

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 242 «Туризм»

(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

(назва бакалаврської програми)

на тему: **«Шляхи удосконалення розвитку туристичних мереж в Україні**

(на прикладі ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій»)»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Соколова Олександра Данилівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

К.е.н., доцент

Бедрадiна Ганна Костянтинiвна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Людство сьогодні живе в епоху неймовірної трансформації. Вона починається з особистості, з окремо взятого підприємства, а згодом постає в глобальні зміни цілих сфер економіки. Однією з багатоаспектних та найбільш адаптованих до змін галузей економіки є туризм. Кожна ланка цієї індустрії резонує із навколишніми змінами ринку й суспільства, починаючи від: розробки й впровадження інноваційних технологій, ознайомлення з новітніми методами управління підприємством, створення ефективної стратегії маркетинг-менеджменту, закінчуючи налагодженням лояльної комунікаційної концепції з клієнтами та формуванням конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Чималу роль у впровадженні інноваційних рішень у функціонування туристичного підприємства та його розвитку займає налагоджена робота усіх учасників туристичного ринку та нормативно-правова база країни. Вона визначає основні положення діяльності усіх гравців туристичного ринку. На її основі суб'єкти підприємницької діяльності можуть чітко вибудувати робочу модель діяльності свого підприємства та отримувати правову й страхову підтримку з боку держави. Чим сильніша державна законодавча база, тим більш конкурентно стійким є кожне окреме підприємство на міжнародному ринку, і відповідно позиції країни зміцнюються в загальному світовому рейтингу.

Нагальним стане ознайомлення з альтернативними пропозиціями щодо впровадження нормативно-правової бази зарубіжних країн-партнерів в їх туристичну діяльність. Інтернаціональний досвід дає змогу глибше зануритись у напрямки власного розуміння аспектів вдосконалення та реформування законодавчої бази туристичної діяльності в Україні. Розвиток туризму безпосередньо залежить від рівня сприйняття галузі державою. Виходячи з того як державна політика реагує на зміни у світовій економіці й підкріплює актуальний практичний досвід представників ринку у відповідних оновлених редакціях нормативно-правових актів, можна зазначити яким буде шлях розвитку. Попри високу компетентність законодавчої бази нашої країни за останні роки практична сторона індустрії зазнала чималих змін. Нові часи вимагають нових рішень, однією з форм та напрямів для здійснення таких рішень для багатьох представників туристичного бізнесу є розвиток агентських мереж та удосконалення нормативно-правової бази. Саме ці питання визначили тему дослідження.

Метою дослідження є аналіз та розробка пропозицій щодо удосконалення розвитку туристичних мереж в Україні на прикладі ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій».

Для досягнення цієї мети необхідним є вирішення наступних завдань:

- визначити основні положення діяльності туроператорів та турагентів;
- розкрити особливості законодавчої бази діяльності туроператорів та турагентів в Україні;
- дослідити зарубіжний досвід співпраці туроператорів та турагентів;
- надати загальну характеристику діяльності підприємства ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій»;

- проаналізувати організаційно-економічні аспекти діяльності мережі туристичних агентств;
- довести особливості діючого інструментарію розвитку туристичного підприємства ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій»;
- визначити напрями розвитку та вдосконалення діяльності туристичних мереж;
- надати пропозиції щодо актуалізації діяльності туристичних мереж в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження є – передумови розвитку туристичних мереж в Україні.

Предметом дослідження є – процеси направлені на вдосконалення господарської діяльності туристичних мереж.

Методологічною основою є сукупність принципів, загальнонаукових і спеціальних методів та прийомів досліджень, використання яких зумовлено метою та завданнями.

При написанні кваліфікаційної роботи були застосовані такі **методи наукового дослідження як:** теоретичне узагальнення, економічний аналіз та порівняння, SWOT-аналіз. З метою спрощення оброблення даних та аналізу інформації використовувалися комп'ютерні програми: Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, зокрема майстер діаграм.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, наукові праці вітчизняних, закордонних дослідників і досвідчених практиків з проблеми: Афанасьєвої В.Г., Бойко М.Г., Галасюк С.С., Герасименко В.Г., Горського С.В., Гуляєва В.Г., Гуріної Г.С., Давиденко І.В., Ф. Котлера, Нездоймінова С.Г., Осипової О.Я., Пилипенко С.М. та ін.

