

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин та туризму

Кваліфікаційна робота
на тему «Особливості застосування різних транспортних систем при організації
та реалізації туристських послуг»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 401 ЕТ

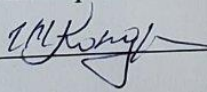
Спеціальності 242 «Туризм»

Козьменко Марія Миколаївна

Керівник: к.е.н., доцент Маховка В.М.

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та туризму

17.06.2021 р.  І.Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2021

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин та туризму

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Чичкало-Кондрацька І.Б.

І.Б. Чичкало-Кондрацька
« 26 » 04 2021 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

Козьменко Марії Миколаївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Особливості застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг»

керівник роботи к.е.н., доцент Маховка Вікторія Михайлівна

затверджена наказом по університету від «03» березня 2021 р. №158 ф. а

2. Строк подання студентом роботи 06.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи *посібники, дані підприємства, нормативно-правові акти, монографії, періодичні видання, статистичні дані*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

3. РОЗРОБКА НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
I	Маховка В.М., к.е.н., доцент	10.05.2021	18.05.2021
II	Маховка В.М., к.е.н., доцент	19.05.2021	23.05.2021
III	Білоусова А.Ю., к.е.н., доцент	24.05.2021	30.05.2021

7. Дата видачі завдання 26.04.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор. №	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Збирання даних про базове підприємство, пошук літературних джерел	19.04.2021 – 23.04.2021	вск
2.	Розроблення і затвердження керівником плану роботи	26.04.2021 – 28.04.2021	вск
3.	Оброблення літератури і розроблення теоретичного розділу	29.04.2021 – 10.05.2021	вск
4.	Розроблення аналітичного розділу кваліфікаційної роботи	11.05.2021 – 18.05.2021	вск
5.	Розроблення проектного розділу кваліфікаційної роботи	19.05.2021 – 28.05.2021	вск
6.	Оформлення кваліфікаційної роботи	31.05.2021 – 06.06.2021	вск
7.	Перевірка роботи на плагіат	06.06.2021 – 19.06.2021	вск
8.	Захист кваліфікаційної роботи	22.06.2021 – 25.06.2021	вск

Студент (підпис)

Керівник роботи (підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ.....	5
1.1. Характеристика транспортного обслуговування в туризмі.....	5
1.2. Основні види транспортного обслуговування під час реалізації туристичних послуг та їх характеристика.....	12
1.3. Світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг.....	25
Висновки за розділом 1	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ.....	34
2.1. Аналіз особливостей розвитку транспортної системи України.....	34
2.2. Аналіз ТА «Весь світ» як суб'єкта господарювання.....	42
2.3. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА «Весь світ».....	51
Висновки за розділом 2	58
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ.....	60
3.1. Розробка нового туристичного маршруту для ТА «Весь світ».....	60
3.2. Очікуваний економічний ефект від запропонованих заходів для ТА «Весь світ».....	68
Висновки за розділом 3	76
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

В сучасних умовах транспортне обслуговування здійснює величезний вплив на розвиток сучасного туризму у різних його видах та формах. Транспортне обслуговування туристів – це одна із складових частин індустрії туризму. Натепер не існує єдиної транспортної системи, що обслуговує туризм, а потреба в перевезеннях регулюється попитом з кожним видом транспорту. Транспортне обслуговування туристів вважається найбільш складним етапом в організації подорожей. Під час подорожей для перевезення туристів використовують різні види транспорту: авіаційний, залізничний, автомобільний та водний. Кожний з них має свої техніко-економічні особливості, специфічну матеріальну базу, різні можливості перевезення туристів. Тому актуальним для дослідження залишається вивчення особливостей застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг.

Проблематику та перспективи розвитку транспортного обслуговування і перевезення туристів розглядали у своїх роботах такі фахівці як: Аріон О. В., Антоненко І., Бабарицька В. К., Герасименко В. Г., Замкова А. В., Кифяк В. Ф., Любіцева О. О., Мальська М. П., Мельник І., Фастовець О. Б., Біржаков М. Б., Бутко І. І., Гуляєв В. Г., Ільїна О. М., Дурович А. П., Котельникова В. Є., Кусков А. С., Остова О. Я., Одінцева Т. Н., Сенін В. С., Чудновський В. Ф. та інші.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у ознайомленні з особливості застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг ТА «Весь світ».

Для досягнення даної мети, було розроблено ряд завдань:

охарактеризувати транспортне обслуговування в туризмі;

визначити основні види транспортного обслуговування під час реалізації туристичних послуг та надати їх характеристику;

дослідити світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг;

здійснити аналіз особливостей розвитку транспортної системи України;

проаналізувати ТА «Весь світ» як суб'єкт господарювання;
оцінити вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА «Весь світ»;
розробити новий туристичний маршрут для ТА «Весь світ»;
розрахувати очікуваний економічний ефект від запропонованих заходів для ТА «Весь світ».

Об'єктом нашого дослідження виступає теоретичні та практичні аспекти застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг.

Предмет дослідження у кваліфікаційній роботі є особливості застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг на прикладі ТА «Весь світ».

Інформаційно-методологічною базою кваліфікаційної роботи стали: навчальні посібники, наукові статті періодичної літератури, закони України, державні нормативно-законодавчі акти, монографія вітчизняних та зарубіжних авторів, державні постанови, інтернет ресурси, статистичні дані та документація ТА «Весь світ».

Під час написання кваліфікаційної роботи використовуються такі методи дослідження, як: опис, аналіз, класифікація, формалізація, синтез, абстракція, індукція, узагальнення, дедукція, аналогія, порівняння, конкретизація.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 14 таблиць, 18 рисунків та додатки, список використаних джерел налічує 63 найменування. Обсяг основного тексту становить 87 сторінок.

Результати дипломного дослідження оприлюднені на VIII Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції за міжнародною участю «Організаційно-правові аспекти публічного управління» (20 квітня, 2021 року, м. Полтава).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

1.1. Характеристика транспортного обслуговування в туризмі

Транспорт є провідним фактором розвитку туризму. Рівень розвитку транспорту безпосередньо визначає стан і розвиток туризму. Згідно Дж.Уокера [1], історію туризму можна поділити на два етапи: до появи масових видів транспорту і після їх появи. Друга частина відповідно до появи та використання в туризмі кожного з окремих видів транспорту поділяється на: вік залізниць, вік автомобілів, вік реактивних авіалайнерів і вік круїзів на морських лайнерах.

Транспортні послуги – один з основних видів обслуговування в туризмі. На них припадає і основна частка ціни туру: 40-60%. Різні види транспорту використовуються туристськими установами для організації подорожей. Основна частка в загальній масі транспортних послуг належить авіаційному транспорту.

Для того щоб дати характеристику транспортного обслуговування спочатку потрібно охарактеризувати визначення транспорту та його елементів, для цього скористаємося Законом України «Про транспорт», в якому визначено, що транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва і покликаний задовольняти потреби населення та суспільного виробництва в перевезеннях [3].

Для нашого дослідження важливо визначити зміст ключових понять, одним з яких є поняття «транспортного обслуговування». Складемо детальний аналіз складових частин даного визначення. Загалом транспортне обслуговування можна визначити як діяльність, пов'язану з процесом переміщення вантажів та пасажирів у просторі й часі з наданням супутніх цій

діяльності транспортних послуг. Наведемо кілька прикладів даного визначення, які представлені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Етимологія поняття «транспортне обслуговування»

Автор	Трактування поняття
Азриліян. А.Н.	Транспортне обслуговування – це кінцевий результат діяльності транспортних підприємств по виконанню договору перевезення. Представляє сукупність засобів, форм і методів, що забезпечують реалізацію транспортної продукції (послуги) перед його замовником (продавцем або покупцем) [5]
Міротин Л.Б.	Транспортне обслуговування – це діяльність, пов'язана з процесом переміщення вантажів і пасажирів в просторі і в часі і наданням супутніх цієї діяльності транспортних послуг [38]
Скворцова Л.І.	Транспортне обслуговування – це процес надання транспортних послуг відповідно до встановлених норм і вимогам [45]
Федоров В. А.	Транспортне обслуговування – це комплекс заходів (дій), спрямований на здійснення перевезень туристів і багажу за певним туристського маршруту усіма видами транспорту і охоплюють підготовку, експлуатацію, ремонт об'єктів транспортної інфраструктури, а також виділення, розподіл і підготовку транспортних засобів і персоналу [51]

В залежності від підходів до класифікації розрізняють декілька видів транспорту. Так, в залежності від середовища здійснення перевезень транспорт поділяють на наземний, водний та повітряний приклад наведено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Види транспорту [1, 3]

Наземний (сухопутний)	Водний	Повітряний
Автомобільний	Морський	Авіаційний
Залізничний	Річковий	

Охарактеризуємо кожний вид транспорту детальніше. Автомобільний транспорт являє собою галузь транспорту, яка забезпечує задоволення потреб населення та суспільного виробництва у перевезеннях пасажирів та вантажів автомобільними транспортними засобами [3].

Залізничний транспорт – це виробничо-технологічний комплекс підприємств залізничного транспорту, призначений для забезпечення потреб суспільного виробництва і населення країни в перевезеннях у внутрішньому і міжнародному сполученнях та надання інших транспортних послуг усім споживачам без обмежень за ознаками форми власності та видів діяльності тощо [2].

Водний транспорт – це вид транспорту, до якого належать судна, суб'єкти господарювання, що здійснюють та забезпечують перевезення переважно внутрішніми водними шляхами вантажів, пасажирів, багажу і пошти, використовуються для рибогосподарської діяльності, надають інші послуги з використанням суден внутрішнього плавання, забезпечують судноплавство на внутрішніх водних шляхах, утримують об'єкти інфраструктури внутрішніх водних шляхів, здійснюють навігаційно-гідрографічне забезпечення судноплавства [3].

До складу авіаційного транспорту входять підприємства повітряного транспорту, що здійснюють перевезення пасажирів, вантажів, багажу, пошти, аерофотозйомки, сільськогосподарські роботи, а також аеропорти, аеродроми, аероклуби, транспортні засоби, системи управління повітряним рухом, навчальні заклади, ремонтні заводи цивільної авіації та інші підприємства, установи та організації незалежно від форм власності, що забезпечують роботу авіаційного транспорту [6].

Кожен з перелічених видів транспорту має свої характерні особливості всі вони перелічені на рис. 1.1.

Загалом можна відмітити, що сутність транспортного обслуговування туристичної діяльності полягає в двоякому характері його трактування: з одного боку, його можна розуміти як процес, пов'язаний з підготовкою, здійсненням та завершенням транспортування туристів і багажу; з іншого боку, нерідко під ним розуміється кількість транспортних засобів, шляхів сполучень і об'єктів інфраструктури (як ресурсів), які дозволяють здійснити транспортування туристів і багажу.

Залізничний	• незалежність від пори року та погодних умов; • масовість перевезень.
Автомобільний	• залежність від погодних умов та якості автомобільних шляхів; • значна собівартість перевезень.
Морський	• найдешевший вид перевезень; • потребує висококваліфікованого обслуговуючого персоналу.
Річковий	• порівняно дешевий вид транспорту; • залежність від пори року.
Повітряний	• найшвидший вид транспорту; • потребує висококваліфікованого обслуговуючого персоналу; • значна собівартість перевезень.

Рис. 1.1. Особливості видів транспорту [19]

Для того щоб більш точно зрозуміти визначення транспортного обслуговування в туризмі варто розглянути історію розвитку транспорту в туризмі. Отже, історія туризму в ХХ в. тісно пов'язана з розвитком транспортної та сервісної інфраструктури. До початку століття лідирували залізниці, які могли запропонувати всі зручності сучасного побуту: електричне освітлення, вагони-ресторани і спальні вагони з ванними кімнатами. Але починаючи з 1920-х рр. основним конкурентом залізничного транспорту стає автомобіль.

Автотуризм веде свою історію з початку ХХ ст. У 1916 році в Омасі (США) стала працювати служба прокату автомобілів, а в 1918 році почала свою діяльність найбільша з сучасних прокатна фірма Hertz. До Першої світової війни (1914-1918 р.) доступним громадським міським транспортом в багатьох містах світу став автобус. Після війни з'явилися виробництва, які перейшли до випуску комфортабельних туристичних автобусів. І в цей же час почалося бурхливе

залізничне будівництво (особливо в США), розширенню географії міжнародного туризму сприяли будівництво Суецького і Панамського каналів і вдосконалення морських суден, що перетворилися в комфортабельні плавучі готелі.

В 1907 р. на воду були спущені трансатлантичні лайнери «Сіріус», «Мавританія» та інші водотоннажністю по 30 тис. т., а в 1912 р. – найбільший корабель свого часу «Титанік» водотоннажністю 52 тис.т. Пізніше регулярні рейси між Старим і Новим Світом став здійснювати трансатлантичний лайнер «Квін Мері», водотоннажність якого дорівнювало вже 80 тис.т. Ці судна, які розвивали швидкість до 30 вузлів на годину, перетинали океан практично за тиждень. До 1940 року подорож за кордон здійснювалася, в основному, водним та автомобільним транспортом. Але вже в 1920-х рр. почалося будівництво зручних багатомісних літаків для повітряних перевезень. Перший регулярний авіарейс за маршрутом «Берлін – Лейпциг – Веймар» здійснив перевізник, який пізніше став відомий як Lufthansa. В СРСР в 1926 р. був відкритий пасажирський авіамаршрут Москва – Кенігсберг. Серед пасажирів цього рейсу був поет Сергій Єсенін з американською танцівницею Айседорою Дункан. Повітряні подорожі почалися з 1935 р. а стали масовими починаючи з середини 1950-х рр., коли з'явилися регулярні пасажирські маршрути. Швидкість і комфорт зробили авіаподорожі лідируючим видом туристських перевезень [41].

Удосконалення транспорту здешевляло поїздки, а поява нових його видів змінювала природу готельної індустрії. Розвиток залізниць призвів до створення системи харчування на вокзалах, привокзальних готелів (приклад – будівництво готелів канадської залізницею Canadian Pacific). Будувалися готелі і в районі аеропортів, а в 1920-і рр. на автодорогах з'явилися перші туристські майданчики, згодом перетворилися в мотелі. Перший такий мотель був побудований в 1925 р. в невеликому каліфорнійському містечку в 200 милях від Лос-Анджелеса. Розвиток автомобільного транспорту спричинив появу системи придорожніх закусокних, перша з яких була відкрита в 1927 р [54].

На сьогоднішній день розвиток і вдосконалення транспорту здійснюється відповідно до державних цільових програм з урахуванням його пріоритету та на основі досягнень науково-технічного прогресу і забезпечується державою.

Перевезення пасажирів, багажу і товарів (вантажів) багато в чому визначають якість практично будь-якого туристського продукту, що розробляється туроператором. Це обумовлено тим, що перевізний процес є невід'ємним етапом подорожей і туристських поїздок. Обґрунтованість вибору виду перевезення та технології надання транспортних послуг в туризмі істотно впливають на ефективність туристичного продукту і досягнення мети туристської поїздки.

Транспортні послуги – один з основних видів послуг в туризмі. На транспортні послуги припадає основна частка в структурі ціни туру. Залежно від дальності і тривалості подорожі, а також використовуваних видів транспорту ця частка може змінюватися від 20% до 60% [53].

При виборі технології транспортного обслуговування в туризмі враховуються основні показники якості та ефективності транспортних послуг ці показники зображені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Якість перевезення туристів [53]

В умовах збільшення завантаженості транспортних комунікацій і підвищення мобільності населення основним показником і чинником

підвищення якості та ефективності надаваних транспортних послуг є швидкість пасажирських перевезень, доставки багажу і вантажів. Для автомобільного транспорту її значення залежить не стільки від технічних характеристик рухомого складу, скільки від факторів, що характеризують пропускну здатність вулично-дорожньої мережі та інтенсивність руху.

До сфери транспортного обслуговування прийнято відносити перевезення пасажирів і вантажів та пов'язані з їх забезпеченням і задоволенням потреб замовника процеси. Транспортна послуга являє собою результат діяльності виконавця транспортної послуги щодо задоволення потреб пасажирів, вантажовідправників і вантажоодержувачів в перевезеннях відповідно до встановлених норм і вимог.

Транспортне обслуговування в туризмі здійснюється на підставі укладення договорів на перевезення. Договір на перевезення це документ (угода) між виконавцем і споживачем транспортних послуг, в якому регламентуються зобов'язання і взаємна відповідальність сторін при перевезенні [52].

Транспортні послуги можна замовити в транспортній або експедиційній компанії, у фізичних та юридичних осіб. Вони є стороною договору туристської перевезення, яка надає послуги. Споживачем транспортної послуги виступає фізична або юридична особа, яка є стороною договору перевезення, яке використовує послугу. Споживачами транспортних послуг можуть бути пасажирів, вантажовідправники і вантажоодержувачі. Пасажиром є фізична особа (у туристських поїздках це турист), у якої укладено договір (квиток) перевезення.

Понад 50 галузей народного господарства залучено до індустрії туризму. Вони тісно взаємопов'язані й в комплексі можуть принести чималий прибуток державі. Проста арифметика: кожний турист, який відвідує країну, протягом трьох днів витрачає в середньому 520 дол. США. Транспортне обслуговування є найважливішим елементом туристкою інфраструктури і входить в основний комплекс послуг, що включаються до складу туристичного продукту [57].

Отже, ми можемо зробити висновок, що процес транспортного обслуговування туристів є визначальним в генерації турів і туристської діяльності як високоприбуткової галузі економіки, а транспорт стає провідним фактором розвитку туризму. Більш того, збільшення попиту на подорожі робить позитивний вплив на розвиток транспортної інфраструктури. У свою чергу розвиток транспорту забезпечує в умовах збільшення завантаженості транспортних комунікацій і підвищення мобільності населення основним показником і чинником підвищення якості та ефективності надаваних транспортних послуг є швидкість пасажирських перевезень, доставки багажу і вантажів. Для автомобільного транспорту її значення залежить не стільки від технічних характеристик рухомого складу, скільки від факторів, що характеризують пропускну здатність вулично-дорожньої мережі та інтенсивність руху, можливість розширення географії туризму. Наступним етапом у дослідженні транспортного обслуговування є характеристика основних видів транспорту та більш детальне вивчення їх особливостей під час реалізації туристичних послуг та їх характеристика.

1.2. Основні види транспортного обслуговування під час реалізації туристичних послуг та їх характеристика

Проаналізувавши транспортне обслуговування в цілому в попередньому підпункті доцільно зазначити, що при транспортному обслуговуванні в туризмі використовується транспорт загального користування: залізничний, повітряний, водний (морський і річковий), автомобільний, розглянемо характерні особливості зазначених видів транспорту при наданні транспортних послуг в туризмі.

Почнемо з авіатранспорту адже він найпопулярніший вид транспорту в світі. Те ж саме можна сказати і про авіаперевезення в туризмі. Як показує статистика, авіаперевезення виходять на перше місце серед інших видів транспортування. Це обумовлено в першу чергу розширенням меж подорожей,

збільшується кількість турів короткої тривалості. Цим власне і викликаний інтерес туристичних компаній до авіап перевезень. Авіап перевезення в туризмі грають провідну роль по простих причинах. Це дуже швидкий і зручний спосіб дістатися з однієї країни в іншу, сервіс на літаках привабливіший, авіакомпанії виплачують відсотки туристичним агентствам, щоб останні залучали більше туристів до авіап ерельотів.

