

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра
Рівень вищої освіти

Управління міжнародними туристичними потоками: виклики та перспективи за матеріалами ТА «New Level Travel» (ФОП Мазур Т.В.), м. Хмельницький

Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм і рекреація
Освітня програма Туризм

Шифр 23235

Виконав: студент 2 курсу
група ТУРмз-23-1


Підпис

О. Поворозник
Ініціали, прізвище

Керівник:
кандидат економ наук, доц.


Підпис, дата

Л. Гризовська
Ініціали, прізвище

Нормоконтролер


Підпис, дата

О.Гриндій
Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму
та готельно-ресторанної
справи
доктор економ наук, проф


Підпис, дата

І. Журба
Ініціали, прізвище

13 12 2024 р.

Хмельницький, 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
 Рівень вищої освіти магістр
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
 Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
 зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
 І. Журба
 13.12. 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Поворозник Олени Віталіївни

Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Управління міжнародними туристичними потоками: виклики та перспективи за матеріалами ТА «New Level Travel» (ФОП Мазур Т.В.), м. Хмельницький
керівник роботи Лілія Гризовська
затверджена Наказом по університету від «26» 08 2024 р. № 60
- 2 Строк подання студентом роботи на кафедру 13.12. 2024 р.
- 3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, звітність підприємства, Інтернет джерела
- 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти управління міжнародними туристичними потоками. У другому розділі проаналізовано управління міжнародними туристичними потоками на прикладі турагентства «New Level Travel». У третьому розділі досліджено шляхи удосконалення та перспективи управління міжнародними туристичними потоками.
- 5 Перелік графічного матеріалу: Класифікація міжнародних тур. потоків, основні етапи формування міжнародного туристичного потоку, приклади застосування класифікації в туризмі, основні елементи управління тур. потоками, механізми управління, аналіз переваг і недоліків механізму регулювання потоків, порівняльний аналіз регіональних механізмів, статистичний огляд викликів та тенденцій у міжнародному туризмі, місцерозташування, аналіз тур. попиту для, методи управління тур. потоками у турагентстві «New Level Travel», ключові напрями вдосконалення управління міжнародними тур. потоками та їх вплив, рекомендовані пропозиції щодо удосконалення продажу туристичного підприємства.
- 6 Дата видачі завдання 05 09 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання КР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	05.09.2024	
2. Вивчення стану проблеми за темою Управління міжнародними туристичними потоками: виклики та перспективи за матеріалами ТА «New Level Travel» (ФОП Мазур Т.В.), м. Хмельницький, висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	19.09.2024	
3. Збір фактичного матеріалу	02.10.2024	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	11.10.2024	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	22.10.2024	
6. Обробка зібраного матеріалу	07.11.2024	
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	18.11.2024	
8. Підготовка тексту основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	27.11.2024	
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	12.12.2024	
10. Здача роботи на кафедру	16.12.2024	

Студент-дипломник

Підпис



О. Поворозник

Прізвище, ініціали

Керівник роботи

Підпис



Л. Гризовська

Прізвище, ініціали

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання КР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	05.09.2024	
2. Вивчення стану проблеми за темою Управління міжнародними туристичними потоками: виклики та перспективи за матеріалами ТА «New Level Travel» (ФОП Мазур Т.В.), м. Хмельницький, висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	19.09.2024	
3. Збір фактичного матеріалу	02.10.2024	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	11.10.2024	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	22.10.2024	
6. Обробка зібраного матеріалу	07.11.2024	
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	18.11.2024	
8. Підготовка тексту основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	27.11.2024	
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	12.12.2024	
10. Здача роботи на кафедрі	16.12.2024	

Студент-дипломник _____

Підпис

О. Поворозник

Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____

Підпис

Л. Гризовська

Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Поворозник Олени Віталіївни

Тема роботи: Управління міжнародними туристичними потоками: виклики та перспективи за матеріалами ТА «New Level Travel» (ФОП Мазур Т.В.), м. Хмельницький

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник к.е.н., доцент Л. Гризовська

м. Хмельницький, 2024 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 54 с., містить 9 таблиць, 5 рисунків, з перелік джерел посилань складається із 30 найменувань.

Актуальність роботи. Сучасний туристичний ринок перебуває під впливом глобальних змін, викликаних економічними, соціальними, політичними та екологічними факторами. Міжнародні туристичні потоки є ключовим компонентом цієї галузі, яка об'єднує економіки, культури та суспільства різних країн. Туризм є одним із найбільш динамічних секторів світової економіки, проте його розвиток супроводжується значними викликами. У таких умовах ефективне управління міжнародними туристичними потоками набуває стратегічного значення, адже воно визначає здатність підприємств адаптуватися до змін, використовувати можливості та долати ризики.

Перший розділ роботи присвячений визначенню сутності та класифікації міжнародних туристичних потоків; характеристиці основних елементів та механізмів управління туристичними потоками; викликам та особливостям управління міжнародними туристичними потоками в умовах глобалізації.

У другому розділі охарактеризовано діяльність турагентства «New Level Travel»; проаналізовано туристичні потоки агентства за 2019-2024 роки; здійснено дослідження ефективності методів управління туристичними потоками у турагентстві «New Level Travel».

У третьому розділі досліджено та виявлено основні проблеми управління туристичними потоками, запропоновано рекомендації та пропозиції щодо перспективних заходів з удосконалення управління міжнародними туристичними потоками.

Ключові слова: туризм, міжнародні туристичні потоки, туристичний продукт, туристична діяльність, перспективи.

SUMMARY

for qualification work Olena Povoroznyk

The topic of the work: Management of international tourist flows: challenges and prospects according to the materials of TA "New Level Travel" (FOP Mazur T.V.), m. Khmelnytskyi

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of Tourism and Hotel-Restaurant Business

Scientific supervisor, candidate of economic sciences, associate professor

L. Hryzovska

Khmelnytsky, 2024

The qualification work was completed on 54 pages, contains 9 tables, 5 figures, the list of reference sources consists of 30 names.

Relevance of work. The modern tourism market is influenced by global changes driven by economic, social, political, and environmental factors. International tourist flows are a key component of this industry, connecting the economies, cultures, and societies of different countries. Tourism is one of the most dynamic sectors of the global economy, yet its development is accompanied by significant challenges. Under such conditions, effective management of international tourist flows becomes strategically important, as it determines the ability of businesses to adapt to changes, seize opportunities, and overcome risks.

The first section of the work is devoted to defining the essence and classification of international tourist flows; characteristics of the main elements and mechanisms of management of tourist flows; challenges and features of management of international tourist flows in the conditions of globalization.

The second chapter describes the activities of the travel agency "New Level Travel"; analyzed the tourist flows of the agency for 2019-2024; a study of the effectiveness of methods of managing tourist flows in the travel agency "New Level Travel" was carried out.

In the third chapter, the main problems of managing tourist flows are investigated and identified, recommendations and proposals for promising measures to improve the management of international tourist flows are offered.

Keywords: tourism, international tourist flows, tourist product, tourist activity, prospects.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ.....	10
1.1 Сутність та класифікація міжнародних туристичних потоків.....	10
1.2 Основні елементи та механізми управління туристичними потоками...	18
1.3 Виклики та особливості управління міжнародними туристичними потоками в умовах глобалізації.....	23
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ НА ПРИКЛАДІ ТУРАГЕНТСТВА «NEW LEVEL TRAVEL».	27
2.1 Загальна характеристика діяльності турагентства «New Level Travel»...	27
2.2 Аналіз туристичних потоків агентства за 2019-2024 роки.....	30
2.3 Дослідження ефективності методів управління туристичними потоками у турагентстві «New Level Travel».....	34
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ.....	38
3.1 Виявлення основних проблем управління туристичними потоками.....	38
3.2 Обґрунтування рекомендацій та перспективних заходів з удосконалення управління міжнародними туристичними потоками.....	41
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51

ВСТУП

Сучасний туристичний ринок перебуває під впливом глобальних змін, викликаних економічними, соціальними, політичними та екологічними факторами. Міжнародні туристичні потоки є ключовим компонентом цієї галузі, яка об'єднує економіки, культури та суспільства різних країн. Туризм є одним із найбільш динамічних секторів світової економіки, проте його розвиток супроводжується значними викликами. У таких умовах ефективне управління міжнародними туристичними потоками набуває стратегічного значення, адже воно визначає здатність підприємств адаптуватися до змін, використовувати можливості та долати ризики.

Управління міжнародними туристичними потоками потребує комплексного підходу, що включає аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, формування ефективних маркетингових стратегій, розвиток інфраструктури, забезпечення високої якості послуг та адаптацію до запитів сучасних споживачів. Особливу роль відіграє цифровізація туристичної галузі, яка дозволяє автоматизувати процеси, оптимізувати витрати та покращити комунікацію із клієнтами.

Незважаючи на високий потенціал міжнародного туризму, його розвиток стикається з численними викликами. Серед них можна виділити економічну нестабільність, зміну туристичних пріоритетів унаслідок пандемії COVID-19, загострення конкурентної боротьби на світовому ринку, а також питання екологічної сталості. Туристичні агентства, зокрема «New Level Travel» у місті Хмельницькому, зіштовхуються із завданням не лише задовольнити попит споживачів, але й розробляти нові стратегії, які б дозволили зміцнити їхню ринкову позицію.

Ефективне управління міжнародними туристичними потоками є важливим чинником стабільності та розвитку туристичних підприємств. Впровадження інноваційних рішень та підходів дозволяє підприємствам

адаптуватися до мінливих умов ринку, залучати нових клієнтів і збільшувати прибутки. У цьому контексті туристичним компаніям, таким як New Level Travel, потрібно приділяти особливу увагу вивченню потреб споживачів, оптимізації бізнес-процесів та формуванню конкурентоспроможних туристичних продуктів.

Теоретичні основи, методологія та концептуальний підхід до управління бізнес-процесами підприємств сфери послуг, особливо туристичних підприємств, представлені у працях вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: Й. Беккер, В. Демінг, М. Робсон, К. Саймон, Дж. Чампі, Л. Шейн, В. Андрієнко, В. Бабушкіна, Л. Балабанов, М. Бойко, М. Босовська, В. Василенко, О. Виноградова, В. Горчаков, О. Громова, О. Євтушенко, А. Керімов, С. Колеснікова, Т. Луцько, А. Мазаракі, С. Мельниченко, С. Мінухіна, Г. Михайліченко, Н. Москаленко, І. Мельник, Т. Мізерна, А. Наливайко, Е. Попова, Т. Пуліна, Н. Свірідова, Л. Таранюк, Т. Ткаченко, Ю. Тельнов, Е. Уткін, М. Шапота, С. Чалийта ін. Ці вчені та їхні праці є вагомим внеском у розвиток теоретичних і практичних основ управління міжнародними туристичними потоками. Їхні ідеї можуть бути корисними для компаній, таких як «New Level Travel», які прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність і адаптуватися до викликів ринку.

Об'єктом дослідження є управління міжнародними туристичними потоками туристичного агентства «New Level Travel».