Офіційні дані Державної служби статистики України, інтернет-сайти туроператорів та турагентів, а також результати особистих досліджень.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в можливості використання запропонованих заходів на туристичних підприємствах України.

За результатами роботи було написано та опубліковано тези на тему «Сучасні напрями співпраці туроператорів та турагентів» до збірника статей Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (42 найменування). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 73 сторінки комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 64 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 10 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано:

1. Соколова О.Д. Сучасні напрями співпраці туроператорів та турагентів / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали II Міжнародної науковопрактичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 12 квітня 2022 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2022. 164 с. С. 120-122.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти діяльності туристичних операторів та агентів» було розглянуто основні положення та визначення діяльності туроператорів та турагентів в Україні. У пункті 1.1. було розглянуто популярність дослідження та обґрунтування теоретичних та практичних засад туроператорської та турагентської діяльності в Україні. Згадано внесок вчених у поліпшення термінологічного апарату й наведено офіційні визначення туроператора та турагента згідно з Законом України "Про туризм" та визначення термінів, запропоновані різними дослідниками. Крім того виявлено, що туристичним операторам притаманне формування комплексного туристичного продукту, а туристичні агенти займаються послугами посередництва. Надано визначення туристичного продукту та його елементів. Зазначено можливість класифікації туристичних продуктів за різними ознаками.

У пункті 1.2. згадано, що туризм є пріоритетною галузю економіки багатьох країн. Вказано на необхідність регулювання та контролю у галузі туризму через нормативно-правову базу та управлінські функції. Законодавчі зміни визначають організаційні форми, регулюють діяльність суб'єктів туристичної галузі України через створення законодавчої бази, сертифікації та стандартизації, ліцензування та фінансове забезпечення. Було привернуто увагу до змін у нормативно-правовій базі України від самого початку ухвалення Закону України «Про туризм» до сучасних пропозицій в Проекті оновленого Закону передбачає створення єдиного туристичного реєстру, запровадження сучасної термінології та визначення пріоритетних напрямів державної політики щодо розвитку туризму. Наголошено на тому, що законопроект потребує додаткового вивчення та обговорення.

У пункті 1.3. проаналізовано особливості законодавчої бази діяльності туроператорів та турагентів в Україні та наведено зарубіжний досвід співпраці. Викладено застосування зарубіжного досвіду співпраці, що надає можливість виявити ефективні моделі державного регулювання, які можна впровадити в Україні для стимулювання розвитку туристичної галузі. Розглянуто діяльність туроператорів та турагентів у Франції та Великобританії, яка підкреслює важливість спільних зусиль усіх зацікавлених сторін у досягненні успіху та стабільного зростання туризму як суспільно-економічної галузі. Це підкреслює потребу в узгоджених зусиллях управлінців, бізнесу, громадських організацій та туристичної спільноти для створення сприятливих умов та розвитку туристичного сектору країни.

У другому розділі «Загальна характеристика діяльності мережі туристичних агентств «Ікс О», пункту 2.1 надано загальну характеристику діяльності підприємства ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій». Проведено аналіз діючого інструментарію розвитку туристичного підприємства ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій», такий як власний освітній додаток «ХО Pulse», який розроблений спеціально для підвищення ефективності роботи і мотивації агентів шляхом надання доступу до актуальної інформації та навчальних матеріалів. Зазначено особливий формат масштабування та приєднання нових агентів під назвою «ТЕСТ-ДРАЙВ» до

мережі у двох форматах «ХО Premium» та «ХО Lite», які агенти можуть для себе обрати для партнерства з мережею, враховуючи свої побажання.

У пункті 2.2. аналіз організаційно-економічної діяльності ТОВ "Ікс О Мережа Турагенцій" за останні три роки підкреслює його успішність у керуванні підприємством навіть у складних економічних умовах. Використано метод SWOT-аналізу, що дозволив систематизувати інформацію та виявити сильні й слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози на ринку. Додатково було зроблено порівняльний аналіз мереж туристичних агенцій, який виявив для того, щоб компанія ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій» була у лідерах ринку, необхідно ретельно вивчати досвід український та зарубіжних агентських мереж, проводити маркетингові дослідження ринку, приймати сучасні, обґрунтовані управлінські рішення.