Повітряний транспорт є однією з галузей світового господарства яка розвивається найбільш швидко і динамічно та з кожним роком займає все більш міцні позиції в загальносвітовій транспортній системі. Відсоток переваг туристів при виборі виду транспорту для подорожей у авіалінії значно вище, ніж у залізниць або автобусних компаній [19].

Авіатранспортне підприємство – це підприємство, що надає послуги в сфері пасажирських і вантажних перевезень. Здійснюючи регулярні і чартерні рейси, авіакомпанії займають ключові позиції в сучасній транспортній інфраструктурі. Авіакомпанії можна віднести до супраструктур туристичної індустрії, оскільки їх робота, хоч і не спрямована суто на обслуговування туристів, але піддається сильному впливу туристичної активності населення в відповідний період часу [19].

Майже в кожній країні світу існує авіакомпанія, яка є своєрідною візитною карткою країни, чия надійність, пунктуальність, сервіс і комфорт відповідають найвищим міжнародним стандартам. Така авіакомпанія називається національним прапором – перевізником. Прикладом таких авіакомпаній є: французька Air France, німецька Lufthansa, британська British Airways, іспанська Iberia, фінська Finnair [10].

Серед авіакомпаній можна виділити публічні, тобто які регулюються державою і приватні, тобто приватизовані. У Європі, наприклад, діяльність авіакомпаній багато в чому регулюється урядами країн. У США і Великобританії, навпаки, всі авіакомпанії приватизовані і є приватними. Але, наприклад, авіакомпанії Swiss, «Скандинавські авіалінії» SAS, частково приватизовані і частково належать державі.

У багатьох країнах, як правило, функціонують три основних типи авіакомпаній, які виконують регулярні польоти за розкладом, що полегшує користування ними туристами, перелік типів авіакомпаній зображений на рис. 1.3 [9].

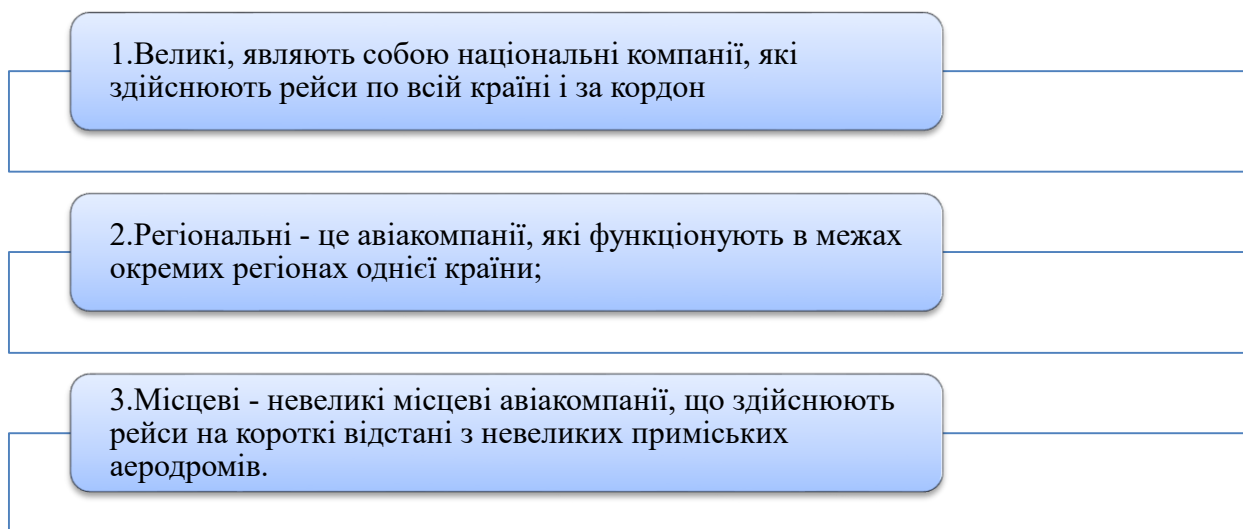


Рис.1.3. Основні типи авіакомпаній (узагальнено автором на основі [9])

Згідно зі статистикою темпи зростання популярності авіатранспорту вище, ніж автотранспорту, що обумовлюється дедалі більшим розширенням географії подорожей та існуючої стійкою тенденцією до скорочення термінів подорожі на користь їх частоти (зростання короткострокових турів на далекі відстані). Все це викликає пильну увагу туристського бізнесу до авіаційних перевезеннях. Зараз в світі налічується понад 1300 авіакомпаній. В середньому в рік на авіарейсах перевозиться близько 1,5 млрд. чоловік. Міжнародні повітряні сполучення забезпечують зараз понад 470 перевізників, близько 250 з них роблять міжнародні регулярні авіарейси. В обслуговуванні міжнародних повітряних сполучень беруть участь понад 1 тис. аеропортів світу, близько 650 з них обслуговують міжнародні регулярні авіаперевезення.

Сайт Airline Ratings, який оцінює роботу авіакомпаній, опублікував рейтинг найкращих перевізників у 2020-2021 році (рис.1.5) [47].

Компанії оцінювали за такими показниками, як безпека, стан літаків, робота персоналу, відгуки пасажирів та інше.

Найкращою авіакомпанією року стала Air New Zealand. До цього рейтинг кілька років поспіль очолювала Singapore Airlines.

Також AirlineRatings назвали найкращі авіакомпанії у регіонах. В Америці – Delta Air Lines, в Європі – Lufthansa, на Близькому Сході – Emirates, а в Азійсько-тихоокеанському регіоні – Cathay Pacific Airways. Найкращим європейським лоукостером став Wizz Air [47].

В рамках організації туристських подорожей існує декілька форм взаємодії туристичних підприємств і авіакомпаній всі вони наведені в на рис. 1.4.

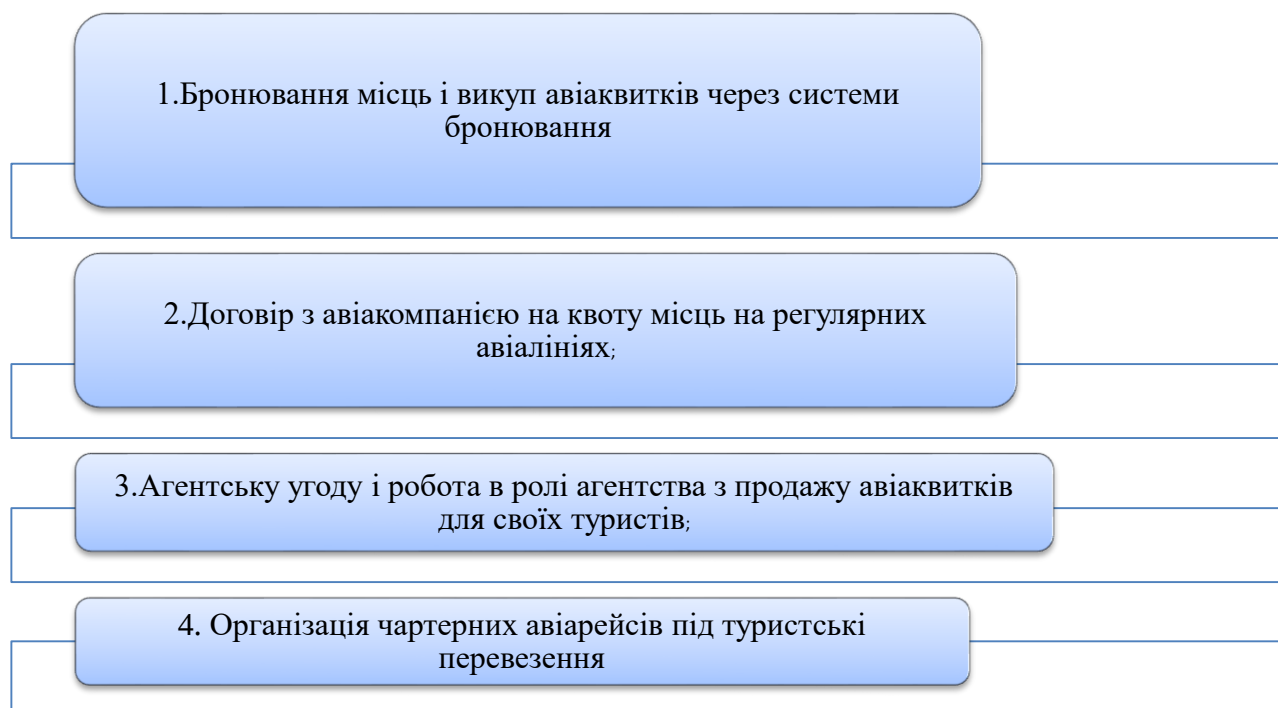


Рис. 1.4 Форми взаємодії туристичних підприємств і авіакомпаній [47]

На рис. 1.5. представлено перелік 10 найкращих авіакомпаній 2020-2021 років.

Визначимо сутність чартерного авіарейсу. Чартери в цивільній авіації – це прямі нерегулярні перельоти в певному напрямку, які організовуються не авіакомпаніями, а туроператорами або іншими сторонніми замовниками. Чартерні рейси виконуються на умовах орендного, або чартерного, договору [39].



Рис. 1.5. Перелік 10 найкращих авіакомпаній 2020-2021 рр.

Розглянемо детальніше основні види чартерів.

Шатл-чартери виконують рейси туди і назад: відвозить одну групу туристів і тут же забирає тих, хто вже відпочив. У пік сезону ціни на такий вид чартерів можуть бути досить високими, якщо туроператору потрібно відбити витрати на перший і останній рейс, які літають порожніми: спочатку борту нікого забирати, а потім – нікого повертати.

Спліт-чартери – це сполучені перельоти: частина шляху пасажери летять регулярним рейсом, а частина – чартерним. Цей підхід часто використовується на далекомагістральних напрямках.

Чартер з відстоєм – це коли літак привозить туристів в кінцеву точку маршруту, чекає і повертається з тією ж групою. Такий вид чартерних перевезень економічний, тому що стоянка повітряного судна обходиться дешевше, ніж переліт порожнього літака назад. Але є і мінус: зазвичай тур на чартері з відстоєм триває не більше тижня [48].

Реалізація маршруту чартерного рейсу вимагає великої підготовки: планування маршруту, заповнення рейсів в один бік, отримання всіх дозволів на повітряний коридор, забезпечення мінімально допустимих місць для паркування для прибуття та вильоту з аеропорту тощо. Чартерні рейси мають певні географічні умови та очевидну сезонність, і все це слід ретельно планувати: слід встановлювати спеціальні маршрути для чартерних рейсів, якщо це можливо, необхідно уникати холостого ходу, отримувати дозволи на повітряний коридор тощо [48]. Переваги та недоліки чартерних рейсів більш розгорнуто показані в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Переваги та недоліки чартерних рейсів [48]

Плюси чартерів	Мінуси чартерів
Літають прямо туди, куди немає регулярних рейсів.	Виліт часто затримують або переносять.
Дешевше регулярних маршрутів по тому ж напрямку, якщо такі є.	На них не поширюються акції і розпродажі. Милі чартерами теж не накопичити.
Дешевшають ближче до вильоту, тому що турфірмі потрібно розпродати все місце.	Зазвичай входять до складу пакетного туру (але деякі можна знайти на Скайсканері).
Авіаквитки можна переоформити на іншу особу перед випискою (зазвичай за 1-2 дні до вильоту).	Квитки можна повернути, а відпочинок - продовжити: тривалість чартерного туру обмежена

На другому місці по популярності після авіап перевезень знаходиться залізничний транспорт, він є найбільш ефективним для перевезення пасажирів і масивних видів вантажів на середні та дальні відстані. Залізниця зручна для перевезень будь-яких категорій туристів, починаючи від туристів-індивідуалів, великих і малих туристських груп на рейсових регулярних лініях і чартерних поїздах і закінчуючи організацією спеціальних туристично-екскурсійних поїздів місцевого і дальнього сполучення. Цей вид транспорту характеризується регулярністю руху в усі пори року, великою швидкістю і відносно низькою собівартістю перевезень. Разом з тим він є малоефективним при невеликій концентрації вантажних і пасажирських потоків.

Слід зазначити, що вперше англійський пастор Томас Кук, який відкрив історію сучасного туристського руху, організував саме залізничне подорож з Ліверпуля в Лондон. Поїздка коштувала один шилінг, в ній брало участь 570 осіб. Ніякими іншими наземними засобами пересування здійснити швидке транспортування такої кількості людей тоді не представлялося можливим [47].

Залежно від швидкості руху бувають швидкісні та пасажирські поїзди, їх поділяють на: дальні – курсують на відстані понад 700 км; місцеві – від 150 до 700 км; приміські – до 150 км.

У Європі прийнята така класифікація поїздів: TD – міжконтинентальний експрес; JC – міжнародний експрес; JCL – швидкісний суперекспрес; TEE – фірмовий експрес; EC – швидкісний експрес.

Якість обслуговування на залізничному транспорті залежить від виду поїзда (поштовий, пасажирський, швидкий, фірмовий) і класу розміщення (загальний, плацкартний, м'який, спальний вагони) [48].

Більшість країн світу охоплені мережею залізниць, що забезпечують доступність практично всіх географічно й історично цікавих для туристського освоєння районів. Завдяки цьому є значний потенціал для розвитку і зростання популярності залізничного туризму. Під залізничним туризмом розуміється подорож, що здійснюється фізичними особами по залізниці на спеціалізованому залізничному транспортному засобі, тривалістю від 24 годин до одного року або менше 24 годин, але з ночівлею, в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, релігійних та інших цілях, не пов'язаних з оплачуваною діяльністю. Крім основного призначення – перевезення – залізниця активно використовується в розважальних цілях. «Поїздки під паром» на ретропоїздах з унікальними локомотивами по національних парках стали розвагою для туристів які подорожують на надшвидкісних та найсучасніших магістралях.

Стандартні поїздки залізницею можна розділити на три категорії: одноденна поїздка; коротка (2-3 дні); багатоденна (починаючи з 5 днів або довше) [49].

Одноденна поїздка починається вранці і закінчується цього ж вечора. По дорозі туристи перебувають у вагоні-ресторані там вони можуть не тільки поїсти, а й дивитися виступи естрадних та циркових артистів. Туристів ведуть на конкретні станції, де для них готують спеціальні програми. Це може бути екскурсійна поїздка або пікнік на природі.

Під час дво- або триденної поїздки на поїзді пасажери живуть в різних вагонах. Маршрут традиційно розроблений таким чином, щоб вночі, коли всі сплять, поїзд був у дорозі. Вдень туристи зайняті різними екскурсіями.

Багатоденний тур. Розклад руху поїздів, що передбачає багатоденні екскурсії, дуже різноманітний. Згідно з різними маршрутами та планами турів, туристи часто виїжджають в дорогу і в денний час. Практика довела, що для того, щоб пасажери не втомлювались, туристичні поїзди повинні курсувати безперервно протягом півтора днів між двома пунктами поїздки.

Груповий переїзд туристів до об'єктів туристського інтересу без проживання, харчування та надання їм в дорозі різних послуг, як правило, здійснюється за лінійним маршрутом одним з трьох способів: групові подорожі туристів здійснюються у вагонах без проживання, харчування та різноманітних послуг, що надаються їм у дорозі; регулярні міжміські поїзди та місцеві поїзди; фіксовані (один рік або один сезон) розклад руху, прикріплений до звичайного поїзда протягом періоду подання заявок на подорожі в туристичну агенцію [49].

Під час подорожі круговим або радіальним маршрутом міжміський залізничний вокзал забезпечує туристичні послуги або доступ до об'єктів, що цікавлять туристів у проміжних пунктах; на круговому або радіальному маршруті туристи подорожують на автомобілі так як перевагами автомобільного транспорту є мобільність, невисокі тарифи, можливість транспортування багажу, можливість зупинок в дорозі, невисокі питомі капітальні затрати та ін.

Недоліки даного виду транспорту: невисока пасажиромісткість і експлуатаційна швидкість, забруднення довкілля продуктами згоряння палива, невисокий рівень комфортного життєзабезпечення під час тривалих подорожей, висока аварійність та ін. Автобусні поїздки або подорожі вважаються відносно

новим напрямком в індустрії туризму. Початком становлення автобусних турів прийнято вважати 70-ті роки XX ст. До початку даного періоду автобусний транспорт експлуатувався для наступних цілей: трансфер, екскурсії та регулярні місцеві перевезення. З 1986 року в європейських країнах спостерігається висока конкуренція між залізничними і автобусними організаціями. Дані обставини призводять до формування об'єднання автобусних перевізників – Рада «ЕВРОЛІНІЇ» («Eurolincs»). Дана структура включає в себе 33 європейських партнера. Ці автобусні фірми стали здійснювати свою діяльність під однією торговою маркою, розробили єдиний комплекс автобусних повідомлень за наскрізними квитками до єдиних стандартів обслуговування і програмою заохочень і знижок [35].

На сучасному етапі автобусні подорожі - економічний напрямок в туризмі, що носить масовий характер. Даний туристичний вид має також тенденцію до подальшого розвитку. Найбільшим попитом користуються автобусні тури вихідного дня – зазвичай це дво-триденні поїздки по європейських містах з пізнавальним цілями. Друге місце за популярністю займають маршрутні тури, які тривають один-два тижні європейськими містами з екскурсійними цілями. Варто підкреслити, що фактор сезонності не впливає на організацію автобусних турів. Дані подорожі здійснюються цілий рік. Туроператору, що розробляє дані подорожі, при формуванні маршрутів в європейських країнах перш за все необхідно вивчити швидкісні і інші обмеження. Проведення автобусних подорожей вимагає також оформлення спеціальної страховки (крім медичної) – зеленої карти (страхування автоцивільної відповідальності на користь третіх осіб при винності застрахованого – International Motor Insurance Card) [50]. Автобусні подорожі здійснюється на автобусах, які перебувають у власності туристичного підприємства або на орендованому транспорті, що належить незалежним автотранспортним підприємствам. Найчастіше, туристичної агенції вважають за краще орендувати автобуси. Туроператор укладає договір на оренду автобуса для перевезень пасажирів з туристичними цілями.

Також, в сучасних реаліях набувають популярності подорожі з використанням особистого транспорту туристів. Однією з головних особливостей подорожі на власному автотранспорті є те, що туристичне підприємство формує пакет послуг, в якому відсутнє транспортне забезпечення. Найпоширенішими турами в рамках даного напрямку є поїздки вихідного дня. Користуються попитом поїздки з оздоровчими цілями, такі як виїзд на природу або до місць відпочинку, і пізнавальні, до яких відносяться подорожі до історико-культурних пам'яток. Варто зауважити, що розвиток готельної інфраструктури, зокрема мотелів, прямо пов'язане з автотуризмом. У багатьох розвинених країнах по популярним туристичним трасам були відкриті цілі ланцюги малих готелів і кемпінгів, що надають свої послуги туристам на особистому автомобілі [50].