Предметом дослідження виступають методологічні та практичні аспекти організації і вдосконалення міжнародних туристичних потоків на прикладі діяльності туристичного агентства «New Level Travel».

Мета дипломної роботи полягає у дослідженні викликів та перспектив управління міжнародними туристичними потоками, а також розробці практичних рекомендацій щодо їх оптимізації. Дослідження базується на аналізі діяльності туристичного агентства «New Level Travel» у місті Хмельницькому, що дозволяє інтегрувати теоретичні аспекти з практичними рішеннями.

Завдання роботи включають:

- аналіз сутності та основних характеристик міжнародних туристичних потоків;
- дослідження чинників, що впливають на формування та розвиток міжнародних туристичних потоків;
- оцінку діяльності туристичного агентства «New Level Travel» у сфері управління туристичними потоками;
- визначення основних проблем і бар'єрів у діяльності агентства;
- розробку практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління міжнародними туристичними потоками туристичного агентства «New Level Travel».

Методи дослідження включають спостереження, економіко-статистичний аналіз, порівняння, а також методи аналізу та синтезу, які забезпечують комплексний підхід до вивчення теми.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для підвищення ефективності діяльності туристичних агентств, зокрема туристичного агентства «New Level Travel». Рекомендації, розроблені в межах дослідження, можуть бути впроваджені для оптимізації управління міжнародними туристичними потоками, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Робота містить 9 таблиць та 5 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 54 сторінки. Основний зміст викладено на 50 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ

1.1 Сутність та класифікація міжнародних туристичних потоків

Міжнародні туристичні потоки є важливим аспектом розвитку глобальної туристичної індустрії. Вони відображають рух туристів між країнами світу з різними мотивами, такими як рекреація, бізнес, освіта, лікування чи культурний обмін. Сутність цього поняття полягає у взаємодії людей, економічних систем і ресурсів, що сприяє зростанню економіки, міжкультурному обміну та соціальному прогресу.

Туристичний потік – це сукупність туристів, які переміщуються з місць постійного проживання до місць тимчасового перебування за визначений проміжок часу. Міжнародний аспект визначає, що такі потоки перетинають державні кордони, спричиняючи економічні, соціальні та екологічні наслідки [23].

Основні характеристики міжнародних туристичних потоків:

1. Глобальність – туристи можуть пересуватися в будь-який куточок світу. У сучасному світі туристи мають змогу подорожувати до будь-якої точки планети завдяки розвитку транспортної інфраструктури, цифровізації туризму та зростанню доступності туристичних послуг. Наприклад, популярність далеких подорожей до екзотичних країн, таких як Таїланд, Мальдіви або Ісландія, є прикладом глобальності туристичних потоків.

2. Масштабність – значний обсяг туристів впливає на розвиток туристичних дестинацій. Щорічно мільйони людей вирушають у подорожі за межі своїх країн. Наприклад, згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), до пандемії COVID-19 кількість міжнародних туристів

перевищувала 1,4 мільярда осіб на рік. Ці потоки формують основу економічного добробуту багатьох туристичних дестинацій, зокрема Іспанії, Франції, Італії та США.

3. Сезонність – більшість туристичних потоків мають чітко виражений сезонний характер. Туристичні потоки зазвичай залежать від кліматичних умов і особливостей обраних дестинацій. Наприклад, пляжний туризм має пік у літній період, тоді як зимові курорти, такі як Альпи чи Карпати, стають популярними у зимові місяці. Сезонність створює виклики для туристичної галузі, зокрема у підтриманні постійного рівня зайнятості персоналу та запобіганні надмірному навантаженню на інфраструктуру.

4. Мотиваційна різноманітність – включає різні причини подорожей, що впливають на структуру потоків. Міжнародні туристичні потоки формуються з урахуванням різних цілей туристів: рекреаційні подорожі, діловий туризм, медичний туризм, освітній туризм

5. Економічний вплив – туристичні потоки генерують доходи для країн-дестинацій і впливають на платіжний баланс країн-джерел туристів. Економічні чинники займають ключову позицію у формуванні туристичних потоків, адже фінансові можливості туристів і ціни на послуги значною мірою визначають їхній вибір. Зокрема, рівень доходів безпосередньо впливає на доступність подорожей, адже мандрівники з країн із високим рівнем доходів частіше обирають дорогі й екзотичні напрямки, тоді як туристи з обмеженими фінансами шукають бюджетні варіанти. Вартість авіаквитків, проживання та харчування також грає важливу роль: країни з доступними цінами мають більше шансів привабити гостей із середнім або низьким рівнем доходів.

6. Не менш важливими є політичні чинники, які впливають на безпеку й зручність мандрівок. Наприклад, візова політика може як стимулювати, так і обмежувати туристичні потоки. Держави, які впроваджують безвізовий режим або спрощені процедури в'їзду, часто стають популярнішими серед туристів. Також значним фактором є

міжнародна стабільність: політичні конфлікти, тероризм чи нестабільність у регіоні можуть відлякати потенційних відвідувачів, тоді як безпечні країни, навпаки, приваблюють більші обсяги туристів.

7. Окремо варто виділити технологічні чинники, які в останні роки стали рушійною силою розвитку туризму. Розвиток транспорту, зокрема авіаційної інфраструктури, швидкісних потягів та розгалуженої дорожньої мережі, зробив навіть найвіддаленіші куточки світу доступними для мандрівників. Цифровізація туризму значно спростила процес планування подорожей. Завдяки онлайн-сервісам бронювання, віртуальним гідам і інтерактивним картам туристи можуть швидко й зручно організувати поїздку, скоротивши час на підготовку [13].

Отже, міжнародні туристичні потоки є результатом складної взаємодії економічних, політичних, соціальних, природних і технологічних факторів. Країни, які враховують ці аспекти, створюючи сприятливі умови для мандрівників, отримують значні переваги у вигляді збільшення туристичних надходжень і розвитку власної інфраструктури. Успіх у залученні туристів залежить від здатності держав адаптуватися до глобальних змін і задовольняти потреби сучасних мандрівників. Всі ці аспекти характеризують переміщення туристів між різними країнами з різними цілями, включаючи рекреацію, ділові зустрічі, освітні програми, медичні послуги, релігійні паломництва та культурний обмін. У кожному з цих аспектів закладено потенціал для розвитку міжкультурного діалогу, підвищення якості життя людей та забезпечення економічного зростання як у країнах-джерелах туристів, так і у країнах-приймачах.

Сутність міжнародних туристичних потоків полягає у складному взаємозв'язку між людською мобільністю, економічними системами, природними і культурними ресурсами та технологічними можливостями. Ці потоки забезпечують інтеграцію країн у світову економіку, сприяють розвитку інфраструктури, підвищують зайнятість населення та відкривають можливості для залучення іноземних інвестицій у туристичний сектор.

Для ефективного управління міжнародними туристичними потоками необхідно їх класифікувати за різними ознаками. У таблиці 1.1 подано основні класифікаційні ознаки.

Таблиця 1.1 - Класифікація міжнародних туристичних потоків

Ознака класифікації	Типи потоків
За географічним напрямком	Вхідні (іноземні туристи), вихідні (місцеві туристи за кордон), транзитні потоки
За метою подорожі	Рекреаційні, ділові, освітні, лікувальні, релігійні
За тривалістю перебування	Короткострокові (до 7 днів), середньострокові (7-30 днів), довгострокові (30+ днів)
За способом організації	Організовані (через туроператорів), неорганізовані (самостійні подорожі)
За транспортними засобами	Авіаційні, автомобільні, морські, залізничні
За сезонністю	Літні, зимові, міжсезонні

Управління міжнародними туристичними потоками виконує ряд важливих функцій, спрямованих на забезпечення ефективності, зростання та стабільності у сфері міжнародного туризму. Аналіз ринку є однією з основних функцій, яка передбачає вивчення країн-донорів, з яких надходить найбільша кількість туристів, а також країн-приймачів, що виступають популярними дестинаціями. Завдяки аналізу можна визначити ключові тенденції, такі як зміни у вподобаннях туристів, поява нових напрямків чи зростання популярності окремих видів туризму, що дозволяє адаптувати туристичні стратегії до потреб ринку. Планування потоків охоплює створення оптимальних маршрутів, туристичних продуктів та послуг, які відповідають запитам туристів. Воно враховує особливості дестинацій, їх сезонність, транспортну доступність та культурні характеристики. Це дозволяє ефективно розподіляти ресурси, сприяти раціональному використанню інфраструктури і задовольняти потреби споживачів. Контроль

якості послуг забезпечує відповідність туристичних продуктів міжнародним стандартам. Це включає моніторинг відгуків клієнтів, сертифікацію послуг та усунення недоліків, що можуть знижувати рівень задоволення туристів. Якісне обслуговування сприяє формуванню позитивного іміджу дестинації, підвищуючи її конкурентоспроможність на міжнародному ринку [30].

Міжнародний туристичний потік проходить через кілька ключових етапів і кожен відіграє важливу роль у формуванні цілісного процесу міжнародного туризму.

Першим етапом є джерело потоку, яке визначає початкову точку подорожі. Це місце постійного проживання туристів або країна-донор, де формується попит на подорожі. Тут визначаються основні характеристики туристів, їхні вподобання, фінансові можливості, а також мотиви подорожі.

Другим етапом виступає транспортна складова, яка забезпечує переміщення туристів від джерела до обраної дестинації. На цьому етапі важливу роль відіграють транспортні засоби, такі як авіація, залізничний транспорт, автомобілі або морські судна. Вибір транспорту залежить від відстані, доступності, бюджету туриста та специфіки маршруту.

Третім етапом є туристична дестинація, яка є кінцевою метою подорожі. Це місце, де туристи реалізують свої основні цілі подорожі, зокрема рекреаційні, освітні, лікувальні або культурні. На цьому етапі створюється головний туристичний досвід, а також відбувається витрачання основної частини туристичного бюджету на проживання, харчування, екскурсії та розваги.

Завершальним етапом є повернення туристів до місця постійного проживання. Цей етап включає завершення подорожі, підсумок отриманого досвіду та вплив на платіжний баланс країни-джерела та країни-дестинації [8].

Схема міжнародного туристичного потоку наочно демонструє логіку руху туристів, починаючи від їхнього вихідного пункту до повернення. Вона є базою для планування транспортної логістики, оптимізації маршрутів і

створення туристичних продуктів, які відповідають потребам і очікуванням клієнтів.

