходів на високому рівні [9].

Відповідно до інформації Державної прикордонної служби та Міністерства інфраструктури України, кількість іноземців, що перетнули кордон нашої країни на в'їзд у 2018 р. склала 14342290 осіб, що на 632728 осіб більше, ніж у 2019 р. У 2020 р. даний показник знизився до рекордно низьких значень і становив 3382097 осіб, що у 4,2 рази менше, ніж у 2018 р. При чому, частка саме ділових туристів невисока, яку складають бізнесмени з Польщі, Чехії, Німеччини, Франції, що відвідують Україну з метою перевірки діяльності дочірніх підприємств або налагодженню контактів із компаніями-партнерами, а не для участі у міжнародних бізнесових заходах. Серед найпопулярніших туристичних центрів в країні слід згадати Міжнародний туристичний салон «Україна» у Києві, міжнародний туристичний ярмарок-виставку «Чорноморська Одісея» та Міжнародну туристичну виставку «ТурЕкспо» у Львові, що сприяють розвитку ділового туризму не лише в межах України, а й на міжнародному рівні.

Спеціалістами журналу «Forbes Ukraine» було визначено рейтинг українських міст щодо привабливості ведення бізнесу. Рейтинг міст складено на основі 10 критеріїв, які мають однакову максимальну оцінку в 100 балів. У рейтингу враховані міста з населенням понад 90 000 осіб, за винятком міст, що на 1 серпня 2020 року перебували на територіях, непідконтрольній Україні (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Рейтинг українських міст для ведення бізнесу

Рейтинг	Місто	Населення, тис. осіб	Прозорість міської влади	Ділова активність	Регіональний Doing Business	Купівельна спроможність	Транспортне сполучення	Безпека	Освіта	Сприйняття міста мешканцями	Міграційна привабливість	Екологічна ситуація	Загальна сума
1	Івано-Франківськ	263	69	70	88	51	36	80	69	86	85	86	720
2	Вінниця	370	90	67	89	40	53	74	84	89	50	81	717
3	Львів	755	90	77	73	65	61	46	100	58	65	73	708
4	Київ	2965	73	200	74	89	80	49	75	47	59	60	706
5	Тернопіль	224	93	61	67	40	30	66	79	66	71	83	656
6	Ужгород	116	61	86	51	69	26	68	74	49	72	85	641
7	Дніпро	990	82	78	64	60	63	60	67	55	40	58	627
8	Хмельницький	274	75	79	55	41	29	53	40	88	74	87	621
9	Одеса	1017	63	74	45	61	82	38	56	54	72	59	604
10	Харків	1440	38	86	47	49	57	51	78	71	47	71	595

Джерело: [38]

Прозорість управління міськими структурами, активність у справах та висока позиція за регіональним індексом Doing Business вважаються обов'язковими складовими успіху ділового міста. Незважаючи на не найзручніше транспортне сполучення, Івано-Франківськ досяг високого рейтингу. Вінниця, хоч і має низьку купівельну спроможність, також показала високі результати. Місту Києву не завадила навіть несприятлива екологічна ситуація посісти четверте місце в рейтингу. У багатьох містах громада має можливість впливати на різні аспекти бізнес-середовища та створювати оптимальні умови для розвитку в межах країни.

Отже, враховуючи вищезазначене, можна прийти до висновку, що світова географія ділових поїздок виявляється досить різноманітною. Серед сучасних тенденцій у міжнародному діловому туризмі можна виокремити такі явища: лідируючі позиції європейських країн на ринку ділових подорожей; зменшення кількості міжнародних бізнес-заходів; значне підвищення рівня витрат на діловий туризм у 2022 р., порівняно з двома попередніми; широке використання

інновацій під час проведення бізнес-заходів. Україна протягом 2018-2019 рр. посилювала свою присутність у світі бізнесу, що відображається зростанням загальної кількості туристів, які обирали ділові поїздки та користувалися послугами туроператорів і турагентів, проте у 2020 р. відмічалось різке їх скорочення. Одеська, Дніпропетровська області та місто Київ виступають осередками ділових заходів, зустрічей і бізнес-інтересів в Україні. Найбільш привабливими діловими містами визначено Івано-Франківськ, Вінниця та Львів. Проведення симпозіумів, виставок та конференцій, а також міжнародних та регіональних ярмарків, підвищення рейтингу міста як бізнесового відкриває перспективи для розвитку ділового туризму.

2.2. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»

Туристична компанія «Anex Tour» є лідером у галузі організації відпочинку на популярних курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської Республіки та Шрі-Ланка. Основна характеристика туристичного підприємства представлена у табл. 2.5.

ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» має відповідну ліцензію на здійснення туроператорської діяльності, видану Державним агентством України з туризму та курортів 15.05.2012 р. на необмежений термін (див. додаток А).

Досліджуване товариство має банківські гарантії фінансового забезпечення цивільної відповідальності від АТ «Банк Інвестицій та заощаджень» від 16.10.2023 р. (див. додаток Б).

Основною метою діяльності туроператора є забезпечення клієнтів якісними туристичними пакетами, які відповідають їх потребам та вимогам. ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» працюючи протягом 17 років змогла здобути довіру своїх клієнтів та зайняти провідні позиції серед туристичних брендів в Україні.

Таблиця 2.5

Загальна характеристика ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» [39]

№	Анкета	Анкетні дані підприємства
1	Повна назва підприємства	Товариство з обмеженою відповідальністю «Туристична компанія «Анекс Тур»
2	Скорочена назва підприємства	ТОВ «Туристична компанія «Анекс Тур»
4	Код ЄДРПОУ	34191244
5	Дата реєстрації	15.03.2006 (17 років 11 місяців)
6	Уповноважені особи	Адигюзель Ількерв - керівник Чакмакли Олджай – підписант Хіврич О.А. – головний бухгалтер
7	Розмір статутного капіталу	35 350,00 грн.
8	Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
9	Форма власності	Недержавна власність
10	Основний вид діяльності:	79.12 Діяльність туристичних операторів
11	Інші види діяльності	79.11 Діяльність туристичних агентств 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
12	Юридична адреса	Україна, 02121, місто Київ, вул. Харківське шосе, буд. 201-203, 2А, №53, офіс №1
13	Контакти	ua.office@anextour.com тел.: +38(044)-591-19-84
14	Органи управління юридичною особою	Загальні збори Генеральний директор
15	Перелік засновників	Приватна компанія з обмеженою відповідальністю «Атлас Б.В.» (Нідерланди) – 99% Чакмакли Олджай (Україна) – 1%

Джерело: побудовано автором за [39]

Туроператор має широку мережу партнерів, які представлені провідними компаніями України, такими як: страхова компанія ВУСО, банківські установи УкрСиббанк, ПриватБанк, Альфа-банк і ОТП-Bank. Серед іноземних партнерів варто зазначити Terremar та Blue Sky Group, які є приймаючими компаніями туристичного оператора. ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» є основним акціонером та стратегічним клієнтом авіакомпанії Azur Air Ukraine (Азур Ейр Україна) [40].

Наразі в Україні функціонує 6 офісів, крім яких туристичний оператор має широку мережу роздрібних агентів, що охоплює всі регіони країни. До цієї

мережі входять мережеві компанії та великі турагентства, такі як «Поїхали з Нами», «На канікули», Tours & Tickets, «Бізнес Візит» та інші [41].

ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» пропонує розширений спектр послуг, який постійно поповнюється, і вважається ефективним інструментом для розвитку компанії. Туристичний оператор піклується про своїх клієнтів, гарантуючи їм першокласний відпочинок, відповідний різним рівням комфорту. Це дозволяє менеджерам туристичної компанії оперативно створювати нові туристичні продукти, відповідно до потреб споживачів як корпоративного напрямлення, так і індивідуальні програми.

Досліджуючи туристичний потік клієнтів ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» можна зазначити, що протягом 2019-2022 рр. він не мав стабільної динаміки (рис. 2.4)

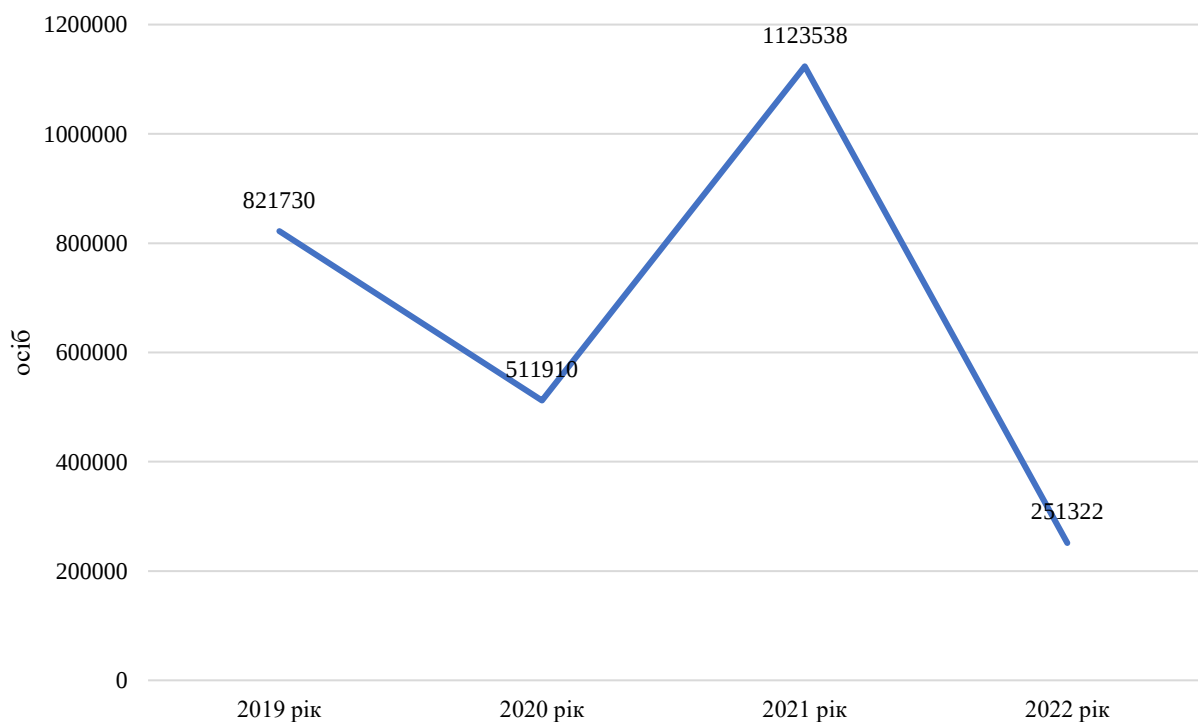


Рис. 2.4. Динаміка кількості туристів, обслугованих туристичним оператором Anex Tour у 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором за [42]

Найбільше туристів туристичний оператор відправив на відпочинок у 2021 р., найменше – у 2022 р., хоча компанія продовжила працювати у цьому році,

обравши основний напрямок – виїзний туризм, на внутрішньому ринку досліджуване товариство провело незначну кількість турів.

Успішність функціонування туристичного підприємства і ефективність системи управління персоналом значною мірою обумовлені його організаційною структурою, принципами формування та постійною оптимізацією. Наразі у ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» працює 114 осіб, що на 12 менше, порівняно з 2021 р.

Організаційна структура ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» – це набір взаємопов’язаних компонентів, які підтримують постійні взаємозв’язки між собою, забезпечуючи їх спільне функціонування і розвиток як єдиного цілого (рис. 2.5)

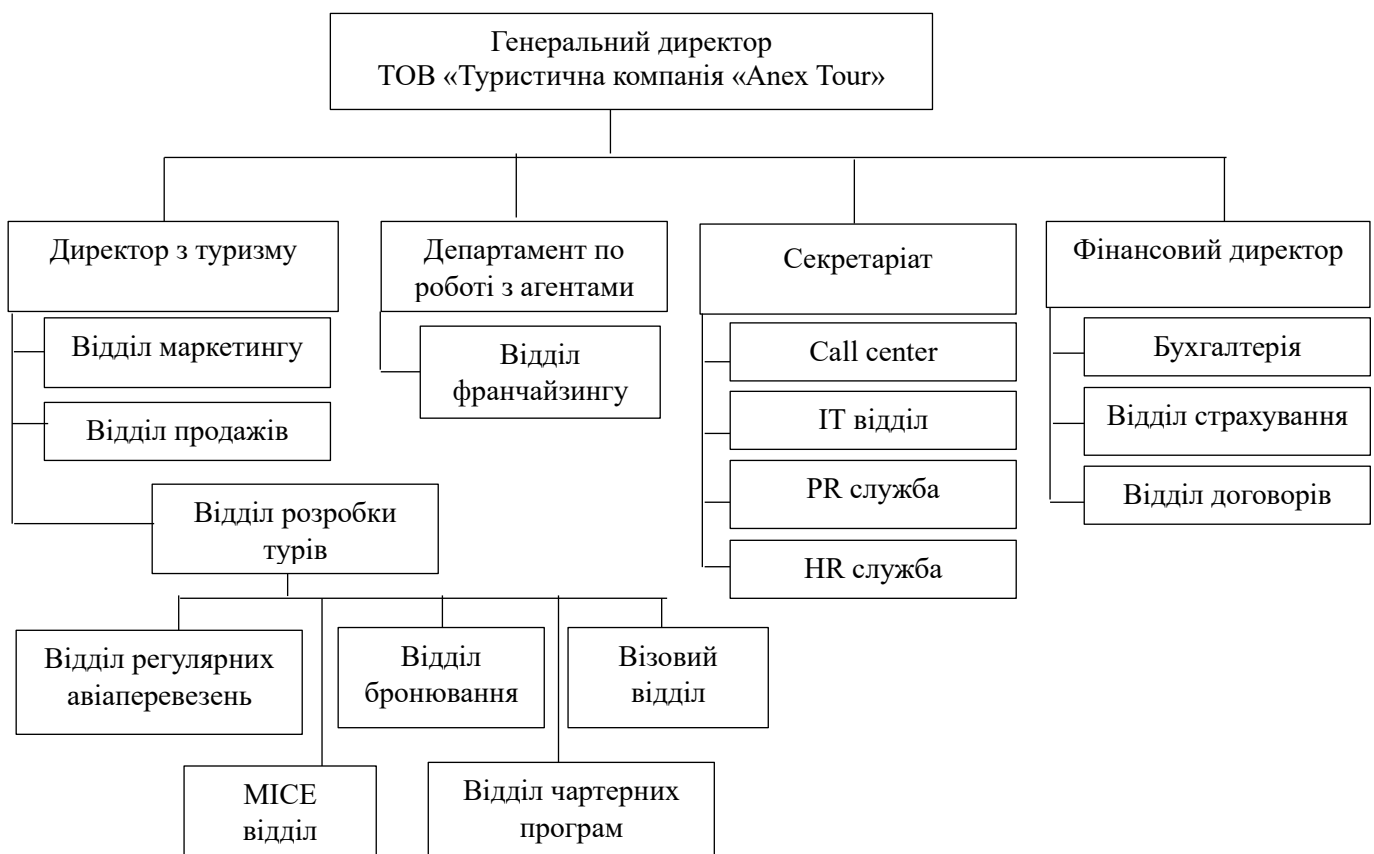


Рис. 2.5. Організаційна структура ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
Джерело: побудовано автором за [40]

Як видно з наведеної схеми, організаційна структура ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» є лінійно-функціональною, де всі керівники відділів

повністю підпорядковані генеральному директору. Спеціалісти туристичного підприємства, в свою чергу, підпорядковуються лише одному керівнику в межах їхніх функціональних обов'язків, а результати їхньої роботи безпосередньо передаються керівникам відділів, які звітуються перед генеральним директором.

Перевагами такої організаційної структури є її чіткість: кожен керівник працює в межах своїх повноважень, а фахівці компанії функціонують у межах єдиного та неперервного виробничого процесу.

Апex Tour має в своєму складі висококваліфікованих співробітників, які мають вищу освіту, зокрема в галузі туристичного бізнесу.

Продуктивність праці персоналу досліджуваного товариства залежить від різних факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх. Незважаючи на зусилля керівництва компанії щодо підтримки своїх працівників, воєнні дії на території України негативно вплинули на туристичну галузь загалом і на діяльність ТОВ «Туристична компанія «Апex Tour» зокрема. Середньооблікова кількість персоналу зменшилася на 27 осіб (або на 19,1%), у той же час дохід від надання послуг скоротився на 60,5% (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Аналіз ефективності використання трудових ресурсів
ТОВ «Туристична компанія «Апex Tour» у 2020-2022 рр.

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Абсолютне відхилення, (+-) 2022 р.		Відносне відхилення, % 2022 р.	
				до 2020 р.	до 2021 р.	до 2020 р.	до 2021 р.
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	141	126	114	-27	-12	-19,1	-9,5
Дохід від реалізації послуг, тис. грн.	45884	79896	18113	-27771	-61783	-60,5	-77,3
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	511910	1123538	251322	-260588	-872216	-50,9	-77,6
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис. грн. / особу	325,4	634,1	158,9	-166,53	-475,21	-51,2	-74,9
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	3630,6	8917,0	2204,6	-1426	-6712,4	-39,3	-75,3

Джерело: побудовано автором за звітністю товариства

Кількість обслугованих клієнтів також значно зменшилася у 2022 р. на 50,9%, у порівнянні з 2020 р. та на 77,6%, у порівнянні з минулим роком. Тому продуктивність праці персоналу значно знизилася: з 325,4 тис. грн. у 2020 р. до 158,9 тис. грн. у 2022 р., тобто удвічі. У порівнянні з 2021 р. продуктивність праці працівників зменшилася вчетверо. Продуктивність праці в натуральному виразі також мала подібну динаміку: найвищою вона була у 2021 р. і становила 8917 клієнтів на одного співробітника, проте, у 2022 р. даний показник зменшився у 4,1 раз і становив 2204,6 туристів.