Після автомобільного за популярністю знаходиться водний транспорт. У пасажирських перевезеннях річкові судна займають порівняно невелику частку. Це пов'язано з тим, що звичайна швидкість такого транспорту досягає 20-30 кілометрів на годину, через що річкове судно не може конкурувати з більш швидкохідними автобусами та потягами. За допомогою так званих підводних крил і повітряній подушці швидкість судів можна збільшити до 80 кілометрів на годину. Однак в цьому випадку серйозно зростає вартість перевезень – через велику витрату палива. Але останнім часом на річці почало з'являтися все більше кораблів на повітряній подушці для перевезення людей. SVP має характеристики земноводних, тому корабель не вимагає спеціально обладнаних причалів. Під час весняного бездоріжжя – це єдиний транспортний засіб, який може перевозити людей і товари з одного узбережжя на інше. Залежно від акваторії, де використовується цей вид транспорту, розрізняють річковий та морський транспорт. Перший вид водного транспорту також називають ОВТ (внутрішній водний транспорт). Це кораблі, які перевозять вантажі та пасажирів внутрішніми водними шляхами (річка, канал, водосховище, озеро). У річкового транспорту давня історія, ще в Давньому Єгипті будували річкові кораблі, гребного або парусного типу. Пізніше використовували тягу коней або людей які йшли по берегу. У ХІХ столітті з'явилися перші річкові пароплави [24].

Зауважимо, що популярністю користується особистий водний транспорт він використовується для різних цілей: рибалка, туризм, відпочинок, різноманітні заходи. Для відпочинку і туризму використовуються такі судна, як човни і катери. Любителі риболовлі використовують надувні човни. Для заходів використовуються яхти. Для далеких туристичних походів по річках використовуються транспортні та туристичні човни.

Водний туризм в останні роки стає дуже популярним. Подорожі туристів по водних просторах морів і річок регламентуються Афінською конвенцією «Про перевезення морем пасажирів і багажу» (1974 р.) і Міжнародною конвенцією «Про уніфікацію деяких правил при перевезенні морем пасажирів та їх багажу» (1967 р). Згідно з даними міжнародних актів, міжнародним вважається перевезення, коли місце відправлення і місце призначення знаходяться на територіях різних держав, або на території однієї держави, якщо за договором перевезення проміжний порт заходу знаходиться в іншій державі.

Засоби морських пасажирських перевезень можна класифікувати в такий спосіб приклад наведений на рис. 1.6.

Пасажирські лайнери
• регулярні в трансокеанських лініях
Пасажирські лайнери
• регулярні лінії каботажного плавання в межах прибережних територіальних вод держави
Круїзні судна
• здійснюють від 5-ти до 15-ти денних, і більш тривалі рейси з заходженням у кілька портів різних держав, в тому числі з короткочасною (1-2 дні) стоянкою
Пасажирські лайнери
• регулярні лінії міжнародних рейсів між портами різних держав або між портами одного держави, але із заходом в порт іноземної держави
Пороми
• здійснюють регулярні вантажопасажирські перевезення; судна для перевезення спеціальних категорій пасажирів, наприклад, паломників

Рис.1.6. Засоби морських пасажирських перевезень [25]

Основними видами водних подорожей є морські і річкові круїзи. Круїзи поєднують відпочинок і знайомство з відвідуваними країнами, містами, історичними та культурно-туристичними об'єктами. Найпопулярніші райони морських круїзів: Карибський басейн, Середземномор'я, Західне узбережжя США, Північна Європа та Азія.

В останні роки, щоб задовольнити зростаючий попит на туристів, круїзні компанії почали приділяти більше уваги розвитку нових морських районів в Японії, Австралії та Новій Зеландії.

В даний час на світовому круїзному ринку знаходиться 162 пасажирських судна загальною місткістю приблизно 13 297 пасажирських місць. Кількість пасажирів щороку сягає 6 мільйонів.

Водні екскурсійні тури мають багато переваг всі вони перелічені на рис. 1.7.

Переваги Високий рівень комфарту;	Переваги Велика кількість одноразових завантажень (до 1000 осіб і більше)	Переваги Довічна підтримка.
Недолік Низька швидкість	Недолік Синдром «Закритого простору»	Недолік Деякі пасажери схильні до «морської хвороби»

Рис. 1.7 «Переваги та недоліки водних екскурсійних турів»

Серед водних транспортних засобів розрізняють підводні (екскурсійні підводні човни) і надводні засоби (теплоходи, круїзні судна, морські пороми, прогулянкові судна, яхти). За рівнем комфортності водні засоби пересування класифікують: стандартні (їх зазвичай позначають ***); першокласні (****); престижні (*****); суперлюкс (*****) [24].

За вартістю круїзи класифікуються наступним чином:

економічні круїзи;

класичні круїзи (переважають на міжнародному рівні);

преміум-круїзи орієнтовані на вимогливих клієнтів, що пред'являють підвищені вимоги до сервісу і комфорту. Туристам пропонується персональне обслуговування; круїзи-люкс і ексклюзивні, призначені для дуже багатих туристів, що займають високе положення в суспільстві. Це своєрідні закриті клуби. Географія круїзів даної категорії тяжіє до екзотичних напрямках.

Характерними рисами, що вигідно відрізняють круїз від інших турів, є: найбільш високий рівень комфорту і сервісу; можливість реалізації різних цілей турів (, відпочинок і спорт, пізнавальні цілі під час екскурсій в портах стоянок, ділові цілі при проведенні під час круїзів семінарів, презентацій або майстер-класів); повний комплекс життєзабезпечення (проживання, харчування, дозвілля) на борту круїзного лайнера [24].

Таким чином, основні переваги водного транспорту (морського та річкового): високий рівень комфорту, великий обсяг одноразової завантаження, можливості реалізації різних видів і цілей туризму (пізнавальний, бізнес-туризм, навчальний, шоп-туризм та ін.), повноцінний відпочинок, повний комплекс життєзабезпечення.

Здійснивши дослідження можна зробити висновок, що кожне з наведених вище видів транспортного обслуговування має свої особливості, переваги та недоліки. Залізничний транспорт найбільш ефективний для перевезення пасажирів і масивних видів вантажів на середні та дальні відстані. Авіап перевезення в туризмі грають провідну роль – це дуже швидкий і зручний спосіб дістатися з однієї країни в іншу, сервіс на літаках привабливіший, авіакомпанії виплачують відсотки туристичним агентствам, щоб останні залучали більше туристів до авіа перельотів. Основні переваги водного транспорту – високий рівень комфорту, великий обсяг одноразової завантаження, можливості реалізації різних видів і цілей туризму. Переваги автомобільного транспорту: мобільність, невисокі тарифи, можливість транспортування багажу, можливість зупинок в дорозі, широкий обзор, невисокі

питомі капітальні затрати та ін. В наступному підрозділі ми розглянемо світовий досвід застосування різних транспортних систем.

1.3 Світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг

Загальновідомий той факт, що в останні роки одне з головних місць в економіці більшості країн стала займати індустрія туризму. Туристичний продукт, вироблений нею, включає великий і різноманітний комплекс послуг і товарів, які можуть споживатися людьми під час подорожей. При цьому транспортні послуги, що входять в зміст турпродукту і роблять істотний вплив на його якість, є однією з найважливіших складових світової туристичної індустрії. Перевезення туристів здійснюються різними видами транспорту: наземним, повітряним, водним. Також варто зазначити, що COVID-19 пандемія мала великий вплив на транспорт. Багато країн рекомендували користуватися транспортом тільки в разі крайньої необхідності; кількість пасажирів різко впало, а послуги скоротилися. Надання розумного обслуговування набагато меншій кількості пасажирів, які оплачують проїзд, призвело до великих фінансових втрат. Були введені такі захисні заходи, як обов'язкове носіння масок і розміщення пасажирів, де це можливо, а також вентиляція та санітарія (дезінфекція). Захист вимагав, щоб пасажирів і оператори внесли безліч змін в свої дії і поведінку.

Популярність або затребуваність різних видів транспорту для туристичних перевезень залежить від географічного положення і кліматичних умов країни, її економічного розвитку, національних традицій, соціального стану і життєвого рівня людей і від інших факторів. Тому кожен з видів транспорту має свої особливості в різних країнах світу наприклад автотуризм зародився ще на початку минулого, XX століття, в Сполучених Штатах Америки. Подорожувати по Північній Америці краще на автомобілі – особистому або орендованому. У більшості штатів міжнародні права не будуть потрібні, достатньо буде мати у

своєму розпорядженні єдине водійське посвідчення зразка СНД. А значить, всі дороги туристу – відкриті, навіть якщо автомобіль орендується. На окрему увагу заслуговує якість самих доріг. Великі магістралі побудовані державою, причому, в ці проекти вкладені величезні кошти [15].

У США на даний момент практично не існує швидкісних поїздів. Середня швидкість руху вагона тут не може перевищувати 80 км /год. Крім цього, виявляється, що якщо має бути подорож зі штату в штат, то залізничний квиток по вартості – не дешевше авіаційного. Авіаквитки, в свою чергу, не продаватимуть «недорого», якщо тільки мова не йде про якусь акцію. Сьогодні автотуристи стікаються в США з усього світу, щоб проїхатися по маршрутах, прокладених через всю країну, і побачити такі пам'ятки, як Великий Каньйон, Долина смерті, міст «Золоті ворота» в Сан-Франциско і багато іншого. Також набуває популярності серед автотуристів Великобританія вона має безліч різних маршрутів. Популярними серед подорожуючих на автомобілях є такі пам'ятки як Біг-Бен, замок Бомаріс, палац Холірудхаус, Стоунхендж, Тауер, а також Шервудський ліс та ін [28]. А от у Франції приваблюють маршрути, пов'язані з культурою та архітектурою країни, але часто автотуристи з'єднують їх з Альпійськими лижними курортами або Блакитним берегом.

Німеччина ж сама по собі багата країна, тому громадяни цієї держави можуть собі дозволити поїздки на власних автомобілях за місто або навіть за кордон. Також у цій країні набагато більше офіційно зареєстрованих маршрутів ніж у Франції. Одне з головних питань, яке турбує автотуриста перед початком поїздки, це стан доріг, у випадку з Європою гарантована відмінна якість покриття, багато швидкісних магістралей також європейські водії завжди дотримуються правил дорожнього руху [15].

Однак, плануючи автоподорож по Європі, автотуристам доведеться враховувати, що в кожній країні свої особливості. Їх треба вивчити заздалегідь: яка допустима швидкість, де можна і не можна паркуватися, де вимагають використовувати паперову віньєтку і забороняють відеореєстратор, в яких містах

заборонений в'їзд в історичний центр і де обов'язково перевіряють наявність жилета зі світло відбиваючими елементами.

Ще одним напрямком в автомобільному туризмі можна вважати відносно нове явище, таке як подорож в невеликих фургонах або трейлерах або ж – караванінг. За своїм зовнішнім виглядом вони нагадують мікроавтобуси, а всередині оснащені всім необхідним для життя – спальним місцем, душовою кабіною, невеликий газовою плитою, холодильником та іншими предметами побуту. Родоначальницею такого перебігу в туризмі традиційно вважається Америка, так як саме тут з'явилася ідея створення будинку на колесах. Пізніше цей вид транспорту оцінили в Європі, стали випускати в багатьох країнах. Сьогодні лідируючі позиції (на рівні з Америкою) займає Німеччина. В останні 5-9 років автобудинки стали поступово знаходити своїх шанувальників на пострадянському просторі [17].

Базова комплектація прийнята єдиною для всіх виробників. Так, незалежно від того, хто виробляє кемпер, в базовій комплектації повинні бути обладнані кухня, санвузол і спальні місця, зона відпочинку у вигляді стола і дивана (телевізор, система опалення та кондиціонування, тепла підлога і так далі) можуть так само зустрічатися в базовій комплектації деяких автобудинків, але далеко не у всіх виробників.

Європа і Північна Америка – найрозвиненіші регіони для кемпінгу і караванінгу. У США люди часто на постійній основі живуть в мобільних будинках, що дозволяє їм без проблем переїхати в інший штат при зміні працевлаштування. При цьому в Європі люди вбачають в караванінгу зазвичай спосіб подорожувати, подивитися світ. Останнім часом інтерес до такого пересування спостерігається в Китаї: місцеві виробники займаються виготовленням обладнаних автомобілів, створюють мережу кемпінгів.

Караванінг – безпечний і бюджетний спосіб пересування. Підходить для тих, хто любить неквапливий відпочинок і має багато вільного часу. Це оптимальний варіант для екотуризму. Так званий автодім дозволить бути ближче до природи, далеко від популярних і багатолюдних туристичних маршрутів.

Караванінг – відмінний варіант для подорожей всією сім'єю. Можна в будь-який час зупинитися і організувати перепочинок як біля траси або річки, так і в обладнаному кемпінг. Можна організувати комфортну поїздку великою компанією – деякі моделі вміщують до 7 осіб [22]. Вартість оренди буде майже такою ж, як і вартість номера в готелі. Існують декілька різновидів автобудинків все вони перелічені на рис. 1.8.

Караванінг – це можливість самостійно розпланувати подорож, виходячи зі своїх інтересів, бюджету і комфортного ритму. Не потрібно залежати від місцевого транспорту, роботи установ. Караванінгу віддають перевагу активні люди, які цінують свободу і самостійність. Автодім потребує обслуговування – його потрібно мити, прибирати, заправляти туалетні касети, проводити невеликий ремонт [22].

Інтегровані автобудинки	• варіант преміум-класу. Призначені для вимогливих до комфорту клієнтів, які готові викласти за такий будинок велику суму грошей.
Вени (кастенваген).	• Зовні нагадують звичні мінівени з однією відмінністю - внутрішній простір підходить для проживання. У таких будинках на колесах можна дивитися телевізор, спати, готувати.
Альковні будинку.	• Їх легко впізнати завдяки характерній надбудові над кабіною автомобіля. Ця надбудова призначена для обладнаного двоспального ліжка. • Переваги - можливість використовувати транспортний засіб у будь-який час року, подорожувати великою компанією (до 7 осіб).
Напівінтегровані будинки.	• Кабіна водія поєднується з житловим простором. Аеродинамічні характеристики вище, витрата палива - нижче. У всьому іншому це той же альковний будинок.

Рис.1.8. Різновиди автобудинків [22]

Окрім караванінгу та атоподорожей популярністю користуються також автобусні подорожі вони є відносно молодим видом подорожей. Початок свого розвитку можна віднести до 70-х років, коли ірландська компанія «СІЕ» організувала перше міжнародне автобусне сполучення Лондон-Дублін-Голуей, яке є одним з найдешевших видів туризму в Європі. Тому вплив основного фактору державного туризму – ціна, за якою слідує якість послуг, імідж компанії, що забезпечує туризм, витрати часу.

У 1986 р. була створена рада директорів «EUROLINE», до якої входило 33 європейських партнери. Зараз він обслуговує 250 маршрутів у Європі.

З 1992 р. У Східній Європі використовується «європейський шлях». В принципі, в Європі існує три типи автобусних турів: подорож звичайними автобусами за розкладом руху та за визначеними маршрутами; автобусні подорожі «човником», спеціальні рейси, які включають комплекс послуг [24].

Також, в теперішніх умовах розвивається Європейський річковий круїзний ринок та річковий туризм. Річковий туризм – ідеальний спосіб дізнатись про Європу. Цей вид туристичного продукту має певні труднощі у завоюванні широкого ринку, головним чином через високі ціни. Однак, незважаючи на це, він добре показав себе на європейському туристичному ринку, і попит на нього також зростає. Основними споживачами подорожей на човні є люди похилого віку. Основна частка споживачів річкових круїзів – це американці, французи, німці, швейцарці та голландці. Річкові круїзи різноманітні по протяжності, тривалості маршрутів, тематиці. Зазвичай передбачені круїзи від 7 до 15 днів. Основними річками, що курсують в Європі, є Дунай, Рейн, Сена, Рона, Ельба та Головний Дунайський канал. До Відня можна дістатися через Франкфурт-на-Майні [38].

Окрім річкового туризму залізниці також стають одним із способів побачити світ, показуючи подорожуючим картини, на які не здатна авіація. В останні роки потяги в усьому світі перестали грати виключно транспортну роль, доставляючи пасажирів з точки А в точку Б. Так існує декілька туристичних

подорожей на потягах, які користуються популярністю серед туристів. Розглянемо декілька із них.

1. Східний експрес. Давно став синонімом залізничних подорожей і розкоші. Свій початок експрес бере в 1889 році, коли Жоржу Нагельмакерсу прийшла ідея запустити залізничний маршрут з Парижа до Стамбула. З тих пір багато чого змінилося і залізничний транспорт в світі перестав виконувати функцію трансконтинентальних перевезень, ставши більш розвагою і способом подивитися світ. Сьогодні у Східного експреса 2 маршрута. Париж – Будапешт – Бухарест – Стамбул (6 днів / 5 ночей) і Лондон – Париж – Венеція – (2 дні / 1 ніч).

2. Belmond Royal Scotsman. Більш північний варіант Східного Експреса, який, до слова, належить все тій же Belmond. Ймовірно, це найкраща можливість подивитися Шотландію, не ставлячи собі в умову жертвування комфортом. Подорож на поїзді може тривати від двох до семи ночей і починається в Единбурзі.

3. Andean Explorer Перу. Можливо, маршрут цього поїзда довжиною в 281 кілометр і не є найтривалішим, але його точно не можна дорікнути в недоліку захоплюючих видів. 10 годинна поїздка проходить по Андам, а кінцевою точкою маршруту є столиця інків – Мачу-Пікчу.

4. Eastern and Oriental Express в Південно-Східній Азії. Подорож з Бангкока в Сінгапур, яка покаже всі фарби Південно-Східної Азії. Це скоріше сухопутний круїз, ніж просто подорож на нехай навіть і розкішному потягу. Система східних експресів надає можливість не тільки і не стільки проїхати з одного пункту в інший, а й познайомитися ближче з визначними пам'ятками відразу декількох країн Східної Азії.

5. Tokaido Shinkansen Bullet Train в Японії. На відміну від попереднього маршруту, враження від Tokaido Shinkansen будуть стрімкими. Близько 600 кілометрів, що розділяють Токіо і Осаку, цей поїзд-куля долає за два з невеликим години. Ідеальний варіант подивитися природу стрімко змінюється Японії не знижуючи швидкості.

6. Qing 1 та Qing 2 в Китаї. Цей залізничний маршрут в Лхасу з'явився зовсім недавно – в 2006 році і відразу став рекордним за висотою, на якій проходить залізниця. Найвища точка маршруту розташована на висоті 5,068 метрів, а це навіть вище, ніж головна вершина Альп Монблан. Для того, щоб пасажирів переносили таку висоту, вагони довелося зробити герметичними і доповнити системою штучного забезпечення киснем.

7. Rovos Rail в Африці. Свого часу колонізація Африки передбачала будівництво великих мереж залізниць, однак природні труднощі і подальша політична обстановка в світі не дозволили цим планам збутися в повній мірі. Проте, на континенті залишилися щодо довгі ділянки залізниць і маршрути поїзда Rovos Rail проходять саме за ними. Існує кілька варіантів маршрутів, але самих мальовничих вважається поїздка з Кейптауна до водоспаду Вікторія.

8. Glacier Express в Швейцарії. Один з найвідоміших європейських туристичних поїздів і, однозначно, найвідоміший швейцарський. Маршрут вважається одним із самих мальовничих в світі і проходить по схилах і ущелинах Альп, поєднуючи Церматт і Давос.