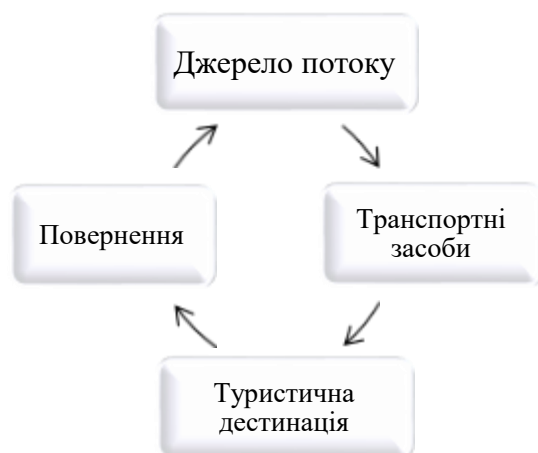


Рисунок 1.1 - Основні етапи формування міжнародного туристичного потоку

У сучасній туристичній галузі класифікація міжнародних туристичних потоків стала важливим інструментом, який допомагає не лише аналізувати поточну ситуацію, а й формувати стратегії розвитку. Завдяки поділу туристів за різними критеріями, такими як географія, інтереси, вік чи сезонність, туроператори отримують можливість краще розуміти своїх клієнтів і створювати продукти, які максимально відповідають їхнім потребам. Розглянемо, як класифікація використовується на практиці для досягнення цих цілей.

Одним із ключових напрямків застосування класифікації є формування цільових маркетингових кампаній. Аналіз потоків туристів за такими критеріями, як вік, національність або уподобання, дозволяє туроператорам створювати персоналізовані рекламні матеріали, які ефективніше досягають аудиторії. Наприклад, молодь цікавиться пригодницьким туризмом, а старше покоління може віддати перевагу медичному чи культурному відпочинку. Завдяки класифікації можна не лише визначити, яка реклама буде найефективнішою, а й обрати правильний час і місце для її поширення.

Цільовий підхід у маркетингу дає змогу залучати більше клієнтів і сприяти розвитку туризму в менш популярних регіонах [12].

Однак ефективна реклама — це лише перший крок. Наступним етапом є створення конкурентоспроможних туристичних продуктів, які відповідатимуть потребам і очікуванням туристів. Класифікація допомагає визначити, які саме продукти користуються попитом серед конкретних категорій мандрівників. Наприклад, аналізуючи географію туристичних потоків, можна розробити маршрути, які відповідають запитам мандрівників із певних країн. Таким чином, класифікація дозволяє не тільки задовольнити попит, а й адаптувати пропозицію до постійних змін на ринку.

Ще одним важливим аспектом класифікації є забезпечення стійкості туристичних дестинацій. Зростання популярності деяких місць часто призводить до перевантаження інфраструктури, руйнування природних чи культурних ресурсів і навіть зниження якості послуг. Використовуючи дані класифікації, можна ефективно управляти потоками туристів, направляючи їх до менш популярних регіонів або розробляючи альтернативні маршрути. Це дозволяє розвантажити популярні місця й водночас сприяти розвитку нових напрямків, створюючи більш збалансовану туристичну екосистему.

Таким чином, класифікація туристичних потоків забезпечує можливість планування ефективних маркетингових кампаній, розробки продуктів, які відповідають очікуванням клієнтів, та підтримки стійкості туристичних дестинацій. Завдяки цьому галузь отримує інструменти для збалансованого розвитку, задоволення потреб мандрівників і збереження природних та культурних багатств для майбутніх поколінь.

У сучасній туристичній галузі класифікація міжнародних туристичних потоків стала важливим інструментом, який допомагає не лише аналізувати поточну ситуацію, а й формувати стратегії розвитку. Завдяки поділу туристів за різними критеріями, такими як географія, інтереси, вік чи сезонність, туроператори отримують можливість краще розуміти своїх клієнтів і створювати продукти, які максимально відповідають їхнім потребам. Це не

тільки сприяє зростанню доходів у галузі, а й допомагає підтримувати баланс між попитом і можливостями туристичних дестинацій [18]. Розглянемо, як класифікація використовується на практиці для досягнення цих цілей

Одним із ключових напрямків застосування класифікації є формування цільових маркетингових кампаній. Однак ефективна реклама — це лише перший крок. Наступним етапом є створення конкурентоспроможних туристичних продуктів, які відповідатимуть потребам і очікуванням туристів. Класифікація допомагає визначити, які саме продукти користуються попитом серед конкретних категорій мандрівників. Наприклад, аналізуючи географію туристичних потоків, можна розробити маршрути, які відповідають запитам мандрівників із певних країн. Якщо туристи з північних регіонів прагнуть тепла й моря, туроператори можуть запропонувати їм пляжні курорти. Якщо ж інтереси туристів лежать у сфері історії чи культури, розробляються екскурсійні тури [15]. Таким чином, класифікація дозволяє не тільки задовольнити попит, а й адаптувати пропозицію до постійних змін на ринку.

Таблиця 1.2 - Приклади застосування класифікації в туризмі

Категорія класифікації	Застосування	Приклад
Географія	Планування напрямків і маршрутів	Аналіз потоку туристів із Європи до Азії для розробки турів
Інтереси	Створення спеціалізованих турів	Екотури для любителів природи, гастрономічні тури для гурманів
Сезонність	Управління попитом у різні періоди року	Знижки на відпочинок у «низький сезон»
Вплив на дестинації	Регулювання навантаження	Перенаправлення туристів із перевантажених курортів до нових місць

Таким чином, класифікація туристичних потоків стає основою для комплексного підходу до управління туризмом. Вона забезпечує можливість планування ефективних маркетингових кампаній, розробки продуктів, які відповідають очікуванням клієнтів, та підтримки стійкості туристичних

дестинацій. Завдяки цьому галузь отримує інструменти для збалансованого розвитку, задоволення потреб мандрівників і збереження природних та культурних багатств для майбутніх поколінь.

1.2. Основні елементи та механізми управління туристичними потоками

Управління міжнародними туристичними потоками є однією з ключових задач сучасної туристичної галузі. Зростання кількості мандрівників, зміна пріоритетів і потреб туристів, а також виклики, пов'язані з екологічною стійкістю та соціально-економічним впливом, потребують ефективних рішень. Правильне управління потоками сприяє збалансованому розвитку дестинацій, оптимізації інфраструктури та зменшенню негативного впливу на природне й культурне середовище.

Цей підрозділ спрямований на вивчення основних елементів управління туристичними потоками, а також механізмів, які дозволяють адаптуватися до динамічних змін ринку.

Перейдемо до розгляду основних елементів управління туристичними потоками, щоб краще зрозуміти, як вони інтегруються в загальну систему планування та розвитку.

Таблиця 1.3 - Основні елементи управління туристичними потоками

Елемент	Опис	Приклад
Аналіз і прогнозування	Збір і аналіз даних про туристичні потоки, оцінка тенденцій і прогнозування майбутнього попиту.	Використання даних про сезонність для підготовки турів у міжсезоння.
Розподіл ресурсів	Організація інфраструктури, планування використання природних і культурних	Забезпечення транспортного сполучення до нових туристичних

	ресурсів.	маршрутів.
Моніторинг і контроль	Систематичний збір інформації про потоки для оцінки їх впливу та управління ситуацією.	Впровадження технологій для управління натовпами в популярних локаціях.

До основних елементів управління туристичними потоками належать аналіз і прогнозування, розподіл ресурсів та інфраструктури, а також моніторинг і контроль. Кожен із цих елементів виконує важливу роль у досягненні балансу між розвитком туризму та збереженням екосистем і культурної спадщини [23].

Розглянемо перший елемент аналіз і прогнозування потоків. Розпочнемо з того, що потрібно зазначити, що оцінювання туристичних потоків є важливим аналітичним інструментом, що сприяє прийняттю обґрунтованих стратегічних рішень. Для цього використовуються статистичні дані, які дають змогу зрозуміти основні тенденції в туризмі: кількість мандрівників, їхні вподобання, географію походження, сезонні зміни активності тощо.

Ну і також хочу зазначити про моніторинг і контроль, у таблиці 1.3 це третій елемент. Отже системи моніторингу є важливими інструментами, які дозволяють ефективно управляти потоками туристів у реальному часі. Збір даних про стан туристичних маршрутів, кількість відвідувачів та рівень навантаження на інфраструктуру дозволяє швидко реагувати на потенційні проблеми.

Прикладом є використання GPS-систем для моніторингу туристичних маршрутів. Такі технології дають змогу уникнути скупчення людей у певних місцях, що є критично важливим для збереження природних і культурних ресурсів. Наприклад, у популярних національних парках США системи моніторингу дозволяють регулювати кількість відвідувачів у реальному часі, що мінімізує вплив на екосистеми.

Таким чином, управління туристичними потоками є багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу. Аналіз і прогнозування

допомагають передбачити потреби та поведінку туристів, розподіл ресурсів забезпечує комфортні умови для відвідувачів, а моніторинг і контроль дозволяють швидко реагувати на виклики [21].

Основні елементи управління туристичними потоками створюють базис для ефективної роботи туристичної галузі. Вони дають змогу визначити потреби мандрівників, оптимально використовувати ресурси й забезпечувати стабільність туристичних дестинацій. Однак для їх реалізації потрібні дієві механізми, які дозволяють адаптувати стратегії до швидких змін у зовнішньому середовищі. Тому далі давайте розглянемо, як саме механізми управління інтегруються в систему управління потоками й підтримують збалансований розвиток галузі.

Таблиця 1.4 - Механізми управління туристичними потоками

Механізм	Опис	Приклад
Регулювання потоків	Використання політик і обмежень для керування туристичними потоками.	Впровадження візових режимів для контролю в'їзду; ціноутворення на транспортні послуги.
Маркетинг і промоція	Стимулювання інтересу до певних напрямків і регулювання сезонності.	Рекламні кампанії, спрямовані на популяризацію відпочинку в «низький сезон».
Управління стійкістю	Забезпечення балансу між кількістю туристів і можливостями дестинацій.	Розробка екологічних турів; введення обмежень на кількість відвідувачів у природних парках.
Використання технологій	Автоматизація процесів планування, аналізу й управління потоками.	Онлайн-бронювання житла; аналіз потоків туристів за допомогою Big Data.

Розглянемо деякі з цих механізмів окремо, да зазначемо їхні достатки та недоліки. Перший це Регулювання потоків. Цей механізм базується на впровадженні правил і обмежень, що допомагають спрямовувати туристичні потоки в певні напрямки або обмежувати їхній обсяг. Також ціноутворення на транспорт і квитки до популярних туристичних об'єктів може

використовуватися для перерозподілу потоків [22]. Механізм регулювання потоків спрямований на оптимізацію туристичних потоків шляхом застосування правил і обмежень, які забезпечують раціональне використання туристичних ресурсів і мінімізацію негативного впливу на перевантажені місця. Але тут є свої переваги та недоліки, які зображено на рисунку 1.2.