З метою визначення ефективності виробничо-господарської діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» було здійснено аналіз структури активів та пасивів товариства. Основою для проведення зазначеного аналізу виступила фінансова звітність туристичної компанії (див. додаток В-Д).

Загальна вартість активів ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» виявила хвилеподібну динаміку, збільшившись у 2021 р. на 43,6% та зменшившись у 2022 р. на 28,4%. Частка необоротних активів у загальній структурі активів туристичної компанії незначна і не перевищувала 0,15% протягом досліджуваного періоду (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

**Динаміка структури активів ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
за 2020-2022 рр**

Показник	Досліджувані роки						Відхилення	
	2020		2021		2022		Абсолютне	Відносне
	тис грн.	%	тис грн.	%	тис грн.	%	тис грн.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I. Необоротні активи	1054	0,1	961	0,1	584	0,1	-470	0,0
Нематеріальні активи	78	0,0	25	0,0	3	0,0	-75	0,0
Незавершені капітальні інвестиції	88	0,0	47	0,0	0	0,0	-88	0,0
Основні засоби	788	0,1	789	0,1	481	0,1	-307	0,0
Дострокові фінансові інвестиції	100	0,0	100	0,0	100	0,0	0	0,0
II. Оборотні активи	713425	99,9	1025229	99,9	734018	99,9	20593	0,1
Запаси	33	0,0	58	0,0	21	0,0	-12	0,0
Дебіторська заборгованість за товари, роботу, послуги	14542	2,0	15351	1,5	8577	1,2	-5965	-0,9

Закінчення табл. 2.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Дебіторська заборгованість за розрахунками								0,0
за видами авансу	1413	0,2	548	0,1	648	0,1	-765	-0,1
з бюджетом	100	0,0	35	0,0	129	0,0	29	0,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	2	0,0	17	0,0	251	0,0	249	0,0
Інша поточна дебіторська заборгованість	615197	86,1	950 895	92,7	683847	93,1	68650	7,0
Гроші та їх еквіваленти	81 975	11,5	58 161	5,7	40339	5,5	-41636	-6,0
Витрати майбутніх періодів	108	0,0	96	0,0	147	0,0	39	0,0
Інші оборотні активи	55	0,0	68	0,0	59	0,0	4	0,0
Баланс	714479	100,0	1026190	100,0	734602	100,0	20123	x

Джерело: розраховано автором за звітністю товариства

Найбільша частина оборотних активів досліджуваного товариства припадала на іншу поточну заборгованість, частка якої протягом досліджуваного періоду коливалася від 86,1% до 93,1%.

Фінансування діяльності туристичного підприємства здійснювалося за рахунок як власних коштів, так і позикових джерел, що становлять паси балансу підприємства (табл. 2.8).

За результатами табл. 2.8 можна зазначити, що протягом досліджуваного періоду туристичний оператор не володів достатнім обсягом власного капіталу, при чому, на кінець досліджуваного періоду така недостатність тільки посилилася і склала 31340 тис. грн. Така тенденція відбувалася за рахунок того, що підприємство не отримувало прибутку, а обсяги непокритого збитку у 2022 р. були найвищими. Зареєстрований капітал підприємства залишався стабільним протягом всього періоду і становив 35 тис. грн.

У підприємства відсутні довгострокові зобов'язання, що може свідчити про консервативну стратегію ведення бізнесу туристичного оператора. Однак така політика може обмежувати розвиток підприємства.

Таблиця 2.8

**Динаміка структури пасивів ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
за 2020-2022 рр**

Показник	Досліджувані роки						Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020		2021		2022			
	тис грн.	%	тис грн.	%	тис грн.	%	(+, -)	у %
I. Власний капітал	-20211	-2,8	-15957	-1,6	-31340	-4,3	-11129	-1,4
Зареєстрований капітал	35	0,0	35	0,0	35	0,0	0	0,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-20 246	-2,8	-15 992	-1,6	-31 375	-4,3	-11129	-1,4
II. Довгострокові зобов'язання та забезпечення	0		0		0		0	
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	734 690	102,8	1042147	101,6	765942	104,3	31252	1,4
товари, роботи, послуги	1 440	0,2	2 527	0,2	842	0,1	-598	-0,1
розрахунками з бюджетом	901	0,1	1 441	0,1	357	0,0	-544	-0,1
розрахунками зі страхування	8	0,0	0	0,0	0	0,0	-8	0,0
розрахунками з оплати праці	79	0,0	2	0,0	39	0,0	-40	0,0
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	610 907	85,5	941 786	91,8	450295	61,3	-160612	-24,2
Поточні забезпечення	459	0,1	1 789	0,2	4001	0,5	3542	0,5
Інші поточні зобов'язання	120 896	16,9	94 602	9,2	310408	42,3	189512	25,3
Баланс	714 479	100,0	1026190	100,0	734602	100,0	20123	x

Джерело: розраховано автором за звітністю товариства

Щодо поточних зобов'язань ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour», вони не проявляли однорідної динаміки: зросли у 2021 році та зменшилися у 2022 році до рівня 765942 тис. грн. Це на 276 205 тис. грн. менше, ніж у 2021 році, та на 31252 тис. грн. більше, ніж у 2020 році. Проте, враховуючи суттєве зниження господарсько-виробничої діяльності у 2022 р. незначні темпи зниження поточних зобов'язань не можна розглядати як позитивну динаміку підприємства.

У наступній таблиці було досліджено динаміку та структуру витрат господарської діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» протягом 2020-2022 рр.

Операційні витрати ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» були найвищими у 2021 р. і становили 76420 тис. грн. У 2022 р. відмічалось зниження

операційних витрат на 11389 тис. грн., що пов'язано зі зниженням обсягів наданих туристичних послуг.

Таблиця 2.9

Аналіз операційних витрат ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
у 2020-2022 рр.

Елементи операційних витрат	Досліджувані роки						Відхилення	
	2020		2021		2022		Абсолютне	У структурі
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
1. Матеріальні витрати	652	1,3	916	1,2	179	0,5	-473	-0,8
2. Витрати на оплату праці	24752	49,6	34804	45,5	23414	60,8	-1338	11,2
3. Відрахування на соціальні заходи	5287	10,6	7417	9,7	4 654	12,1	-633	1,5
4. Амортизація	769	1,5	1234	1,6	594	1,5	-175	0,0
5. Інші операційні витрати	18412	36,9	32049	41,9	9642	25,1	-8770	-11,9
Всього	49872	100,0	76420	100,0	38483	100,0	-11389	х

Джерело: розраховано автором за звітністю товариства

Найбільшу питому вагу операційних витрат становлять витрати на оплату праці, частка яких у структурі операційних витрат у 2022 р. становила 60,8%. А разом з відрахуваннями на соціальні заходи – 72,9%. На другому місці знаходяться інші операційні витрати, частка яких зросла у 2021 р. на 4,8% та знизилася на 16,9% у 2022 р. Амортизаційні відрахування протягом досліджуваного періоду становили 1,5-1,6%, що є досить низьким показником та вказують на те, що компанія витрачає дуже обмежені ресурси на оновлення та заміну основних засобів і обладнання. Найменшу частку в операційних витратах становлять матеріальні, питома вага яких була найвищою у 2020 р. і становила 1,3% та щорічно зменшувалася до 0,5% у 2022 р., що свідчить про те, що компанія ефективно управляє витратами на матеріали і забезпечує оптимальне використання ресурсів без зайвих витрат.

Аналіз динаміки та механізму формування прибутку є важливою складовою фінансового аналізу підприємства. Він дозволяє виявити тенденції у зміні прибутковості протягом певного періоду часу та зрозуміти, як саме

прибуток формується в структурі витрат та доходів. Результати такого дослідження представлені у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Аналіз динаміки та механізму формування прибутку
ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» у 2020-2022 рр.

№ з/п	Показники	ряд / розрахунок	Досліджувані роки			Відхилення	
			2020	2021	2022	(+, -) тис. грн.	у % до підсумку
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Прибуток від основної операційної діяльності	(ряд. 2090 – ряд. 2130 – ряд. 2150)	-2 805	6 236	-19 785	-16 980	110,4
2.	Результат від інших операцій, пов'язаних з операційною діяльністю	(ряд. 2120 – ряд. 2180)	582	-2 338	1 707	1 125	-7,3
2.1	Інші операційні доходи	(ряд. 2120)	1 765	422	2 091	326	x
2.2	Інші операційні витрати	(ряд. 2180)	1 183	2760	384	-799	x
3.	Фінансовий результат від операційної діяльності	(ряд. 2190 або ряд. 2195) = (1+2)	-2 223	3 898	-18 078	-15 855	103,1
4.	Результат від фінансової діяльності	(ряд. 4.1+4.3+4.5)-(4.2+4.4+4.6)	2 268	1 510	2 695	427	-2,8
4.1	Дохід від участі в капіталі	(ряд. 2200)	0	0	0	0	x
4.2	Втрати від участі в капіталі	(ряд. 2255)	0	0	0	0	x
4.3	Інші фінансові доходи	(ряд. 2220)	2 268	1510	2 811	543	x
4.4	Інші фінансові втрати	(ряд. 2250)	0	0	0	0	x
4.5	Інші доходи	(ряд. 2240)	0	0	85	85	x
4.6	Фінансові витрати	(ряд. 2270)	0	0	201	201	x
5.	Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	(ряд. 2290 або ряд. 2295) = (3+4)	45	5 408	-15 383	-15 428	100,3
6.	Чистий фінансовий результат	(ряд. 2350 або ряд. 2355)	37	4254	-15 383	-15 420	100,2

Джерело: розраховано автором за звітністю товариства

Отримані розрахунки показують, що прибуток підприємства у 2020 р. формувався за рахунок інших операційних та фінансових доходів, оскільки основну операційну діяльність підприємство закінчило збитково. У 2021 р. ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» покращило свою основну операційну діяльність, в результаті підприємство отримало прибуток, що й становив основу чистого фінансового результату у 4 254 тис. грн. У 2022 р. не зважаючи на те, що

товариство працювало прибутково з операціями, пов'язаних з операційною діяльністю та фінансовою діяльністю, за основною операційною діяльністю туристична компанія отримала збиток, що у загальному призвело до збиткового чистого результату діяльності товариства у 15 383 тис. грн.

Показники рентабельності, такі як операційна рентабельність, рентабельність продаж та власного капіталу допомагають визначити, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси для генерації прибутку. Вони дозволяють оцінити ефективність виробничих, фінансових та управлінських процесів (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Аналіз основних показників рентабельності
ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» у 2020-2022 рр.

№ з/п	Показники	ряд / розрахунок	Досліджувані роки			Відхилення (+, -)	
			2020	2021	2022	до 2020	до 2021
1.	Чистий дохід від реалізації товарів, робіт, послуг, тис. грн.	ряд. 2000	45884	79896	18113	-27771	-61783
2.	Загальні витрати із надання послуг, тис. грн.	ряд. 2050	27 525	43 183	14 966	-12559	-28217
3.	Валовий прибуток, тис. грн.	ряд. 1 - ряд. 2	18 359	36 713	3 147	-15212	-33566
4.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.	ряд. 2350 (2355)	37	4254	-15 383	-15420	-19637
5.	Середньорічна вартість власного капіталу, тис. грн.	ряд. 1495	-20211	-15957	-31340	-11129	-15383
6.	Рентабельність операційна діяльності, %	ряд. 4 / ряд. 2	0,13	9,85	-102,79	-102,92	-112,64
7.	Рентабельність продаж, %	ряд. 4 / ряд. 1	0,08	5,32	-84,93	-85,01	-90,25
8.	Рентабельність власного капіталу, %	ряд. 4 / ряд. 5	-0,18	-26,66	49,08	49,27	75,74

Джерело: розраховано автором за звітністю товариства

Аналізуючи отримані результати, можна зробити висновок, що найвищою операційна рентабельність та рентабельність продаж були у 2021 р. і становили, відповідно 9,85% та 5,32%.

У наступному році дані показники мали від’ємне значення, оскільки ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» закінчив фінансовий рік збитково. Рентабельність власного капіталу протягом досліджуваного періоду мала від’ємне значення, оскільки туристична компанія відчувала значну нестачу власного капіталу, особливо ця тенденція посилилася у 2022 р.

Отже, туристична компанія ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» є міжнародним туроператором, головний офіс якої розміщений у м. Києві, а ще 6 офісів по всій території України. Компанія діє на основі Статуту, пропонуючи високоякісні туристичні послуги. ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» має лінійно-функціональну структуру управління, що дозволяє ефективно використовувати виробничий та управлінський потенціал і швидко приймати управлінські рішення. Згідно з фінансовим аналізом, компанії не вистачає власних коштів для ефективної діяльності, і вона не користується довгостроковими банківськими кредитами. Фінансові результати у 2022 р. значно погіршилися, у порівнянні з попереднім роком, що змушує керівництво товариства приймати важливі управлінські рішення щодо пошуку резервів збільшення прибутку або інвестування зовнішніх коштів.

2.3. Особливості організації ділового туризму ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»

Створення туристичного продукту є головним завданням діяльності туристичного оператора. В залежності від широти асортименту турів визначається спеціалізація туристичного оператора. Як зазначалося раніше ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» працює на туристичному ринку України 17 років та зарекомендувала себе як оператор пляжного відпочинку (рис. 2.6).

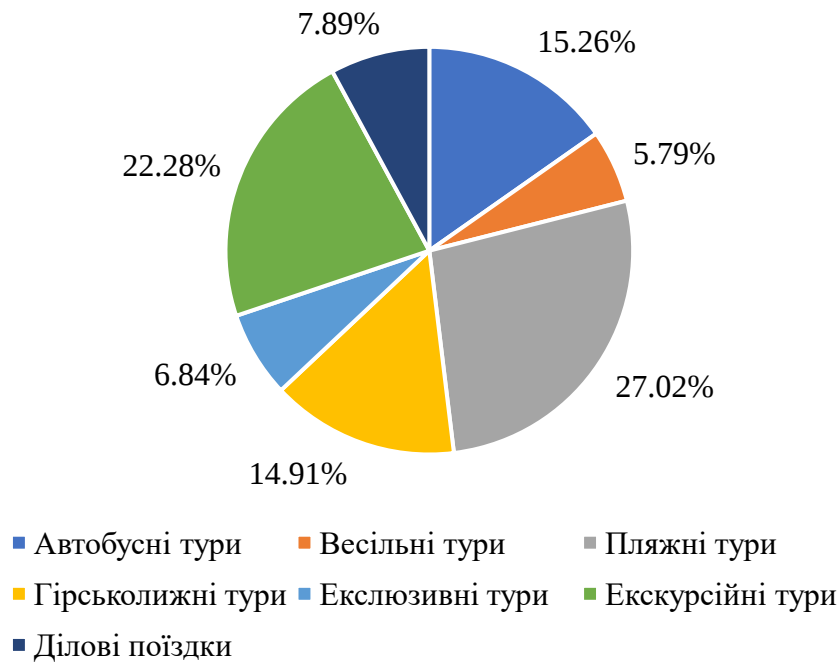


Рис. 2.6. Структура туристичного асортименту ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» у 2022 р.

Джерело: побудовано автором за внутрішньою звітністю товариства

Частка наданих пляжних турів у загальній структурі туристичних послуг компанії у 2022 р. була найвищою і становила 27,02%. Діловий туризм у даній структурі посідає п'яту із семи позицій, маючи 7,89% питомої ваги. Що дає можливість зробити висновок, що ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» має досвід створення та реалізації ділових поїздок, проте, даний вид туризму не є спеціалізацією досліджуваного туристичного оператора.

Найбільше туристів досліджуване товариство відправляє до Туреччини, Тунісу, Греції та Іспанії. Щодо ділових поїздок, то на рахунку оператора є бізнес-тури до США, Великої Британії, Німеччини, Франції, Китаю, Японії, Індії, Канади, Італії та Іспанії, які були розроблені та проведені протягом останніх п'яти років. Проте, ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» не обмежується переліком цих країн, а готове організувати ділові поїздки до країни, залежно від потреб та побажань клієнта.

На внутрішньому ринку України туристичний оператор надає перевагу гірськолижним та екскурсійним турам. Серед міст України, до яких

здійснювалися ділові поїздки оператором, можна назвати Київ, Львів, Одеса, Харків, Дніпро, Івано-Франківськ, Запоріжжя, Чернівці, Ужгород, Луцьк.

Діловий туризм ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» охоплює відвідування різноманітних заходів, таких як виставки, конференції, зустрічі та інші події, які мають важливе значення у соціальних, політичних та комерційних аспектах. У порівнянні зі звичайним туризмом, діловий туризм привертає меншу частину населення з іншими туристичними цілями.