9. Maharaja Express в Індії. Цей поїзд по праву вважається однією з гордостей Індії і одним з найбільш розкішних поїздів світу. У числі різних варіантів розміщення пасажирів в ньому є навіть президентський сьют площею 45 квадратних метрів. Маршрути Maharaja Express є справжніми сухопутними круїзами по найвідоміших місцях Індії і можуть тривати від 4 до 8 днів [42].

Залізничні мандрівки – досить популярний вид відпочинку за кордоном. Найбільш стійкими прихильниками цього виду туризму вважаються німці, англійці і швейцарці. Причому якщо жителі Великобританії і Швейцарії вважають за краще подорожувати по своїх країнах, то німці об'їздили всю Європу і навіть дісталися до Росії і Америки. Особливим шиком серед німецьких туристів вважаються паровозні подорожі. Протяжність мережі Європейських залізниць понад 240 000 км [42]. Для подорожі по Європі варто скористатися проїзним: заплативши один раз, ви зможете зробити кілька поїздок і проблем змінювати плани. Крім разових квитків в Європі широко поширені різні

залізничні проїзні, що дають право необмеженого пересування протягом деякого часу і в межах певного району. Залізниці історично беруть активну участь у розбудові туристичного руху.

Отже, здійснивши дослідження було визначено, що світовий досвід застосування різних транспортних систем досить різноманітний. Популярністю користуються такі види транспорту: автомобільний, авіаційний, морський та залізничний. Особливої популярності набирає караванінг. Також можна зробити висновок, що туризм повністю залежить від транспорту, його безпеки, швидкості та зручностей, які надаються туристу під час його подорожування. Розуміння основ взаємовідносин з транспортними організаціями, правил взаємодії з ними у питаннях забезпечення безпеки туристів, обслуговування, використання певних знижок і пільг при продажі транспортних послуг має важливе значення як для туристів, так і для організаторів подорожей. Розвиток туризму стримується тим, що транспортні системи у ряді країн не відповідають світовим стандартам за зручністю, ефективністю і безпекою, а транспортні проекти спрямовані на побудову нових аеропортів, автомобільних і залізних доріг потребують для своєї реалізації величезних інвестицій і часу.

Висновок за розділом 1

Здійснивши дослідження теоретичних основ застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг доцільно зробити наступні висновки:

1. Транспортні послуги – один з основних видів обслуговування в туризмі. На них припадає і основна частка ціни туру: 40-60%. Різні види транспорту використовуються туристськими установами для організації подорожей. Основна частка в загальній масі транспортних послуг належить авіаційному транспорту. Визначено основні види транспорту: автомобільний, морський, авіаційний, залізничний та річковий.

2. Охарактеризовано основні види транспорту, що при транспортному обслуговуванні в туризмі використовується транспорт загального користування: залізничний, повітряний, водний (морський і річковий), автомобільний, розглянемо характерні особливості зазначених видів транспорту при наданні транспортних послуг в туризмі.

3. Охарактеризовано світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг, зокрема в Сполучених штатах Америки, Німеччини, Швейцарії, Індії та Японії.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

2.1. Аналіз особливостей розвитку транспортної системи України

В попередньому розділі було з'ясовано що, транспортну систему, яка активно використовується в сфері туризму входить залізничний, автомобільний, річковий, морський і повітряний транспорт. Паралельно з цими універсальними видами транспорту загального користування працює промисловий транспорт, що забезпечує потребу в технологічних перевезеннях підприємств, будівництв і організацій. Будь-яка транспортна систем характеризується здатністю до удосконалення та розвитку. Розвиток транспортної системи – це процес, спрямований на зміни в системі, що призводять до її удосконалення. Ці зміни можна диференціювати на кількісні (введення в експлуатацію нових транспортних засобів, розширення довжини транспортної мережі, поява нових підприємств інфраструктури тощо) та якісні (поява нових маршрутів транспортування, модернізація транспортної мережі, впровадження нових технологій у процесах транспортування, розвиток інформаційної складової транспортного процесу тощо). Потенціал розвитку транспортної системи можна розглядати як здатність елементів системи (видів транспорту, транспортних підприємств тощо) піддаватися кісним змінам, які приводять до поліпшення існуючих або виникнення нових властивостей та елементів системи, що обмежені розмірами наявних транспортних ресурсів і загальними економічними умовами [25].

Подальші напрямки розвитку потенціалу національної транспортної системи України неможливо розглядати не враховуючи загальні тенденції розвитку світового господарства, а саме активізацію глобалізаційних процесів, формування стабільних регіональних товарних ринків, формування єдиного

економічного простору. Ці зовнішні чинники разом з чинниками внутрішнього характеру мають бути враховані при визначенні подальших векторів розвитку транспортної галузі країни. Аналіз впливу зазначених факторів на потенціал розвитку транспортної системи України дозволив диференціювати їх на фактори позитивного та негативного впливу, узагальнена систематизація яких наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Фактори впливу на розвиток потенціалу транспортної системи України
(узагальнено автором на основі [7])

Позитивний вплив	Негативний вплив
Внутрішні (національні) фактори	
Територіальні	
Вигідне розташування на перетині основних транспортних шляхів між Європою та Азією. Найбільша територія (5,7%) в Європі.	Наявність конкурентних транспортних систем сусідніх країн
Наявність морського кордону (1057 км – чорноморський, 298 – азовський)	
Інфраструктурні	
Наявність добре розвиненої транспортної мережі, представленої всіма видами транспорту	Відставання в розвитку транспортної мережі за якісними показниками порівняно з європейськими країнами
Наявність розвиненого портового господарства	Відсутність власного морського флоту, відставання морських портів у технічних характеристиках, низький рівень контейнеризації
Розвинена інфраструктура аеропортів	Недостатня кількість аеропортів з міжнародним статусом
Загальноекономічні	
Активізація зовнішньоторговельної діяльності країни, як наслідок зростання попиту на транспортні послуги	Низький інвестиційний потенціал галузі
Посилення конкуренції на внутрішньому ринку транспортних послуг, особливо автомобільного, морського та авіаційного транспорту	Висока залежність виробництва та попиту на транспортування від чинників зовнішнього міжнародного середовища (кризи, тощо)
Орієнтація на інноваційну модель розвитку національної економіки, транспортної системи зокрема	Залежність галузі від розвитку взаємопов'язаних галузей (транспортного машинобудування, зокрема) та від загальних темпів економічного зростання держави

Отже, потенціал розвитку транспортної системи України формується в результаті позитивного впливу таких чинників: територіальних (вигідного географічного та геоекономічного розташування, наявності морського кордону та найдовшого у Європі сухопутного кордону), інфраструктурних (наявності розвиненої транспортної інфраструктури, зокрема залізничної мережі та портового господарства), інституційних (наявності достатньої нормативно-правової бази та інститутів регулювання), загальноекономічних (посилення конкуренції на внутрішньому ринку транспортних послуг, активізацією зовнішньоторговельної діяльності, орієнтації на інноваційну модель розвитку національної економіки, транспортної системи зокрема), наддержавних та глобальних (активізації міжнародного співробітництва в рамках адаптації до вимог єдиної транспортної політики країн ЄС, взаємодії в межах регіональної транспортної системи країн СНД, активізації зовнішньоекономічних відносин між країнами Європи та Азії, активної інтеграції до світової транспортної системи). Стримуючими чинниками розвитку потенціалу транспортної системи України є низькі темпи якісних зрушень у розвитку транспортної мережі та транспортних засобів порівняно з європейськими країнами, відсутність власного морського флоту, низький рівень контейнеризації портового господарства, низький рівень конкурентоспроможності автомобільного та авіаційного транспорту, відсутність чіткого механізму реалізації стратегій розвитку транспортної галузі, невідповідність нормативно-правової бази європейському законодавству, необхідність її швидкої адаптації, низький інвестиційний потенціал галузі, високий ступінь залежності транспорту від динаміки виробництва, розвитку взаємопов'язаних галузей, загальних темпів економічного зростання держави, посилення конкурентного впливу за вантажопотоки з боку інших транзитних держав [15].

Саме транспортні перевезення є важливою частиною туристичного потоку іноземних громадян в Україну. Завдяки залученню інвестицій (національних та закордонних) для відновлення, розбудови та поліпшенню туристичної

інфраструктури України та її регіонів за напрямками транспортних національних мереж можливо вирішення більшості проблем в туристичній галузі.

На сьогодні на території України діють шість основних залізничних мереж, об'єднаних державним департаментом «Укрзалізниця»: Південно-Західна, Донецька, Придніпровська, Південна, Львівська, Одеська. Україна є транзитним транспортним мостом, що поєднує країни Європи, Азії та Америки. Найбільша мережа залізничних магістралей характерна для Придніпров'я, правобережного лісостепу та західних територій України. Серед внутрішньодержавних залізниць найбільше значення мають лінії Київ – Харків, Київ – Львів, Київ – Одеса, Харків – Севастополь [29].

Туристи, які подорожують на відстані від 500 до 1000 км. переважно обирають залізничний транспорт. В основному це напрямлення до країн, з якими активно ведеться туристичний обмін, а саме: Росія, Білорусь, Балтійські країни, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Сербія, Болгарія, Молдова. Для подорожей туристами в країни Східною Європою залізничним транспортом в основному перешкоджає різна ширина залізничної колії в Україні та європейських країнах. На спеціально обладнаних станціях та пунктах перестановки вагонів на євроколію здійснюється перестановка вагонів, але це подовжує час перебування в дорозі, що стає головною причиною обмеження використання залізничного транспорту в туристичній сфері.

Морська ж інфраструктура України є частиною морської інфраструктури Азовсько-Чорноморського басейну, який оточують шість держав. Морська інфраструктура причорноморських держав є частиною міжнародних транспортних коридорів в Азовсько-Чорноморському і Чорноморсько-Каспійському регіонах, тому її розвиток не може здійснюватися без інтеграції в систему міжнародних транспортних коридорів [28]. Україна входить до Панєвропейського транспортного коридору, країнами учасницями є: Австрія, Угорщина, Югославія, Болгарія, Румунія, Молдова, Україна. У Чорноморському та Азовському басейнах, а також дельті Дунаю працюють 13 морських портів [42]. Україну та країни в Чорноморському регіоні з'єднує розвинені

морські лінії та паромні переправи, а саме Іллічівськ-Варна, Іллічівськ-Поті, Одеса-Хайфа. Економічний зв'язки України з іншими країнами підтримується та розвивається завдяки переправам Дунаєм, завдяки виходу України до Північного моря через канал Дунай-Майн-Рейн. Саме ці можливості Україна має використати для розвитку річкового круїзного туризму в Україні.

Річковий транспорт України, нажаль, не тільки не розвивається, мало використовується та посідає останнє місце в пасажиро перевезеннях країни, але й занепадає. Головними та найбільшими річковими портами України є Київ, Кременчук, Дніпро, Запоріжжя, Нікополь, Херсон, Ізмаїл, Рені, але тільки дві області країни (Одеська та Київська) здійснюють міжнародні річкові пасажироперевезення. Однак, проведений аналіз засвідчує, що в Україні, до недоліків водного виду транспорту, слід віднести застарілу матеріально-технічну базу, значний ступінь фізичного та морального зносу суден. Це стримує розвиток даних видів транспорту [36].

Невід'ємною умовою забезпечення нормального функціонування транспортної інфраструктури та підвищення попиту пасажирських перевезень в Україні є стабільна робота авіаційного транспорту. В Україні авіаперевезення пасажирів здійснюють транспортні засоби Державної національної авіакомпанії «Авіалінії України», а також низка інших авіакомпаній – «Аеросвіт», «Міжнародні Авіалінії України», «Українсько-94 середземноморські авіалінії», «Авіаційна компанія «Роза Вітрів», «Авіалінії Віз Ейр Україна», «Київські авіалінії» [32]. Станом на 2020-2021 роки в країні функціонує до 20 аеропортів, з яких 2/3 потребують реконструкції та суттєвого переоснащення. Міністерство інфраструктури має намір до 2030 року відродити всі 50 об'єктів, що здатне підвищити рівень розвитку сфери туризму [18].

Наявна диференційована мережа прямих та транзитних авіаційних сполучень. Авіаційний транзит через Україну переважно забезпечується вузловим аеропортом «Бориспіль» [18]. Розвиток транспортної інфраструктури туристичної галузі має стати активним і ефективним засобом вдосконалення сфери туризму для формування економічного зростання країни. Аналіз показує,

що в Україні є великий потенціал, як у важливого транспортного зв'язку між сходом та заходом. Економічний ріст також очікується з встановленням більш тісних зв'язків з Європою. Спрощення візового режиму та вхід до відкритих повітряних просторів стимулює конкуренцію між авіалініями та зниження вартості подорожі, а також створює більший попит на повітряні перевезення.

Експерти впевнені, що у внутрішнього туризму є перспективи – багато з тих, хто боїться або не може дозволити собі відпочинок за кордоном, готові переорієнтуватися на вітчизняні курорти. Цілком можливо, що саме так воно і буде [13]. На жаль, сьогодні мережа автомобільних доріг не відповідає європейським стандартам по багатьом критеріям: а саме, по швидкості пересування, наявності комплексних пунктів сервісного обслуговування, технічної та медичної допомоги, оснащеності телекомунікаційними засобами [14].

Автомобільні перевезення – це переважно перевезення різних вантажів та пасажирів на короткі та середні відстані. Він не рівний у всіх видах транспорту за кількістю перевезених вантажів і пасажирів. Загальна довжина доріг в Україні 6 <9000 кілометрів, майже всі з твердим покриттям. Переваги рівнинної місцевості допомагають більш-менш рівномірно розвивати дорожню мережу по всій Україні. Найважливішими шосе-магістралями є дороги, що забезпечують високу пропускну здатність і швидкість. Сюди входять шосе-дороги, які мають кілька смуг руху в обох напрямках і не перетинають інші дороги того ж рівня. За довжиною дороги України менші, ніж багатьох європейських країн. Низька якість автомобільних доріг та автомобільних послуг спричинила проблеми інтеграції української транспортної мережі до європейської транспортної мережі.

Великими транспортними вузлами є: Київ, Харків, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Умань, Львів. Зростає роль автомобільного транспорту у перевезеннях на далекі відстані та в міжнародному сполученні. Основні «виходи» з України – автошляхи з Ковеля, Львова, Одеси, Ізмаїла, Ужгорода, Чернівців, Маріуполя, Харкова, Сум, Глухова, Чернігова [37]. У перспективі

транспортна мережа все тісніше інтегруватиметься у високорозвинену європейську комунікаційну систему. Зокрема планується будівництво транс'європейської автостради Київ – Мадрид.

Всі види транспорту (табл. 2.2) та усі ланки транспортного процесу в їх взаємодії на національному, міжнародному, міжконтинентальному та глобальному рівнях складають світову транспортну інфраструктуру.

Таблиця 2.2

Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту за 2019-2020 рр. [18]

Вид транспорту	2020 р.	2019 р.
Залізничний	68,3 млн	154,8 млн
Морський	0,3 млн	0,7
Автомобільний (автобуси)	1083,9 млн	1804,9 млн
Авіаційний	4,8	13,7

2020 рік справив значний вплив на звичний спосіб життя людей. Світові видання називають 2020 рік найгіршим в історії. У 2020 році сталося безліч негативних подій, починаючи від загострення геополітичної обстановки і міжетнічних конфліктів, локальних бойових дій і природних катаклізмів, закінчуючи глобальною проблемою сучасності – поширенням пандемії COVID-19. Сьогодні, напевно, немає жодної галузі економіки, на яку так чи інакше не вплинув би коронавірус. Більшість секторів, а саме: виробничий сектор, туристична галузь і готельний бізнес, пасажирські і вантажні авіа-і сухопутні перевезення – увійшли до переліку найбільш постраждалих в результаті поширення коронавірусної інфекції. Найбільших збитків зазнали авіаперевізники.

Україна має великий транспортний потенціал, який може сприяти розвитку транспортної мережі, прискоренню інтеграції України в міжнародних економічний простір, а також збільшити потоки в'їзного туризму [25]. Але, в даний час стан транспортної інфраструктури туристичної галузі України не можна вважати задовільним. Більшість інфраструктурних об'єктів транспорту треба визнати несучасними, занедбаними, не відповідають вимогам якості

послуг туристами. Особливо, це стосується залізничного та автомобільного транспорту. Автомобільні мережі не відповідають європейським стандартам щодо багатьох показників. Проблеми на морському, річковому та повітряному видах транспорту пов'язані зі значним фізичним і моральним спрацюванням транспортних засобів. Приведений аналіз різних видів транспорту України, свідчить про наявність великих проблем, їх масштабність, складність у визначальному значення для загального розвитку економіки України та необхідність наразі вирішення цих проблем. Їхня реалізація вимагає великих інвестицій і непростих організаційних рішень.

Для розвитку туризму та транспортної інфраструктури в Україні необхідно вирішити такі основні завдання: впровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку туристичної галузі; визначити шляхи, форми та методи стимулювання розвитку всієї інфраструктури туристичної сфери; створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики в галузі туризму; удосконалити організаційні структури управління галуззю туризму; забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історико-культурного середовища; прийняти екологічні регламенти та затвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дій та запровадити в практику управління [6]. Для зміцнення позицій України на світовому ринку необхідні створення сучасної транспортної інфраструктури та докорінна організаційна перебудова всієї транспортної системи нашої країни.

Це мають бути високо швидкі мережі, які б відповідали міжнародним стандартам та класу, з високою якістю обслуговування, сприяти соціально-економічному розвитку прилеглих територій і водночас відіграти значну роль у подальшому розвитку туризму. Загалом, можна зробити висновок, що Україна має величезний транспортний потенціал, що може сприяти розвитку транспортної мережі, пришвидшити інтеграцію України до міжнародного економічного простору та збільшити потік в'їзного туризму. В наступному

розділі доцільно буде провести аналіз туристичної агенції «Весь світ» та розглянути її як суб'єкт господарювання.

2.2. Аналіз ТА «Весь світ» як суб'єкта господарювання

Роль туристичних агенцій в туризмі – це роздрібна реалізація турів (путівок). Туристична агенція «Весь світ» самотійно не пакує окремі складові туру: квиток, готель, зустрічі-проводи в аеропортах, екскурсійні послуги. У тих рідкісних випадках, коли агентство підбирає різні компоненти від різних постачальників і продає вже путівку в комплексі, воно в цьому випадку виконує функцію туроператора (фабрики турів). Сьогодні закон обмежує агентство в цьому праві (пакування). Об'єктом дослідження в кваліфікаційній роботі було обрано туристичну агенцію «Весь світ».

Заробіток агентства «Весь світ» складає від 10% до 12%, рідше – від 7% до 15% від загальної вартості туру. Звичайна практика – це коли туристична агенція переводить туроператору суму вже за вирахуванням своєї комісії. Але по деяких форм договору туроператор оплачує (повертає) агентству його комісію періодично. Найчастіше в турагентстві працюють 2-3 турагента. У професійній термінології продавець турів – це менеджер, хоча підлеглих у нього немає.

Згідно Закону України «Про туризм» туристичні агенти є юридичними особами, створеними відповідно до законодавства України, і займаються реалізацією туристичної продукції туристичних операторів та посередницькою діяльністю туристичних послуг інших суб'єктів туризму, а також реалізацією типових та супутніх послуг [4]. Тобто організація, яка продає тури, до складу яких входять туроператори. Туристичні агенції купують туристичні товари у туристичних агенцій, продають туристичні товари покупцям або виступають посередником між туристами та туристичними агенціями, а також збирають комісійні, надані туристичними агенціями [34].

