

Львівський національний університет імені Івана Франка

Географічний факультет

Кафедра туризму

Пояснювальна записка
до магістерської (кваліфікаційної) роботи
Магістр
_____ (освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему :

**Трансформація діяльності туристичних агентств у воєнний час
(на прикладі діючого туристичного агентства)**

Виконав: студент II курсу, групи ГРТм-21с

Спеціальності 242 Туризм

Туристична діяльність _____
(шифр і назва напрямку)

Бухал Б. В. _____
(прізвище та ініціали)

Керівник доц. Кізима В. Л. _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

ЛЬВІВ – 2023 року

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет
Кафедра туризму

Допущено до захисту.
Завідувач кафедри

проф. Мальська М.П.

„_____” _____ 2023 р.

Бухал Богдан Володимирович

**Трансформація діяльності туристичних агентств у воєнний час
(на прикладі діючого туристичного агентства)**

Магістерська робота

Спеціальність 242 Туризм

Спеціалізація – Туристична діяльність

Науковий керівник –
кандидат економічних
наук, доцент
Кізима Вікторія Любомирівна

(підпис магістра)

(підпис)

ЛЬВІВ – 2023 року

ЗМІСТ:

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Теоретичні основи дослідження впливу війни на туристичну діяльність.....	6
1.2. Вплив війни на туристичну індустрію України.....	17
1.3. Трансформація діяльності українських туристичних підприємств під час війни.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНСТВ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ТЗОВ СП "МІСТ- ТУР").....	36
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ СП «Міст-Тур».....	36
2.2. Аналіз діяльності та показників ТОВ СП «Міст-Тур».....	43
2.3. Основні проблеми і недоліки у роботі підприємства.....	57
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД (НА ПРИКЛАДІ ТЗОВ СП "МІСТ-ТУР").....	67
3.1. Перспективи післявоєнного відновлення діяльності ТОВ СП «Міст- Тур».....	67
3.2. Програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у післявоєнний період на прикладі ТОВ СП «Міст-Тур».....	70
3.3. Застосування нових тенденцій та інновацій для ТЗОВ СП «Міст- Тур».....	75
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84

ВСТУП

На сьогоднішній день, тема туризму посідає вагоме значення як у світовому значенні, так і для кожної країни зокрема. Це пов'язано з тим, що туризм тісно взаємодіє із економікою та культурою кожної країни. Усім відомо, що для багатьох провідних країн світу надходження в державний бюджет від подорожей є одним із основних складових економіки. Адже привабливість туристичного регіону дає можливість розвивати інфраструктуру, створюючи робочі місця і приносячи значні доходи.

Туризм в Україні відіграє також важливу роль і має значний потенціал для розвитку економіки країни. Основні аспекти важливості туризму для України включають економічне зростання, розвиток регіонального розподілу, збереження культурної спадщини, розвиток малого бізнесу, а також просування іміджу країни.

Структура і особливості туристичної індустрії дозволяють зробити висновок, що вона являє собою цілісну відтворювальну систему, яка володіє інтегральним ефектом. Особливістю туристичної індустрії є те, що її основна продукція є "невловимою". Вона нематеріальна, її не можна побачити, торкнутися, спробувати на смак, почути, оглянути, випробувати як зразок майбутньої покупки. Таким чином, цей процес підтримується при умові стабільної політичної ситуації, відсутності збройних конфліктів та розвитку інфраструктури.

Актуальність теми полягає в тому, що туристичний сектор є важливою складовою в економіці України. Як відомо, сфера туристичного ринку України потерпає пригнічення у зв'язку з воєнними діями, які були розпочаті ще у 2014 році. Очевидно, що адаптація ринку туристичних послуг та подальше відновлення безпосередньо залежить від запроваджених дій. Зважаючи на вказане, дане питання є актуальним та потребує пошуково-аналітичних та практичних розробок.

Метою роботи є вивчити та розуміти процес та наслідки трансформації діяльності туристичних агентств під час воєнного конфлікту, зосереджуючи

увагу на конкретному функціонуючому туристичному агентстві – ТЗОВ СП "МІСТ-ТУР". Головною метою є аналізування впливу воєнного часу на такі агентства та розробка рекомендацій для їхньої діяльності в умовах війни.

Для досягнення поставленої мети виконуються наступні завдання:

- розглянути теоретичні основи дослідження впливу війни на туристичну діяльність;
- проаналізувати вплив війни на туристичну індустрію України;
- розкрити трансформацію діяльності українських туристичних підприємств під час війни;
- дати загальну характеристика діяльності ТОВ СП «Міст-Тур»;
- проаналізувати діяльність та показники ТОВ СП «Міст-Тур»
- виявити основні проблеми та недоліки у роботі підприємства;
- охарактеризувати перспективи післявоєнного відновлення діяльності ТОВ СП «Міст-Тур»;
- визначити програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у післявоєнний період на прикладі ТОВ СП «Міст-Тур»;
- проаналізувати застосування нових тенденцій та інновацій для ТЗОВ СП «МІСТ-ТУР».