Організацією та проведенням туристичних поїздок на досліджуваному підприємстві займається «Відділ корпоративного обслуговування», який спеціалізується як на групових так й індивідуальних бізнес турах. Туристичний оператор «Anex Tour» надає повноцінну та професійну підтримку у плануванні та проведенні подій будь-якої складності. Відповідно до внутрішньої статистики туристичного оператора, протягом 2022 р. було проведено 16755 турів, серед яких кількість ділових поїздок склала 1324 одиниці, що становить близько 8%.

Структуру ділового туризму ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» можна представити наступним чином (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Розподіл ділових турів ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» за напрямками бізнесу

Джерело: побудовано автором за внутрішньою звітністю товариства

Як можна відмітити, найбільш поширеними діловими поїздками на досліджуваному товаристві є організація ділових зустрічей, кількість яких склала 301 одиницю, організація з проведення семінарів та конференцій (273 заходи) та організація поїздок на виставки за певною тематикою (234 заходи). Організація круїзних бізнес-турів становить найменшу кількість, що свідчить про невелику популярність даних видів ділових подорожей.

При створенні ділових поїздок досліджуваний оператор розглядає два напрями діяльності: первинний та вторинний. До первинної діяльності відносяться заходи, пов'язані із бізнесом, включаючи консультування, проведення конференцій, організацію заходів для пошуку постачальників та контрагентів. Для ефективної реалізації даного напрямку ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» співпрацює із відомими бізнес-площадками світу та України. Серед міжнародних партнерів товариства можна назвати Нью-Йоркську фондову біржу (NYSE), Бостонську технологічну агломерацію, Технологічний парк Кембриджа, Мюнхенський зліт (München), Ла Дефанс (Париж), Женчженьський високотехнологічний парк (Шеньжень), Торговий центр Гуанчжоу, Токійську фондову біржу (TSE), Інфопарк Електронік Сіті (Бангалор), Ванкуверський технологічний центр, Міланську фондову біржу (Borsa Italiana), Барселонський технологічний парк (Barcelona) та багато інших. На вітчизняному бізнес-просторі туристичний оператор підтримує партнерські відносини з Київським міжнародним виставковим центром (КМВЦ), технопарками та інноваційними центрами: UNIT.City в Києві та Львівський ІТ-кластер, бізнес-хабами та коворкінгові просторами бізнесових міст України та іншими промисловими парками, спеціалізованими торгово-виробничими зонами, бізнес-кластерами та асоціаціями.

Команда професіоналів з великим досвідом обслуговування груп бізнес туристів з різною чисельністю та форматом події займається організацією та реалізацією першої частини бізнесової подорожі за основними напрямками MICE (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Напрями діяльності відділу корпоративного обслуговування

ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»

MICE напрямки	Заходи
Meetings Ділові зустрічі	Семінари з «обміну досвідом» можуть бути організовані для співпраці та обміну знаннями. Робочі зустрічі можуть відбуватися у формі work-shop для активної взаємодії та практичних навчань. Збори можуть включати обговорення питань, планування та прийняття рішень. Бізнес-тренінги спрямовані на професійний розвиток та навчання. Ділові переговори можуть відбуватися для досягнення домовленостей та укладення угод. Надається технічна підтримка зустрічей для забезпечення ефективності та комфорту. Для проведення заходів використовуються як відкриті, так і закриті майданчики. Обладнання майданчиків може включати будь-яке необхідне технічне обладнання. Для забезпечення якісного навчання та підтримки бізнес-процесів можуть бути запрошені тренери.
Incentives Інсентив-туризм	Цікаві маршрути для екскурсій Пригодницькі квести Активні групові ігри Практичні майстер-класи Teambuilding Екскурсійні програми: понад 200 захоплюючих екскурсійних маршрутів Програми: готові командні ігри Сценарії: розробка сценаріїв для проведення заходів teambuilding
Conferences Конференції	Конференційні послуги та обладнання Створення, друкування та розміщення продукції з брендом Професійне супроводження та координація подій російською та українською мовами Підтримка персоналом MICE департаменту через Help-desk Швидка Check-in та окрема стійка реєстрації
Exhibitions Виставки	Фірмові заходи (Новий рік, День компанії тощо) Елегантні вечірки Шоу-програми з театральним підходом Тематичні вечори Спортивні заходи та змагання Агентства подій: Співпраця з досвідченими агентствами подій Артистичні колективи: Виступи різних музичних і танцювальних гуртів Технічна підтримка: Надання технічних спеціалістів, освітлення і звукорежисерів, діджеїв

Джерело: систематизовано автором за [40]

Один менеджер відповідає за проект, координує його та втілює усі побажання клієнта. Девізом створення ділових турів є: «MICE з Anex Tour – це завжди свіжий погляд і неординарні рішення» [40].

До вторинної діяльності відносяться заходи, направлені на організацію розміщення, харчування, транспортування, відпочинку, огляду визначних пам'яток та шопінгу туристів.

Готелі, які обирають менеджери ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour», спеціально адаптовані для потреб корпоративних подорожей та забезпечують широкий спектр послуг і зручностей, спрямованих на задоволення вимог ділових мандрівників. На території України досліджуваний оператор співпрацює з готельними закладами, дослідженими у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Вітчизняні готельні заклади для ділових подорожей

Назва готельного закладу	Адреса розташування	Цінова категорія	Ресурсна база
Хаятт Рідженсі	м. Київ, вул. Алли Тарасової, 5.	від 9 337 грн.	Конференц-зал, СПА-центр, великий басейн Продуманий перелік додаткових послуг
Опера	м. Київ, вул. Богдана Хмельницького, 53.	від 4 450 грн.	Міжнародна позначка про безпечність Safe Travels Є усі можливості для проведення ділових зустрічей Фітнес зал, салон краси
Леополіс	м. Львів, вул. Театральна, 16.	від 5 359 грн.	3 зали для організації зустрічей: на 250 осіб, 150 та 70 осіб СПА та фітнес-центр
Кірофф	м. Харків, вул. Молочна, 14а	від 1933 грн.	5 конференц зали: банкетний (40 осіб), «круглий стіл» (24 осіб), «клас» (22 особи), «U-Share» (24 особи) та «театр» (60 осіб) СПА-центр
Wall Street	м. Одеса, пров. Віце-адмірала Жукова, 12	від 2551 грн.	Багатофункціональний зал до 80 осіб Кабінет масажу Індивідуальні екскурсійні програми.
Old Bridge Hotel restaurant	м. Дніпро, вулиця Княгині Ольги, 22а,	від 1850 грн.	4 конференц-зали: до 50 осіб, до 85 осіб, до 150 осіб, до 14 осіб. Тренажерний зал
Optima Collection Парк	м. Івано-Франківськ. вулиця Гетьмана Мазепи, 146	від 1743 грн.	2 конференц-зали на 60 та 100 осіб Фінська сауна

Джерело: побудовано автором за внутрішньою звітністю товариства

Серед основних характеристик досліджених бізнес-готелів можна виділити спільні ознаки:

- зручне розташування закладів розміщення, що дозволяє діловим туристам швидко переміщуватися по бізнесовій частині міста;
- наявність конференц-залів та зон для проведення зустрічей;
- оснащеність приміщень для проведення ділових переговорів необхідною технікою: копіювальними апаратами, факсами, принтером, мультимедійним проектором та іншим офісним та технічним обладнанням;
- безкоштовний швидкісний Wi-Fi у номерах готелю та усіх громадських зонах;
- ,провести неформальні зустрічі;
- фітнес-центри, СПА та басейни для активного відпочинку бізнес-туристів;
- вартість однієї ночівлі коштує в межах 2-9 тис. грн.

Проте, хотілося б зазначити, що останнім часом бізнес-туристи все частіше почали обирати для розміщення креативні готелі, які розміщені за межами великих міст та мають високий рівень оснащення. Так, у м. Києві функціонує такий нестандартні заклади розміщення як «Арт-готель «Баккара» (Венеціанський острів, 1). Унікальність даного закладу полягає в тому, що він розташований на воді. Звичайна плавуча баржа була перетворена у затишний готель, з вікон якого відкриваються чудові краєвиди дніпровських берегів та київських парків. По формі готель нагадує океанський лайнер з синім дахом, що здалеку схожий на різнобарвний вітраж. Не менш цікавим є еко-готель «Friend House», розташований за 30 км від м. Дніпро у смт Кіровське, вул. Орільська. Матеріали, які використовувалися для конструкції будівлі, є повністю екологічно чистими, такі як глина, дерево, черепиця та очерет. Ширина вікон розрахована так, щоб забезпечити достатній рівень освітлення. Дизайн інтер'єру номерів частково нагадує печеру з численними отворами, через які проникає сонячне світло, створюючи в номерах особливу атмосферу [43].

У більшості розроблених ділових турах досліджуваного оператора послуги харчування надаються безпосередньо у ресторанах обраних готелів або організовується «шведський стіл» на бізнес-площадці. До особливостей закладів-харчування, які обираються під час створення ділового туру можна віднести:

- зручне розташування, тобто заклад харчування знаходиться в недалекій доступності від основної бізнес-події;
- швидке обслуговування, що дає можливість зекономити дорогоцінний час ділових туристів;
- можливість замовлення страв заздалегідь, що забезпечує швидкості та ефективності, дозволяє уникнути затримок у часі обслуговування;
- можливість бізнес-ланчів, які включають у себе комплексні обіди за спеціальною ціною, що може бути вигідним для учасників ділових заходів;
- комфортне середовище для ділових зустрічей у вигляді окремих залів чи кімнат;
- можливість організації кейтерингу для тих ділових заходів, які проводяться в офісах або конференц-залах, що дозволяє забезпечити учасників якісним харчуванням без необхідності виходу з приміщення.

Усі досліджені міжнародні бізнес поїздки ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» здійснювалися літаками. Завдяки власним чартерним і регулярним рейсам ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» в змозі обслуговувати замовлення на організацію бізнес-події будь-якої тривалості. У практиці досліджуваного туристичного оператора є досвід створення круїзних ділових турів, де основним видом транспорту виступають лайнери. Проте, найбільш популярним видом транспорту при створенні внутрішніх ділових турів залишається автомобільний транспорт. Якщо він не є основним засобом пересування, то використовуються як додатковий. Взаємодія ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» із досліджуваними підприємствами представлена на наступній схемі (2.8).

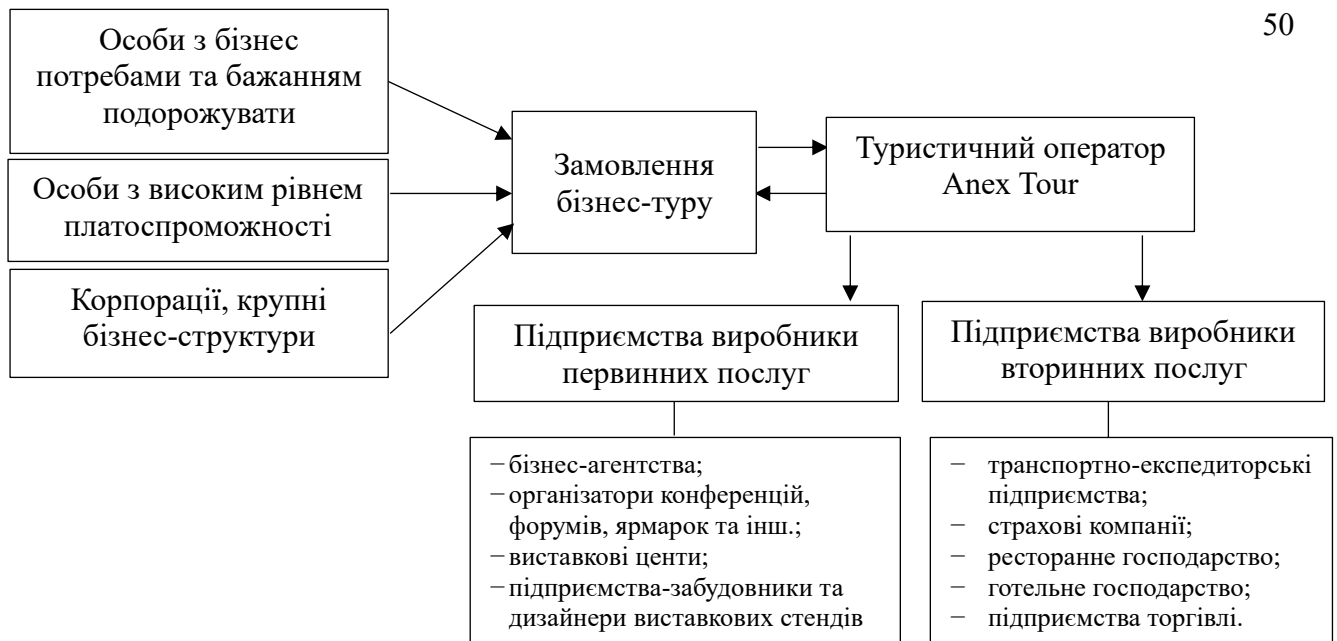


Рис. 2.8. Схема взаємозв'язків ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
при створенні ділового туру

Джерело: побудовано автором за внутрішньою звітністю товариства

Отже, дослідивши організацію ділового туризму ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour», було визначено переваги досліджуваного товариства щодо організації ділового туризму, у порівнянні з бізнес-туризмом інших туристичних операторів (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Особливості організацію ділового туризму ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»

Напрями діяльності	Переваги
Індивідуальний підхід	Надає можливість клієнтам кастомізувати свої ділові поїздки з урахуванням їхніх унікальних потреб та бажань
Широкий вибір послуг	Пропонує не лише організацію ділових заходів, але й інші послуги, такі як відпочинок після робочих зустрічей або культурні екскурсії, що робить подорож більш різноманітною та насиченою
Професійний супровід	Забезпечує професійне супроводження клієнтів на всіх етапах ділової подорожі, що допомагає знизити стрес і забезпечує комфорт та безпеку туристів
Комплексність послуг	Пропонує комплексне обслуговування, включаючи бронювання готелів, організацію транспорту, а також підготовку документів і формалітетів
Висока якість обслуговування	Відомий своєю високою якістю обслуговування та індивідуальним підходом до кожного клієнта, що робить ділові поїздки з цим оператором приємними та комфортними
Наявність власної готельної бази	Забезпечує гарантовані номери у обрані дати та за потрібними напрямками компанії.

Джерело: побудовано автором

Таким чином, ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» володіє широким спектром послуг, які охоплюють всі аспекти ділових поїздок: первинні, такі як заходи, пов'язані із бізнесом, включаючи консультування, проведення конференцій, організацію заходів для пошуку постачальників та контрагентів та вторинні, які включаючи транспортування, проживання, харчування, організацію заходів відпочинку та інших потреб клієнтів. Досліджуваний оператор має значний досвід та професіоналізм у проведенні ділових поїздок. Вони надають індивідуальний підхід до кожного клієнта, забезпечують високу якість обслуговування та гнучкість у вирішенні завдань. Завдяки власним ресурсам та наявним партнерським зв'язкам Anex Tour може успішно організувати ділові подорожі будь-якої складності та тривалості.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У М. ОДЕСА

3.1. Напрями підвищення рівня розвитку ділового туризму м. Одеси

Місто Одеса має високий туристичний потенціал завдяки своєму унікальному характеру та численним туристичним атракціям. Розташоване на березі Чорного моря, воно приваблює відпочиваючих своїми пляжами, морською атмосферою та водними розвагами. Більше 100 культурних та історичних пам'яток, які включають в себе архітектурні перлини, музеї, театри та інші історичні місця, роблять Одесу цікавим напрямком для культурного та інтелектуального туризму. Крім того, місто славиться своєю багатою кулінарною традицією, а також жвавим нічним життям, що робить його привабливим для гастрономічного та розважального відпочинку.

Одеса є важливим центром для ділових зустрічей та подій у регіоні Чорноморського басейну. Місто приваблює бізнес-події та конференції завдяки своїй відмінній інфраструктурі, включаючи сучасні конференц-зали, великі готелі та бізнес-центри. Згідно зі статистикою, в межах Одеської області у 2022 р. діяло близько 1200 одиниць закладів розміщення, серед яких бази відпочинку та приватні апартаменти – 572 одиниці, готелі та апарт-готелі – 540 об'єктів, хостели – 37, садиби сільського туризму – 32 одиниці [44].

Більшість готелів розташовані у центральній частині м. Одеса, серед яких є готелі різних рівнів зірок – від трьох до п'яти. Вони пропонують всі необхідні зручності для комфортного перебування для бізнес-подорожуючих та проведення бізнес-заходів.

Наразі, індустрія гостинності у місті Одеса широко представлена на провідних онлайн-платформах для бронювання, таких як TripAdvisor та Booking.com, де знаходяться не лише готелі, але й ресторани та визначні місця міста. Найпопулярнішими готелями Одеси, розташованими в центральній частині міста, за версією спеціалізованої туристичної платформи Booking.com, є:

«Дюк», «Wall Street Maestro», «Каліфорнія», «Брістоль», «Дворянський готель», «Олександрівський», «Айвазовський» та безліч інших [45]. Кожен з цих готелів має свою унікальну атмосферу, високий рівень сервісу та зручні умови для гостей. Приблизно 55,3% готелів, які доступні на цьому сайті, мають рейтинг 8 балів та вище, що свідчить про високу задоволеність гостей якістю обслуговування у закладах розміщення Одеси.