Туристична агенція «Весь світ» діє на підставі виписки від імені фізичної особи-підприємця Косинського Сергія Григоровича та розташована за адресою м. Полтава, вул. Жовтнева 46 (рис. 2.1).

ППП фізичної особи	•Косинський Сергій Григорович
Місце проживання	•36009, Полтавська обл., місто Полтава, вулиця Опитна, будинок 6, квартира 174
Види діяльності	•Код КВЕД 79.11 Діяльність туристичних агентств (основний); Код КВЕД 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність; Код КВЕД 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
Дата та номер запису про проведення державної реєстрації ФОП	•Дата запису: 26.02.2008 Номер запису: 2 588 000 0000 018639
ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДФС У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ, УПРАВЛІННЯ У М.ПОЛТАВІ, ДПІ У М. ПОЛТАВІ (М. ПОЛТАВА):	•Ідентифікаційний код органу: 39461639; Відомості про відомчий реєстр: (дані про взяття на облік як платника податків); Дата взяття на облік: 27.02.2008; Номер взяття на облік: 3718
ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДФС У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ, УПРАВЛІННЯ У М.ПОЛТАВІ, ДПІ У М. ПОЛТАВІ (М. ПОЛТАВА):	•Ідентифікаційний код органу: 39461639; Відомості про відомчий реєстр: (дані про взяття на облік як платника єдиного внеску); Дата взяття на облік: 26.02.2008; Номер взяття на облік: 162610695

Рис. 2.1. Детальна інформація про фізичну особу ФОП Косинський С. Г. (ТА «Весь світ»)

Дані органів державної статистики про основний вид економічної діяльності фізичної особи-підприємця, визначений на підставі даних державних статистичних спостережень відповідно до статистичної методології за підсумками діяльності за рік: Код КВЕД 79.11 Діяльність туристичних агентств.

Предметом діяльності аналізованого туристичного підприємства є:

діяльність з просування і реалізації сформованого туроператором туру (туристичного продукту);

повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах;

організація продажу туристичного продукту.

ТА «Весь світ», як суб'єкт діяльності на ринку туристичних послуг, задіяний в організації подорожей, турів і наданні послуг із розміщення для короткотермінового проживання на основі їх оптового та роздрібного продажу широкому колу споживачів або комерційним клієнтам.

Туристична агенція «Весь світ» співпрацює з широким колом туристичних операторів, що здійснюють свою діяльність на туристичному ринку України та за кордоном, зокрема: Coral Trevel, Феєрія мандрів, Pegas Touristik, Туристичний клуб, Join UP!, TEZtour, GTOtrewel, Mouzenidistravel, TUI Україна,

В процесі аналізу було встановлено, що туристична агенція «Весь світ» пропонує наступні види послуг всі вони перелічені на рис.2.1.

Види послуг

- пляжний відпочинок на кращих курортах світу: Єгипту, Туреччини, Болгарії, Тунісу, Шрі Ланки, Таїланду, Чорногорії, Хорватії, Греції, Іспанії, ОАЕ, Куби, Марокко, Мексики та ін.
- відпочинок в Україні на пляжах Чорного та Азовського морів;
- екскурсійні тури по Україні: тури вихідного дня, подієві тури,-одноденні, тури під замовлення;
- лікування та оздоровлення в Україні (Закарпаття, Моршин, Трускавець, Миргород) та за кордоном: Йорданія, Ізраїль, Чехія, Угорщина; гірськолижні курорти України та світу;
- екскурсійні тури для школярів (під замовлення);
- круїзи;
- візова підтримка;
- авіаквитки.

Рис. 2.1 Види послуг які пропонує ТА «Весь Світ»

Основною метою діяльності ТА «Весь світ» є розвиток виробничої діяльності, підвищення рівня якості створення та продажу турів та всієї туристичної продукції, отримання прибутку на вкладений капітал у сферу туризму та надання та здійснення різних послуг в цій галузі всім фактичним та потенційним клієнтам, не заборонених чинним законодавством України.

Туристична агенція «Весь світ» як господарюючий суб'єкт виконує ряд функцій, що представлено на рис. 2.2.

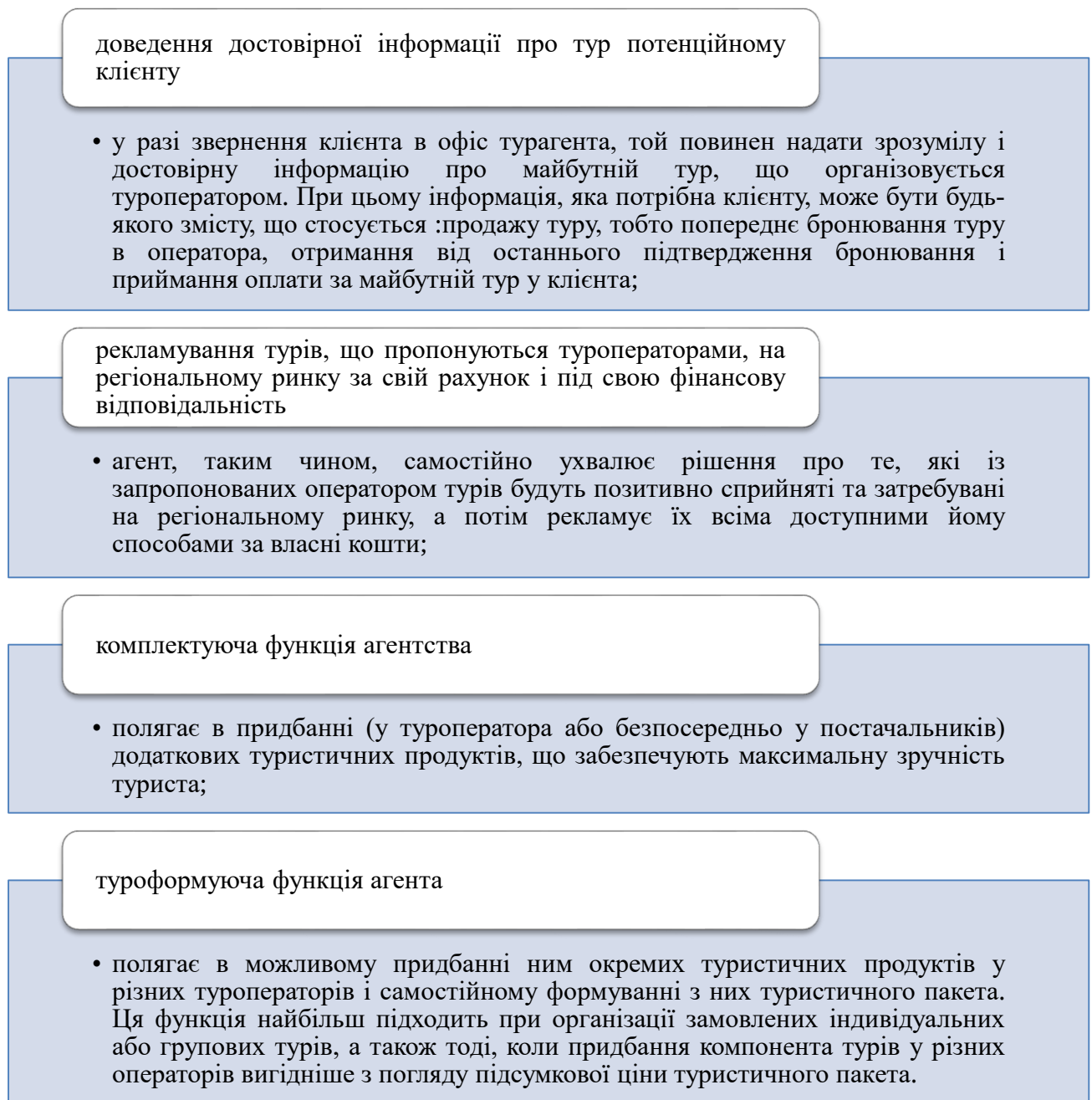


Рис. 2.2. Функції ТА «Весь світ» як суб'єкта господарювання

В процесі аналізу ТА «Весь світ» як суб'єкта господарювання можна виділити основні переваги, а саме:

- пропозиція подорожей в будь-якому напрямку;
- співпраця лише з надійними партнерами (туристичними операторами, закладами розміщення та харчування, транспортними компаніями, фінансовими та страховими установами, візовими центрами тощо);
- постійний зв'язок з клієнтами 24/7, навіть якщо вони знаходяться за кордоном;
- пропозиція своїм клієнтами страхування від невіїзду у подорож;
- пропозиція кращих послуг та акційні знижки;
- агенція надає можливість оплати вартості туристичних послуг в розстрочку.

Також, ТА «Весь світ» на своєму сайті (електронна адреса: <http://www.vessvit.poltava.ua/>) надають інформації не лише про себе, а й про своїх партнерів, «гарячі» та акційні пропозиції на туристичні послуги, основні готелі та курорти, країни, авіаквитки тощо. Варто відмітити, що сайт ТА «Весь світ» надає користувачам можливість обрати тур за допомогою віртуальної реальності, що дозволяє наочно продемонструвати та візуалізувати пропоновані послуги (додаток А).

Аналізований суб'єкт господарювання ТА «Весь світ» є туристичною агенцією, тобто за визначенням є посередницькою організацією, на відміну від туристичних фірм, вона не має готових турів на складі, а лише замовлення на веб-сайті туристичного підприємства у разі потреби. Цей факт впливає на функцію обслуговування споживачів, оскільки кожен туристичний пакет може бути обраний та доповнений додатковими послугами з урахуванням особистих потреб окремих споживачів.

Кожен суб'єкт господарювання, який спеціалізується на галузі туризму, профункціонувавши певний час на ринку, виходить на свою нішу ринку, знаходить цільову аудиторію та визначає пріоритет своєї діяльності як суб'єкт ринку [20]. Як вказують загальні характеристики компанії, ТА «Весь світ»

зосереджується на обслуговуванні корпоративних клієнтів. Її мета полягає не лише в розвазі, але і в зміцненні міжособистісних відносин, професійної мотивації та колективної роботи під час перерв для передачі подібних робочих процесів. Обслуговуючи кожен тип клієнтів, відповідно до кількості туристів, віку, національності та складу занять дотримуються загального плану та вносять деякі зміни. Процес продажу туристичного продукту в ТА «Весь світ» виглядає наступним чином (рис. 2.3):

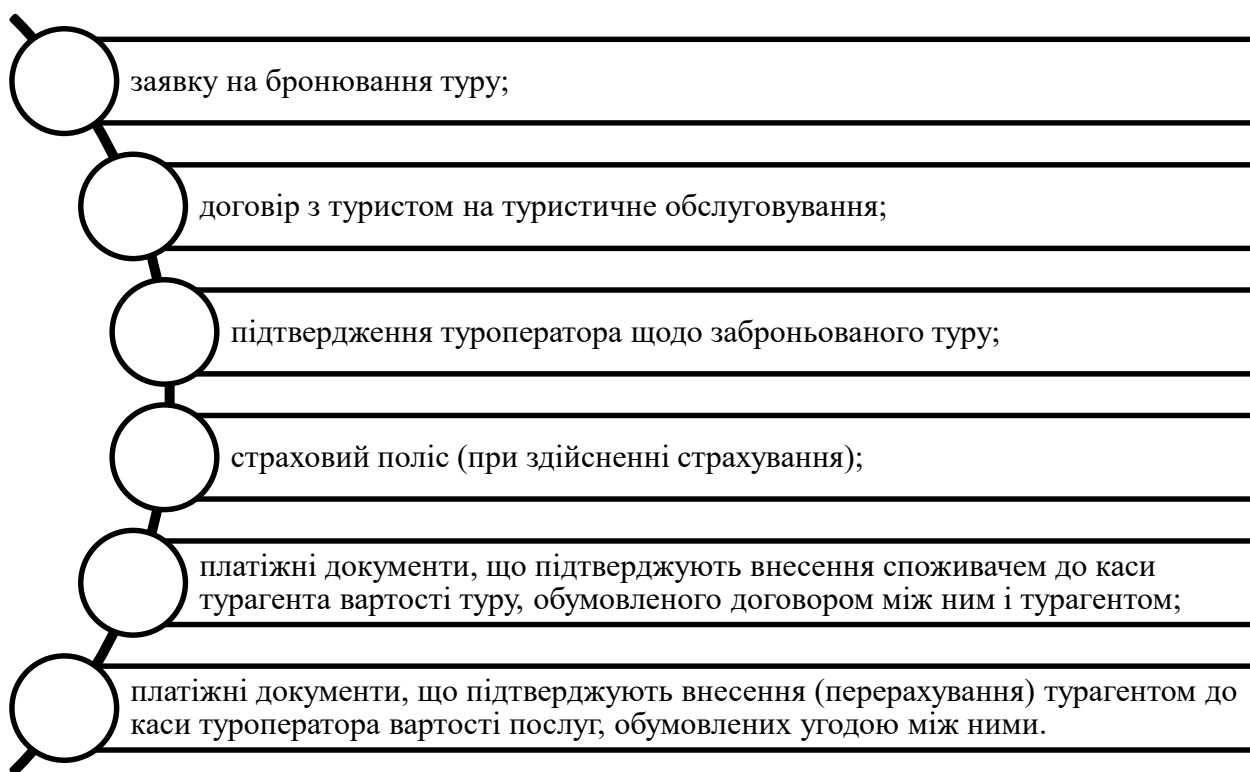


Рис.2.3. Процес продажу туристичного продукту в ТА «Весь світ»

В ході дослідження було з'ясовано, що надання послуг клієнтів не обходиться лише продажем, а й наданням рекомендацій, особливо тих споживачів, які хоч раз зверталися для організації туру, і які прагнуть підтримувати співпрацю у майбутньому. Це забезпечує формування надійного іміджу, кому довіряють. Співробітники агенції працюють на замовлення, під час роботи, застосовується клієнторієнтований підхід, метою якого є визначення

мотивів, смаків та побажань споживачів. Після чого працівник ТА «Весь світ» вносить пропозиції та здійснюється робота щодо урегулювання всіх формальностей..

У випадку замовлення групової екскурсії або туру в межах країни, обговорюється загальний бюджет (якщо річ стосується профкомів, то скільки виділяється коштів і скільки готові доплатити клієнти окремо), точна кількість учасників туристичної групи, адже це впливає на вартість путівки для однієї особи. Також обговорюються додаткові послуги: організація харчування, клас закладу розміщення, додаткові екскурсії, оренда спорядження для походів тощо. При обслуговуванні виїзного туру фаза оформлення правовідносин є дещо об'ємнішою. На цьому етапі співробітником ТА «Весь світ» готуються всі необхідні папери:



Крім того надаються послуги з оформлення закордонних паспортів та віз.

Ставлення до роботи персоналу ТА «Весь світ» пов'язано з його думкою про характер діяльності даного підприємства. У разі якщо імідж суб'єкта господарювання є позитивним для її співробітників, це благотворно вплине і на

інші контактні аудиторії. Внаслідок цього, керівник ТА «Весь світ» прагне прагнути до взаєморозуміння зі своїми співробітниками, стежить за психологічним кліматом в колективі і підвищувати рівень мотивації, за коштами матеріальних стимулів, системи просування по службі, різних привілеїв і т.д.

Одним із чинників, які визначають життєздатність ТА «Весь світ», є певним чином організоване управління, яке повинно базуватися на сучасних досягненнях науки управління. Кожна господарська структура, незалежно від розмірів і обсягів діяльності, є складною соціально-організаційною і економічно незалежною системою з своєю структурою і функціями, в межах яких, залежно від потреб реалізації господарських завдань, відокремлюються відповідні організаційні елементи і функції. Від того, наскільки організаційна структура результативно виконує ту чи іншу функцію, залежить можливість швидкого досягнення нею певних фінансових результатів, а також можливість реалізації об'єктивно обґрунтованої стратегії розвитку.

Персонал ТА «Весь світ» складається з двох осіб: директора – Сергія Григоровича Косинського та менеджера з туристичного обслуговування.

ТА «Весь світ» має лінійну структуру управління, який характеризується лінійними формами зв'язку між ланками управління і, як наслідок, концентрацією всього комплексу функцій управління та вироблення управлінських дій в одній ланці управління. Тобто менеджер з туристичного обслуговування підпорядковується безпосередньо директору (рис. 2.4).

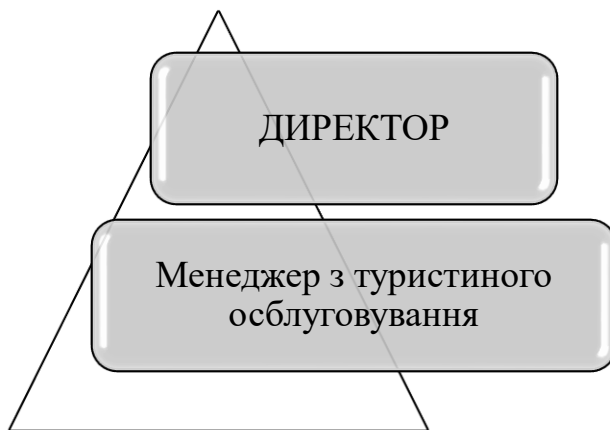


Рис.2.4. Організаційна структура управління ТА «Весь світ»

Організаційна структура ТА «Весь світ» це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, які перебувають між собою в сталих відносинах, що забезпечує їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

Варто зауважити, що ТА «Весь світ» є невеликим підприємством, яке не потребує додаткових програм для управління, ефективного планування тощо. Досить того, що програмне забезпечення дозволяє безпосередньо взаємодіяти з туроператором: від роботи в автономній системі, в якій Інтернет використовується лише для надсилання попередніх заповнених заявки електронною поштою, для роботи в режимі реального часу, коли заявки обробляються і зберігаються в програмному забезпеченні, що забезпечує агенцію, автоматично потрапляють в базу даних туроператора. У випадках, коли використовується система онлайн-бронювання, після відправки заявки туристична агенція може негайно контролювати її стан. Ця система зручна для спілкування туристичних компаній, розташованих у різних часових поясах, економить час та ресурси суб'єкта туристичної діяльності.

Однією з найефективніших технологій є використання електронного довідника-каталогу, до функцій якого входить вибір туристичного продукту, автоматизованих агентств, оформлення замовлення. Висока ефективність каталогу зумовлена надзвичайно високим обсягом інформації на web-сторінках, яку презентують різними мультимедійними методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів [31].

У ТА «Весь світ» облаштовано два робочих місця для прийняття замовлень на бронювання туру. Для останнього використовується система пошуку та бронювання «IT-tour». Її основні характеристики представлені в таблиці. При цьому на сайті самої туристичної агенції «Весь світ» є модуль пошуку турів, але, за словами менеджерів, він є недопрацьованим, тому при його використанні клієнт перенаправляється на сайт тієї ж компанії з іншою web-адресою.

Таким чином, ТА «Весь світ» є туристичною агенцією, яка реалізує різноманітні пакетні тури та реалізує окремо продаж авіа квитків та додаткових

послуг. Далі проведемо оцінку впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА «Весь світ».