У третьому розділі «Шляхи удосконалення розвитку туристичних мереж на прикладі підприємства ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій» було зазначено актуальність удосконалення законодавчої бази на глобальний розвиток туристичної індустрії України. Пункт 3.1. висвітлює гостре питання актуалізація нормативно-правової бази туристичної діяльності, що є необхідною для розвитку туристичних мереж. Зазначено, що розвиток технологій та нові форми бізнесу в туризмі вимагають оновлення правил. Нові закони повинні враховувати різні потреби та інтереси учасників ринку туризму і забезпечувати прозорі правила конкуренції. Підкреслено, що оновлення законодавства з урахуванням нових суб'єктів та моделей туристичної діяльності, а також використання новітньої технології нейромереж допоможе розвитку галузі та підвищенню конкурентоздатності України на міжнародному рівні.

У пункті 3.2. визначено шляхи вдосконалення функціонування франчайзингової мережі туристичних агенцій ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій». Було запропоновано 8 основних векторів вдосконалення існуючої моделі роботи підприємства у сферах маркетингу, продажів, операційної системи, внутрішньої комунікації, зовнішнього позиціонування на туристичному ринку. Основними пропозиціями було згадано додатковий формат співпраці ХО Online, розробку власної програмного продукту з пошукової та бронювання турів ХО Sales, просування через SEO-маркетинг та таргетинг, застосування власного штучного інтелекту для опрацювання запитів та швидких відповідей – ХО-GPT, проведення більш активної соціально-громадської позиції: відкриті вебінари, конференції, співпраця зі ЗМІ, масштабування через просування на зарубіжних ринках Казахстану, Польщі, Німеччини.

ВИСНОВКИ

Виконане дослідження дало змогу дослідити роль та місце туристичних мереж на туристичному ринку України, на прикладі ТОВ «ІКС О» та зробити наступні висновки:

1. Проаналізовано основні положення та визначення діяльності туроператорів та турагентів в Україні. Згідно з Законом України «Про туризм» та нормативними актами, туроператори та турагенти виконують ключову роль у туристичній галузі. Наведено основні відмінності в діяльності туроператорів і турагентів та виявлено різні підходи до визначення поняття «туристичний продукт».

2. Розглянуто елементи державного регулювання туристичної діяльності, де не останнє місце займає законодавча база, яка покликана впорядковувати та посилювати взаємодії в туристичному секторі. Так, у внесеному на розгляд проекту закону України "Про туризм" передбачено створення Єдиного туристичного реєстру, що є електронною базою даних, в якій будуть включені інформація про туроператорів, турагентів, заклади розміщення та фахівців туристичного супроводу. Питання актуалізації термінологічного апарату та адаптацію його до стандартів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) надано важливе місце у законопроекті. Крім того було розглянуто визначення пріоритетним розвиток внутрішнього та в'їзного туризму для державної політики, встановлення обов'язкових умов договору на туристичне обслуговування та розмежування відповідальності між турагентами та туроператорами, створення механізмів для організації цільових туристичних фондів та впровадження обов'язкового страхування туристів на випадок їх повернення в Україну та інші подібні заходи.

3. На основі виділення особливостей управління туристичною індустрією було визначено три моделі державного регулювання галузі туризму, одна з яких може бути адаптована до українських умов. У даному контексті було проведено узагальнену характеристику діяльності туроператорів та турагентів у Франції та Великобританії. При аналізі особливостей державного управління в міжнародній практиці було виявлено, що розвиток туризму спостерігається там, де відбувається інтеграція держави та капіталу на основі господарських відносин, пов'язаних з реалізацією довгострокових програм.