Дана онлайн-платформа надає можливість оцінити мету поїздки на основі власної ідентифікації відвідувачів, які роблять бронювання. Виходячи з відгуків гостей готелів у м. Одеси, можна виділити три основні мети відвідування міста: відпочинок, бізнес та індивідуальні подорожі. Зазначено, що 22,3% бронювань готельних номерів на цьому ресурсі здійснювалося бізнес-туристами. За даними цього ж онлайн-ресурсу, більшість відгуків про враження від помешкань м. Одеси залишають іноземні туристи.

Акцентуючи свою увагу на готелях, які спеціалізуються на бізнес-туризмі, то близько 24% від загальної кількості вітчизняних таких закладів знаходиться в Одеській області (рис. 3.1).

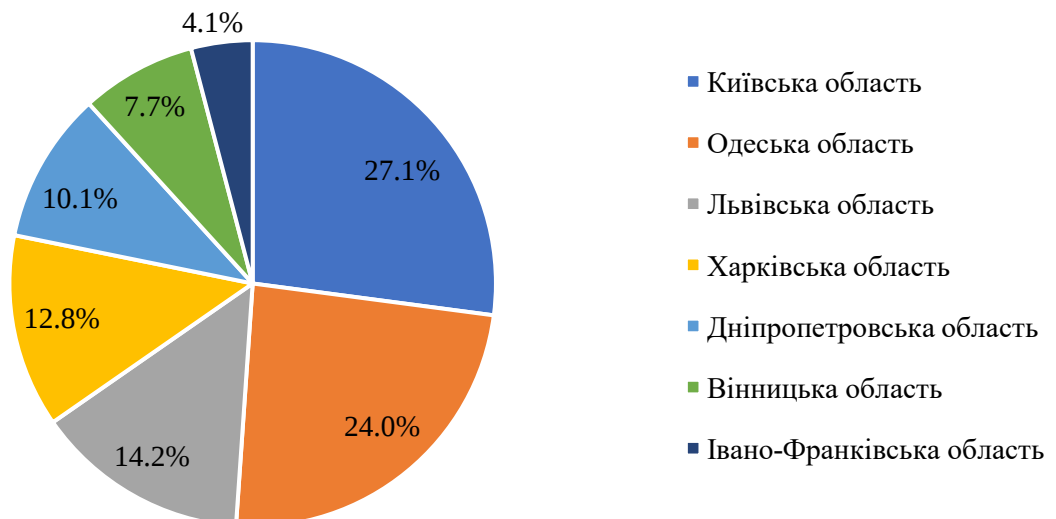


Рис. 3.1. Наявність готелів ділового туризму в Україні

Джерело: побудовано автором за даними [46; 47]

Відповідно до даних рис. 3.1 можна зробити висновок про значне місце Одеської області у розвитку мережі бізнес-готелів в Україні. Згідно з цими даними, 24% всіх бізнес-готелів в країні розташовані саме в Одеській області, що свідчить про активний розвиток корпоративних заходів і MICE-туризму в цьому регіоні. Крім великої кількості закладів розміщення, м. Одеса вирізняється чудовими ресторанами та цікавими кофейнями. Наразі їх налічується 396 одиниць, які готові приймати туристів з високим рівнем побажань.

Отже, Одеська область має значний потенціал для подальшого росту в галузі ділового туризму, приваблюючи як внутрішні, так і міжнародні події та бізнес-подорожніх.

Зручне розташування порту Одеса також сприяє проведенню міжнародних зустрічей та торгівельних виставок. Багато підприємств та організацій вибирають Одесу для проведення своїх заходів завдяки її гарній транспортній доступності, великому вибору готелів та ресторанів, а також динамічному та привітному бізнес-середовищу.

Прийнята у 2019 році міською радою «Стратегії розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки» ґрунтується на принципах сталого розвитку і установлення співпраці між обласною державною адміністрацією, обласною радою, вищими навчальними закладами, різними громадськими організаціями та бізнесом.

Стратегічним курсом розвитку туристичної сфери є її перетворення в конкурентоспроможну, прибуткову та глобально інтегровану галузь, яка може значно сприяти прискоренню соціально-економічного розвитку регіону, поліпшенню якості життя мешканців, гармонійному розвитку суспільства та просуванню України у світі [48].

Відповідно до зазначеного документу, основними стратегічними завданнями є:

- орієнтація транспортної мережі на обслуговування потоків туристів;
- підвищення якості та конкурентоспроможності туристичних послуг;

- ефективне використання рекреаційних та туристичних можливостей регіону;
- розвиток інформаційної інфраструктури для рекреаційних та туристичних потреб регіону;
- залучення існуючих ресурсів для подальшого зростання ділового туризму в Одеській області [48].

Як було визначено раніше, м. Одеса є одним із найбільших бізнесових центрів, посідаючи 9 позицію в рейтингу Forbes «Найкращі міста для ведення бізнесу». За останні роки в місті збільшилася частка підприємства IT-індустрії. Відповідно даним порталу Порталу DOU в Одесі працює 3% таких фахівців, що дає місту можливість посісти четверте місце, поступившись Києву, Львову та Дніпру [49].

У 2023 р. інтернет-видання Medium було проведено опитування серед жителів та туристів 29 міст України щодо задоволення якістю громадського транспорту. Розглядалися зручність, швидкість та доступність. Місто Одеса посіла в цьому рейтингу 16 позицію, набравши 3,48 балів. Тобто, Одеса має посередній рівень розвитку громадського транспорту [50].

Військова агресія Росії проти України продовжує залишатися однією з головних проблем розвитку туристичної галузі в м. Одеса. Якщо у 2021 р. британське видання The Independent включило місто до списку туристичних міст світу, які варто відвідати у 2022 році, то у 2023 р. агенцією Numbeo Одеса посіла 20-те місце серед найбільш небезпечних міст Європи [51; 52].

За оцінкою експертів, місто Одеса посідає п'яте місце у рейтингу регіонального індексу ділового середовища (РІДС) серед 24 міст України. Перше місце за людськими ресурсами, четверте – за економічним середовищем та сьомі позиції за економічним результатом та технології [53].

Також згідно з даними аналітичного звіту «Індекс конкурентоспроможності міст 2021» Одеса опустилася на останню 24 позицію, погіршивши свій рейтинг на 1 сходинку в порівнянні з попереднім роком [54].

Культурно-екскурсійний потенціал м. Одеси визначається різноманітними історичними та культурними об'єктами, серед яких відомі пам'ятки, історико-культурні заповідники та музеї. Найвідомішими туристичними об'єктами м. Одеса є:

Одеський національний академічний театр опери та балету ім. О.В. Нежданової, який є одним з найстаріших театрів в Україні та має багату історію і відомі вистави.

Приморський історичний парк Дюк, створений ще в 1825 році, який вважається одним з найкрасивіших історичних парків в місті.

Одеська оперна театральна площа з її видатними архітектурними спорудами та пам'ятниками, які символізують багату культурну спадщину міста.

Потьомкінські сходи – архітектурний комплекс з 192 кам'яних сходин, який був споруджений за імператорським наказом у 1841 році на честь візиту імператора Миколи I. Він з'єднує нижню частину Одеського порту з верхніми районами міста, що розташовані ближче до центру.

Також Одеса багата своїми унікальними фонтанами, палацами, музеями та визначними місцями, велика частина яких має статус пам'яток національного значення, що дає право Одесі тримати імідж популярного туристичного регіону України.

Місто Одеса буде цікава бізнесовим туристам своїми чисельними бізнес-центрами, де можна орендувати конференц-зали та офісні приміщення для проведення зустрічей та переговорів; спеціалізованими готелями з сучасними конференц-залами, придатними для проведення бізнес-заходів та конференцій; бізнес-ресторани з великими залами для бізнес-ланчів та зустрічей, де можна обговорювати питання під час обідніх перерв; офісами та представництвами міжнародних компаній; коворкінг зонами, в яких можна здійснювати робочі зустрічі та розвивати бізнес-проекти.

На основі проведеного дослідження та позицій м. Одеси в національних рейтингах, було сформовано SWOT-аналіз сфери ділового туризму м. Одеси (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз сфери ділового туризму м. Одеси

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Вигідне географічне положення як для внутрішнього, так і міжнародного ділового туризму. 2. Маж зручні транспортні зв'язки, в тому числі міжнародного сполучення, морські порти 3. Місто має розвинену ділову сферу та активно взаємодіє з різними країнами світу через зовнішньоекономічні зв'язки 4. Існує добре розвинена та широка мережа готельно-ресторанної інфраструктури з високою пропускнуою здатністю та високим рівнем обслуговування 5. Потужний туристично-рекреаційний потенціал 6. Привабливість регіону для інвестицій 7. Сприятливе бізнес-середовище	1. Зовнішня конкуренція та низький рівень індексу конкурентоспроможності міста. 2. незадовільний стан доріг місцевого значення та невідповідність глибин у деяких морських портах 3. Відсутність міжнародних та невелика кількість національних заходів, які цікаві для бізнес-туристів. 4. Недостатність рекламних находів, направлених на популяризацію Одеси як бізнесового центру України 5. Велика кількість туристичних об'єктів, які потребують оновлення. 6. Відсутня співпраця з іншими містами (країнами) для створення спільних ділових подорожей. 7. Слабка інфраструктура івентів та відсутність сучасних виставкових центрів. 8. Реалізація індустріального напрямку потребує поліпшення стану об'єктів. 9. Недостатній рівень кваліфікації кадрів туристичної галузі для роботи з бізнес-туристами.
Можливості	Загрози
1. Інтеграція в ЄС посилюватиме міжнародні бізнесові зв'язки 2. Підвищення інвестиційної привабливості м. Одеса 3. Створення комбінованих бізнес-турів 4. Розвиток спеціалізованого туризму, зокрема морського, гастрономічного, промислового та подієвого 5. Використання промислового потенціалу для розвитку відповідного типу туризму та використання його як базу для організації різноманітних національних та міжнародних заходів. 6. Прогрес у спортивній сфері, що сприятиме проведення змагань в місті 7. Впровадження нових технологій у благоустрій міського простору та його адаптація до прийому бізнес-відвідувачів.	1. Підвищення рівня небезпеки через військові дії 2. Руйнування туристичної інфраструктури 3. Закриття підприємств та бізнесу в Одесі 4. Недовіра зі сторони зовнішніх інвесторів 5. Внутрішня конкуренція з містами Львів, Івано-Франківськ, Вінниця, які швидко розвиваються у сфері ділового туризму, а також концептуальна схожість туристичних пропозицій 6. Послаблення економіки та зниження рівня життя в Україні

Джерело: побудовано автором

SWOT-аналіз сфери ділового туризму та інфраструктури міста Дніпро дозволив визначити його сильні та слабкі сторони, а також виявити можливості та загрози для розвитку індустрії туризму та гостинності на сучасному етапі.

Для подальшого розвитку ділового туризму в м. Одеса, можна визначити основні напрямки діяльності (рис. 3.2).

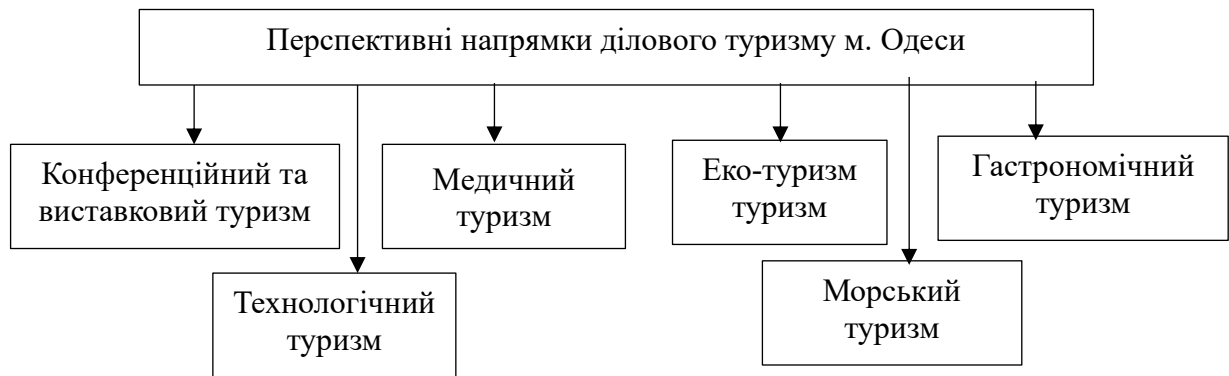


Рис. 3.2. Перспективні напрями ділового туризму міста Одеса

Джерело: складено автором

Високий рівень розвитку інфраструктури для проведення великих виставкових та конференційних заходів, може привертати національні виставкові та наукові бізнес-заходи з різних галузей: технологічної, туристичної, морської промисловості та інших, що стимулюватиме бізнес-туризм у місті.

Медичний діловий туризм Одеси представляє собою привабливу галузь для розвитку, забезпечуючи високий рівень медичних послуг та відпочинку. Одеса пропонує широкий спектр медичних закладів, які включають клініки, санаторії, спа-центри та лікувальні заклади з різними напрямками, такими як косметологія, кардіологія, стоматологія та інші. Завдяки високому рівню кваліфікації медичного персоналу та сучасному обладнанню, Одеса привертає пацієнтів як з України, так і з-за кордону. Більшість медичних закладів мають зручне розташування в центрі міста, що дозволяє пацієнтам легко дістатися до них і відвідувати лікування без зайвих турбот про транспорт і проживання. Медичний діловий туризм в Одесі включає не лише медичні послуги, але й

можливості для відпочинку та відновлення на березі Чорного моря, насолоди місцевою кухнею та культурними подіями.

Діловий еко-туризм у Одесі описує форму туризму, яка поєднує в собі бізнес-активності з екологічною компонентою, спрямовану на збереження навколишнього середовища та дослідження природних багатств міста. Ця форма туризму може включати в себе проведення конференцій, семінарів, бізнес-зустрічей або тренінгів у природних або екологічно чистих зонах Одеси, таких як міські сади, заповідники або екопарки. Під час ділових зустрічей учасники мають можливість насолоджуватися природою, активним відпочинком, екскурсіями та іншими екологічно орієнтованими заходами. Такий підхід до організації бізнес-подій сприяє не лише розвитку бізнесу, а й залученню уваги до питань екології та сталого розвитку міста.

Діловий гастрономічний туризм Одеси об'єднує в собі бізнес-активності з відвідуванням ресторанів та проведенням кулінарних заходів у місті. Цей вид туризму спрямований на сприяння розвитку бізнесу, підтримку місцевої гастрономічної культури та просування кулінарних інновацій. В рамках ділового гастрономічного туризму учасники можуть відвідувати ресторани, де проводяться переговори, бізнес-ланчі, дегустації страв та вина, майстер-класи з кулінарії та інші гастрономічні заходи. Такі заходи допомагають побудувати бізнес-контакти, сприяють розвитку місцевого гастрономічного сектору та сприяють популяризації міста як центру кулінарних вражень.

Діловий технологічний туризм, спрямований на сприяння розвитку бізнесу та технологічних інновацій Одеси та передбачає відвідування технологічних підприємств, інкубаторів, стартап-центрів, конференц-залів, технопарків та інших місць, де розглядаються сучасні технології, відбуваються презентації проектів, проводяться конференції, семінари, круглі столи та інші заходи, спрямовані на обмін знаннями та досвідом у сфері технологій. Такі візити допомагають створити та розширити бізнес-контакти, залучити інвестиції у технологічні проекти, підтримати місцеву інноваційну екосистему та сприяти розвитку технологічного сектору у місті.

Діловий морський туризм у місті Одеса базується на використанні морського потенціалу міста для організації та проведення різноманітних бізнес-заходів, конференцій, семінарів, тренінгів та інших подій. Даний вид туризму може включати в себе оренду або організацію заходів на різних типах водних суден, які можуть виступати в якості місця для проведення зустрічей та переговорів, а також надати учасникам можливість насолодитися морськими круїзами, розвагами та екскурсіями. Місто Одеса, як морський порт та курортний центр, має великий потенціал для розвитку ділового морського туризму. Він може привертати підприємців, високопосадових осіб, учасників бізнес-спільноти для проведення зустрічей, конференцій та інших заходів на борту суден або в морських готелях та ресторанах. Такі події можуть бути поєднані з розважальними програмами та екскурсіями, що сприяє формуванню сприятливої бізнес-атмосфери та сприяє розвитку місцевої економіки. Саме морський діловий туризм вважаємо найбільш перспективним після закінчення військових дій та розчистки морських просторів від вибухонебезпечних снарядів.

Проте, для розвитку більшості зазначених напрямів, необхідно й надалі розвивати готельну галузь як основу індустрії гостинності та інфраструктури туристичного ринку. Покращення та модернізація готельного фонду, розширення спектру послуг та підвищення рівня обслуговування до міжнародних стандартів мають великий вплив на збільшення потоку туристів, розширення міжнародних контактів та економічний розвиток регіону. Одним із стратегічних напрямків розвитку туристичної галузі в м. Одесі є забезпечення відповідності якості готельних та ресторанних послуг міжнародним стандартам, впровадження новаторських методів та форм обслуговування гостей, а також створення нових видів послуг.