Об'єкт дослідження – діяльність туристичних агентств під час воєнного конфлікту, зокрема туристичне агентство – ТЗОВ СП «МІСТ-ТУР», яке діє в умовах воєнного конфлікту.

Предмет дослідження – заходи спрямовані на пристосування до нових умов та відновлення туристичної діяльності України на прикладі ТЗОВ СП «МІСТ-ТУР»

Методи дослідження – методи економіко-математичного аналізу, методи узагальнення на основі використання методу побудови дерева цілей, табличні та графічні методи, метод системного аналізу.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить 98 сторінок. Робота доповнена – рисунками (8), таблицями (6), додатками (3). Список використаних джерел налічує 59 позицій.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі проведено аналіз та оцінка стану туристичної діяльності України в кризових умовах російсько-українською війною. Проведене дослідження в рамках виконання дипломної роботи дало змогу сформулювати наступні висноки:

1. Туристичний бізнес України є важливим галуззю економіки країни, яка забезпечує значний приріст доходів та сприяє розвитку інфраструктури туристичного сектору. Україна приваблює туристів своїми багатими історичними та культурними пам'ятками, чудовою природою та гостинними людьми. Туристичний бізнес України складається з різноманітних субгалузей, таких як готельний бізнес, ресторанний бізнес, транспортний бізнес та ін.

2. Для повноцінного та ефективного функціонування туристичного бізнесу потрібна взаємодія низки факторів таких як: маркетинг, розвиток мережі партнерів, а саме тісна співпраця з готельними підприємствами, транспортними компаніями, ресторанами та іншими компаніями, що забезпечує ефективну роботу і розвиток бізнесу. Як показує досвід, важливим фактором є забезпечення повної безпеки, надання якісних послуг та юридичне забезпечення.

3. Зв'язок між туризмом та економікою є дуже важливим. Туризм може бути джерелом значного прибутку для країни, оскільки туристи витрачають гроші на проживання, харчування, розваги та інші послуги. Крім того, туризм може забезпечити розвиток інфраструктури, створити нові робочі місця та залучити інвестиції. Національна економіка може залежати від успіху туристичної індустрії, тому зазвичай держава надає підтримку туристичному сектору

4. Один з найстаріших туроператорів на львівському туристичному ринку – спільне українсько-канадське підприємство «МІСТ-ТУР», яке засноване в 1997 р. З моменту заснування і до сьогоднішнього часу підприємство успішно працює туроператором з виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму не дивлячись на панування пандемії коронавірусу-2019. Аналіз його діяльності, проведений в процесі написання магістерської роботи показав, що основною

перевагою, окрім серйозного туристичного досвіду, є вдало обґрунтована та застосована на практиці стратегія диверсифікації туристичного продукту в рамках визначеної місії та цілей діяльності. Місія «МІСТ-ТУР» – забезпечувати якісне і достойне туристичне обслуговування вибагливому туристу, максимально реалізуючи потреби клієнтів, допомогти людям побачити світ, обов'язково підібрати прийнятний варіант для будь-якого туриста, шляхом професійних консультацій та приємних знижок. Залучити клієнтів за допомогою індивідуального підходу, професіоналізму і приємної атмосфери.

5. Дослідження впливу війни на туристичну діяльність є складним і багатогранним питанням, яке має низку теоретичних засад. Деякі з ключових теоретичних основ, які використовувалися для розуміння впливу війни на туризм, включають економічні та соціологічні теорії. Одним із ключових висновків, які можна зробити з досліджень у цій галузі, є те, що війна має значний негативний вплив на туристичну діяльність. Це пов'язано з низкою факторів, включаючи занепокоєння щодо безпеки та безпеки, зброї в роботі інфраструктури та послуг, а також негативне висвітлення в ЗМІ. Як результат, у багатьох напрямках, які пережили воєнний стан, спостерігалось зниження кількості туристів і доходів.

6. Вивчення впливу війни на туристичну діяльність є важливою сферою досліджень із значними практичними наслідками для напрямків, які пережили війну. Крім того, розвиток практик сталого туризму, які надають пріоритети збереженню навколишнього середовища та культури, може створити нові можливості для розвитку туризму в післявоєнний період. Займаючись туристичною діяльністю, місцеві громади можуть отримати вигоду з економічних можливостей, які надає туризм, водночас зберігаючи свою культурну спадщину та захищаючи свої природні ресурси.

7. Наслідки війни можуть бути руйнівними для індустрії туризму в постраждалих регіонах, є перспективи для розвитку туристичної діяльності після війни. Уряди, місцеві громади та приватний сектор можуть працювати разом для створення середовища, яке сприятиме розвитку туризму, інвестуючи в розвиток інфраструктури, покращуючи заходи безпеки. Сьогодні, через нестабільну

ситуацію в Україні, спричинену війною, зробити якісь конкретні висновки щодо розвитку туризму дуже складно. Важко прогнозувати подальший розвиток, проте без перебільшення можна сказати, що туризм стане одним із тих напрямків, які допоможуть країні вижити в післявоєнну кризу, якщо український уряд застосує правильні маркетингові стратегії в цій сфері.