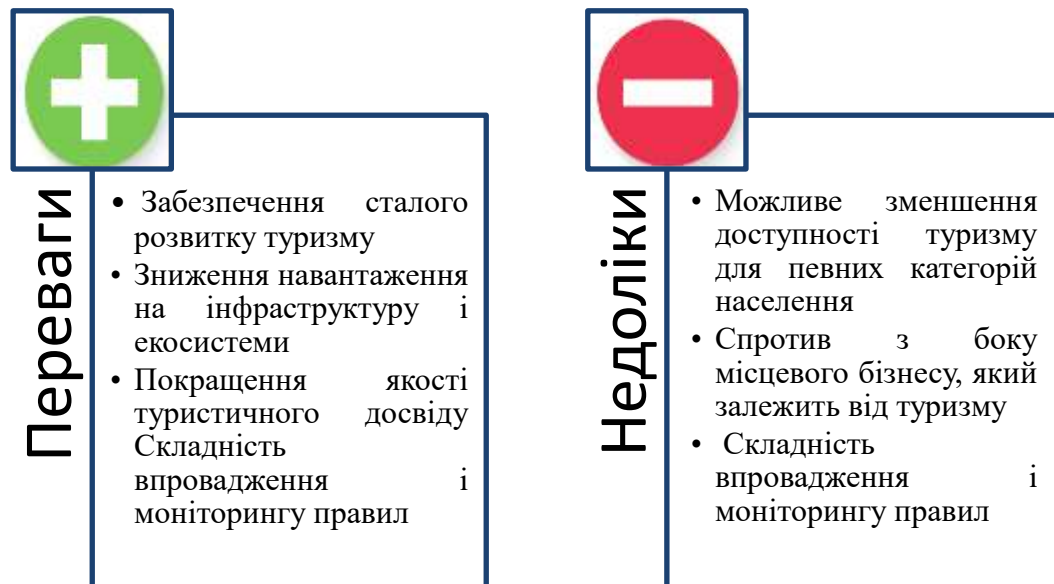


Рисунок 1.2 - Аналіз переваг і недоліків механізму регулювання потоків

Регулювання потоків є важливим механізмом сталого туризму, що дозволяє забезпечити баланс між економічними, екологічними та соціальними аспектами. Проте для його ефективного впровадження необхідно враховувати специфіку кожного регіону, а також потреби як туристів, так і місцевих громад.

Екологічний туризм також заслуговує на більше уваги, адже програми, які включають активності, такі як висадка дерев, не лише створюють незабутні враження, але й дають реальний внесок у збереження природи.

Сучасні технології можуть значно полегшити управління туристичними потоками. Мобільні додатки для подорожей, наприклад, вже стали незамінним інструментом для туристів. Водночас їх можна

використовувати для регулювання відвідуваності популярних місць: такі додатки можуть попереджати про переповненість певних локацій і пропонувати альтернативні варіанти. Це дозволить зробити подорожі комфортнішими та зменшити навантаження на туристичні об'єкти.

На практиці кожна країна чи регіон використовує унікальні підходи, адаптовані до їхніх потреб і специфіки, що допомагає уникати перевантаження інфраструктури, зберігати ресурси й підтримувати стійкість туризму. В таблиці 1.5 наведено огляд кількох успішних кейсів [26].

Таблиця 1.5 - Порівняльний аналіз регіональних механізмів

Країна/Регіон	Основна проблема	Механізми управління	Результат
Венеція, Італія	Перевантаження туристів у центрі	Квоти, попереднє бронювання, туристичний збір	Збереження культурної спадщини
Амстердам, Нідерланди	Надмірний потік у центральних районах	Розвиток передмість, податки на короткострокову оренду	Баланс навантаження між регіонами
Нова Зеландія	Збереження природних ресурсів	Туристичний збір, обмеження в національних парках, просвітницькі кампанії	Зниження шкоди для природи, підвищення екологічної обізнаності

Здається, використання основних елементів, таких як аналіз, розподіл ресурсів і моніторинг, у поєднанні з механізмами регулювання, маркетингу, екологічної стійкості та технологій дозволяє забезпечити баланс між потребами туристів і можливостями дестинацій. Упровадження запропонованих рекомендацій допоможе підвищити ефективність управління потоками, зберігаючи туристичну привабливість і сприяючи стійкому розвитку галузі.

1.3 Виклики та особливості управління міжнародними туристичними потоками в умовах глобалізації

Глобалізація стала потужним каталізатором для розвитку туризму, розширюючи горизонти подорожей та відкриваючи нові можливості для взаємодії між культурами. Разом із позитивними змінами вона принесла низку викликів, які потребують глибокого аналізу та ефективного управління. Особливості міжнародного туризму в сучасних умовах вимагають від менеджерів галузі враховувати екологічні, економічні, соціокультурні, технологічні та геополітичні фактори.

Одним із найбільш помітних викликів є екологічні проблеми. Збільшення туристичних потоків у найпопулярніші напрямки спричиняє перенасичення цих місць. Наприклад, Венеція або Барселона страждають від надмірної кількості туристів, що шкодить природному та культурному середовищу. Інфраструктура в таких містах перевантажена, а місцеве населення нерідко виступає проти масового туризму. Додатково глобальне потепління та збільшення авіаційного руху, який є одним із головних джерел викидів CO₂, змушують переглядати принципи сталого розвитку в галузі [11].

Економічні виклики теж залишаються актуальними. Глобалізація, хоч і сприяє збільшенню доходів від туризму, водночас створює нерівність у розподілі цих коштів. Найбільші прибутки отримують глобальні корпорації, тоді як місцеві підприємства часто опиняються у тіні. У малих громадах або менш популярних регіонах складніше залучити туристів, тому регіональні уряди змушені шукати шляхи стимулювання попиту на локальні туристичні продукти.

Соціокультурні виклики теж відіграють вагомий роль у процесі управління туристичними потоками. Одним із найпомітніших є ризик втрати унікальності культури. Місцеві традиції та звичаї під впливом масового туризму можуть перетворитися на комерціалізовані шоу, позбавлені

автентичності. Наприклад, популярні етнофестивалі часто стають більше розвагою для туристів, ніж справжнім проявом культури. У той же час неконтрольоване зростання кількості туристів у певних регіонах може спричинити конфлікти між приїжджими та місцевими жителями, особливо коли туристи не поважають правила чи традиції [24].

Сучасний туризм неможливо уявити без технологій, і це ще один аспект, який потребує особливої уваги. З одного боку, цифрові платформи спрощують процес бронювання, пошуку інформації та планування подорожей. З іншого боку, вони ставлять перед компаніями нові виклики. Наприклад, більшість туристичних компаній змушені інвестувати в цифровізацію своїх послуг, щоб залишатися конкурентоспроможними. До цього додається проблема кібербезпеки: особисті дані туристів, збережені в онлайн-системах, можуть стати об'єктом атак.

Геополітичні фактори також мають значний вплив. Незважаючи на глобалізацію, багато країн продовжують підтримувати суворий візовий режим, що ускладнює подорожі. У світі, де туристи прагнуть відкривати нові місця, бюрократія може стати серйозною перешкодою. Крім того, політична нестабільність у певних регіонах, конфлікти чи природні катастрофи часто впливають на потоки туристів. Туристична галузь швидко реагує на будь-які ризики, і це створює додатковий тиск на управлінців.

Для ефективного управління міжнародними туристичними потоками необхідно враховувати всі ці виклики. Одним із найефективніших інструментів є розвиток концепції сталого туризму. Це означає не лише екологічно дружні подорожі, а й рівномірний розподіл доходів, підтримку локальних громад і збереження культурної спадщини. Диверсифікація туристичних продуктів, таких як еко-, гастро- чи агротуризм, дозволяє розвантажити популярні напрямки та залучити туристів до менш відомих місць [22].

Міжнародне співробітництво також відіграє ключову роль. Взаємодія між урядами, приватними компаніями та громадськими організаціями

допомагає розробляти спільні стратегії. Наприклад, впровадження єдиних стандартів для візових процедур або спільних програм з популяризації сталого туризму може значно спростити управління потоками.

Ключовим фактором успіху є адаптація до змін. Глобалізація, хоч і створює виклики, відкриває нові можливості для розвитку. Туризм може стати потужним інструментом не лише для економічного зростання, а й для міжкультурного діалогу. Управлінці, які здатні ефективно адаптуватися до нових умов і враховувати глобальні тенденції, забезпечать стабільний розвиток галузі навіть у найбільш складних умовах [5].

Таблиця 1.6 - Статистичний огляд викликів та тенденцій у міжнародному туризмі (2024 рік)

Категорія	Статистичні дані	Тенденції та висновки
Екологічні виклики	У 2024 році 60% популярних туристичних напрямків зазнали перевантаження під час пікових сезонів.	Необхідність впровадження квот на відвідування та розвитку альтернативних маршрутів для зменшення навантаження.
Економічні виклики	80% доходів від міжнародного туризму зосереджено в 20% країн.	Потреба в стимулюванні туризму в менш розвинених регіонах та підтримці місцевих підприємств.
Соціокультурні виклики	70% місцевих жителів у популярних туристичних зонах відзначають негативний вплив масового туризму на культуру.	Важливість освітніх програм для туристів та залучення місцевих громад до управління туристичною діяльністю.
Технологічні виклики	85% туристів використовують онлайн-сервіси для планування подорожей, але лише 50% туристичних компаній мають належний захист даних.	Необхідність інвестування в цифрову інфраструктуру та підвищення рівня кібербезпеки.
Геополітичні виклики	50% країн світу зберігають суворі візові режими, що обмежує туристичні потоки.	Спрощення візових процедур може сприяти збільшенню туристичних потоків та економічному зростанню.

Аналіз статистичних даних за 2024 рік свідчить про наявність значних викликів у сфері міжнародного туризму, зокрема екологічних, економічних, соціокультурних, технологічних та геополітичних. Загалом, для ефективного управління міжнародними туристичними потоками в умовах глобалізації потрібен комплексний підхід, що враховує зазначені виклики та сприяє сталому розвитку галузі.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ НА ПРИКЛАДІ ТУРАГЕНТСТВА «NEW LEVEL TRAVEL»

2.1 Загальна характеристика діяльності турагентства «New Level Travel»

«New Level Travel» було засновано як туристичне агентство в Хмельницькому, з метою надання якісних туристичних послуг для місцевих жителів та туристів. На початку свого існування агентство пропонувало обмежений набір туристичних послуг, але з часом активно розширилося завдяки зростаючому попиту на міжнародні тури та розвиток туристичної інфраструктури. Зі змінами в економічних умовах та розвитком ринкових відносин агентство змогло трансформувати свою модель управління, адаптуючись до вимог сучасного туристичного ринку.

ТА «New Level Travel» функціонує на основі приватної форми власності, що надає можливість гнучко реагувати на зміну попиту та впроваджувати нові напрямки діяльності. Завдяки приватному статусу агентство отримує свободу у виборі стратегічних напрямів розвитку, що дозволяє швидко адаптуватися до сучасних тенденцій в туристичному бізнесі.

Туристична агенція «New Level Travel» є однією з перспективних компаній у сфері туристичних послуг на регіональному рівні у м. Хмельницький заснована ФОП Мазур Т.В., компанія швидко зарекомендувала себе як надійний партнер у організації подорожей та відпочинку [18].

Основними напрямками діяльності агенції є організація турів, сервісне обслуговування та підтримка клієнтів під час подорожей. ТА «New Level

Travel» спеціалізується на продажі установлених туристичних продуктів (групові тури, готельне бронювання) та розробці індивідуальних маршрутів за запитом клієнта [18].

Сучасна структура компанії передбачає наявність декількох відділів, спеціалізованих на певних напрямках туризму. Серед них виділяються відділ роботи з клієнтами, відділ партнерських відносин та відділ маркетингу та промоції.