2.3. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА «Весь світ»

Аналіз зовнішнього середовища – процес, який здійснюється для контролю зовнішніх факторів середовища з метою визначення перспективних можливостей організації які загрожують її безпеці. Аналіз зовнішнього середовища дозволяє суб'єктам туристичної діяльності:

- оцінити конкурентне середовище і власне становище на ринку;
 - виявити слабкі і сильні сторони, проблеми функціонування і розвитку;
 - оцінити ступінь впливу зовнішніх факторів на діяльність організації;
 - оцінити ресурсну базу організації, і її відповідність потребам зовнішнього середовища;
- розробити стратегії, реалізація яких забезпечить адекватне реагування організації на зміни зовнішнього середовища, а також збільшить адаптивність і гнучкість організації.

Зовнішнє середовище ТА «Весь світ» підрозділяють на дві складові: мікросередовище і макросередовище. Зовнішнє мікросередовище (середовище прямого впливу) формують: постачальники, персонал туристської організації, закони і установи державного регулювання, споживачі послуг – туристи, конкуренти і інші чинники, які безпосередньо впливають на операції організації і самі відчувають прямий вплив проведених нею операцій [40].

Макросередовище, яке впливає на підприємство і його мікросередовище. Воно включає природне, демографічне, науково-технічне, економічне екологічне, політичне та міжнародне середовище [23].

Серед основних складових безпосереднього оточення зовнішнього середовища ТА «Весь світ» можна виділити такі як: споживачі, конкуренти, суміжники і контактні аудиторії.

Конкуренти являють собою підприємства-суперники в боротьбі за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів, за отримання найвищої прибутку.

При зростанні і постійній зміні туристського ринку конкуренція надзвичайно висока. В умовах посилення конкуренції компанія змушена зосереджувати увагу на задоволенні потреб клієнтів. У компаній, які не роблять цього, немає майбутнього. Саме тому індустрія подорожей потребує у зростаючому числі професіоналів маркетингу, розуміють її глобальні проблеми і здатних реагувати на зростаючі потреби споживачів виробленням творчих стратегій, заснованих на хороших знаннях маркетингу. Для досягнення позитивного маркетингового ефекту необхідна тісна координація маркетингу різних організацій і підприємств. Тому концепція маркетингу в туризмі носить більш ніж де-небудь, цілісний і всеосяжний характер.

Для досягнення мети виживання ТА «Весь світ» в конкурентних умовах, а також в умовах негативних наслідків пандемії коронавірусу необхідно регулярно розглядати аналогічну продукцію своїх конкурентів, а також виробити оптимальну комерційну стратегію і здійснювати її. Ця стратегія повинна бути розроблена відповідно до розмірів і положенням фірми на ринку [32].

Напрямок діяльності ТА «Весь світ» безпосередньо залежить від уподобань споживачів, тим самим вони визначають пропозиції туристських підприємств на ринку. У зв'язку з чим, агенція пропонує на ринку послуги, які повністю б задовольняли запити покупців. Так, вона гарантує собі збереження своїх клієнтів і зростаючий попит на свою продукцію. Саме тому аналіз потреб потенційних покупців є найважливішим пунктом дослідження туристичного ринку.

Дослідження споживачів, виявлення основних мотивів придбання туристських послуг і аналіз споживчого поведінки озброює керівників і фахівців фірми потужним арсеналом, без якого неможлива успішна діяльність на сучасному ринку, а саме – знанням свого клієнта [45]. Більшість турфірм не можуть обійтися без партнерів, які забезпечують підприємство всіма необхідними ресурсами для здійснення турпоїздки. Вони постачають фірму

транспортними засобами, послугами харчування і проживання, тим самим поповнюючи відсутні елементи всього обслуговування туристів.

Партнерами ТА «Весь світ» є засоби розміщення; транспортні фірми; екскурсійні бюро та інші організації, які надають послугу супроводу та інформаційного забезпечення туристів; посередницькі туристські компанії; торгові фірми; підприємства громадського харчування і т.д. [51].

Контактні аудиторії ТА «Весь світ» являють собою сукупність таких установ, як: фінансові кола, мас-медіа, громадськість і безпосередньо сам її персонал.

Фінансові кола мають на увазі банки, кредитні та страхові компанії, інвестиційні фонди та інші організації, що фінансують угоди, здійснювані турфірмами, а також страхують їх від ризиків, з якими доводиться їм стикатися в процесі роботи. Мас-медіа виступає в свою чергу посередником для туристських компаній. Вона включає в себе пресу, радіо і телебачення. Дані кошти комунікації надають допомогу у формуванні та підтримці сприятливого іміджу підприємства, що сприяють активізації продажу туристських послуг і покликаними посилити позитивну реакцію потенційних клієнтів на комерційну пропозицію фірм. Громадськість – це союзи споживачів, різні громадські формування і саме населення, що не належить до будь-якої організованої сили, як наприклад місцеве населення курортної зони. У межах держави, міста чи округу здійснюють свою діяльність різноманітні як державні, так і приватні організації, що представляють широке коло інтересів (захист навколишнього середовища, різних меншин, споживачів, виробників і т.п.). Грамотно створена організація діяльності туристської компанії повинна бути спрямована на контакт з цими рухами для їх корпоративного обслуговування [46].

У комплексі складних соціально-економічних проблем України, безпосередньо пов'язаних із трансформацією її економіки в напрямку створення соціально орієнтованої ринкової економіки, винятково важливе значення має сфера обслуговування. Варто відмітити, що більшість підприємств туристичної

індустрії відносяться до малого підприємництва, які складають досить специфічний об'єкт управління.

Тому зауважимо, що ТА «Весь світ» відноситься до підприємств малого бізнесу, які мають ряд специфічних особливостей, а саме:

- невеликий масштаб діяльності,
- їх мобільність,
- відносно невеликий середньостатистичний термін існування,
- слабка стійкість щодо впливу зовнішнього середовища,
- відносно висока ступінь ризику.

Для більш точного аналізу діяльності ТА «Весь світ» проведемо SWOT-аналіз (табл.2.3).

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз ТА «Весь світ»

Зовнішнє середовище	
Можливості	Загрози
1. Збільшення частки турів по Україні. 2. Використання нових інформаційних технологій. 3. Робота під франшизою туроператора.	1. Зниження попиту на пакетні тури. 2. Зміцнення позицій конкурентів. 3. Зменшення комісійної винагороди туроператорів. 4. Жорсткі умови перетину кордону. 5. Банкрутство туроператорів.
Внутрішнє середовище	
Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Кваліфіковані працівники. 2. Якість надаваних послуг. 3. Наявність власного веб-сайту. 4. Позитивна репутація. 5. Широкий вибір туристичних продуктів. 6. Продаж турів надійних туроператорів. 7. Застосування дизайн-мислення при продажах. 8. Диверсифіковані канали збуту туристичних послуг.	1. Відсутність комп'ютеризованого документообігу. 2. Недостатня увага до SMM. 3. Відсутність фрілансерів. 4. Стандартна комісійна винагорода.

ТА «Весь світ» може покращити своє становище за рахунок роботи під франшизою туроператора, що забезпечить додатковий потік туристів та збільшення доходу від реалізації турів, за рахунок підвищеної комісійної

винагороди. Стандартна комісійна винагорода не дозволяє робити більші знижки для постійних клієнтів і вони заради меншої ціни туристичних послуг купують тур в тій агенції, яка зробить для них більшу знижку.

Під час обслуговування клієнтів менеджери ТА «Весь світ» використовують дизайн-мислення, що дозволяє краще задовольнити потреби споживача та завоювати його довіру.

У табл. 2.4 будуємо матрицю SWOT-аналізу ТА «Весь світ».

Таблиця 2.4

Матриця SWOT-аналізу ТА «Весь світ»

Можливості + Сильні сторони	Можливості + Слабкі сторони
3+7=11	3+4=7
Загрози + Сильні сторони	Загрози + Слабкі сторони
5+8=13	5+4=9

Відповідно до матриці SWOT-аналізу ТА «Весь світ» знаходиться в полі «Загрози+Сильні сторони», яке показує, які сили необхідно використовувати для усунення загроз.

ТА «Весь світ» щоб попередити зниження попиту на пакетні тури має підвищити увагу до власного сайту та максимально його просувати для підтримання та збільшення обсягів продажів пакетних турів. Для попередження зменшення комісійної винагороди. ТА «Весь світ» має продовжувати реалізувати тури лише надійних туроператорів це стосується також і загроз банкрутства туроператорів.

Отже, туристична агенція «Весь світ» в 2020 році зменшила обсяги продажів та отримала менший дохід від реалізації туристичних послуг, що пов'язано з карантинними обмеженнями, проте агенція може реалізувати свої можливості та збільшити увагу до реалізації турів по Україні з виїздами з Полтави та Києва.

Загалом можна сказати, що підприємства індустрії туризму схильні до впливу численних зовнішніх чинників, роль яких може бути різною як за силою,

так і за тривалістю впливу. Тому їх дослідження об'єктивно необхідно для організації ефективної туристської діяльності (рис 2.5).

Туристична агенція	Законодавство
	Політичні зміни
	Економічна ситуація та тенденція
	Динаміка курсу валют
	Сезонність послуг
	Культурні фактори
	Думка і відношення споживачів

Рис. 2.5. Фактори, що впливають на діяльність ТА «Весь світ»

Політична обстановка в країні і регіоні визначає інші динамічні чинники. Кризи, політичну нестабільність, безробіття, посилення туристських формальностей, скачки курсу валют негативно позначаються на діяльності туристичної компанії. Вплив також надають міжнародні відносини, візові режими між країнами.

Вплив економічних факторів головним чином обумовлено тим, що існує пряма залежність між економічним розвитком країни, об'ємом національного доходу і матеріальним добробутом її громадян. Від економічного становища держави і регіону залежать не тільки доходи населення, а й рівень розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури туристичної компанії.

Сезонність створює значні труднощі для компанії в сфері туризму, знижуючи рентабельність, ефективність використання основних фондів, погіршуючи обслуговування туристів, особливо в розпал туристичного сезону, і викликаючи плинність кадрів внаслідок недовантаження підприємств туризму в міжсезонний період [11].

Сезонність в туризмі ускладнює розвиток компаній, загострюючи суперечності між попитом на туристичні послуги і порівняно стабільним туристським пропозицією, тим самим викликаючи проблеми в обслуговуванні туристів. В місяці з найбільшою туристичною завантаженістю виникають певні труднощі в роботі транспорту, організації харчування, забезпечення житлом, проведення екскурсійної роботи і т. д. Якщо в «гарячий» сезон перевантажені всі готелі, кемпінги та мотелі, то в міжсезонний період, як правило, велика кількість місць в об'єктах розміщення туристів виявляється незайнятим. Тому сезонність вимагає ефективного управління діяльністю туристичних підприємств.

Зміни в демографічній структурі та соціальному становищі населення України обумовлені впливом на сферу туризму наступних факторів: старіння населення; зниження народжуваності; підвищення смертності; значне збільшення частки самотніх дорослих громадян; тенденція до більш пізнім шлюбам; зміна віку виходу громадян на пенсію [27].

Технологічні фактори, пов'язані з прогресом в техніці і технологіях, в значній мірі впливають на розвиток туристичних підприємств, вони отримують можливості для надання нових видів послуг, їх збуту і вдосконалення обслуговування клієнтів. На даний момент бронювання турів туристичними компаніями переходить на систему онлайн бронювання, що свідчить про підвищення якості роботи в даній сфері. Розвиток науки і техніки сприяє вдосконаленню засобів масового виробництва туристських послуг (готельного господарства, транспорту, екскурсійних бюро).

Таким чином, туристське підприємство на ринку діє не відокремлено, а в оточенні і під впливом різноманітних сил, які складають зовнішнє середовище маркетингу. Відносини, що складаються між суб'єктами середовища і фірмою, різноманітні і за характером впливу на них з боку фірми вони можуть бути контрольованими і неконтрольованими. Завдання підприємства зводиться до зниження до мінімуму неконтрольованих факторів середовища і вишукування можливостей опосередкованого впливу на них [33].

Отже, на діяльність ТА «Весь світ» впливають численні зовнішні фактори, роль яких може бути різною як за силою, так і за тривалістю впливу. В ході дослідження виявлено, що економічні та політичні чинники роблять негативний вплив на діяльність туристичної компанії. Технологічні і соціальні чинники позитивно впливають на розвиток галузі. Дії постачальників є вираженою загрозою, для ТА «Весь світ» так як несумлінне ставлення хоча б одного з них може зіпсувати репутацію фірми. Другою групою суб'єктів є покупці туристичних послуг. В цілому поведінка клієнтів, зростання їх платоспроможності робить позитивний вплив на туристичну діяльність. Ідентифікація субінституційних туристичних продуктів є дуже проблематичною, так як крім туристичного продукту, споживач має можливість широкого вибору серед інших продуктів в залежності від рівня доходу.

Висновки до розділу 2

Аналіз використання різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг дозволяє зробити наступні висновки:

1. Потенціал розвитку транспортної системи України формувався в результаті позитивного впливу таких чинників: територіальних (вигідного географічного та геоекономічного розташування, наявності морського кордону та найдовшого у Європі сухопутного кордону), інфраструктурних (наявності розвиненої транспортної інфраструктури, зокрема залізничної мережі та портового господарства), інституційних (наявності достатньої нормативно-правової бази та інститутів регулювання), загальноекономічних (посилення конкуренції на внутрішньому ринку транспортних послуг, активізацією зовнішньоторговельної діяльності, орієнтації на інноваційну модель розвитку національної економіки, транспортної системи зокрема). Саме транспортні перевезення є важливою частиною туристичного потоку іноземних громадян та внутрішніх туристів в Україну.

2. ТА «Весь світ», як суб'єкт діяльності на ринку туристичних послуг, задіяний в організації подорожей, турів і наданні послуг із розміщення для короткотермінового проживання на основі їх оптового та роздрібного продажу широкому колу споживачів або комерційним клієнтам. Туристична агенція «Весь світ» співпрацює з широким колом туристичних операторів, що здійснюють свою діяльність на туристичному ринку України та за кордоном, зокрема: Coral Trevel, Феєрія мандрів, Pegas Touristik, Туристичний клуб, Join UP!, TEZtour, GTOtrewel, Mouzenidistravel, TUI Україна.

3. ТА «Весь світ» має значний досвід туристичної діяльності та займає провідне місце серед інших агенцій. Завдяки співпраці з різними провідними туроператорами має широкий спектр послуг, які надаються на найвищому рівні. Діяльність ТА «Весь світ» повністю зорієнтована на клієнтах та їх бажаннях. Агенція керується стандартами обслуговування, що включають в себе такі етапи розвитку відносин із туристами: форма побудови та розвиток відносин (незважаючи на підсумок бесіди завжди потрібно залишатися професіоналом); зацікавленість бажаннями клієнта (максимально зрозуміти необхідність певного виду відпочинку); розвиток довгострокових відносин (попит базується на гарному ставленні та якісному обслуговуванні), які виступають фундаментальними складовими успішного ведення туристичного бізнесу.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ

3.1. Розробка нового туристичного маршруту для ТА «Весь світ»

Проаналізувавши та розглянувши у попередніх двох розділах теоретичне поняття транспорту, його особливості та діяльність ТА «Весь світ» можна стверджувати що хоч туристична агенція у своїй практиці і пропонує тури на внутрішньому ринку та більша частина відсотків турів належить до виїзного туризму. Тому, доречно буде запропонувати ТА «Весь світ» туристичний маршрут в межах країни, адже Україна являє собою європейську країну з досить привабливим туристичним продуктом як для іноземних, так і для вітчизняних туристів. Тому розвивати внутрішній туризм вкрай важливо.

У сучасному світі туроператорами надаються різні способи вибору переміщення туристів на відстань. На їх озброєнні є великий спектр видів транспорту і технічних засобів, які можна використовувати. Проте, актуальним залишається питання якісного забезпечення туристів транспортним обслуговуванням під час подорожей, так як для цього потрібен ретельний облік безлічі чинників. Розглянувши в попередніх розділах види та особливості транспортного обслуговування в туризмі вважаю, що доцільно буде використати в запропонованому турі для ТА «Весь світ» автотранспорт, який досить широко використовується в туристичній сфері (трансфери, екскурсії, внутрішньо-маршрутні перевезення автобусами, оренда малолітражних автомобілів туристами для власного користування відпочинку та ін.), для якого сезонність при організації турів не грає такої великої ролі, як в інших подорожах. Основні переваги автотранспорту: економічність, доступність для широких верств населення.

Для аналізованої агенції пропонуємо розробити Інста-тур, який сьогодні є досить популярним та актуальним на ринку туристичних подорожей. Це тур,

який крім основних послуг (харчування, перевезення та розміщення) пропонує послугу фотографа, який супроводжує групу по всіх туристичних атракціях. Даний тур буде розрахований на сучасна молодь та людей, для яких інстаграм є роботою, також для тих хто хоче не тільки побачити нові місця та відпочити, а ще отримати безліч фото та нових вражень.

До уваги ТА «Весь світ» пропонуємо новий маршрут із назвою «Інста-Синевир», котрий зможе задовольняти потреби туристів протягом усього року. Даний тур поєднує у собі: активний відпочинок, екскурсії, красиві краєвиди та ландшафти, відвідування різноманітних інстаграм-локацій, безліч гарних фото та відео. Пропонований тур розрахований на 4 дні і 3 ночі для туристів котрі прагнуть відпочити від міського оточення, урізноманітнити свою сторінку в мережі Instagram естетичними кадрами та відкрити для себе нові локації. Так як маршрут туру відіграє велику роль у наданні йому необхідної привабливості, задоволення побажань та інтересів туристів, вибір пунктів нового маршруту пов'язаний, перш за все, з цілями поїздок та наявності туристичних ресурсів дестинації.

Під час розробки нового «інстаграмного» туристичного маршруту для ТА «Весь світ» було визначено, що такий вид туру також може включати елементи пізнавальних турів, адже сучасний турист є більш вимогливий до туристичної індустрії наданих послуг та бажає отримати най ґрунтовніший зміст своєї подорожі. Наступні пункти (рис.3.1) – інста-туру було визначено завдяки наявності туристських ресурсів та певної туристичної інфраструктури.

До уваги потенційних туристів буде запропоновано огляд наступних інстаграм-локацій та дестинацій на маршруті, пропонованого для ТА «Весь Світ»:

1) На висоті 989 м над рівнем моря, в котловані утвореному горами Озерна і Сленізор, розташувалося озеро Синевир. Синевир утворився 10 000 років тому після землетрусу, коли гірські кам'янисті породи вирости на шляху річки. Озеро площею 5 га вважається одним з найбільших водойм області. Середня глибина – 16-17 м, в деяких місцях досягає 22 м. Синевир вважається візитною карткою

Закарпаття, його головним символом і визначною пам'яткою, обов'язковою до відвідування. Це одне з найкрасивіших і привабливих для туристів високогірних озер України, що є також найбільшим і найглибшим водоймою Карпат. Друга назва озера – Морське око, яке дійсно, при погляді зверху, водойма нагадує глибоке синє око, завдяки острову, що знаходиться прямо в центрі водойми.