4. Досліджено мережу туристичних агентств «ІКС О», яка розпочала свій шлях ще у 2008 році як туристична компанія «Хороший отдых». Через внутрішні амбіції, партнерські угоди та пандемію COVID-19 було прийнято рішення трансформувати бізнес у туристичну компанію ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій». Ідеєю було створити агентську компанію яка створює власну мережу субагентів. Для інформування ринку про появи такої можливості було організовано перший «ТЕСТ-ДРАЙВ» у лютому 2021 року, який зібрав 45 учасників, але бажаючих вступити до мережі було лише 10 компаній. Сам «ТЕСТ-ДРАЙВ» включає у себе тестування додатку інноваційного навчання «ХО Pulse», інформування про маркетинг в кризових умовах та швидке його налаштування, навчання як відпрацьовувати актуальні заперечення у продажах та можливість мати особистий контакт з усіма директорами відділів та отримати кваліфіковану консультацію.

5. Провівши економічний аналіз туристичного підприємства ТОВ «ІКС О Мережа Турагенцій» можемо зробити висновок, що у 2022 рік було зафіксовано

падіння обороту на 14000, тис. грн. У порівнянні з 2021 роком, загальна кількість реалізованих турів зменшилась на 4200,0 одиниць. У 2022 році було звільнено за власним бажанням дві особи, а інші шість пройшли курси підвищення кваліфікації задля адаптації до періоду турбулентності. Фонд заробітної плати у 2022 році зменшився на 262,3 тис. грн. В 2021 році було виплачено співробітникам премії, в середньому кожен член колективу отримав 22500 грн. за 2021 рік. Структура основних засобів ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій» на початку та кінець 2022 року майже не змінилися окрім меблів та нематеріальних активів.

У порівнянні з 2021 роком сума комісійних, агентських винагород значно зменшилось, не дивлячись на те, що кількість субагентів не змінювалась. Це сталося через те, що багато туристичних підприємств-членів мережі тимчасово призупинило свою діяльність або значно знизилися об'єми продажів. найбільшою статтею витрат підприємства є виплата заробітної плати. У 2022 році порівняно з 2021 роком фонд заробітної плати знизився у зв'язку з тим, що підприємство працювало тільки 7 місяців на рік та відбулося скороченням штату на 2 особи. Витрати на амортизацію скоротились у 2022 році на 46,2%.

Проаналізувавши витрати на рекламні та маркетингові заходи, можна зробити висновок, що у 2022 році у порівнянні з 2021 роком сума витрат знизилась на 24,5 % та 45,0 % відповідно.

В 2021 році підприємство отримало прибуток у розмірі 249,0 тис. грн., але 2022 фінансовий рік закінчило зі збитками у розмірі 128,0 тис. грн.

6. Було виявлено, що серед конкурентів мережа турагенцій «ІКС О» займає лише третє місце через найменший досвід роботи, маловідомий бренд і незручний веб-сайт, у той час як перше місце за отриманими балами (74 бали) посідає ТОВ «Море турів» – туристична компанія, що повністю спрямована на формування та розширення своєї агентської мережі. Підприємство постійно збільшує кількість та розширює напрями своїх додаткових послуг, активно використовує інноваційні технології. На другому місці опинився конкурент із кількістю балів 69 балів – ТОВ «Поїхали з нами». Цей бренд є найбільш відомим серед досліджуваних підприємств. Проте було виявлено ряд проблеми з привертанням агентів до своєї мережі та використанням інноваційних технологій. На останньому місці (48 балів) знаходиться ТОВ «На Канікули», хоча підприємство працює на туристичному ринку з 2015 року. Воно має маловідомий бренд і незручний веб-сайт, та спирається на агентську мережу, яка була сформована на початку його діяльності.

7. Актуалізація нормативно-правової бази є важливим елементом для розвитку діяльності туристичних мереж в Україні. Нормативно-правова база України у галузі туристичної діяльності не відповідає сучасним реаліям. Остання редакція Закону Про туризм була оприлюднена у 2003 році, коли ринок туризму в Україні виглядав інакше. Серед наших пропозицій є впровадження нового статусу для туристичних мереж, які стали поширеним форматом у світовому та українському туризмі, сприяють розвитку туристичного бізнесу і забезпечують комплексне обслуговування туристів. Крім того, окремого уваги вимагає новий феномен, що знаходить вже своє місце у сучасних реаліях ринку – це онлайн-турагентства, як потенціал розвитку, а не бажання увести бізнес у тінь. Навіть з точки зору

впровадження інноваційних рішень, що можуть вимагати значних вкладень на перших етапах – це одна з причин об'єднуватися агенціям у мережі, бо бюджет на маркетинг, просування та інноваційні впровадження розподіляється на всіх учасників і те що раніше окремо взята фірма не могла собі дозволити для мережі вже реальні витрати.