Ключовими ринками для «New Level Travel» є споживачі з Хмельницької області, а також сусідніх регіонів. Основними напрямками визначено тури до теплих країн (Єгипет, Туреччина, Греція), а також до Європи та Скандинавських країн.

На сьогодні агентство пропонує комплексні послуги, які включають бронювання готелів, авіаквитків, страхування, оформлення візової підтримки та організацію екскурсійних програм. В останні роки «New Level Travel» також почало надавати послуги з індивідуального туризму та VIP-обслуговування, а також розробляє тури для корпоративних клієнтів і спеціальні пропозиції для сімейного відпочинку [18].



Рисунок 2.1 – Логотип турагенції «New Level Travel»

Турагенція «New Level Travel» знаходиться за адресою вул.Подільська 21, у агенції є своє власне лого.

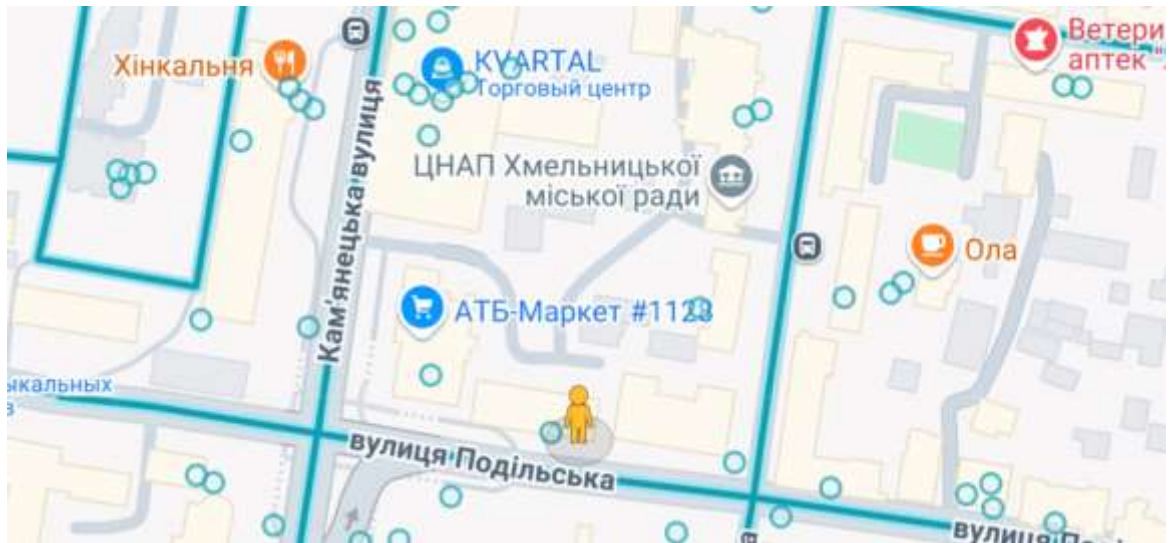


Рисунок 2.2 - Місцезнаходження туристичної агенції «New Level Travel»

ТА «New Level Travel» є активним учасником туристичного ринку, який здійснює діяльність, спрямовану на задоволення потреб внутрішніх та міжнародних туристів. Діяльність компанії охоплює широкий спектр послуг: від організації індивідуальних та групових подорожей до забезпечення логістичної підтримки та інформаційного супроводу. Завдяки своєму комплексному підходу до обслуговування клієнтів пропонує туристичні продукти, що відповідають різноманітним потребам і бюджетам туристів.

Компанія має організаційну структуру, яка включає такі основні підрозділи:

- Відділ маркетингу – відповідає за просування послуг, аналіз ринку та формування пропозицій, що задовольняють запити клієнтів;
- Відділ обслуговування клієнтів – надає підтримку туристам на всіх етапах подорожі, займається бронюванням, організацією екскурсій та вирішенням можливих проблем;
- Фінансово-економічний відділ – забезпечує контроль фінансових операцій, займається ціноутворенням та оптимізацією витрат;

- Адміністративний відділ – займається кадровим управлінням та забезпечує внутрішню координацію підрозділів компанії.

Ці підрозділи функціонують як єдина система, яка забезпечує злагоджену роботу компанії та надає можливість швидко реагувати на запити клієнтів та зміни на ринку. Завдяки тісній співпраці з партнерами в Україні та за кордоном, компанія має змогу надавати послуги високої якості та формувати конкурентоспроможні пропозиції.

Аналізуючи діяльність агенства, важливо виділити її основні стратегії просування та обслуговування клієнтів, а також ключові напрямки розвитку.

Агенство також активно співпрацює з міжнародними туристичними агентствами та приймає участь у міжнародних туристичних виставках, що сприяє залученню іноземних туристів. Це дозволяє компанії розширювати географію своєї діяльності та пропонувати клієнтам цікаві тури за кордон.

2.2 Аналіз туристичних потоків агенства за 2019-2024 роки

Аналіз туристичних потоків агенства «New Level Travel» за період 2019-2024 років дозволяє виділити кілька важливих тенденцій, які вплинули на діяльність компанії. Цей період був позначений значними зовнішніми факторами, які суттєво змінили структуру попиту на туристичні послуги.

У 2020 році світова туристична галузь зазнала безпрецедентного впливу через пандемію COVID-19. Закриття кордонів, скасування рейсів, суворі карантинні заходи та страх перед зараженням значно скоротили кількість подорожей. У цьому контексті туристичні агентства в Україні, зокрема в Хмельницькому, зіткнулися з численними труднощами [14].

Ключові проблеми для агентств у Хмельницькому: - зупинка міжнародних подорожей. Основним джерелом прибутку туристичних агентств у Хмельницькому традиційно були організація турів до популярних

міжнародних напрямків, таких як Туреччина, Єгипет, Польща, Чехія. Через пандемію більшість цих напрямків стали недоступними, що призвело до різкого зниження продажів турів. Відмова клієнтів від запланованих подорожей. Багато клієнтів скасували або відклали свої подорожі через невизначеність ситуації, постійні зміни правил в'їзду до різних країн і побоювання щодо ризиків зараження. Агенції часто змушені були повертати кошти або пропонувати ваучери на майбутні подорожі, що ускладнювало фінансовий стан компаній.

Скорочення локального попиту. У Хмельницькому, як і в інших регіонах України, спостерігалось зменшення попиту на внутрішній туризм через закриття туристичних об'єктів, суворі карантинні обмеження та загальну економічну нестабільність. Це вплинуло на можливість агентств перекваліфікуватися на внутрішні тури.

Зростання онлайн-конкуренції. Пандемія сприяла активному розвитку онлайн-бронювання і платформ, таких як Booking.com або Airbnb. Клієнти почали обирати самостійне планування подорожей, уникаючи посередників.

Пандемія COVID-19 спричинила значні фінансові втрати для туристичних агентств, зокрема для «New Level Travel». Проте вона також стимулювала пошук нових форматів роботи, таких як цифровізація процесів, розвиток внутрішнього туризму та адаптація до змінних умов ринку. Поступове зняття обмежень у 2021 році дозволило частково відновити діяльність, проте досягнення рівня 2019 року виявилось складним завданням [23].

У 2022 році через введення воєнного стану в країні багато українців були змушені залишитися вдома або переміщатися в межах країни в пошуках безпечних місць, а не планувати відпочинок. Велика кількість чоловіків підлягала мобілізації, що обмежувало можливість виїзду за кордон. Навіть серед тих, хто міг дозволити собі подорожі, пріоритети змістилися з розважальних турів до пошуку тимчасового житла в інших країнах.

Міжнародний туризм зазнав різкого скорочення. Численні країни надали українцям безкоштовні або пільгові умови для евакуації, що змінило характер попиту на туристичні послуги. Натомість зросла роль гуманітарних та релокаційних перевезень, які стали основним видом роботи для багатьох транспортних і туристичних компаній.

Для агентств, таких як «New Level Travel», ця ситуація означала різке скорочення прибутків. Організація відпочинкових турів опинилася практично на межі занепаду, і компанія була змушена переглянути свій бізнес-підхід. Агентство фокусувалося на допомозі клієнтам з релокацією, бронюванні квитків і консультаціях щодо перетину кордонів. Водночас пропонувалися варіанти відпочинку в безпечних регіонах України, однак попит залишався обмеженим через постійні ризики [18].

Загалом, війна значно трансформувала туристичний ринок, змусивши агентство адаптуватися до нових реалій, працюючи в умовах невизначеності та зростання операційних ризиків. Цей період став справжнім випробуванням на стійкість для туристичної галузі України.

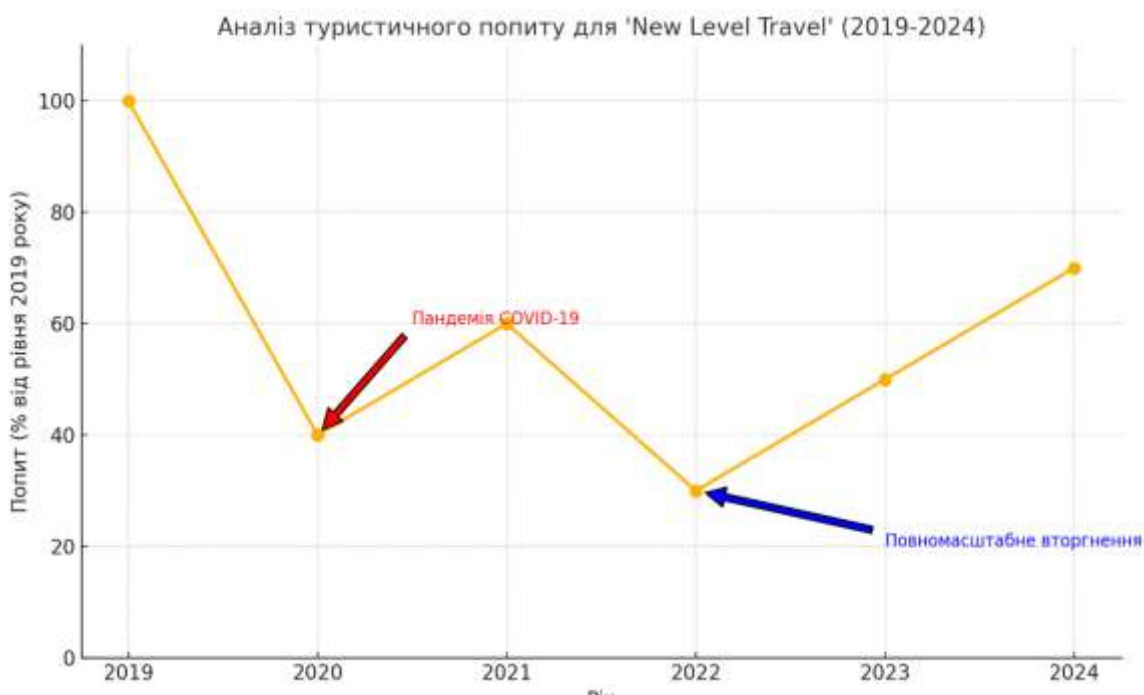


Рисунок 2.3 - Аналіз туристичного попиту для «New Level Travel»

Рисунок 2.3 показує аналіз туристичного попиту для агентства «New Level Travel» за 2019-2024 роки. Він відображає зниження попиту через пандемію COVID-19 у 2020 році та повномасштабне вторгнення в Україну у 2022 році, а також поступове відновлення у 2023-2024 .