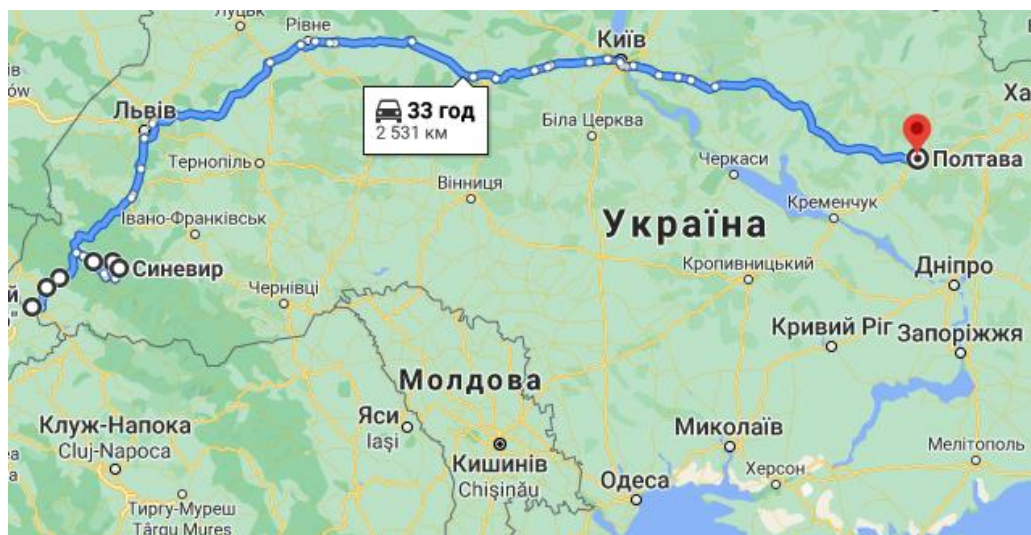


Рис.3.1. Скріншот проїзду на маршруті по заданим пунктам «Полтава – о. Синевир – Пилипець – водопад Шипіт – Гора Гемба – Замок графа Шенборна – Мукачевський замок Паланок – Термальний комплекс Косино – Полтава»

Краса місцевої природи просто невимовна – озеро оточують скелі і ліси, що буде гарною локацією для фото. Тут розташовано кілька баз відпочинку і туристичних стоянок, де зустрінуть будь-якого мандрівника, досхочу нагодують стравами національної кухні. На турбазах працюють музиканти й фотографи, є сувенірні лавки. Також можна взяти в оренду пліт, щоб покататися по озеру, а також влаштувати собі велосипедну або кінну екскурсію. В околицях озера є канатна дорога.

2) Водоспад Шипот, висота падіння води якого сягає близько 14 метрів величними каскадами. У самому водоспаді дозволено купатися, але потрібно мати на увазі, що обережність тут не завадить. На території водоспаду

функціонує двомісний крісельний підйомник, на якому можна дістатися до вершини гір, щоб насолодитися красивими видами і зробити неповторні фото.

3) Гора Гемба знаходиться близько популярного гірськолижного курорту Пилипець, і до того ж якраз під нею точить камінь один з найвідоміших водоспадів Карпат – Шипіт. Підйомник, про який говорилося вище, працює цілорічному режимі, також він є одним з найтриваліших за часом підйому на Закарпатті: щоб піднятися наверх буде потрібно близько 20 хвилин.

4) Палацово-парковий комплекс Шенборнів є однією з визначних пам'яток Закарпатської області, яка відмінно збереглися як всередині, так і зовні майже в первісному вигляді. Замок витриманий в дусі романтичної еkleктики і поєднує в собі різні середньовічні мотиви (романські та готичні). Оригінальність палацу полягає ще й в тому, що він має 365 вікон (кількість днів у році), 52 димоходи (кількість тижнів у році), 12 входів (як місяців у році). Замок прикрашений багатим декором (барельєфи, флюгери, вітражі) на тему родової геральдики графів Шенборнів; над входом – баштовий годинник з курантами.

5) Середньовічний замок Паланок велично підноситься над околицями міста Мукачево. Це один з найкрасивіших замків Закарпаття. Багато загадок і легенд зберігають його древні стіни. Мукачівський замок в 17-18 століттях був центром національного угорського опору, резиденцією правителів Трансильванії. З ним пов'язана романтична і героїчна історія кохання княжни Ілони Зріні та ватажка угорських повстанців Імре Текелі.

Для сучасних туристів відвідування старовинної фортеці - це завжди дотик до таємниці. Дивно, скільки міфів, подій, людських доль, героїчних подвигів вона береже.

6) Косино – відомий термальний курорт України в Закарпатській області. Комплекс «Термальні води Косино» розташований в селі Косонь в 38 км від Мукачева і в 22 км від термального курорту Берегово, поряд з кордоном з Угорщиною. У Косино, як і в Берегово, угорський колорит відчувається в усьому: архітектурі, національній кухні, спілкуванні, вивісках на кафе і магазинах.

На рис.3.2. наведено загальну характеристику нового туру з основними показниками.

Обрані області України	
• Полтавська область, Закарпатська область	
Обрані основні пункти маршруту -	
• с. Пилипець, с. Карпати, м. Мукачево, с. Косонь	
Тип маршруту	
• Комбінований	
Час на переміщення між об'єктами	
• 68 год.	
Вид транспорту	
• Автобусний	
Сумарна відстань по маршруту	
• 5062 км.	
Обрані об'єкти атракцій	
• озеро Синевир, село Пилипець, водопад Шипіт, Гора Гемба, Замок графа Шенборна Мукачевський замок Паланок, Термальний комплекс Косино	

Рис. 3.2. Загальна характеристика туру «Інста-Синевир»

Розглянувши загальні характеристики туру, перейдемо до табл. 3.1. із розписаною програмою туру «Інста-Синевир» та її програмним забезпеченням.

Пропонований туристичний маршрут «Інста-Синевир» починається із зустрічі туристів біля туристичного підприємства ТА «Весь світ» о 6 годині ранку, де проводиться посадка в автобус. Туристський автобус обладнаний регулюючими сидіннями, кліматичними установками, іншими побутовими зручностями. Зокрема кожні 2-3 години будуть проведені санітарні зупинки. Автобус повністю відповідає європейським стандартам безпеки. Далі автобусом вирушаємо до с. Синевир, де на туристів чекають у гостинному дворі «Синевир». Після розміщення туристи матимуть можливість отримати послуги харчування, після вільний час та відбій.

Таблиця 3.1.

Програма туру «Інста-Синевир»

День 1	
06.00	Виїзд з м. Полтава
20.00	Заселення в готель «Гостинний двір Синевир»
20.30	Вечеря в ресторані при готелі
21.00	Вільний час, відбій
День 2	
9.00-10.00	Сніданок.
10.30	Виїзд до озера Синевир
11.10	Прибуття до озера Синевир
11.20	Вільний час та фотозйомка
12.00	Виїзд до водопаду Шипіт
13.30	Фотозйомка на фоні каскадів
14.00	Вільний час
14.30	Обід у кафе, відпочинок
15.00	Підняття на г. Гемба на підйомнику
15.30	Фотозйомка та вільний час
16.00-17.30	Переїзд до замка Графа Шенборна, екскурсія
18.30	Фотозйомка, вільний час
19.20-20.30	Повернення до готелю, вечеря, вільний час, відбій.
День 3	
9.00-10.00	Сніданок у ресторані при готелі, вільний час
12.00	Виїзд до Мукачевського замку Паланок
13.30	Екскурсія, фотозйомка, вільний час
15.00	Обід за місцем розміщення.
16.30	Переїзд до Термального комплексу Косино
15.00	Відпочинок у термальних басейнах, відвідування спа-центру, фотозйомка
18.00	Повернення до с. Синевир
19.30	Вечеря у ресторані при готелі, вільний час, відбій
День 4	
06.00	Виїзд до м. Полтава
11.30	Сніданок у м. Стрій піцерія «Скоріні»
12.30	Виїзд до м. Полтава
15.00	Обід в с. Колоденка в готелі «Айвенго»
20.00	Повернення до міста Полтава

Наступного дня після сніданку група туристів вирушає далі по маршруту до озера Синевир. Відстань від готелю до озера складає 16 км, а за часом близько 26 хвилин. Після фотозйомки та прогулянки біля озера вирушаємо до водопаду Шипіт о 10 годині 30 хвилин ранку. Там спочатку туристи відправляються на

фотозйомку на фоні каскадів о 13 годині 30 хвилин. О 14 годині дня після фотозйомки вільний час. О 14.30 обід у кафе та відпочинок. Після обіду о 15.00 на туристів чекає підняття на гору Гемба на підйомнику де туристи зможуть побачити гарний краєвид, та по фотографуватися на його фоні.

Далі з 16.00 до 17.30 дорога до замку графа Шенборна та екскурсія по його території. Далі туристи будуть мати можливість сфотографуватися на фоні замку на інших локацій. Далі за туристичним маршрутом о 19.20 повернення до готелю ,вечеря та вільний час.

Третій день починається о 09.00 туристи можуть поснідати та прогуляти по території гостинного двору. О 12.00 виїзд до Мукачевського замку Паланок. О 13.30 екскурсія, фотозйомка та прогулянка. Після прогулянки туристи можуть пообідати в місті Мукачево. О 16.30 дорога до Термального комплексу Косино, далі за планом відпочинок та купання у термальних басейнах та відвідування сра-центру. Також туристи можуть сфотографуватися по території термального комплексу. О 18.00 дорога до м. Синевир, о 19.30 вечеря у ресторані при готелі, вільний час та відбій.

Четвертий день – день від'їзду до міста Полтава. По дорозі туристи можуть поснідати у місті Стрій, та пообідати в селі Колоденка в готелі «Айвенго». О 20.00 планується прибуття до Полтави. Послуги розміщення на даному туристичному маршруті будуть надаватися в с. Синевир, що знаходиться за 15 км від самого озера.

Загальна протяжність маршруту Полтава – о. Синевир – Пилипець – водопад Шипіт – Гора Гемба – Замок графа Шенборна – Мукачевський замок Паланок – Термальний косплекс Косино – Полтава у дві сторони автобусом складає 5062 км та за часом проведеним у дорозі по пунктах маршруту 68 години. У турі передбачено певна кількість основних та додаткових послуг. Додаткові послуги будуть сплачуватись туристами окремо.

На рис. 3.3. наведено перелік основних та додаткових послуг пропонованих на туристичному маршруті.

Основні послуги

- Розміщення у гостинному дворі Синевир
- Харчування (3 сніданки – 3 обіди- 2 вечері)
- Транспортне забезпечення автобусом по основному маршруту(Полтава – о. Синевир – Пилипець - водопад Шипіт – Гора Гемба – Замок графа Шенборна – Мукачевський замок Паланок – Термальний комплекс Косино – Полтава)
- Страхування туристів
- Фотозйомка біля о. Синевир, г. Гемба, водопаду Шипіт, замка графа Шенборна, Мукачевського замку, термального комплексу Косино
- Проведення екскурсії Мукачевського замку паланок

Додаткові послуги

- Обід у м. Мукачево, с. Колоденка в готелі «Айвенго»
- Послуги професійного фотографа

Рис. 3.3. Послуги пропоновані туристам у турі «Інста-Синевир»

Визначивши основні та додаткові послуги під час здійснення нового пропонованого для ТА «Весь світ» пропонуємо на рис. 3.4. проглянути основні показники нового туристичного маршруту.

Пропонований новий тур «Інста-Синевир» є Інста-туром. Тур є багатоденним (4 дні), розрахований на групове відвідування (15 осіб). Розміщення на маршруті передбачається у гостинному дворі. За формою побудови новий пропонований тур є комбінованим та транспортно-пішохідним.

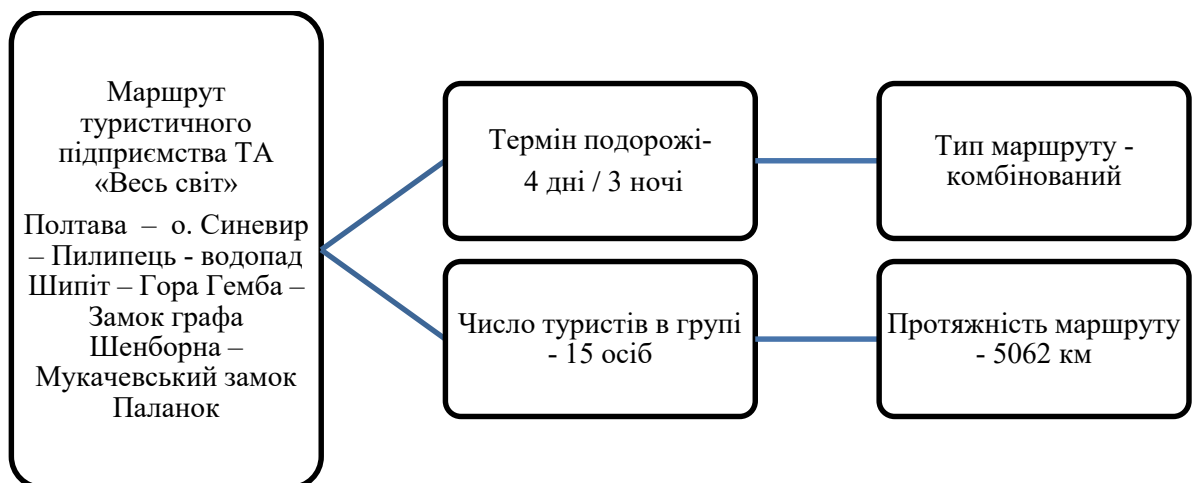


Рис.3.4. Основні показники нового туристського маршруту «Інста-Синевир» для туристичного підприємства ТА «Весь світ»

Тож, було запропоновано та обґрунтовано новий туристичний інста-тур «Інста-Синевир» для ТА «Весь світ» з метою вирішити проблеми які впливають на туристичне підприємство, а також як альтернативу виїзному туризму, який в більшій мірі впроваджено у діяльності даного підприємства. Далі буде доцільно розглянути очікуваний економічний ефект від запропонованого туру для діяльності досліджуваного нами підприємства.

3.2. Очікуваний економічний ефект від запропонованих заходів для ТА «Весь світ»

У наведеному вище пункту цього розділу було запропоновано та аргументовано новий туристичний маршрут «Інста-Синевир» для ТА «Весь Світ». В даний час туристичним підприємствам слід розраховувати економічну вигоду від нових туристичних маршрутів, а визначення економічної вигоди від нових туристичних маршрутів передбачає розрахунок таких економічних показників:

- 1) суми загальної собівартості туристичного продукту;
- 2) суми загальної вартості на групу туристів;
- 3) суми реалізації туристичного продукту для однієї особи;
- 4) суми прибутку туристичного підприємства «Весь світ» від реалізації даного туристичного продукту.

Процес визначення економічної ефективності нового туру здійснимо шляхом розрахунку собівартість нового туристичного продукту, збутової ціни та доходу від реалізації туру, а також дамо оцінку економічної ефективності нового маршруту. Собівартість туристичного продукту складається з суми постійних і змінних витрат на організацію туру (рис.3.5.), де постійні витрати – це витрати, величина яких практично не змінюється при зміні обсягу реалізованої продукції.

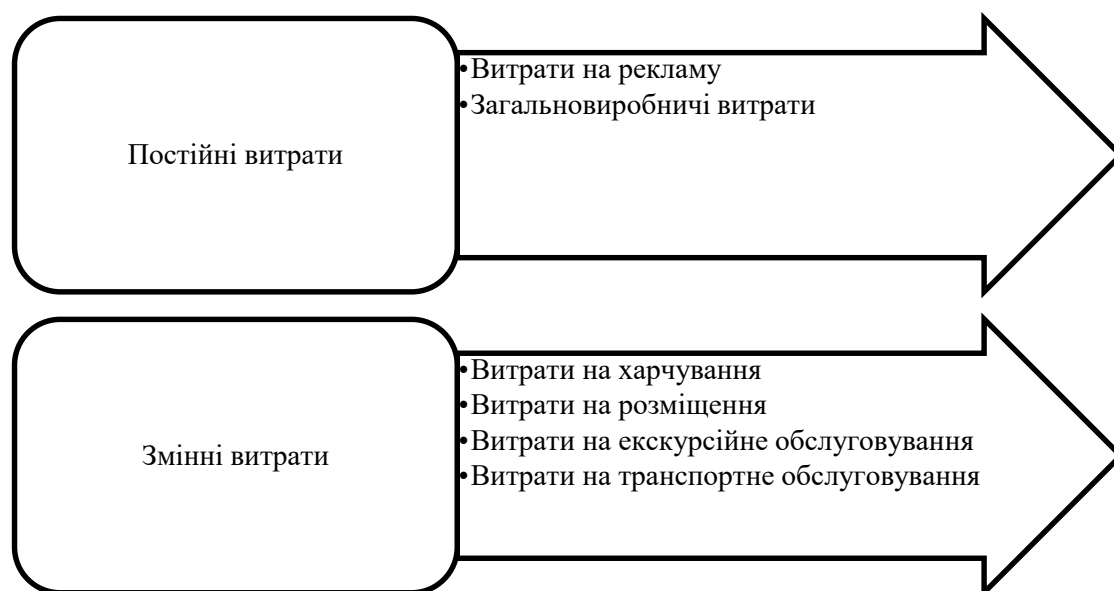


Рис 3.5 Розподіл витрат на створення та обслуговування туристичного маршруту для ТА «Весь світ»

Говорячи про змінні витрати маються на увазі витрати, які змінюються залежно від зміни кількості учасників маршруту. До змінних витрат у пропонованому турі ми віднесли витрати на розміщення та харчування (табл.3.2). У турі «Інста-Синевир» туристам буде запропоновано розміщення у Гостинному Дворі «Синевир» по місцю прибуття.

Таблиця 3.2.

Аналіз витрат на послуги розміщення туристів під час
пропонованого туру «Інста-Синевир»

№ п/п	Туристичні центри	Вартість проживання на одну особу за 3 дні, грн.
		Гостинний Двір «Синевир»
1	с. Синевир	480

Весь тур туристи будуть проживати в Гостинному Дворі «Синевир», який розташований в селі Синевир. Вартість на одну особу за добу у даному місці розміщення складає 160 грн, а на 15 туристів вартість становить 2400 грн за добу. Так як група туристів із 15 осіб розташовуватиметься на території Гостинного Двору «Синевир» 3 дні, то вартість проживання складатиме 7200 грн.

У вартість туру, входить вартість проведення запланованих протягом туру екскурсій (рис.3.6.), які залежать від кількості туристів в групі.

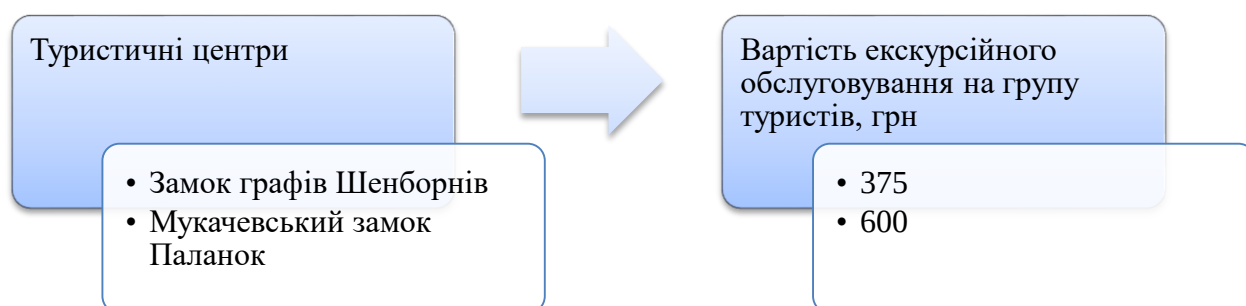


Рис.3.6 Вартість екскурсійних послуг протягом туру «Інста-Синевир»»

На рис. 3.5 представлено змінні витрати на екскурсійні послуги, прораховані по двом туристичним центрам на маршруті вартість яких складає: 375 гривень на групу за проведення екскурсії у селі Карпати в замку графів Шенборнів. В місті Мукачево на проведення екскурсії в замок Паланок сума з 15 учасників складе – 600 гривень.