8. Запропоновано продовжувати впровадження гнучкого ціноутворення на різноманітні продукти у туристичній мережі ХО. Було виявлено, що гнучкість цін є важливим фактором для привернення та задоволення потреб клієнтів. Застосування такого підходу дозволяє адаптувати ціни до конкретних умов і попиту на ринку, забезпечуючи конкурентні переваги компанії, а також дозволяє транслювати політику «чесні ціни». Серед пропозицій знайшло своє відображення інтеграція нової форми співпраці з майбутніми членами мережі – ХО Online, яка включає в себе використання онлайн-платформи ХО Pulse для навчання, комунікації та винагороди працівникам. Основна відмінність даної форми полягає у відсутності необхідності мати фізичний офіс. Навчання від мережі ХО сприятиме покращенню ефективності роботи, створенню нових робочих місць і підвищенню кваліфікації кадрів у туристичній галузі. Активізувати SEO-маркетинг та таргетинг для просування мережі ХО. Використання оптимізації пошукових систем дозволить привернути більше клієнтів та підвищити конкурентоспроможність компанії. Невідривно з питанням просування йде особистий бренд, участь у заходах типу digital конференції, ведення блогів та вебінарів, що допоможе підвищити свідомість клієнтів про мережу ХО та збільшити її популярність. Використання штучного інтелекту у форматі ХО-GPT для опрацювання запитів та швидкого формування пропозицій є перспективним напрямком розвитку. Це дозволить автоматизувати процеси обробки інформації та забезпечити швидке та точне реагування на запитання клієнтів.

В цілому, результати дослідження підтверджують важливість впровадження запропонованих заходів для підвищення конкурентоспроможності туристичної мережі «ІКС О» та для просування її на нові ринки таких країн, як Казахстан, Польща, Німеччина та інші Європейські країни.

АНОТАЦІЯ

Соколова О.Д. «Шляхи удосконалення розвитку туристичних мереж в Україні (на прикладі ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Об'єкт дослідження – передумови розвитку туристичних мереж в Україні. Предметом дослідження є процеси направлені на вдосконалення господарської діяльності туристичних мереж.

Метою роботи є аналіз та розробка пропозицій щодо удосконалення розвитку туристичних мереж в Україні на прикладі ТОВ «Ікс О Мережа Турагенцій».

У роботі проаналізовано діяльність туроператорів та турагентів, виявлені особливості законодавчої бази діяльності туроператорів та турагентів в Україні. Аналізується надання послуг у туристичній мережі «Ікс О». Оцінюються напрями розвитку та впровадження франчайзингової діяльності туристичних мереж.

За результатами дослідження сформульована доцільність впровадження ряду заходів.

Ключові слова: туристична мережа, розвиток, послуги, Ікс О, франшиза.

ANNOTATION

Sokolova O.D. «Ways to improve the development of tourism networks in Ukraine (on the example of LLC "XO Network of Travel Agencies")».

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Tourism» for the educational program «Economics and organization of hotel and tourism business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2023.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources, and appendices.

The object of the study is the prerequisites for the development of tourism networks in Ukraine. The subject of the study are processes aimed at improving the economic activity of tourist networks.

The purpose of the work is the analysis and development of proposals for improving the development of tourism networks in Ukraine, based on the example of XO Network of Travel Agents LLC.

The work analyzes the activity of tour operators and travel agents, reveals the peculiarities of the legislative framework for the activity of tour operators and travel agents in Ukraine. The provision of services in the tourist network "X O" is analyzed. The areas of development and implementation of franchising activities of tourist networks are evaluated.

Based on the results of the study, the feasibility of implementing a number of measures was formulated.

Keywords: tourist network, development, services, XO, franchise.