Для аналізу туристичних потоків агентства «New Level Travel» за період 2019-2024 років були використані наступні методи збору даних:

1. Первинні джерела інформації: - опитування клієнтів. Збір даних через анкетування туристів, які скористалися послугами агентства. Анкети включали питання щодо напрямків подорожей, тривалості поїздок, задоволеності обслуговуванням та бюджету поїздки; - інтерв'ю з персоналом. Проведення інтерв'ю з менеджерами агентства для визначення внутрішніх тенденцій, найпопулярніших напрямків і причин змін у попиті на послуги.

2. Вторинні джерела інформації: - дані внутрішньої CRM-системи. Використання бази даних клієнтів для аналізу обсягів продажів турів, географії туристичних напрямків та сезонності; - фінансова звітність. Аналіз обсягів доходів від продажу турів, що дозволяє оцінити фінансову ефективність напрямків; - звіти партнерів. Інформація від туроператорів, готелів та транспортних компаній, які працюють з агентством.

3. Аналіз ринкових тенденцій: - дані статистичних установ. Використання звітів Державної служби статистики України та міжнародних організацій для оцінки загальних тенденцій в туризмі; - моніторинг конкурентів. Аналіз відкритих даних про діяльність інших туристичних агентств, що працюють у регіоні, для порівняння.

4. Цифрові інструменти: - веб-аналітика. Використання даних з офіційного сайту агентства та соціальних мереж для аналізу поведінки клієнтів; - онлайн-опитування. Збір інформації через опитування, розміщені на платформі агентства.

Застосування цих методів забезпечило комплексний підхід до збору даних, що дозволило отримати об'єктивну та детальну картину змін у туристичних потоках агентства протягом аналізованого періоду.

2.3 Дослідження ефективності методів управління туристичними потоками у турагентстві «New Level Travel»

Турагентство «New Level Travel» активно працює у сфері туристичних послуг, пропонуючи своїм клієнтам широкий вибір подорожей та сервісів. У сучасному світі, де конкуренція на туристичному ринку постійно зростає, важливим завданням для компаній стає ефективне управління туристичними потоками. Це дослідження має на меті оцінити ефективність методів, що застосовуються у діяльності агентства, та запропонувати шляхи для їх удосконалення.

Аналізуючи діяльність, важливо виділити її основні стратегії просування та обслуговування клієнтів, а також ключові напрямки розвитку.

Одним із ключових напрямів роботи агентства є використання сучасних цифрових технологій. Автоматизація процесів бронювання дозволяє значно зменшити час на обробку замовлень і забезпечити якісне ведення клієнтської бази. Завдяки цьому клієнти отримують послуги швидше, а сам процес стає більш структурованим. Крім того, важливим інструментом є сегментація клієнтів, яка дає змогу краще розуміти потреби різних категорій споживачів та пропонувати їм найбільш відповідні туристичні продукти [18].

Активна комунікація через соціальні мережі також є ваговою складовою стратегії агентства. Просування послуг на платформах, таких як Tik-Tok та Instagram, дозволяє ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією, привертаючи увагу нових клієнтів і підтримуючи інтерес у постійних. У той же час, регулярний аналіз попиту та пропозиції допомагає своєчасно реагувати на зміни ринку, коригуючи асортимент пропозицій.

Незважаючи на сильні сторони, є кілька напрямків, які потребують удосконалення. Наприклад, недостатній аналіз відгуків клієнтів обмежує можливості адаптації сервісу до їхніх очікувань. Окрім цього, існує потреба в

більш активному використанні аналітичних інструментів для прогнозування попиту на туристичні продукти, що допомогло б покращити планування і мінімізувати ризики.

Для підвищення ефективності управління туристичними потоками важливо звернути увагу на інтеграцію сучасних CRM-систем, які допоможуть оптимізувати взаємодію з клієнтами. Це сприятиме кращому аналізу їхніх потреб та персоналізованому підходу до обслуговування. Водночас варто вдосконалити маркетингову стратегію, зокрема шляхом використання таргетованої реклами та створення якісного контенту для залучення нових клієнтів. Розширення спектра туристичних продуктів, наприклад, шляхом впровадження еко-турів чи програм для любителів екстриму, дозволить охопити нові сегменти ринку. Окрему увагу варто приділити підвищенню кваліфікації персоналу через проведення тренінгів з використання сучасних технологій.

У підсумку можна зазначити, що агентство має добру базу для успішного управління туристичними потоками, але впровадження додаткових заходів і новітніх технологій дозволить значно покращити його ефективність. Це сприятиме зміцненню позицій компанії на ринку, підвищенню рівня задоволеності клієнтів і збільшенню прибутковості.

Таблиця 2.1 демонструє основні методи управління туристичними потоками, які застосовуються у турагентстві «New Level Travel», разом із їхніми сильними сторонами, обмеженнями та рекомендаціями для вдосконалення. Вона узагальнює ключові аспекти дослідження, допомагаючи виявити пріоритети для оптимізації роботи агентства.

Таблиця 2.1 - Методи управління туристичними потоками у турагентстві «New Level Travel»

Метод управління	Сильні сторони	Обмеження	Рекомендації
------------------	----------------	-----------	--------------

Автоматизація процесів	Скорочення часу обробки замовлень до 30 хвилин.	Використання програмного забезпечення лише на 70%.	Інтеграція сучасної CRM-системи для повного функціоналу
Комунікація через соцмережі	Зростання клієнтської бази на 20% щороку.	Нерегулярне оновлення контенту.	Розробка стратегії регулярних публікацій і таргетингу.
Сегментація клієнтів	Збільшення задоволеності клієнтів на 15%.	Неповний аналіз даних про клієнтів.	Запровадження детального аналізу для персоналізації.

Таблиця узагальнює ключові методи управління туристичними потоками, що використовуються у діяльності турагентства «New Level Travel». Вона структурована так, щоб наочно показати сильні сторони, обмеження та рекомендації для вдосконалення кожного з розглянутих методів. Це дозволяє зрозуміти, як ефективно працюють наявні процеси та які саме аспекти потребують оптимізації.

Методи управління: Автоматизація процесів: Цей метод спрямований на покращення внутрішньої ефективності агентства через використання програмного забезпечення для обробки замовлень. Переваги полягають у значному скороченні часу на виконання завдань. Середнє замовлення обробляється протягом 30 хвилин, що є суттєвою перевагою в умовах конкурентного ринку. Проте не всі можливості програмного забезпечення використовуються на 100%, що знижує потенційну ефективність.

Комунікація через соціальні мережі: Використання платформ, таких як Facebook та Instagram, є важливим інструментом для залучення клієнтів і підвищення впізнаваності бренду. Завдяки активності в соцмережах клієнтська база зростає приблизно на 20% щороку. Проблема полягає в нерегулярному оновленні контенту, що може знизити інтерес аудиторії та обмежити охоплення.

Сегментація клієнтів: Поділ клієнтів на категорії дає змогу агентству краще розуміти їхні потреби. Це допомагає підвищити задоволеність клієнтів на 15%. Однак, обмежений обсяг даних для аналізу ускладнює персоналізацію послуг і зменшує ефективність маркетингових кампаній.

Сильні сторони - кожен метод уже позитивно впливає на діяльність агентства. Наприклад, автоматизація процесів значно знижує витрати часу на адміністративні завдання, а сегментація дозволяє більш точно відповідати на потреби клієнтів, що підвищує їхню лояльність.

Обмеження: у таблиці також зазначені проблеми, з якими стикається агентство. Наприклад, у випадку автоматизації, недоліком є неповне використання можливостей програмного забезпечення. Для соціальних мереж викликом є нестача планування і регулярного оновлення контенту. Сегментація клієнтів потребує покращення за рахунок розширення обсягу зібраної інформації [20].

Отже, пропозиції для вдосконалення кожного методу. Наприклад, для автоматизації рекомендується інтеграція сучасної CRM-системи, яка дозволить повніше використовувати функціонал програмного забезпечення. Для комунікації в соцмережах пропонується розробка стратегій регулярних публікацій і впровадження таргетованої реклами. Для сегментації клієнтів необхідно покращити процес збору та аналізу даних, що дозволить запропонувати клієнтам більш персоналізовані послуги.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ

3.1 Виявлення основних проблем управління туристичними потоками

Управління міжнародними туристичними потоками є складним і багатогранним процесом, який вимагає врахування численних факторів. Сучасні виклики, що постають перед туристичною галуззю, суттєво ускладнюють реалізацію стратегій ефективного управління. Аналізуючи діяльність туристичних операторів та агентств, зокрема в Україні, можна виділити низку ключових проблем, що впливають на організацію та розвиток міжнародних туристичних потоків. Економічні кризи, які охоплювали світ упродовж останніх років, мали значний вплив на туристичний сектор. Пандемія COVID-19 у 2020-2021 роках викликала глобальний спад економічної активності, що позначилося на купівельній спроможності населення. Військові дії в Україні, які почалися у 2022 році, додатково посилили економічну нестабільність, що вплинуло як на внутрішній, так і на міжнародний туризм. Суттєве зростання цін на транспортні послуги, проживання та харчування також сприяло скороченню кількості туристів. Для багатьох українців міжнародний туризм став недоступним через зниження доходів, інфляцію та втрату робочих місць. Для туристичних операторів це означало зниження обсягів продажів турів, що спричинило фінансові труднощі та змусило багато компаній скоротити персонал або взагалі припинити діяльність. Однією з ключових проблем, що виникла через пандемію COVID-19, стали обмеження на пересування. Закриття кордонів, скасування рейсів і суворі карантинні заходи обмежили можливість подорожувати. Навіть після часткового зняття обмежень туристи стикалися з новими вимогами, такими як необхідність надання результатів тестів на

COVID-19 або сертифікатів вакцинації. Це створило додаткові складнощі для планування подорожей, особливо для сімей з дітьми або літніх людей [23].