Отже, у підсумку можна зазначити, що м. Одеса має значний потенціал для розвитку індустрії гостинності та туризму, зокрема ділового, завдяки своїм рекреаційним, індустріальним, культурно-історичним та інфраструктурним можливостям. Основними напрямками, які сприятимуть цьому процесу, є розвиток нішевих видів туризму, зокрема морського, медичного, гастрономічного

і еко-туризму, використання індустріального потенціалу для організації різноманітних міжнародних і національних заходів, підтримка розвитку спорту, особливо водних видів, використання новітніх технологій у благоустрої міського простору для забезпечення конкурентоспроможності міста, створення та просування брендів міських пам'яток і об'єктів інфраструктури, а також оновлення матеріально-технічної бази деяких закладів розміщення та інших об'єктів інфраструктури для забезпечення відповідності якості послуг міжнародним стандартам. Наразі, Одеса є одним із провідних міст України у сфері ділового туризму, де активно будуються готелі вищого класу та сучасні конференц-центри. Основні фактори, що визначають конкурентоспроможність міста Одеси як центру ділового туризму, включають: наявність готелів, які відповідають стандартам для бізнесу; розвинена інфраструктура, включаючи транспортну; наявність висококваліфікованого та добре підготовленого персоналу, включаючи менеджерів зустрічей, перекладачів, готельний персонал та інших спеціалістів; економічний розвинене місто.

3.2. Розробка перспективного напрямку ділового туризму м. Одеси ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour»

Одним із перспективних напрямів розвитку ділового туризму, визначеного нами у попередньому підрозділі, було обрано діловий гастрономічний туризм. Враховуючи, що Одеса є морським містом, організація та проведення ділового гастрономічного туру на морську тематику може бути унікальним туристичним продуктом для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour».

Одеська кухня увібрала в себе різноманітні аромати та смаки грецької, молдавської, української, польської, єврейської, німецької та італійської кухонь. У цьому місті зіткнулися й злилися різноманітні кулінарні традиції, утворивши єдину кулінарну енциклопедію.

Діловий гастрономічний туризм представляє собою нове явище на туристичному ринку, зокрема в Україні, де він активно розвивається. Цей вид туризму набуває популярності завдяки тому, що значна частина туристичних витрат припадає на харчування. Таким чином, страви, які пропонуються у туристичних місцях, відіграють важливу роль у визначенні якості відпочинку. За точки зору туристичних організаторів, діловий гастрономічний тур дозволяє відвідувачам ознайомитись з унікальними методами приготування місцевих продуктів, з традиціями споживання їжі, опануванням кулінарних навичок, участю у фестивалях та культурних заходах [55].

Дослідивши існуючі ділові тури ТОВ «Туристичною компанією «Apex Tour», було запропоновано створити унікальний гастрономічний тур «Солоний присмак Одеси», розрахований на цільову групу туристів, до якої входять:

- туристи, заняття яких пов'язане зі сферою готуванням їжі;
- гурманів, які цінують морепродукти та прагнуть навчитися їх правильно готувати;
- туристів, які бажають урізноманітнити свій туристичний досвід.

Одеські заклади харчування пропонують різноманітні смаки і якість морепродуктів, що не поступаються їх зарубіжним колегам.

Основною метою ділового гастрономічного туру буде поєднання дегустації морепродуктів з можливістю розширення бізнес-зв'язків і професійного розвитку.

Запропонований тур матиме групову форму, враховуючи, що індивідуальний формат цього виду туризму є вельми витратним. Оптимальною кількістю учасників вважаємо 6 осіб, які будуть прибувати до міста Одеса самотійно, компанія «Apex Tour» за необхідності забезпечуватиме трансфер з вокзалів міста.

Враховуючи постійну зайнятість ділових туристів, пропонуємо короткотривалу програму туру: 2 дні / 1 ніч.

Основним об'єктом ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» стане ресторан «Terrace. Sea View», розташований за адресою: Пляж

Ланжерон, 1Б, на базі якого будуть проходити як дегустаційні заходи, так і заплановані майстер-класи [56].

Зупинятися туристи будуть в одному з найкращих готелів Одеси – NEMO Hotel Resort & SPA, який знаходиться за адресою: Пляж Ланжерон, 25 [57].

Враховуючи те, що всі основні туристичні об'єкти знаходитимуться у пішій доступності, транспортний засіб у вигляді комфортабельного мікроавтобусу буде використовуватися як трансфер та для екскурсійних виїздів до міста.

Під час ділового гастрономічного туру компанії «Anex Tour» «Солоний присмак Одеси» учасники матимуть можливість:

- дослідити смаки та культуру Одеси через кулінарні враження та екскурсії до найкращих ресторанів міста, включаючи ресторан «Dacha».
- вивчити професійні навички в галузі гастрономії та обслуговування, що можуть бути застосовані у сфері ресторанного бізнесу.
- встановити нові контакти та розширити мережу професійних зв'язків під час спільних обідів і майстер-класів.
- отримати інсайти щодо організації подій та вражень для бізнес-клієнтів через взаємодію з власниками ресторанів та експертами гастрономічного ринку.

Основними заходами туру будуть відвідування ресторанів з метою дегустації морепродуктів та участь у 3 майстер-класах (табл. 3.2).

Майстер-клас з кулінарних технік та трюків «Кулінарна магія» проводиться шеф-кухарем та його помічником ресторану «Terrace» з метою ознайомлення учасників туру з різними кулінарними техніками у роботі з морепродуктами, які допоможуть покращити свої навички готування страв як вдома, так і у своїх ресторанах.

У ході проведення другого майстер-класу учасників познайомлять з різних технік декорування страв з морепродуктів, таких як використання овочів, фруктів, зелені, соусів та інших прикрас. Далі відвідувачі матимуть можливість самостійно задекорувати одну із запропонованих страв, після чого, шеф-кухар ресторану обере найоригінальнішу та надасть рекомендації до кожної роботи щодо покращення технік декорування.

Таблиця 3.2

**Гастрономічна програма ділового гастрономічного туру «Солоний
присмак Одеси»**

Гастрономічний об'єкт	День туру	Тривалість заходу	Зміст заходу	Вартість заходу, грн.
Майстер-клас з кулінарних технік та трюків «Кулінарна магія»	1	2 год	Ознайомлення та удосконалення роботи у таких техніках з морепродуктами як барбекю, проварка, фритюр, стейкер, маринування, су-від та сирий бар	10 000
Майстер-клас з декорування страв з морепродуктів «Морські Фантазії»	2	1,5 год	Навчання учасників декорувати страви з морепродуктів за допомогою оригінальних прийомів і трюків, щоб зробити їх привабливішими для гостей і створити естетичний вигляд	6 000
Майстер-клас з приготування тунця «Тунець по Одеськи»	2	2,5 год	Споглядання розробки 50-кг тунця, приготування страв із нього за рецептурою закладу та під керівництвом кухарів	15 000
Загалом	2 дні	6 год	дегустацій – 3 майстер-класів – 3	31 000

Джерело: складено автором

Майстер-клас з приготування тунця «Тунець по Одеськи» проводиться шеф-кухарем із Японії Йоші, який розробляє величезного 50-кілограмового жовтоперого тунця, якого спеціально привозять з Мальдів. Учасники зможуть скоштувати свіжоотримані кусочки риби та спробувати приготувати з неї страви під керівництвом кулінарів ресторану.

Враховуючи, що основний акцент туру буде зроблений саме на відвідування ресторанів, то у програму туру буде включена тільки одна екскурсійна та одна культурно-розважальна програма (табл. 3.3).

Отже, запропонований діловий гастрономічний тур «Солоний присмак Одеси» є: груповим, з кількістю 6 туристів; за формою організації – організований, плановий; за тривалістю – короткотривалий (2 дні/ 1ніч).

Таблиця 3.3

Культурна програма ділового гастрономічного туру
«Солоний присмак Одеси»

Екскурсійний об'єкт	День туру	Тривалість	Вартість заходу, грн.
Культурно-оглядова екскурсійна програма «П'ять парків та мальовничі морські простори Одеси»	1	2 год	1 400
Культурно-розважальна програма «Зустрічайте Дельфінів: похід до Одеського Дельфінарію Немо»	2	1,5 год	1 800
Загалом		3,5 год	3 200

Джерело: складено автором

Загальну програму ділового гастрономічного туру можна представити наступним чином (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Програма ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси»

Час	Заходи
1-й день	
до 12:00	Зустріч туристів на вокзалах, трансфер до готелю «NEMO Hotel Resort & SPA»
13:00 – 14:00	Обід в ресторані готелю «Дельфін»
14:00 – 16:00	Культурно-оглядова екскурсійна програма «П'ять парків та мальовничі морські простори Одеси»
16:00 : 18:00	Майстер-клас з кулінарних технік та трюків «Кулінарна магія» у ресторані «Terrace. Sea View»
18:00 – 20:00	Вільний час
20:00 – 21:00	Вечеря в ресторані «Terrace. Sea View»
21:00 –	Вільний час, ночівля в стандартному одномісному номері готелю
2-й день	
08:00 – 09:00	Сніданок в «Piano Bar»
09:00 – 11:00	Майстер-клас з декорування страв з морепродуктів «Морські Фантазії» у ресторані «Terrace. Sea View»
11:00 – 12:30	Культурно-розважальна програма «Зустрічайте Дельфінів: похід до Одеського Дельфінарію Немо»
12:30 – 14:00	Вільний час, Виселення з готелю «NEMO Hotel Resort & SPA»
14:00 – 15:00	Обід в ресторані «Panorama»
15:00 – 15:30	Переміщення до ресторану «Terrace. Sea View»
15:30 – 18:30	Майстер-клас з приготування тунця «Тунець по Одеськи» у ресторані
18:30 – 19:00	Прощальне фото, відгуки про тур
19:00 –	Трансфер до вокзалів

Джерело: складено автором

Протягом ділового гастрономічного туру подорожуючі зможуть відвідати три ресторани: Terrace. Sea View, Дельфін, Panorama & Piano Bar.

Раціоналізація визначення ціни туристичного продукту є ключовим етапом для успішного розвитку економіки туристичної компанії «Anex Tour», оскільки це визначає дохід підприємства.

Встановлення цін в туристичній сфері має свої особливості: значний вплив конкурентів, часові затримки між встановленням ціни та купівлею-продажем турпродукту, сезонність тарифів, велике значення вартості операцій для попиту, а також залежність ціни від типу туру [58, с. 67-68].

Для встановлення вартості ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour», було використано витратний метод ціноутворення, сутність якого полягає у врахуванні всі витрати, пов'язаних з наданням послуг та організацією подорожі, при визначенні ціни на туристичний продукт. До вартості туристичного продукту включаються усі витрат на транспорт, проживання, харчування, екскурсії, майстер-класи, а також врахування прибутку туристичного оператора. Витратний метод дозволяє більш об'єктивно визначити вартість туристичної подорожі, оскільки враховує всі складові, що сприяє більш точному встановленню ціни на послуги та забезпечує ефективне фінансове управління в туристичному бізнесі.

У вартість туристичного продукту діловий гастрономічний тур «Солоний присмак Одеси» буде включено:

- транспортні послуги у вигляді трансферу з вокзалів та до вокзалів та переміщення по місту під час культурно-екскурсійної програми;
- вартість майстер-класів у ресторані «Terrace. Sea View»;
- витрати на проживання (1 ніч в стандартному одномісному номері готелю «NEMO Hotel Resort & SPA»);
- витрати на харчування (1 сніданок входить у вартість проживання), 2 обіди та 1 вечеря за узгодженими стравами;
- вартість страхування;
- вартість культурно-розважальної та екскурсійної програми;

– витрати понесені на просування туристичного туру.

До туру не включено: додаткове харчування; алкогольні напої; витрати на придбання морепродуктів; СПА-процедури готелю; особисті витрати.

Сукупну вартість туристичного продукту за даним методом буде розраховано за формулою 3.1:

$$ЗВ_{ТП} = З_В + П_В + П_Р \quad (3.1)$$

$ЗВ_{ТП}$ – загальна вартість туристичного продукту;

$З_В$ – змінні витрати;

$П_В$ – постійні витрати;

$П_Р$ – прибуток, отриманий туроператором в результаті реалізації туристичного продукту.

Сутність прибутку при витратному методі ціноутворення полягає у відображенні того, скільки грошей залишається після покриття всіх витрат, пов'язаних з організацією подорожі. Прибуток відображає ефективність діяльності туристичного підприємства та його здатність забезпечувати стабільний дохід для подальшого розвитку та забезпечення якісних послуг для клієнтів.

До змінних витрат туристичного продукту було віднесено: транспортні витрати ($В_Т$), проживання ($В_{Пр}$), харчування ($В_Х$), страховка ($В_С$), вартість гастрономічного ($В_Г$) та екскурсійного обслуговування ($В_Е$) (3.2):

$$В_П = В_Т + В_{Пр} + В_Х + В_С + В_Г + В_Е \quad (3.2)$$

Для транспортного обслуговування ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» використає власний транспорт у вигляді мікроавтобуса Nissan NV300. Максимальна відстань, що може бути подолана транспортним засобом складає близько 100 км. Відповідно до характеристики транспортного засобу, витрати

пального складуть близько 7 л. За цінами на 14.04.2024 р. загальна вартість транспортних послуг складе близько 400 грн.

Як зазначалося вище, зупинятися гості будуть в одному місному стандартів готелю «NEMO Hotel Resort & SPA», вартість якого становить 4750 грн. за номер. В перерахунку на групу туристів це складе 28 500 грн.

Один сніданок входить у вартість проживання, меню двох обідів та однієї вечері буде сформовано на основі вподобань туристів, проте матиме обмеження у 1 500 грн. Тобто, 2 обіди та 1 вечеря на одного туриста коштуватимуть 4 500 грн. Загальні витрати складуть 27 000 грн.

Вартість страхування групи осіб із 6 осіб для внутрішнього туру без додаткових ризиків та заняття активними видами відпочинку на 2 дні складе близько 300 грн.

Витрати на гастрономічні та екскурсійні програми були розраховані у табл. 3.2 та 3.3 відповідно і становлять 31 000 грн. та 3 200 грн.

Отже, змінні витрати ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» на створення ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» становитимуть:

$$З_в = 400 + 28500 + 27000 + 300 + 31000 + 3200 = 90400 \text{ грн.}$$

Для розрахунку вартості запропонованого туру «Солоний присмак Одеси» потрібно знайти суму змінних витрат, частки туроператорської маржі та суми ПДВ (3.3):

$$Ц_Т = З_в + Т_М + \text{ПДВ} \quad (3.3)$$

де $Ц_Т$ – ціна туру;

$З_в$ – прямі витрати;

$Т_М$ – туроператорська маржа на рівні 20% від змінних витрат;

ПДВ – сума ПДВ (20% від операторської маржі).

У табл. 3.5 представлено розрахунок змінних витрат на 1 туриста туристичного продукту «Солоний присмак Одеси».

Таблиця 3.5

Змінні витрати з організації туру «Солоний присмак Одеси» в розрахунку на одну особу

Найменування витрат	Ціна, грн.
Змінні витрати	
Транспортні витрати	67
Витрати на розміщення	4750
Вартість харчування	4500
Вартість страхування	50
Вартість гастрономічної програми	5167
Вартість екскурсійної програми	533
Змінні витрати	15067
Туроператорська маржа на рівні 20% від змінних витрат	3013
Ціна туру без ПДВ	18080
Сума ПДВ (20% від операторської маржі)	603
Ціна туру	18683

Джерело: складено автором

Відповідно, ціна туру «Солоний присмак Одеси» становить 18 683 грн.:

$$15067 + 313 + 603 = 18\,683 \text{ грн.}$$

Отже, повна вартість туру становить 18 683 грн. Враховуючи велику кількість дегустацій, майстер-класів такий рівень ціни є прийнятним. У порівнянні, вартість одного дня подібних гастрономічних турів зазвичай складає приблизно 10 000 грн., проте вони включають у себе менший перелік екскурсійно-гастрономічних об'єктів.

До постійних витрат було віднесено маркетингові витрати на рекламу та просування туристичного продукту, включаючи розробку рекламних матеріалів, проведення рекламних кампаній, участь у туристичних виставках тощо. Загальні витрати на такі заходи становитимуть близько 22000 грн.

Для того, щоб розрахувати постійні експлуатаційні витрати контрагента з організації туру – ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» було використано

суму постійних витрат туроператора за 2022 рік: 38 483 тис. грн. Враховуючи, що у 2022 р. туристичний оператор обслуговував 52132 осіб, середня частка, що припадає на постійні експлуатаційні витрати для обслуговування одного туриста становить близько 300 грн. на одного туриста:

$$\frac{38483 \text{ тис. грн.}}{52132 \text{ осіб}} = 0,738 \frac{\text{тис. грн.}}{\text{особу}} = 738 \frac{\text{грн.}}{\text{особу}}$$

Для групи туристів із 6 осіб постійні експлуатаційні витрати складуть 4428 грн.:

$$738 \frac{\text{грн.}}{\text{особу}} \cdot 6 \text{ осіб} = 4428 \text{ грн.}$$

У табл. 3.6 представлена калькуляція постійних витрат для ділового туру «Солоний присмак Одеси».