У контексті України ситуація ускладнилася через військовий стан. Мобілізація чоловіків обмежила кількість осіб, які могли виїжджати за кордон, що негативно вплинуло на міжнародний туризм. Крім того, через військові ризики багато країн обмежили або повністю припинили авіасполучення з Україною. Попри те, що Україна має значний туристичний потенціал, недостатній розвиток інфраструктури залишається однією з основних перешкод для ефективного управління туристичними потоками. У багатьох регіонах країни спостерігається дефіцит сучасних готелів, ресторанів і транспортних сполучень. Це обмежує можливості прийому як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Зокрема, в умовах війни багато туристичних об'єктів постраждали або стали недоступними. Відсутність належного рівня інвестицій у відновлення та модернізацію туристичної інфраструктури значно знижує конкурентоспроможність України на міжнародному ринку. Сучасний туристичний ринок активно використовує цифрові технології для управління потоками туристів, бронювання послуг і маркетингових кампаній. Однак в Україні рівень цифровізації у туристичній галузі залишається низьким. Багато агентств досі не мають власних онлайн-платформ для бронювання турів, що ускладнює доступ до їхніх послуг для клієнтів. У світлі пандемії, коли онлайн-канали стали основним способом комунікації з клієнтами, цей недолік став ще більш помітним. Розвиток міжнародного туризму потребує активної участі держави у створенні сприятливих умов для залучення іноземних туристів. Однак в Україні відсутня чітка та послідовна політика підтримки туристичної галузі. Недостатнє фінансування, бюрократичні перешкоди та слабка координація між державними органами і приватним сектором ускладнюють реалізацію національних туристичних програм. Окрім того, недостатня увага приділяється просуванню України як туристичного напрямку на міжнародній арені. Інформаційна політика часто

фокусується на негативних аспектах, таких як війна, що знижує привабливість країни для іноземних туристів [29].

Війна в Україні суттєво вплинула на міжнародний імідж країни як туристичного напрямку. Багато іноземців сприймають Україну як небезпечний регіон для відвідування, навіть у тих областях, які залишаються відносно безпечними. Це знижує кількість іноземних туристів і вимагає від агентств значних зусиль для відновлення довіри. Виявлені проблеми в управлінні міжнародними туристичними потоками демонструють, що галузь потребує комплексного підходу до вирішення зазначених викликів.

Попри те, що Україна має значний туристичний потенціал, недостатній розвиток інфраструктури залишається однією з основних перешкод для ефективного управління туристичними потоками. У багатьох регіонах країни спостерігається дефіцит сучасних готелів, ресторанів і транспортних сполучень. Це обмежує можливості прийому як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Зокрема, в умовах війни багато туристичних об'єктів постраждали або стали недоступними. Відсутність належного рівня інвестицій у відновлення та модернізацію туристичної інфраструктури значно знижує конкурентоспроможність України на міжнародному ринку.

Однак в Україні відсутня чітка та послідовна політика підтримки туристичної галузі. Окрім зазначених викликів, важливим фактором стають екологічні виклики, що постають перед туристичною галуззю. Зростання туристичних потоків без належного контролю спричиняє підвищення рівня викидів парникових газів, забруднення довкілля та надмірне використання природних ресурсів. Особливо це стосується популярних туристичних зон, які часто страждають від перевантаження туристами. Така ситуація знижує якість туристичного досвіду, спричиняє деградацію природних ландшафтів і ставить під загрозу стійкість екосистем [26].

Важливо також враховувати соціальні аспекти, зокрема вплив туризму на місцеві громади. Часто туристичні зони стикаються з проблемами надмірної урбанізації, зростанням нерівності та соціальним напруженням

через нерівномірний розподіл економічних вигод. У деяких випадках туризм спричиняє витіснення місцевих жителів через зростання цін на житло і товари першої необхідності, що створює додаткові труднощі для гармонійного розвитку регіонів. Виявлені проблеми в управлінні міжнародними туристичними потоками демонструють, що галузь потребує комплексного підходу до вирішення зазначених викликів.

Для подолання цих проблем необхідно вдосконалювати туристичну інфраструктуру, впроваджувати цифрові технології, посилювати державну підтримку та розробляти ефективні стратегії адаптації до геополітичних, економічних, екологічних та соціальних змін. Подальший розвиток галузі залежить від здатності туристичних операторів і держави діяти в умовах постійної невизначеності, зберігаючи конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

3.2 Обґрунтування рекомендацій та перспективних заходів з удосконалення управління міжнародними туристичними потоками

Ефективне управління міжнародними туристичними потоками є важливим чинником для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Сучасні виклики, які постали перед туристичною індустрією через економічні, геополітичні, соціальні та екологічні проблеми, вимагають комплексного підходу до впровадження заходів, спрямованих на їх подолання. В цьому розділі розглядаються рекомендації, які сприятимуть удосконаленню управління туристичними потоками.

Таблиця 3.1 - Ключові напрями вдосконалення управління міжнародними туристичними потоками та їх вплив

Напрямок удосконалення	Орієнтовний приріст ефективності (%)	Орієнтовні інвестиції (млн грн)
Інфраструктура	25%	500
Цифровізація	20%	300
Маркетингові стратегії	15%	200
Екологічна стійкість	10%	150
Кадровий потенціал	10%	100
Державна підтримка	20%	250

Для вдосконалення управління міжнародними туристичними потоками необхідно визначити ключові напрями розвитку, які матимуть найбільший вплив на галузь. Інфраструктура є пріоритетною, оскільки її модернізація може забезпечити приріст ефективності до 25% за умови інвестицій у розмірі близько 500 млн грн. Цифровізація послуг здатна підвищити ефективність на 20% при залученні 300 млн грн, а маркетингові стратегії, орієнтовані на просування туристичних продуктів, можуть додати ще 15% за 200 млн грн інвестицій. Екологічна стійкість і розвиток кадрового потенціалу, хоча й потребують менших вкладень, забезпечують важливі довгострокові переваги, а державна підтримка залишається фундаментом для інтеграції всіх інших заходів [23].

Одним із ключових аспектів є необхідність вдосконалення туристичної інфраструктури. Інвестиції у модернізацію транспортних мереж, розвиток готельного бізнесу, покращення туристичних об'єктів і створення нових атракцій є першочерговими заходами для підвищення привабливості туристичних напрямків. Важливою є також розробка інклюзивної інфраструктури, яка дозволить залучити ширшу аудиторію, включаючи людей з обмеженими можливостями. Розширення спектра послуг і

покращення їх якості підвищить рівень задоволення туристів і сприятиме їх поверненню.

Другою важливою складовою є цифровізація туристичної галузі. У сучасному світі значна частина туристів планує свої подорожі онлайн, тому наявність сучасних цифрових платформ є обов'язковою умовою для ефективного управління туристичними потоками. Розробка інтерактивних порталів для бронювання, мобільних додатків із туристичною інформацією, а також використання аналітичних інструментів для прогнозування попиту допоможе оптимізувати роботу туристичних агентств. Крім того, варто впроваджувати системи автоматизації для управління потоками туристів і покращення якості обслуговування.

Іншим перспективним напрямком є вдосконалення маркетингових стратегій. З огляду на зростаючу конкуренцію на міжнародному туристичному ринку, важливо активно просувати національні туристичні продукти. Використання соціальних мереж, онлайн-реклами, участь у міжнародних виставках і форумах є ефективними інструментами для залучення іноземних туристів. Крім того, варто розробляти брендинг окремих регіонів, який підкреслюватиме їх унікальні особливості, такі як природні ландшафти, культурна спадщина та гастрономія [11].

Особливу увагу слід приділити екологічній стійкості туристичної галузі. Розвиток туризму повинен базуватися на принципах збереження довкілля і сталого використання природних ресурсів. Впровадження екологічно чистих технологій, зменшення викидів парникових газів, запобігання перевантаженню туристичних зон є важливими складовими довгострокової стратегії. Наприклад, можна заохочувати використання екологічно чистого транспорту, впроваджувати програми рециклінгу та сприяти екологічній освіті як місцевого населення, так і туристів.

Ще одним пріоритетним завданням є розвиток кадрового потенціалу. Туристична галузь потребує висококваліфікованих працівників, які можуть забезпечити якісне обслуговування туристів і ефективно працювати з

сучасними технологіями. Організація навчальних програм, курсів підвищення кваліфікації та створення умов для професійного розвитку сприятиме покращенню якості послуг. Крім того, важливо стимулювати молодих спеціалістів до роботи в туристичному секторі, забезпечуючи конкурентні зарплати та кар'єрні перспективи.

Державна підтримка також відіграє важливу роль у вдосконаленні управління міжнародними туристичними потоками. Уряду необхідно розробляти і впроваджувати національні програми розвитку туризму, надавати фінансову підтримку туристичним підприємствам, створювати сприятливі умови для інвестицій у галузь. Крім того, важливо впроваджувати законодавчі ініціативи, які сприятимуть прозорості та конкурентоспроможності ринку туристичних послуг [19].

Соціальна складова також має бути врахована в процесі удосконалення управління туристичними потоками. Туризм повинен приносити користь місцевим громадам, сприяти їхньому економічному розвитку, створювати нові робочі місця і покращувати якість життя. Для цього необхідно залучати місцевих жителів до участі у розвитку туризму, підтримувати локальні підприємства та забезпечувати рівномірний розподіл економічних вигод. Крім того, слід враховувати культурну автентичність регіонів і забезпечувати її збереження під час розвитку туристичної інфраструктури.

Перспективні заходи мають враховувати і геополітичний контекст. У сучасних умовах важливо зміцнювати міжнародне співробітництво в галузі туризму, налагоджувати партнерські зв'язки з іноземними країнами та організаціями, розробляти спільні туристичні маршрути. Це дозволить не лише підвищити привабливість туристичного продукту, але й сприятиме зміцненню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Отже, удосконалення управління міжнародними туристичними потоками вимагає системного підходу, який охоплює модернізацію інфраструктури, впровадження цифрових технологій, розвиток маркетингових стратегій, забезпечення екологічної стійкості, підвищення

кваліфікації кадрів, активну державну підтримку, соціальну інтеграцію та врахування геополітичного контексту. Лише комплексна реалізація цих заходів дозволить досягти сталого розвитку туристичної галузі, підвищити її конкурентоспроможність і забезпечити довгострокову вигоду як для економіки країни, так і для її громадян.

Сфера міжнародного туризму сьогодні характеризується високою конкуренцією та динамічними змінами. Щоб успішно працювати на цьому ринку, туристичне агентство «New Level Travel» повинно постійно вдосконалюватися та адаптуватися до нових трендів.

Таблиця 3.2 – Рекомендовані пропозиції щодо управління міжнародними туристичними потоками ТА «New Level Travel»

№ з/п	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Вдосконалення бізнес-моделі	розвиток та впровадження нових туристичних продуктів	створенні індивідуальних і VIP-турів	Покращення діяльності фірми
2	Цифрова трансформація	створення і ведення веб-сайту	впровадження інновацій та клієнтоорієнтованого підходу	Покращення фін.показників
3	Підключення туристичного агентства до професійної версії пошукової системи	Інтернет-маркетинг	Розробка ефективної рекламної політики	Залучення споживачів Збільшення доходу

Однією з ключових рекомендацій є розвиток та впровадження нових туристичних продуктів. ТА «New Level Travel» має значний потенціал у створенні індивідуальних і VIP-турів, які останнім часом демонструють стабільне зростання попиту. Для цього необхідно вдосконалити аналіз потреб клієнтів, зокрема за допомогою сучасних інструментів аналітики та CRM-

систем. Впровадження таких систем дозволить компанії не лише краще розуміти своїх клієнтів, але й будувати довгострокові стосунки з ними, що є запорукою стабільного доходу

Оптимізація внутрішніх бізнес-процесів є важливим чинником для підвищення ефективності діяльності компанії «New Level Travel». Удосконалення процедур бронювання, взаємодії з партнерами та фінансового обліку сприятиме зменшенню операційних витрат та підвищенню продуктивності праці. З метою досягнення цього, доцільним є впровадження автоматизованих систем управління, які забезпечать оперативну обробку замовлень, детальний аналіз ключових показників ефективності та створення прозорих механізмів управління всіма аспектами діяльності компанії [23].