Таблиця 3.6

Калькуляція постійних витрат для ділового туру
«Солоний присмак Одеси»

Найменування витрат	Сума, грн.
Постійні інвестиційні витрати (реклама)	22000
Постійні експлуатаційні витрати	4428
Витрати разом	26428

Джерело: складено автором

Знаючи змінні та постійні витрати, які понесе ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» для організації та реалізації ділового туру «Солоний присмак Одеси», доречно розрахувати точку беззбитковості як одного з найефективніших методів для визначення мінімального обсягу продажів туру, необхідного для покриття всіх витрат і досягнення нульового прибутку. Результат даного методу дозволить визначити, скільки турів потрібно продати туристичному оператору, щоб витрати на їх виробництво та маркетинг були компенсовані. Для її розрахунку було використано формулу 3.4.

$$T_6 = \frac{\Pi_B}{(\Pi - Z_B)}, \quad (3.4)$$

де T_6 – точка беззбитковості туристичного продукту, турів;

Π – ціна реалізації туру;

Π_B – постійні витрати;

Z_B – змінні витрати на один тур.

$$T_6 = \frac{26428}{(18683 - 15067)} = 7,3 \text{ тури}$$

Отже, для досягнення беззбиткового рівня діяльності щодо продажу туристичного продукту – ділового туру «Солоний присмак Одеси», підприємству необхідно продати 8 турів. Тобто, організація та проведення ділового туру для 2 груп туристів забезпечить ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» покриття усіх витрат та вихід підприємства у прибуткову зону (рис. 3.3).

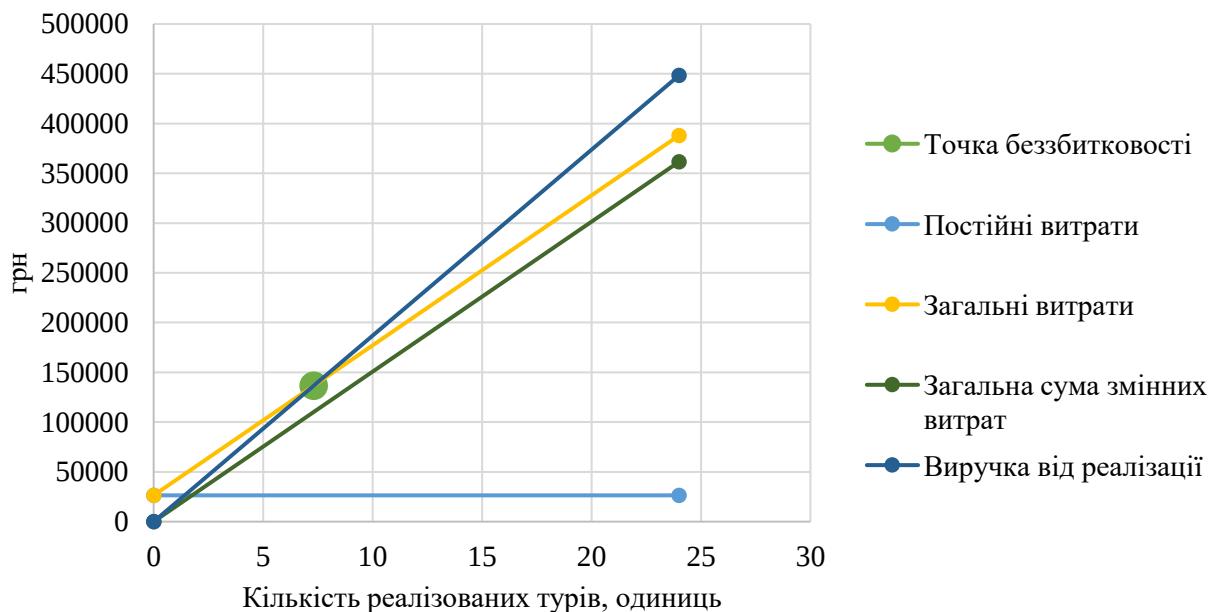


Рис. 3.3. Графічна інтерпретація точки беззбитковості реалізації ділового туру «Солоний присмак Одеси» для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour»

Джерело: побудовано автором

Для розрахунку економічної ефективності розробленого туристичного туру було використано формулу (3.5):

$$\Pi_p = B - (\Pi_b + Z_b \cdot k), \quad (3.5)$$

де Π_p – прибуток;

B – виручка від продажу туру;

k – кількість проданих турів.

Враховуючи, що даний туристичний продукт можна реалізувати на внутрішньому туристичному ринку раз на місяць протягом теплих місяців року, що становлять 4 місяці (червня – вересень), то загальна прогнозована кількість проданих турів буде 24 одиниці (4 групи по 6 туристів).

$$18683 \cdot 24 - (26428 + 15067 \cdot 24) = 60356 \text{ грн.}$$

Отже, при умові реалізації всіх запланованих груп турів, прибуток ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» може досягти 60 356 грн. Для розрахунку рентабельності туристичного продукту було використано формулу (3.6):

$$R = \frac{\Pi_p}{B} \cdot 100\% \quad (3.6)$$

$$R = \frac{60356}{448384} \cdot 100\% = 13,46\%$$

Рентабельність туристичного продукту на рівні 13,46% є досить задовільним і може бути розглянута як позитивний показник для створення проекту. Такий рівень рентабельності свідчить про те, що запропонований діловий гастрономічний тур може бути економічно вигідним і здатним приносити прибуток. Однак перед реалізацією проекту необхідно провести

детальний аналіз фінансових показників, оцінити ризики та здійснити стратегічне планування для забезпечення його успішності в майбутньому.

Показник відношення собівартості туру до виручки вказує на ефективність управління витратами та доходами у туристичному бізнесі. Він визначає, скільки коштує виготовлення туру в порівнянні з тим, скільки виручається від його продажу. Для запропонованого туру досліджуваний показник становить:

$$CR = \frac{15067 \cdot 24}{448384} \cdot 100\% = 80,65\%$$

Показник відношення собівартості туру до виручки для ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» досить високий, що свідчить про високу частку виручки, яка залишається як прибуток після відрахування витрат, що підтверджує економічну ефективність запропонованого туру.

Отже, Одеса є морським містом, організація та проведення ділового гастрономічного туру на морську тематику може бути унікальним туристичним продуктом для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour». Основною метою такого туру буде поєднання дегустації морепродуктів з можливістю розширення бізнес-зв'язків і професійного розвитку. Запропонований тур матиме групову форму з оптимальною кількістю учасників 6 осіб, які будуть прибувати до міста Одеса самотійно, компанія «Anex Tour» за необхідності забезпечуватиме трансфер з вокзалів міста. Основним об'єктом ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» стане ресторан «Terrace. Sea View». Протягом двох туристичних днів ділового гастрономічного туру учасники матимуть можливість відвідати 3 майстер-класи та здійснити 3 дегустації в різних ресторанах міста Одеси. Туристи також матимуть одну культурно-оглядову екскурсію та одну культурно-розважальну програму. Для встановлення вартості ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» було використано витратний метод ціноутворення. Після проведення усіх розрахунків, було встановлено, що вартість одного туру становитиме 18 683 грн., а чистий прибуток від реалізації

запланованих 4 груп турів принесе ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» прибуток у розмірі 60 356 грн. Рентабельність даного туристичного продукту становить 13,46%, що є прийнятним рівнем для туристичного бізнесу, а показник співвідношення собівартості до виручки склав 80,65%.

ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження на тему «Перспективи розвитку ділового туризму у м. Одеса» було досліджено діловий туризм як напрям туристичної діяльності та вивчено історичні аспекти його розвитку, визначено класифікаційні ознаки ділового туризму, проведено аналіз сучасного стану ринку ділового туризму, досліджено загальну характеристику діяльності ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour», з'ясовано особливості організації ділового туризму в даній туристичній компанії, визначено напрями підвищення рівня розвитку ділового туризму м. Одеси та розроблено перспективний діловий тур до м. Одеси для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour». На основі отриманих результатів можна зробити наступні висновки.

Діловий туризм – це сегмент туризму, що орієнтований на подорожі людей з метою здійснення бізнес-заходів або участі в професійних подіях, таких як конференції, семінари, виставки, зустрічі з партнерами чи клієнтами. Цей вид туризму сприяє обміну досвідом, налагодженню бізнес-контактів та розвитку професійних навичок. Діловий туризм відіграє важливу роль у стимулюванні економічного зростання та розвитку туристичної індустрії в цілому.

Протягом історичної еволюції діловий туризм пройшов 4 стадії становлення: від зародження до сучасного стабільного розвитку. Кожний етап відповідав конкретним історичним умовам, технологічному прогресу та соціально-економічним змінам суспільства. Протягом останніх років діловий туризм стає однією з найбільш прибуткових галузей у світовій туристичній індустрії. Попит на проведення конференцій, виставок та зустрічей продовжує зростати, а туристичних компаній, які активно просувають даний вид послуг на туристичному ринку, небагато. Сучасні тенденції у розвитку ділового туризму відображають актуальну картину ділових поїздок, що визначають нові підходи до їх організації та проведення з метою відповідності до потреб сучасних бізнес-туристів.

Наразі не існує єдиного підходу щодо визначення основних класифікаційних ознак. Частина науковців виділяє шість основних ознак: напрями подорожі, характер події, вид туристичної діяльності, сферу діяльності, активність туриста, тривалість подорожі. Інші науковці пропонують розділяти діловий туризм на два основних напрямки: MICE та корпоративний туризм. Серед найпопулярніших напрямів ділового туризму було розглянуто відвідування виставок і салонів, відвідування модних показів, участь у волонтерських програмах, участь у тренінгах, подорожі з метою короткострокового працевлаштування, навчання, інсентив-подорожі, тимблдінг.

Світова географія ділових поїздок виявляється досить різноманітною. Серед сучасних тенденцій у міжнародному діловому туризмі можна виокремити такі явища: лідируючі позиції європейських країн на ринку ділових подорожей; зменшення кількості міжнародних бізнес-заходів; значне підвищення рівня витрат на діловий туризм у 2022 р., порівняно з двома попередніми; широке використання інновацій під час проведення бізнес-заходів. Україна протягом 2018-2019 рр. посилювала свою присутність у світі бізнесу, що відображається зростанням загальної кількості туристів, які обирали ділові поїздки та користувалися послугами туроператорів і турагентів, проте у 2020 р. відмічалось різке їх скорочення. Одеська, Дніпропетровська області та місто Київ виступають осередками ділових заходів, зустрічей і бізнес-інтересів в Україні. Найбільш привабливими діловими містами визначено Івано-Франківськ, Вінниця та Львів. Проведення симпозіумів, виставок та конференцій, а також міжнародних та регіональних ярмарків, підвищення рейтингу міста як бізнесового відкриває перспективи для розвитку ділового туризму.

Туристична компанія ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» є міжнародним туроператором, головний офіс якої розміщений у м. Києві, а ще 6 офісів по всій території України. Компанія діє на основі Статуту, пропонуючи високоякісні туристичні послуги. ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» має лінійно-функціональну структуру управління, що дозволяє ефективно використовувати виробничий та управлінський потенціал і швидко приймати

управлінські рішення. Згідно з фінансовим аналізом, компанії не вистачає власних коштів для ефективної діяльності, і вона не користується довгостроковими банківськими кредитами. Фінансові результати у 2022 р. значно погіршилися, у порівнянні з попереднім роком, що змушує керівництво товариства приймати важливі управлінські рішення щодо пошуку резервів збільшення прибутку або інвестування зовнішніх коштів.

ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour» володіє широким спектром послуг, які охоплюють всі аспекти ділових поїздок: первинні, такі як заходи, пов'язані із бізнесом, включаючи консультування, проведення конференцій, організацію заходів для пошуку постачальників та контрагентів та вторинні, які включаючи транспортування, проживання, харчування, організацію заходів відпочинку та інших потреб клієнтів. Досліджуваний оператор має значний досвід та професіоналізм у проведенні ділових поїздок. Вони надають індивідуальний підхід до кожного клієнта, забезпечують високу якість обслуговування та гнучкість у вирішенні завдань. Завдяки власним ресурсам та наявним партнерським зв'язкам Anex Tour може успішно організувати ділові подорожі будь-якої складності та тривалості.

Сучасна Одеса має значний потенціал для розвитку індустрії гостинності та туризму, зокрема ділового, завдяки своїм рекреаційним, індустріальним, культурно-історичним та інфраструктурним можливостям. Основними напрямками, які сприятимуть цьому процесу, є розвиток нішевих видів туризму, зокрема морського, медичного, гастрономічного і еко-туризму, використання індустріального потенціалу для організації різноманітних міжнародних і національних заходів, підтримка розвитку спорту, особливо водних видів, використання новітніх технологій у благоустрої міського простору для забезпечення конкурентоспроможності міста, створення та просування брендів міських пам'яток і об'єктів інфраструктури, а також оновлення матеріально-технічної бази деяких закладів розміщення та інших об'єктів інфраструктури для забезпечення відповідності якості послуг міжнародним стандартам. Наразі, Одеса є одним із провідних міст України у сфері ділового туризму, де активно

будуються готелі вищого класу та сучасні конференц-центри. Основні фактори, що визначають конкурентоспроможність міста Одеси як центру ділового туризму, включають: наявність готелів, які відповідають стандартам для бізнесу; розвинена інфраструктура, включаючи транспортну; наявність висококваліфікованого та добре підготовленого персоналу, включаючи менеджерів зустрічей, перекладачів, готельний персонал та інших спеціалістів; економічний розвинене місто.

Одеса є морським містом, організація та проведення ділового гастрономічного туру на морську тематику може бути унікальним туристичним продуктом для ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour». Основною метою такого туру буде поєднання дегустації морепродуктів з можливістю розширення бізнес-зв'язків і професійного розвитку. Запропонований тур матиме групову форму з оптимальною кількістю учасників 6 осіб, які будуть прибувати до міста Одеса самостійно, компанія «Anex Tour» за необхідності забезпечуватиме трансфер з вокзалів міста. Основним об'єктом ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» стане ресторан «Terrace. Sea View». Протягом двох туристичних днів ділового гастрономічного туру учасники матимуть можливість відвідати 3 майстер-класи та здійснити 3 дегустації в різних ресторанах міста Одеси. Туристи також матимуть одну культурно-оглядову екскурсію та одну культурно-розважальну програму. Для встановлення вартості ділового гастрономічного туру «Солоний присмак Одеси» було використано витратний метод ціноутворення. Після проведення усіх розрахунків, було встановлено, що вартість одного туру становитиме 18 683 грн., а чистий прибуток від реалізації запланованих 4 груп турів принесе ТОВ «Туристичною компанією «Anex Tour» прибуток у розмірі 60 356 грн. Рентабельність даного туристичного продукту становить 13,46%, що є прийнятним рівнем для туристичного бізнесу, а показник співвідношення собівартості до виручки склав 80,65%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бей В.В., Гострик О.М. Сучасний стан розвитку інформаційних технологій в туристичній сфері. **Джерело**
2. Business Travel Market, Global Outlook and Forecast 2023-2032. *Statsmarketresearch* URL: <https://www.statsmarketresearch.com/global-business-travel-forecast-2023-2032-568-7814634> (дата звернення: 27.02.2024)
3. Glossary of Tourism Terms. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (дата звернення: 01.03.2024).
4. The Latest Business Travel Trends. Business Travellers Desire. URL: <https://www.revfine.com/business-travel/> (дата звернення: 01.03.2024)
5. Про туризм: закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15> (дата звернення: 03.03.2024)
6. Галасюк С. С., Мартинова Н. С. Моніторинг розвитку ділового туризму у світі. *Економіка та управління підприємствами*. Вип. 50. 2020. С. 98-105.
7. Корнілова Н.В. Досвід організації ділового туризму в країнах світу. *Молодий вчений*. Серія: Економічні науки. 2018. № 10 (62). С. 813-819
8. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. 2019. URL: <http://infotour.in.ua/aleks42.htm> (дата звернення: 02.03.2024)
9. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Назаренко А. В. Діловий туризм як перспективний напрям туристичної діяльності в Україні. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2021. Т. 5. №1. С. 86-93.
10. Козак Б., Марусей Т.В. Історія і сучасні тенденції ділового туризму. Збірник матеріалів за результатами VIII науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2020. С. 94-99.
11. Галасюк С.С., Цимбаліст О.Ю. Світові та національні тенденції розвитку ділового туризму. Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової

системи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 грудня 2017 р. Дніпро: НО «Перспектива», 2017. Ч. 1. С. 9–12.

12. Світова торгівля зросте до рекордних \$32 трлн у 2022 році – ООН. URL: <https://forbes.ua/news/svitova-torgivlya-zroste-do-rekordnikh-32-trln-u-2022-rotsi-onn-13122022-10460> (дата звернення: 02.03.2024)

13. Бігус М. Перспективи розвитку ділового туризму в умовах євроінтеграції. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2018. № 2. С. 14–20.

14. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. №3. С. 49-56.

15. Коваленко Л.Г., Нагорнюк Д.В. Діловий туризм як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств. *Економіка та управління національним господарством*. Вип. 36, 2019. С. 50-54. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/36_2019_ukr/10.pdf

16. Investing in Travel & Tourism. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Investing%20in%20Travel%20and%20Tourism%20100921.pdf?ver=2021-09-16-112521-367> (дата звернення: 29.02.2024)

17. Музичка Є.О., Петренко В.А. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 1/2018. С. 55–60. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2018/12.pdf (дата звернення: 04.03.2024)

18. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Ремігайло І.Ю. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 50. С. 213–219.

19. Tourism 2024: Seven Challenges to Anticipate in the New Year. URL: <https://aboutdci.com/blog/tourism-2024-seven-challenges-to-anticipate-in-the-new-year/> (дата звернення: 29.02.2024)

20. Абрамов В.В., Тонкошкур М.В. Історія туризму. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2010. 294 с.

21. Богатирьова Г.А. Організація ділового туризму та виставкової діяльності : метод. рек. до вивч. дисц. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім.

М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 94 с.

22. Мальська М.П., Кізима В.Л., Мункачій І.З. Адаптація підприємств індустрії гостинності до вимог зовнішнього середовища *Економіка. Управління. Інновації*. Серія : Економічні науки. 2018. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_12 (дата звернення: 29.02.2024)

23. Кацемір Я.В. Діловий туризм як важливий напрям економічної діяльності в розвитку Китаю. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2022. Вип. 1 (34). С. 11-16.

24. MICE Industry by Event Type (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2018–2025. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/MICE-industry-market> (дата звернення 01.03.2024)

25. Діловий туризм: особливості та класифікація. URL: <https://tourkazka.com/%D0%B4%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC/> (дата звернення 01.03.2024)

26. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2014. 472 с.

27. Сливенко В.А., Подорожко Т.О., Шишкіна В.Б. Аналіз сучасного стану та пріоритетів розвитку ділового туризму в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: <https://www.tcjnmy.nayka.com.ua> (дата звернення 01.03.2024)

28. Statista. Global business travel. URL: <https://www.statista.com/topics/2439/global-business-travel-industry/#topicOverview> (дата звернення 10.03.2024)

29. Global Business Travel Association.

30. Vantagemarketresearch. URL: <https://www.vantagemarketresearch.com/industry-report/business-travel-market-2161> (дата звернення 10.03.2024)

31. International Congress and Convention Association. URL: <https://www.iccaworld.org/about-icca/icca-60-years-report/60-years-report/> (дата звернення 10.03.2024).
32. ICCA Business Analytics 2022 URL: https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/iccaweb/ICCA_Rankings_2023_230707_795d8dd3-147a-45e2-b97f-075234e8f0f6.pdf (дата звернення 10.03.2024).
33. International Meetings Statistics Report. 2020. URL: https://uia.org/sites/uia.org/files/misc_pdfs/pubs/Look_Inside_UIA_Statistics_Report_ed_61.pdf (дата звернення 10.03.2024)
34. International Meetings Statistics Report. 2021. URL: https://uia.org/sites/uia.org/files/misc_pdfs/pubs/Look_Inside_UIA_Statistics_Report_ed_62.pdf (дата звернення 10.03.2024)
35. International Meetings Statistics Report. 2022. URL: https://uia.org/sites/uia.org/files/misc_pdfs/pubs/Look_Inside_UIA_Statistics_Report_ed_63.pdf (дата звернення 10.03.2024)
36. Statistics Report of The International Association Meetings Market. 2019. URL: <https://cutt.ly/jO89TSb> (дата звернення 10.03.2024)
37. Державна служба статистики в Україні. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 11.03.2024).
38. Журнал «Forbes Ukraine». URL: <https://forbes.ua/ratings/38-reyting-mist-ukraini-02112020-410> (дата звернення 11.03.2024)
39. YouControl: веб-сайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=23597983#express-universal-file> (дата звернення: 12.03.2024)
40. Офіційний сайт компанії «Anex Tour». URL: <https://anex-tour.com.ua/> (дата звернення: 12.03.2024)
41. Туристичний довідник «ТурПошук». URL: <https://turpoisk.ua/ua/turoperator/anex-tour> (дата звернення: 12.03.2024)

42. Туристичний довідник Pilgrim.ua. Туроператори України. URL: <https://pilgrim.ua/turoperatory-ukrainy> (дата звернення: 12.03.2024)
43. Топ-7 найнезвичніших готелів України. URL: <https://www.volynpost.com/news/99207-top-7-najnezvychnishyh-goteliv-ukrainy-foto> (дата звернення: 14.03.2024)
44. Паспорт Одеської області за 2022 р. URL: <https://oda.od.gov.ua/wp-content/uploads/2023/08/pasport-odeskoyi-oblasti-za-2022-rik.pdf> (дата звернення: 14.04.2024)
45. 45. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення: 14.04.2024)
46. Конференц-сервіс в Україні. URL: <http://conferenceservice.com.ua/> (дата звернення: 14.04.2024)
47. Офіційний міжнародний портал статистики, ринкових даних та маркетингових досліджень. URL: <https://www.statista.com/topics/2439/global-business-travel-industry> (дата звернення: 14.04.2024)
48. Стратегії розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки. Одеська обласна державна адміністрація. 2019. 115 с.
49. Одеса увійшла до ТОП-5 міст, де найбільше працюють ІТ-спеціалісти. URL: <https://odessa.comments.ua/ua/news/society/developments/6154-odesa-uviyshla-do-top-5-mist-de-naybilshe-pracyuyut-it-specialisti.html> (дата звернення: 14.04.2024).
50. Рейтинг громадського транспорту України: яке місце посіла Одеса. URL: <https://odessa-life.od.ua/uk/news-uk/rejting-gromadskogo-transportu-ukraini-jake-misce-posila-odesa> (дата звернення: 14.04.2024).
51. The Independent назвав міста, які варто відвідати у 2022 році: у рейтингу – одне українське. URL: <https://glavcom.ua/odesa/news/the-independent-nazvav-mista-yaki-varto-vidvidati-u-2022-roci-u-reytingu-odne-ukrajinske-811636.html> (дата звернення: 16.04.2024).

52. Одесу включили до рейтингу найнебезпечніших міст світу. URL: <https://odessa-life.od.ua/uk/news-uk/odesu-vkljuchili-do-rejtingu-najnebezpechnishih-mist-svitu> (дата звернення: 16.04.2024).
53. Вимірювання регіонального ділового середовища в Україні. URL: <https://competitiveness.icps.com.ua> (дата звернення: 14.04.2024).
54. Аналітичний звіт «Індекс конкурентоспроможності міст 2021». URL: http://www.ier.com.ua/ua/mci/index_2021 (дата звернення: 14.04.2024).
55. Фесенко Г.О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf (дата звернення: 16.04.2024).
56. Terrace. Sea View. URL: <https://terraceodessa.com/> (дата звернення: 16.04.2024).
57. NEMO Hotel Resort & SPA. URL: <https://odessa.nemohotels.com/> (дата звернення: 16.04.2024).
58. Організація туризму: підручник. За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017 448 с.

ДОДАТКИ

Ліцензія на здійснення туроператорської діяльності

ТОВ «Туристична компанія «Анекс Тур»

Серія АГ **ЛІЦЕНЗІЯ** № 581096

ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО УКРАЇНИ З ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ

Вид господарської діяльності **туроператорська діяльність**

Найменування юридичної особи **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"**

Ідентифікаційний код юридичної особи **34191244**

Місцезнаходження юридичної особи **02121, м.Київ, вулиця Харківське шосе, будинок 201-203 /літера 2А/, група нежилых приміщень №53, офіс №1**

Дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії **10.05.2012 №53**

Строк дії ліцензії **з 15.05.2012 необмежений**

Номер в ліцензійному реєстрі - **287/2012**

Голова м.п.   **О. О. Шаповалова**

Дата видачі ліцензії **17 ТРА 2012**



Банківська гарантія фінансового забезпечення цивільної відповідальності від

АТ «Банк Інвестицій та заощаджень»


**БАНК
ІНВЕСТИЦІЙ та
ЗАОЩАДЖЕНЬ**

АТ «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ»
вул. Юрія Ілленка, 83-Д, м. Київ, Україна, 04119
тел.: (044) 207 70 20
call центр: 0 800-50-30-05
e-mail: info@bisbank.com.ua
www.bisbank.com.ua

**БАНКІВСЬКА ГАРАНТІЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЦИВІЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА № 3148/23-Г**

м. Київ

16 жовтня 2023 р.

ПРИНЦИПАЛ: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР", код ЄДРПОУ 34191244, Україна, 02121, м. Київ, Шосе Харківське, буд. 201/203, корп. літ 2А нп 56, кв. офіс 3.

БЕНЕФІЦІАР: будь-яка особа – турист, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої, оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін, яка уклала Договір на туристичне обслуговування з Принципалом.

СУМА ГАРАНТІЇ: 774 816.00грн. (Сімсот сімдесят чотири тисячі вісімсот шістнадцять гривень 00 копійок), що згідно з офіційним валютним курсом НБУ на 02 жовтня 2023 р. становить 20000 Євро (Двадцять тисяч євро 00 євроцентів).

ГАРАНТ: АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ», код ЄДРПОУ 33695095, Україна, 04119, м. Київ, вул. Юрія Ілленка, 83-Д, код банку 380281

СТРОК ДІЇ ГАРАНТІЇ: до 12 листопада 2028 р. включно.

З метою покриття цивільної відповідальності Принципала (як Туроператора), Гарант зобов'язується відшкодувати збитки, що можуть бути заподіяні Бенефіціару в разі порушення процесу про визнання банкрутом Принципала за умови невиконання Принципалом Договору на туристичне обслуговування, що підтверджено рішенням суду, що набрало законної сили та настання обставин, передбачених ст. 15 Закону України „Про туризм”, лише після отримання від Бенефіціара таких документів:

1. Письмової вимоги Бенефіціара з посиланням на цю Гарантію, яка підписана Бенефіціаром (представником Бенефіціара), за умови, що у вимозі буде вказано, що сума, яку Бенефіціар вимагає сплатити, має бути виплачена Бенефіціару у зв'язку з невиконанням Принципалом своїх зобов'язань у відповідності до Договору на туристичне обслуговування та викладені обставини невиконання Принципалом (як Туроператором) зобов'язань за Договором на туристичне обслуговування.
2. Оригінала Договору на туристичне обслуговування та копії цієї Гарантії, завіреної печаткою Принципала.
3. Оригіналів фінансових документів, які підтверджують оплату Бенефіціаром вартості туристичних послуг у відповідності з Договором на туристичне обслуговування.
4. Оригіналів документів, що підтверджують фінансові витрати Бенефіціара.
5. Документів, які підтверджують ненадання Принципалом послуг, передбачених Договором на туристичне обслуговування, а також розмір задоволених вимог (належним чином завірена копія рішення суду (що набрало законної сили) про задоволення позовних вимог Бенефіціара до Принципала про стягнення з останнього вартості ненаданих послуг, передбачених Договором на туристичне обслуговування (у разі, якщо наданим рішенням суду також задоволені інші вимоги Бенефіціара, сума кожного виду виплат, які підлягають оплаті на підставі такого рішення, повинна бути окремо зазначена в резолютивній частині рішення), копія постанови державного виконавця про відкриття виконавчого провадження).
6. Судове рішення, що набрало законної сили та підтверджує порушення процесу про банкрутство Принципала.
7. Документів, які засвідчують особу Бенефіціара.

Документи, що підтверджують настання будь-якої з подій, що пов'язані зі сплатою Гарантом Бенефіціару Суми гарантії, повинні бути завірени належним чином, підписані уповноваженими особами та доставлені Гаранту або особисто Бенефіціаром (його законним представником), або надіслані рекомендованим листом, або кур'єрською поштою.

ЄДРПОУ 33695095

IBAN UA293000010000032002115201026, код Банку 380281

Ліцензія НБУ №221 від 24.10.2011р. Усі види банківських послуг

Продовження додатку Б

При цьому Гарант не несе відповідальності у разі затримки в наданні вищезазначених документів з вини служб засобів зв'язку, а також затримки при оформленні відповідних документів.

Дійсною Гарантією задовольняються виключно вимоги Бенефіціара, що пред'являються в разі порушення процесу про визнання банкрутом Принципала. Вимоги Бенефіціара щодо сплати йому моральної шкоди, а також сум штрафів та пені, Гарантом за цією Гарантією не задовольняються.

З метою уникнення непорозумінь Гарант зазначає, що у якості Бенефіціара за цією Гарантією може виступати одночасно декілька туристів, але відповідальність Гаранта обмежується виключно Сумою гарантії (тобто незалежно від кількості Бенефіціарів зобов'язання Гаранта щодо задоволення їх вимог обмежується сумою 774 816.00 (Сімсот сімдесят чотири тисячі вісімсот шістнадцять гривень 00 копійок), а вимоги кожного з Бенефіціарів задовольняються у порядку черговості їх звернення до Гаранта.

Ця Гарантія буде автоматично зменшуватись на всі суми, що виплачені Гарантом на користь Бенефіціара (Бенефіціарів) за цією Гарантією.

Право вимоги за даною Гарантією належить виключно Бенефіціару. Незалежно від тих обставин, які можуть скластися протягом строку дії даної Гарантії, Бенефіціар не може передавати іншій юридичній або фізичній особі право вимоги до Гаранта у повному обсязі або у частині. Передання Бенефіціаром копії даної Гарантії іншій особі не свідчить про передання права вимоги до Гаранта.

Ця Гарантія набуває чинності з 12 листопада 2023 р. та діє до 12 листопада 2028 р. (включно). Будь-яка вимога повинна бути отримана Гарантом не пізніше вищевказаної дати, після настання якої ця Гарантія втрачає чинність незалежно від того, чи буде вона повернута для анулювання, чи ні.

Після закінчення строку дії Гарантії відповідальність Гаранта за цією Гарантією припиняється.

Дія Гарантії та зобов'язання Гаранта за нею припиняються у випадках:

якщо сума виплат по цій Гарантії досягає 774 816.00 грн. (Сімсот сімдесят чотири тисячі вісімсот шістнадцять гривень 00 копійок), що згідно з офіційним валютним курсом НБУ на 02 жовтня 2023 р. становить 20000 Євро (Двадцять тисяч євро 00 євроцентів);

- сплати Гарантом на користь Бенефіціара передбаченого цією Гарантією платежу;
- відмови Бенефіціара від своїх прав за цією Гарантією шляхом подання письмової заяви про звільнення Гаранта від зобов'язань за цією Гарантією.

Будь-які зміни до тексту цієї Гарантії можуть вноситися лише після їх узгодження між Принципалом та Гарантом.

Ця Гарантія підпадає під дію та плумачиться у відповідності із законами України.

Підписано у м. Київ 16 жовтня 2023 р.

Начальник Київського відділення № 7 АТ "БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ"



Замула К. С.

Фінансова звітність ТОВ «Туристична компанія «Анекс Тур»
за 2020 р.

Повна дорах на кожен
компанію України

0 800 309 077
youcontrol.com.ua

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"
ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"

Код ЄДРПОУ 34191244

не перебуває в процесі припинення

Фінансово-майновий стан за 2020 рік*

Актив

Необоротні активи	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Нематеріальні активи	1000	245	79
періодна вартість	1001	701	701
накопичена амортизація	1002	456	623
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	88
Основі засоби	1010	958	798
періодна вартість	1011	3 357	3 431
знос	1012	2 399	2 643
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
періодна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	0
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
періодна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			

Продовження додатку В

які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	100	100
Інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованій страховій резервній фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього	1095	1 303	1 054

Оборотні активи	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Залишки	1100	20	33
виробничі залишки	1101	20	33
незавершене виробництво	1102	0	0
готова продукція	1103	0	0
товари	1104	0	0
Поточні фінансові активи	1110	0	0
Державні перестраховування	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	10 457	14 542
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	1 316	1 413
з бюджетом	1135	1	100
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	83

Продовження додатку В

Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахування доходу	1140	0	2
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	568 331	615 197
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	100 739	81 975
Готівка	1166	0	0
рахунки в банках	1167	100 739	81 975
Витрати майбутніх періодів	1170	35	108
Частка перестрахування у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі:			
резерви довгострокових зобов'язань	1181	0	0
резерви збитків або резерви належних виплат	1182	0	0
резерви незароблених премій	1183	0	0
інші страхові резерви	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	40	55
Усього	1195	669 941	713 425
Необоротні активи, утримувані для продажу та групи вибуття	1200	0	0
Фінансово-майновий стан	1300	669 941	713 425

Пасив

Власний капітал	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	35	35
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0

Продовження додатку В

Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
власницький дохід	1411	0	0
накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-20 240	-20 240
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Інші резерви	1435	0	0
Усього	1495	-20 240	-20 211

Довгострокові зобов'язання і забезпечення	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благотворна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	0
резерв збитків або резерв налічовки виплат	1532	0	0
резерв на виробничі травми	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0

Продовження додатку В

Інвестиційні контракти	1535	0	0
Прізовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату дивиденду	1545	0	0
Усього	1595	0	0

Поточні зобов'язання і забезпечення	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	1 174	1 440
розрахунками з бюджетом	1620	899	901
у тому числі з податку на прибуток	1621	57	0
розрахунками зі страхування	1625	0	8
розрахунками з оплати праці	1630	0	79
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	907 260	910 907
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	0
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	1 809	459
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	131 750	120 896
Усього	1695	702 492	734 890

Продовження додатку В

Зобов'язання, пов'язані з наборотними активами, утримуваними для продажу, та групам вибуття	1700	0	0
V. Часта вартість активів надержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Фінансово-майновий стан	1900	992 244	714 479

Інформація про фінансові результати за 2020 рік^a

Фінансові результати	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	45 904	39 093
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
премії підписані, валова сума	2011	0	0
премії, передані у перестраховування	2012	0	0
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
зміна частки перестрахованих у резерві незароблених	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	27 525	25 175
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий:			
прибуток	2090	18 379	13 918
збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
зміна частки перестрахованих в інших страхових резервах	2112	0	0

Продовження додатку В

інші операційні доходи	2120	1 785	517
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
дохід від періодичного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
дохід від використання коштів, заінв'юваних від оподаткування	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	21 164	17 540
Витрати на збут	2150	0	9
інші операційні витрати	2180	1 183	1 482
у тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
витрати від періодичного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	0	0
збиток	2195	2 223	4 006
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
інші фінансові доходи	2220	2 260	6 162
інші доходи	2240	0	0
у тому числі:			
дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	0	0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
інші витрати	2270	0	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			

Продовження додатку В

прибуток	2390	45	1 558
збиток	2395	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-8	-343
Прибуток (збиток) від призначеної діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	37	1 343
збиток	2355	0	0
Сукупний дохід	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Дохід/втрата (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дохід/втрата (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичений курсовий різниця	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід	2465	37	1 343
Елементи операційних витрат	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Матеріальні витрати	2500	652	762
Витрати на оплату праці	2505	24 752	21 254
Відрахування на соціальні заходи	2510	5 287	4 825

Продовження додатку В

Амортизація	2515	709	540
Інші операційні витрати	2520	10 412	17 005
Разом	2550	49 072	44 218

Розрахунок показників прибутковості акції	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2620	0	0

* Застереження для користувачів!