Створення та ведення веб-сайту туристичного агентства — це ключовий інструмент для залучення клієнтів і розвитку бізнесу. Для створення і успішного ведення сайту туристичного агентства «New Level Travel» необхідно:

1. Розробка структури сайту. Структура має бути зрозумілою, зручною для навігації та відповідати потребам користувачів. Головна сторінка: привабливий банер, коротка інформація про компанію, акційні пропозиції.

Тури та послуги: деталізований каталог турів (пошук за країнами, ціною, типом відпочинку), додаткові послуги (страхування, візова підтримка). Контакти: інтерактивна карта, форми зворотного зв'язку, телефони та email. Онлайн-бронювання: інтеграція системи для резервування турів.

2. Дизайн. Сучасний, адаптивний і візуально привабливий дизайн. Фотографії: Використовуйте високоякісні зображення місць, які ви пропонуєте.

3. Функціональність. Адаптивний дизайн: Сайт повинен коректно працювати на мобільних пристроях. Інтеграція з соцмережами: Посилання на профілі компанії. Мультимовність: Сайт має бути доступний принаймні українською та англійською мовами.

4. Контент. Опис турів: Інформативні описи, які містять дані про програму туру, ціну, включені послуги. SEO-оптимізація: Використовуйте ключові слова, щоб залучити органічний трафік. Регулярне оновлення: Додавайте новини, акції, корисні статті.

5. Маркетинг і просування. Соцмережі: Використовуйте Facebook, Instagram, TikTok для реклами турів. Email-розсилки: Персоналізовані пропозиції для клієнтів. Контекстна реклама: Google Ads для залучення цільової аудиторії. Партнерства: Взаємодія з готелями, авіалініями для крос-промоцій.

Ці рекомендації покликані зміцнити позиції «New Level Travel» на ринку, зробити її діяльність більш ефективною та адаптованою до сучасних викликів у сфері туризму. Впровадження зазначених рекомендацій дозволить туристичному агентству «New Level Travel» підвищити свою конкурентоспроможність на ринку, залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів.

ВИСНОВКИ

Ефективне управління міжнародними туристичними потоками є одним із найважливіших чинників для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі. У ході дослідження було визначено, що сучасні виклики, такі як пандемія COVID-19, економічна нестабільність, військові дії, а також глобальні тенденції цифровізації, екологічної відповідальності та соціальної інтеграції, значно ускладнюють процеси управління, водночас відкриваючи нові можливості для вдосконалення. Виявлені у роботі проблеми дозволили сформулювати рекомендації та заходи, спрямовані на подолання цих викликів і зміцнення позицій туристичних агентств на міжнародному ринку.

Особливу увагу було приділено діяльності туристичної агенції «New Level Travel». Аналіз показав, що агентство стикається з низкою викликів, зокрема зниженням туристичних потоків через пандемію та військові дії, недостатньою цифровізацією послуг і потребою в удосконаленні маркетингових стратегій. Разом із тим, агентство має значний потенціал для зростання завдяки своїй здатності адаптуватися до змін і розробляти нові туристичні продукти, які відповідають сучасним вимогам ринку.

Основними напрямками удосконалення управління стали розвиток інфраструктури, цифровізація, підвищення маркетингової активності, забезпечення екологічної стійкості, розвиток кадрового потенціалу та активна державна підтримка. Інфраструктурні проєкти мають на меті не лише модернізацію існуючих об'єктів, але й створення нових туристичних атракцій, доступних для різних категорій туристів. Важливим є також забезпечення інклюзивності, що дозволить зробити туризм доступним для людей з обмеженими можливостями.

Цифровізація туристичної галузі є ще одним ключовим напрямом. Використання сучасних цифрових платформ для бронювання, аналітичних інструментів для прогнозування попиту, інтерактивних мобільних додатків і

систем автоматизації здатні суттєво підвищити ефективність діяльності туристичних компаній. Це дозволяє зменшити витрати часу на організаційні процеси, підвищити якість обслуговування клієнтів і покращити загальний досвід туристів.

Розробка маркетингових стратегій із фокусом на міжнародне просування туристичних продуктів також є важливою складовою. Участь у міжнародних виставках, співпраця з іноземними партнерами, розвиток брендингу регіонів і активне використання соціальних мереж дозволяють привернути увагу до національних туристичних ресурсів. При цьому важливо враховувати унікальність кожного регіону, його культурну, природну та гастрономічну специфіку.

Окрему увагу було приділено екологічній стійкості туристичної галузі. Туризм, що базується на принципах збереження довкілля, сприяє не лише захисту природних ресурсів, але й формуванню позитивного іміджу країни. Впровадження екологічних програм, таких як переробка відходів, використання енергоефективних технологій, підтримка екотуризму та мінімізація негативного впливу на довкілля, забезпечують довготривалі переваги як для туристичних компаній, так і для суспільства загалом.

Кадровий потенціал є основою для ефективного функціонування туристичної галузі. Інвестиції у підготовку персоналу, організація навчальних програм, підвищення кваліфікації працівників і створення сприятливих умов для їхньої роботи сприяють покращенню якості послуг. Висококваліфіковані фахівці здатні краще розуміти потреби клієнтів, оперативно реагувати на зміни на ринку і впроваджувати інновації.

Державна підтримка туристичної галузі є ще одним критично важливим аспектом. Реалізація національних програм розвитку туризму, створення сприятливого інвестиційного клімату, зменшення бюрократичних перепон і фінансова підтримка туристичних підприємств є основними завданнями для уряду. Крім того, впровадження законодавчих ініціатив для

підтримки екотуризму, малого бізнесу та інноваційних проєктів у туризмі сприятиме загальному розвитку галузі.

Військові дії, які розпочалися в Україні у 2022 році, поставили перед туристичною галуззю нові виклики. Зниження туристичних потоків через обмеження мобільності та безпекові ризики потребує адаптації діяльності туристичних компаній. Одним із перспективних напрямів є розвиток внутрішнього туризму, який дозволяє підтримувати економіку регіонів і забезпечувати зайнятість місцевого населення.

Таким чином, проведені дослідження підтвердили, що вдосконалення управління міжнародними туристичними потоками потребує комплексного підходу. Інтеграція заходів із розвитку інфраструктури, цифровізації, маркетингу, екології, кадрового потенціалу та державної підтримки дозволить не лише подолати сучасні виклики, але й створити основу для сталого розвитку туристичної галузі. Це забезпечить підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку туризму, сприятиме економічному зростанню країни і покращенню якості життя її громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батківець Н. О., Кордек Е. І., Стецюк Л. Р. Розвиток інформаційних технологій в управлінні туристичними потоками. Актуальні задачі сучасних технологій: матеріали IV міжнародної науково-технічної конференції. Тернопіль, 2015. С. 175-176. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/batkovec2.htm
2. Безуглий І. В. Моделі організації туристичного бізнесу в умовах кризи. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2021. Вип. 3 (149). С. 3-8.
3. Благун І.С., Лещук Г.В., Кифор М.В. Економічне моделювання попиту на туристичні послуги в регіонах. Регіональна економіка. 2019. №4. С. 87-93. URL: https://re.gov.ua/re201904/re201904_087_BlahunIS,LeshchukHV,KyforMV.pdf
4. Божидарник Т. Міжнародний туризм. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
5. Бондаренко Л. А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2021. №13. С. 167-173. URL: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-17>
6. Бондаренко М.П. Проблеми розвитку туристичних ринків. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 2. С. 87–91.
7. Великочий В. С., Дутчак О. І., Шекеринець В. В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М., 2015. 254 с.
8. Ганкіна М.С. Соціально-комунікативна функція туристичних підприємств на основі розвитку програм міжнародного освітнього туризму. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 10. С. 64–66.

9. Глобалізація. Регіоналізація. Регіональна політика: Хрестоматія з сучасної зарубіжної соціології регіонів / За ред. І.Ф. Кононова, В.П. Бородачова, Д.М. Топольськова. Луганськ : Знання, 2010. 384 с.
10. Головка Л. С., Дяченко Л.А. Реінжиніринг бізнес-процесів у розвитку залізничного туризму в Україні. Проблеми економіки транспорту. 2016. № 12. С. 67-76. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnuzt_pet_2016_12_10
11. Гончарова О. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. 2013. № 10. С. 78-82.
12. Гризовська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. Причорноморські економічні студії. 2018. Том 26. Частина 1, с. 115-118.
13. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Діяльність Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://unwto.org/>
15. Євтушенко О. В. Використання маркетингових інструментів у сфері туризму. Вісник Харківського національного університету. 2014. № 1144. С. 166-170.
16. Іванова З.О. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. Вісник КНУТД. 2015. №6 (93). С. 65-68.
17. Івченко Л.О., Кужиль С.В., Петренко М.В. Особливості організації дитячого туризму в Україні. Економіка та держава. 2019. № 1. С. 83–88.
18. Інстаграм сторінка туристичної агенції "New Level Travel". URL: <https://www.instagram.com/new.level.travel?igsh=cnZhMGpqbXIwOG0y>
19. Камушков О.С., Ткач В.О. Механізми розвитку підприємництва у сфері туризму. Теорія та практика державного управління. 2015. №2.

20. Керівництво з управління інноваційними проектами та програмами підприємств: Монографія / Перекл. з японського під ред. проф. Ярошенка Ф.О. К.: Новий друк, 2010. 160 с.

21. Ковальчук Т. М., Вергун А. І. Теоретико-методологічні аспекти аналізу бізнес-процесів як функції управління. Економічний аналіз. 2017. № 4. С. 219–224.

22. Комар Н. В., Уніят А. В. Привабливість Азіатсько-Тихоокеанського регіону на світовому ринку туристичних послуг. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4201>.

23. Король О. Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл : монографія. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2018. 512 с.

24. Косар Н., Кузьо Н. Розвиток туризму в умовах кризових явищ. Актуальні проблеми економіки. 2016. №2. С. 115-125.

25. Кучерява Г. О. Особливості розвитку туризму в країнах Адріатичного туристичного мезорайону. Збірник наукових праць «Проблеми міжнародних відносин». Серія: політичні науки. 2019. №16. С. 142 – 162.

26. Кучерява Г. О. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні. Проблеми державного будівництва в Україні №27: збірник матеріалів XXIV Міжнародної конференції «Європейський вибір України у контексті світових політичних процесів». К.: КиМУ, 2019. Т.1. С. 126-131.

27. Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму. Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. К.: Центр учбової літератури, 2017. 244 с.

28. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.

29. Осипенко К. В. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу. - Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. 2014. Вип. 8. С. 188-199. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_ek_2014_8_27

30. Поворознюк І. М. Перспективи розвитку європейського ринку туристичних послуг. - Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 2. С. 27-URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_2_7