Аналітична інформація розділу «Фінанси» Системи «YOUCONTROL» (включно з усіма його підрозділами) має виключно рекомендаційний характер. Формування цієї інформації, упорядкування й розташування її складових частин, а також побудова функціональних зв'язків між нею та/або створення на її основі баз даних (компілятивні дані) та/або іншої інформації, є результатом роботи спеціальних програмних засобів.

Аналітична інформація розділу «Фінанси» не замінює належну офіційну інформацію, не встановлює будь-які факти або обставини, що мають юридичне значення, й не може бути використана як експертні, аудиторські та інші офіційні висновки.

Використання згаданої інформації будь-якими особами для прийняття управлінських, юридичних, фінансових, організаційних та будь-яких інших рішень, дій або бездіяльності здійснюється ними виключно на власний розсуд і ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» за їхні наслідки відповідальності не несе.

Фінансова звітність ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
за 2021 р.

02.03.24, 11:05

ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР" - YouControl

Увага! Дані збілиються щоденно.

Актуально на 02.03.2024

Повне довід на кожному
компанію України0 800 309 077
youcontrol.com.ua

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"
ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"

Код ЄДРПОУ 34101244

● не перебуває в процесі припинення

Фінансово-майновий стан за 2021 рік*

Актив

Наборські активи	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Нематеріальні активи	1000	70	25
періодна вартість	1001	701	606
накопичена амортизація	1002	623	581
Незавершені капітальні інвестиції	1005	96	47
Осередні засоби	1010	706	706
періодна вартість	1011	3 431	4 437
знос	1012	2 643	3 648
Інвестиційна нерухомість	1015	0	-
періодна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	-
Довгострокові біологічні активи	1020	0	-
періодна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			

Продовження додатку Г

які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	100	100
Інші фінансові інвестиції	1035	0	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	-
Відстрочені податкові активи	1045	0	-
Гудвіл	1050	0	-
Відстрочені асигнуванні витрати	1060	0	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	-
Інші необоротні активи	1090	0	-
Усього	1095	1 054	901
Оборотні активи			
Код	На початок року, тис.грн.		На кінець року, тис.грн.
Залишки	1100	30	50
виробничі запаси	1101	30	50
незавершене виробництво	1102	0	-
готова продукція	1103	0	-
товари	1104	0	-
Поточні фінансові активи	1110	0	-
Державні перестраховування	1115	0	-
Векселі одержані	1120	0	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	14 540	15 351
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	1 413	540
з бюджетом	1135	100	35
у тому числі з податку на прибуток	1136	80	-

Продовження додатку Г

Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованим доходів	1140	2	17
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	-
Інші поточні дебіторська заборгованість	1155	615 197	650 095
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	61 975	58 181
Готівка	1166	0	-
Рахунки в банках	1167	61 975	58 181
Витрати майбутніх періодів	1170	108	80
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	-
у тому числі:			
резерви довгостроковий зобов'язань	1181	0	-
резерви збитків або резерви наліченні виплат	1182	0	-
резерви невироблених премій	1183	0	-
Інші страхові резерви	1184	0	-
Інші оборотні активи	1190	35	68
Усього	1195	713 405	1 035 239
Необоротні активи, утримувані для продажу та групи майбуття	1200	0	-
Фінансово-майновий стан	1200	714 479	1 035 190

Пасив

Власний капітал	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	35	35
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	-

Продовження додатку Г

Капітал у дооцінках	1405	0	-
Додатковий капітал	1410	0	-
вмісінний дохід	1411	0	-
накопичені курсові різниці	1412	0	-
Резервний капітал	1415	0	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-20 340	-15 992
Неоплачений капітал	1425	0	-
Вилучений капітал	1430	0	-
Інші резерви	1435	0	-
Усього	1485	-20 340	-15 992

Довгострокові зобов'язання і забезпечення	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	-
Гарантії зобов'язання	1505	0	-
Довгострокові кредити банків	1510	0	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	-
Довгострокові забезпечення	1520	0	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	-
Цільові фінансування	1525	0	-
Благодійна допомога	1526	0	-
Страхові резерви	1530	0	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	-
резерв збитків або резерв налічених виплат	1532	0	-
резерв намірених витрат	1533	0	-
Інші страхові резерви	1534	0	-

Продовження додатку Г

Інвестиційні контракти	1535	0	-
Презервний фонд	1540	0	-
Резерв на виплату дивіденду	1545	0	-
Усього	1595	0	0

Поточні зобов'язання і забезпечення	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Коротострокові кредити банків	1600	0	-
Високі надані	1605	0	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	-
товари, роботи, послуги	1615	1 440	2 527
розрахунками з бюджетом	1620	901	1 441
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	129
розрахунками зі страхування	1625	8	-
розрахунками з оплати праці	1630	79	2
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	610 807	941 736
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	-
Поточні забезпечення	1690	459	1 789
Доходи майбутніх періодів	1695	0	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховувачів	1670	0	-
Інші поточні зобов'язання	1690	120 696	94 602
Усього	1695	734 690	1 042 147

Продовження додатку Г

Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	-
V. Чиста вартість активів надаркованого пенсійного фонду	1800	0	-
Фінансово-майновий стан	1900	714 479	1 026 190

Інформація про фінансові результати за 2021 рік^а

Фінансові результати	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	79 896	42 864
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	0
премії підписанні, валова сума	2011	-	0
премії, передані у перестрахування	2012	-	0
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	0
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених	2014	-	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	43 182	27 535
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	0
Валовий:			
прибуток	2090	36 714	15 329
збиток	2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резерві дострокових зобов'язань	2105	-	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	0
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	0
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	0

Продовження додатку Г

Інші операційні доходи	2120	422	1 765
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	0
дохід від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	0
дохід від використання коштів, визначених від оподаткування	2123	-	0
Адміністративні витрати	2130	30 478	21 164
Витрати на збут	2150	-	0
Інші операційні витрати	2180	2 780	1 183
у тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	0
витрати від первісного визначення біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	3 890	-
збиток	2195	-	2 223
Дохід від участі в капіталі	2200	-	0
Інші фінансові доходи	2220	1 510	2 268
Інші доходи	2240	-	0
у тому числі:			
дохід від благодійної допомоги	2241	-	0
Фінансові витрати	2250	-	0
Втрата від участі в капіталі	2255	-	0
Інші витрати	2270	-	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	0
Фінансовий результат до оподаткування:			

Продовження додатку Г

02.03.24, 11:05		ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР" - YouControl	
прибуток	2290	5 430	45
збиток	2295	-	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1 154	-8
Прибуток (збиток) від пряминої діяльності після оподаткування	2305	-	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	4 254	37
збиток	2355	-	-
Супутний дохід	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Дохідна (уцінка) необоротних активів	2400	-	0
Дохідна (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	0
Накопичені курсові різниці	2410	-	0
Частка іншого супутного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	0
Інший супутний дохід	2445	-	0
Інший супутний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим супутним доходом	2455	-	0
Інший супутний дохід після оподаткування	2460	-	-
Супутний дохід	2465	4 254	37
Елементи операційних витрат	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Матеріальні витрати	2500	916	652
Витрати на оплату праці	2505	34 904	24 752
Відрахування на соціальні заходи	2510	7 417	5 287

Продовження додатку Г

Амортизація	2515	1 234	769
Інші операційні витрати	2520	32 049	18 412
Разом	2550	76 420	49 872

Розрахунок показника прибутковості акції	Код	За поточний рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Середньорічна кількість простих акцій	2900	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2905	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2910	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2915	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2950	-	0

* Застереження для користувачів!

Аналітична інформація розділу «Фінанси» Системи «YOUCONTROL» (включно з усіма його підрозділами) має виключно рекомендаційний характер. Формування цієї інформації, упорядкування й розташування її складових частин, а також побудова функціональних зв'язків між нею та/або створенням на її основі баз даних (комп'ютерних) даних та/або іншої інформації, є результатом роботи спеціальних програмних засобів.

Аналітична інформація розділу «Фінанси» не є зовнішнім навантаженням офіційну інформацію, не встановлює будь-які факти або обставини, що мають юридичне значення, й не може бути використана як експертні, аудиторські та інші офіційні висновки.

Використання зазначеної інформації будь-якими особами для прийняття управлінських, юридичних, фінансових, організаційних та будь-яких інших рішень, дій або бездіяльності здійснюється ними виключно на власний розсуд і ТОВ «Ю-КОНТРОЛ» за такі наслідки відповідальності не несе.

YouControl — повне довіря на кожну компанію України

[ЗАПРЕДУБАТИСЯ НА YOUCONTROL.COM.UA](https://youcontrol.com.ua)

Додаток Д

Фінансова звітність ТОВ «Туристична компанія «Anex Tour»
за 2022 р.

02.03.24, 11:05

ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР" - YouControl

Увага! Дані змінюються щоденно.

Актуально на 02.03.2024

Повне довіря на кожному
компанію України

0 800 309 077
youcontrol.com.ua

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"
ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"

Код ЄДРПОУ 34191244

🟢 не перебуває в процесі припинення

Фінансово-майновий стан за 2022 рік*

Актив

Наборотні активи	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Нематеріальні активи	1000	25	3
первісна вартість	1001	806	806
накопичена амортизація	1002	581	803
Незавершені капітальні інвестиції	1005	47	-
Осередні засоби	1010	709	481
первісна вартість	1011	4 437	4 349
знос	1012	3 648	3 868
Інвестиційна нерухомість	1015	0	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	0	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	0	-
Довгострокові біологічні активи	1020	0	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			

Продовження додатку Д

які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	100	100
Інші фінансові інвестиції	1035	0	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	-
Підстрочені податкові активи	1045	0	-
Гудвіл	1050	0	-
Підстрочені аквізиційні витрати	1060	0	-
Залишок коштів у централізованому стрічковому резервному фонді	1065	0	-
Інші необоротні активи	1090	0	-
Усього	1095	901	554

Оборотні активи	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Залишки	1100	50	21
виробничі запаси	1101	50	21
незавершене виробництво	1102	0	-
готова продукція	1103	0	-
товари	1104	0	-
Поповні біологічні активи	1110	0	-
Державні перестраховування	1115	0	-
Векселі одержані	1120	0	-
Дебіторська заборгованість за продукцією, товари, роботи, послуги	1125	15 351	8 577
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	548	648
з бюджетом	1135	35	129
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	83

Продовження додатку Д

Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахування доходу	1140	17	251
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	950 085	683 547
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	56 181	40 339
Готівка	1166	0	-
Рахунки в банках	1167	56 181	40 339
Витрати майбутніх періодів	1170	96	147
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	-
у тому числі:			
резерви довгострокових зобов'язань	1181	0	-
резерви збитків або резерви належності виплат	1182	0	-
резерви незароблених премій	1183	0	-
інші страхові резерви	1184	0	-
Інші оборотні активи	1190	96	59
Усього	1195	1 025 229	734 018
Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	-
Фінансово-майновий стан	1200	1 025 190	734 002

Пасив

Власний капітал	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Зарезервованій (пайовий) капітал	1400	35	35
Внески до незарезервованого статутного капіталу	1401	0	-

Продовження додатку Д

Капітал у дооцінці	1405	0	-
Додатковий капітал	1410	0	-
емісійний дохід	1411	0	-
накопичені курсові різниці	1412	0	-
Резервний капітал	1415	0	-
Нерозподілений прибуток (непокритей збиток)	1420	-15 960	-31 375
Неоплачений капітал	1425	0	-
Вислужений капітал	1430	0	-
Інші резерви	1435	0	-
Усього	1495	-15 967	-31 340

Довгострокові зобов'язання і забезпечення	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	-
Пенсійні зобов'язання	1505	0	-
Довгострокові кредити банків	1510	0	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	-
Довгострокові забезпечення	1520	0	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	-
Цільове фінансування	1525	0	-
Благотворна допомога	1526	0	-
Стрижові резерви	1530	0	-
у тому числі:			
резерв довгострокових зобов'язань	1531	0	-
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	-
резерв на виробничі травми	1533	0	-
Інші стрижові резерви	1534	0	-

Продовження додатку Д

Інвестиційні контракти	1535	0	-
Приватний фонд	1540	0	-
Резерв на виплату довгостроку	1545	0	-
Усього	1595	0	0

Поточні зобов'язання і забезпечення	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
Короткострокові кредити банків	1600	0	-
Векселі віддані	1605	0	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	-
товари, роботи, послуги	1615	2 527	642
розрахунками з бюджетом	1620	1 441	257
у тому числі з податку на прибуток	1621	129	-
розрахунками зі страхування	1625	0	-
розрахунками з оплати праці	1630	2	29
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	641 706	453 295
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	0	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	-
Поточні забезпечення	1660	1 739	4 021
Доходи майбутніх періодів	1665	0	-
Відстрочені кошти доходу від перестрахування	1670	0	-
Інші поточні зобов'язання	1680	64 802	213 400
Усього	1695	1 042 147	705 642

Продовження додатку Д

Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	-
V. Чиста вартість активів надержаного пенсійного фонду	1800	0	-
Фінансово-майновий стан	1900	1 026 180	734 802

Інформація про фінансові результати за 2022 рік^a

Фінансові результати	Код	За поточний рік, тис. грн.	За попередній рік, тис. грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16 113	79 896
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	0
премії підписані, валова сума	2011	-	0
премії, передані у перестрахування	2012	-	0
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	0
зміна частки перестрахованих у резерві незароблених	2014	-	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	14 906	43 182
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	0
Валовий:			
прибуток	2090	3 147	36 714
збиток	2095	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резерві довгострокових зобов'язань	2105	-	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	0
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	0
зміна частки перестрахованих в інших страхових резервах	2112	-	0

Продовження додатку Д

Інші операційні доходи	2120	2 091	402
у тому числі:			
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	-	0
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	0
дохід від використання коштів, звільнених від оподаткування	2123	-	0
Адміністративні витрати	2130	22 802	30 470
Витрати на збут	2150	-	0
Інші операційні витрати	2180	364	2 700
у тому числі:			
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	-	0
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	-	3 060
збиток	2195	10 070	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	0
Інші фінансові доходи	2220	2 811	1 510
Інші доходи	2240	05	0
у тому числі:			
дохід від благодійної допомоги	2241	-	0
Фінансові витрати	2250	-	0
Втрата від участі в капіталі	2255	-	0
Інші витрати	2270	301	0
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	0
Фінансовий результат до оподаткування:			

Продовження додатку Д

прибуток	2290	-	5 408
збиток	2295	15 303	-
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-	-1 154
Прибуток (збиток) від промислової діяльності після оподаткування	2305	-	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	-	4 254
збиток	2355	15 303	-
Сукупний дохід	Код	За поточний рік, тис. грн.	За попередній рік, тис. грн.
Дохід (збиток) необоротних активів	2400	-	0
Дохід (збиток) фінансових інструментів	2405	-	0
Накопичені курсові різниці	2410	-	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	0
Інший сукупний дохід	2445	-	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2480	-	-
Сукупний дохід	2485	-15 303	4 254
Елементи операційних витрат	Код	За поточний рік, тис. грн.	За попередній рік, тис. грн.
Матеріальні витрати	2500	179	918
Витрати на оплату праці	2505	23 414	34 804
Відрахування на соціальні заходи	2510	4 854	7 417

Продовження додатку Д

Амортизація	2515	594	1 234
Інші операційні витрати	2520	9 642	30 549
Разом	2550	30 403	78 420

Розрахунок показників прибутковості акцій	Код	За попередній рік, тис.грн.	За попередній рік, тис.грн.
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2620	-	0

* Застереження для користувачів!

Аналітична інформація розділу «Фінанси» Системи «YOUCONTROL» (включно з усіма його підрозділами) має виключно рекомендаційний характер. Формування цієї інформації, упорядкування й розташування її складових частин, а також побудова функціональних зв'язків між нею та/або створенням на її основі баз даних (комп'ютерних) даних та/або іншої інформації, є результатом роботи спеціальних програмних засобів.

Аналітична інформація розділу «Фінанси» не замінює наявну офіційну інформацію, не встановлює будь-які факти або обставини, що мають юридичне значення, й не може бути використана як експертні, аудиторські та інші офіційні висновки.

Використання зазначеної інформації будь-якими особами для прийняття управлінських, юридичних, фінансових, організаційних та будь-яких інших рішень, дій або бездіяльності здійснюється ними виключно на власний розсуд і ТОВ «Ю-CONTROL» за такі наслідки відповідальності не несе.