Протягом пропонованого маршруту передбачені послуги харчування (табл.3.4) на території розміщення.

Таблиця 3.4.

Вартість харчування на одного туриста

№ пор.	Туристичні центри	Вартість харчування, грн.	
		Сніданок	Вечеря
1	с. Синевир Гостинний Двір «Синевир»	60	90

Змінні витрати на послуги харчування протягом пропонованого туру відрізняються в залежності від місця знаходження туристичного пункту. Сукупна вартість двохразового харчування в Гостинно Дворі в селі Синевир складає 150 грн. на одну особу. Так як туристи будуть проживати тут 3 дні вартість харчування на одного туриста складе 450 грн.

Обід у туристичному центрі с. Пилипець, м. Мукачево, с. Стрий, передбачено за власний рахунок. Загальна вартість складає: $450 \cdot 15 = 6750$ грн. вартість харчування групи туристів із п'ятнадцяти осіб.

У табл. 3.5. та табл. 3.6 розрахуємо змінні витрати на транспортне обслуговування протягом пропонованого туристичного маршруту

Таблиця.3.5

Вартість перевезення транспортним засобом по маршруту «Полтава – с. Синевир – Полтава»

№	Вид транспорту	Вартість перевезення за 1 км, грн	Протяжність маршруту, км
1	Мікроавтобус	7 грн/км	2094

Таблиця 3.6

Вартість перевезення транспортним засобом по туристичним атракціям по туристичному маршруту «Інста-Синевир»

№	Вид транспорту	Вартість перевезення за 1 км, грн	Протяжність маршруту, км
1	Мікроавтобус	7 грн/км	580

Для того аби розрахувати вартість перевезення транспортним засобом туристів на новому пропонованому маршруті, необхідно розрахувати добуток, де вартість одного кілометра помножена на відстань запланованого маршруту. Якщо вартість одного кілометра коштує 7 грн. а загальна відстань маршруту становить 2674 км, то вартість оренди мікроавтобусу складе: $7 \cdot 2674 = 18718$ грн. вартість оренди мікроавтобусу на маршруті.

Вартість перевезення залежить від виду використовуваного транспорту і умов його надання. Так як наш новий тур пов'язаний з переїздами з одного населеного пункту в інший відстанню 2674 км доцільніше використовувати автобусний транспорт, який може належати туристичному підприємству або орендуватися у автотранспортного підприємства. Орендна плата може бути 2-х видів: погодинна або по кілометрова, для даного маршруту обрано плату другого виду.

У табл. 3.6. наведено повний перелік статей витрат із зазначеною вартістю по кожному елементу, а також розрахована собівартість туристичного продукту, прибуток котрий отримає туристичне підприємство «Весь Світ», загальні витрати на групу туристів із 15 осіб та вартість реалізації однієї путівки.

Таблиця 3.7

Розрахунок вартості туру «Інста-Синевир»

№ з/п	Назва статті	Вартість за одиницю (грн)	Кількість (од.)	Загальна вартість (грн.)
1	Вартість проживання за умовами розміщення в Гостинному Дворі «Синевир»	480	15	7200
2	Вартість харчування за місцем розміщення: с. Синевир Гостинний Двір «Синевир»	450	15	6750
3	Вартість транспортного обслуговування	7,0	2647(км)	18718
4	Екскурсійно-дозвільна програма			975
	Замок графів Шенборнів	25	15	375
	Екскурсія в Мукачевському замку «Паланок»	40	15	600
5	Страховання	40	15	600
6	Послуги керівника групи	3000	1	3000
7	Послуги фотографа	4000	1	4000
8	Інші види затрат:			
	Загальновиробничі витрати	1500		1500
	Витрати на рекламу	2000		2000
	Загальна собівартість туру			44743
	Прибуток			6711
	Загальна вартість туру (на групу)			51454
	Загальна вартість туру (на одну особу)			3430

На основі вище приведеної таблиці необхідно розрахувати вартість змінних витрат усього, що наведено у формулі 3.1., де необхідно додати усі наведені вище показники, а саме: витрати на розміщення, витрати на харчування, витрати на транспортне обслуговування, витрати на екскурсійне обслуговування, страхування, що становлять:

$$B_{зм.} = B_{т\ розм.} + B_{т\ харч.} + B_{т\ трансп.} + B_{т\ екск.} + C, \quad (3.1.)$$

де В зм – змінні витрати;

Вт розм. – витрати на розміщення;

Вт харч. – витрати на харчування;

Вт трансп. – витрати на транспортне обслуговування;

Вт екск. – витрати на екскурсійне обслуговування;

С – вартість страхування туристів

Змінні витрати на туристичне обслуговування за пропонованим маршрутом становлять: $7200+6750+18718+975+600=34243$ грн.

Щоб розрахувати суму постійних витрат підприємства на новий пропонований маршрут необхідно додати вартість послуг керівника групи, загальновиробничі витрати та витрати на рекламу та послуги професійного фотографа (формула 3.2.).

$$В_{\text{пост.}} = П_{\text{кр.}} + В_{\text{т заг.}} + В_{\text{т рек.}} + П_{\text{фот.}} \quad (3.2)$$

де В пост. – постійні витрати

П кр. – послуги керівника групи

Вт заг. – загальновиробничі витрати

Вт рек. – витрати на рекламу

П фот. – витрати на послуги професійного фотографа

Відповідно до кошторису постійні витрати складають:
 $3000+1500+2000+4000 = 10500$ грн.

Таким чином, прорахувавши суму змінних та суму постійних витрат у формулі 3.3 наведено як ми можемо визначити собівартість нового туристичного продукту для ТА «Весь Світ», а саме знайти суму загальних витрат.

$$Соб. = В_{\text{пост.}} + В_{\text{зм.}} \quad (3.3)$$

де Соб. – собівартість;

В пост. – постійні витрати;

В зм. – змінні витрати.

Виходячи з формули: $\text{Соб.} = 34243 + 10500 = 44743$ грн., становлять загальні витрати закладені до суми загальної собівартості туристичного продукту. Після визначення загальної собівартості необхідно розрахувати суму прибутку, котру отримає туристичне підприємство від реалізації нового пропонованого маршруту. У формулі 3.4. норма прибутку визначено як 15 % від загальної собівартості.

$$\Pi = \text{Соб.} * \text{Н. пр.} \quad (3.4.)$$

де Π – прибуток;

Соб. – собівартість;

Н пр – норма прибутку.

$$\Pi = 44743 * 15\% = 6711 \text{ грн.}$$

Далі у формулі 3.5. визначено порядок знаходження наступного показника ефективності нового туристичного продукту, а саме показника суми загальної вартості на групу туристів.

$$\text{В заг./гр.} = \text{Соб.} + \text{Н. пр.} 15\% \quad (3.5)$$

В заг./гр. – загальні витрати на групу;

Соб. – собівартість;

Н. пр. 15% – норма прибутку, котрий отримає туристичне підприємство від продажу туристичного продукту;

$\text{В заг./гр.} = 44743 + 6711 = 51454$ грн. – становлять загальні витрати на групу туристів із 15 осіб.

Щоб визначити вартість туру для однієї особи необхідно вартість загальних витрат розділити на кількість осіб у групі, а саме: $51454/15 = 3430$ грн.

У повну вартість туру з розрахунку на одного туриста входять послуги: розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування, транспортного

обслуговування, страхування. До вартості туру не було включено обід у с. Пилипець, м. Мукачево, с. Стрий та особисті витрати на сувенірну продукцію.

Наразі пропонуємо порахувати маржинальний дохід, ту величину котра виражає різницю між двома відповідними показниками. Маржинальний дохід від продажу путівок для 15 туристів знаходимо за формулою 3.6.

$$\text{МД} = \text{Ц пр.} - \text{Соб. пр.}, \quad (3.6)$$

де Ц. пр. – ціна туристичного продукту на групу

Соб. пр. – собівартість туристичного продукту.

$$\text{МД} = 51454 - 44743 = 6711 \text{ грн.}$$

Для розрахунку річного маржинального доходу фірми від даного туру необхідно спрогнозувати загальну кількість турів, яке може організувати підприємство протягом року. Наприклад буде відправлено 15 туристичних груп по 15 осіб. Річний маржинальний дохід визначається за формулою 3.7.

$$\text{МД рік.} = \text{МД тур.} * N \text{ тур.} \quad (3.7.)$$

де МД тур. – маржинальний дохід за відправку однієї групи туристів;

N тур. – загальна кількість турів за рік.

$$\text{МД рік} = 6711 * 15 = 100\,665 \text{ грн.}$$

Для того аби розрахувати валовий прибуток даного туру (форм.3.8), необхідно від маржинального доходу відняти постійні витрати підприємства, що припадають на даний тур:

$$\text{Пр. вал. тур.} = \text{МД рік тур} - \text{Вт пост. тур}, \quad (3.8)$$

де Пр. вал. тур. – валовий прибуток даного туру;

МД рік тур. – маржинальний дохід даного туру за рік;

Вт пост. тур. – постійні витрати фірми, що припадають на даний тур.

$$\text{Пр. вал. тур} = 100665 - 10500 = 90165.$$

На основі вище визначених показників лишилося оцінити економічну ефективність розробленого нового туристичного маршруту за допомогою показника рентабельності продукції. Показник рентабельності (формула 3.9.) туристичного продукту визначається як відношення валового прибутку до загальних витрат підприємства по даному туру.

$$\text{РЕНТ} = \text{Пр. вал. тур} / \text{Вт заг. тур}, \quad (3.9.)$$

де Пр. вал. тур – валовий прибуток за тур

Вт заг. тур – загальні витрати на тур

$$\text{РЕНТ} = 90165 / 44743 = 2.$$

Тобто ми бачимо, що рівень рентабельності котрий дорівнює 2% для нового пропонованого туристичного маршруту ТА «Весь Світ» є задовільним.

Отже, у даному пункті було розраховано очікуваний економічний ефект від запропонованого нового інстаграм-туру. Було визначено суму постійних та змінних доходів котрі були закладені у вартість туристичної путівки. Також на основі постійних та змінних витрат туристичного підприємства ми провели розрахунок собівартості, суми загальної вартості, включаючи запланований дохід та розраховали ціну пропозиції на одну особу, а завдяки показнику рентабельності, котрий склав 2 % можна говорити про економічну вигідність впровадження даного туру на ТА «Весь Світ».

Висновок до розділу 3

На основі результатів розробки нового туристичного маршруту доцільно зробити такі висновки:

1. Для ТА «Весь світ» пропонуємо новий маршрут із назвою «Інста-Синемир», котрий зможе задовольняти потреби туристів протягом усього року. Даний тур поєднує у собі: активний відпочинок, екскурсії, красиві краєвиди та

ландшафти, відвідування різноманітних інстаграм-локацій, безліч гарних фото та відео. Пропонований тур розрахований на 4 дні і 3 ночі для туристів котрі прагнуть відпочити від міського оточення, урізноманітнити свою сторінку в мережі Instagram естетичними кадрами та відкрити для себе нові локації.

2. Розрахунок економічної ефективності дав змогу провести наступні розрахунки за новим маршрутом: собівартість, загальна вартість туру, вартість туру на одну особу та суму прибутку від реалізації туру. Загальна собівартість туру «Інста-Синевир» складатиме 44743 грн, прибуток агенції – 671, загальна вартість туру (на групу) – 51454 грн, загальна вартість туру на одну особу – 3430 грн.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження на тему «Особливості застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг» зробимо наступні висновки:

1. Визначено сутність поняття транспортне обслуговування як комплекс заходів (дій), спрямований на здійснення перевезень туристів і багажу за певним туристського маршруту усіма видами транспорту і охоплюють підготовку, експлуатацію, ремонт об'єктів транспортної інфраструктури, а також виділення, розподіл і підготовку транспортних засобів і персоналу.

2. Охарактеризовано основні види транспорту, які використовуються в сфері туризму наземний (сухопутний), повітряний, автомобільний, морський, авіаційний, залізничний та річковий. Повітряний транспорт є однією з галузей світового господарства, яка розвивається найбільш швидко і динамічно та з кожним роком займає все більш міцні позиції в загальносвітовій транспортній системі. На другому місці по популярності після авіаперевезень знаходиться залізничний транспорт, він є найбільш ефективним для перевезення пасажирів і масивних видів вантажів на середні та дальні відстані. Залізниця зручна для перевезень будь-яких категорій туристів, починаючи від туристів-індивідуалів, великих і малих туристських груп на рейсових регулярних лініях і чартерних поїздах і закінчуючи організацією спеціальних туристично-екскурсійних поїздів місцевого і дальнього сполучення.

3. Популярність або затребуваність різних видів транспорту для туристичних перевезень залежить від географічного положення і кліматичних умов країни, її економічного розвитку, національних традицій, соціального стану і життєвого рівня людей і від інших факторів. Досліджено світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг в США, Великій Британії, Європі.

4. Проаналізовано потенціал розвитку транспортної системи України, яка формується в результаті позитивного впливу таких чинників: територіальних, інфраструктурних, інституційних, загальноекономічних, наддержавних та глобальних, зокрема активізації міжнародного співробітництва в рамках адаптації до вимог єдиної транспортної політики країн ЄС, взаємодії в межах регіональної транспортної системи країн СНД, активізації зовнішньоекономічних відносин між країнами Європи та Азії, активної інтеграції до світової транспортної системи.

5. Здійснено аналіз ТА «Весь світ», яка діє на підставі виписки від імені фізичної особи-підприємця Косинського Сергія Григоровича та розташована за адресою м. Полтава, вул. Жовтнева 46. Предметом діяльності аналізованого туристичного підприємства є: діяльність з просування і реалізації сформованого туроператором туру (туристичного продукту); повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах; організація продажу туристичного продукту.

6. Було проведено оцінку конкурентного середовища ТА «Весь світ». Було використано метод SWOT-аналізу, результати якого свідчать, що аналізована туристична агенція «Весь світ» в 2020 році зменшила обсяги продажів та отримала менший дохід від реалізації туристичних послуг, що пов'язано з карантинними обмеженнями, проте агенція може реалізувати свої можливості та збільшити увагу до реалізації турів по Україні з виїздами з Полтави та Києва.

7. Запропоновано новий маршрут із назвою «Інста-Синевир», котрий зможе задовольняти потреби туристів протягом усього року. Даний тур поєднує у собі: активний відпочинок, екскурсії, красиві краєвиди та ландшафти, відвідування різноманітних інстаграм-локацій, безліч гарних фото та відео. Пропонований тур розрахований на 4 дні і 3 ночі для туристів котрі прагнуть відпочити від міського оточення, урізноманітнити свою сторінку в мережі Instagram естетичними кадрами та відкрити для себе нові локації. Так як маршрут туру відіграє велику роль у наданні йому необхідної привабливості, задоволення побажань та інтересів туристів, вибір пунктів нового маршруту пов'язаний, перш

за все, з цілями поїздки та наявності туристичних ресурсів дестинації. Основними пунктами маршруту є Полтава – о. Синевир – Пилипець – водопад Шипіт – Гора Гемба – Замок графа Шенборна – Мукачевський замок Паланок – Термальний комплекс Косино – Полтава».

8. Визначено економічний ефект від запропонованих заходів для ТА «Весь світ». Розрахувавши дані, були визначено, що вартість туру на одну особу складає 3430 грн. Прибуток турагента від одного реалізованого туру на 15 осіб становить 6711 грн. Отже, даний тур є рентабельний та рекомендується для подальшої реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про автомобільний транспорт». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
2. Закон України «Про залізничний транспорт». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/273/96-вр>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
3. Закон України «Про транспорт» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/232/94-вр>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
4. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. [електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
5. Азрилиян А.Н., Азрилиян О.М., Калашникова Е. В. Новый экономический словарь. Издательство: Омега-Л, 2008г. 1472 с.
6. Ардельянова О. В. Місце і роль держави в регулюванні ринку автотранспортних послуг // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр. К., 1997. Вип. 2. С. 38-46.
7. Арион А.В. Організація транспортного обслуговування туристів: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 192 с.
8. Бараш Ю. С. Розвиток залізничного туризму в Україні / Ю. С. Бараш // Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Д., 2014. Вип. 8. С. 7-11.
9. Безносьок В. Д. Україна – держава туристична // Трибуна. 1999. № 3-4. С. 34-36.
10. Биржаков М.Б. и др. Автобусные туры // Туристские фирмы. Вип. 14. СПб, 1997.

11. Биржаков М.Б. и др. Железнодорожные туры // Туристские фирмы. Вып. 16. СПб, 1998.
12. Бондаренко, М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи. Економіка і прогнозування, 2011, 1. С. 104-119.
13. Борода. В. Сколько чартеров нужно рынку? // Туристический бизнес. 2001. №12.
14. Бородюк Н. Налаштованість на динамізм: [Туристична галузь в Україні] // Уряд. кур'єр. 2000. 17 жовт. С. 5.
15. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг // Регіональна економіка. 1999. № 2. С. 172-178.
16. Галасюк С.С., Ободовская К. И. Взаимосвязь развития транспорта и туризма. Научный осный. ОГЭУ. Всеукраинская ассоциация молодых ученых. Наука: экономика, политология, история. 2008. № 18 (86).
17. Герасименко В. Г., Замкова А. В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів. / В. Г. Герасименко, А. В. Замкова. Навчальний посібник Харків: Бурун Книга, 2011. 112 с.
18. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
19. Дмитрусенко О.В., Гаврилишин І. П. Туризм і авіація // Туристичні ресурси України. К., 1995.
20. Дурович А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. Минск: Новое знание, 2003. 496 с.
21. Жулевич Е.В., Копанев А.С. Организация туризма. Мн.: БГЭУ, 1999.
22. Зеркалов Д.В. Транспорт Україна Довідник. У двох книгах. Книга перша. К.: Основа, 2002. 416 с.
23. Зубовський В.М. Економіка підприємства: Підручник. К.: «Знання-Прес», 2004. 526 с.
24. Ільїна Е.Н. Менеджмент транспортних послуг. М: РМАТ, 1997. 173 с.

25. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
26. Кодекс торговельного мореплавства України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/176/95-вр>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
27. Козловська, А. І. Сезонний попит в туризмі та його особливості. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий, 252 с.
28. Козьменко М.М. Проблемні аспекти реалізації туристських послуг: матеріали VIII Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції за міжнародною участю «Організаційно-правові аспекти публічного управління» (20 квітня, 2021 року, м. Полтава).
29. Косолапов, А. Б. Географія українського внутрішнього туризму: Навч.посібник для вузів / А. Б. Косолапов. М.: КноУКР, 2013. 270 с.
30. Котельникова В. Е. Управління розвитком послуг транспортної інфраструктури туризму: дис.канд. екон. наук: 08.00.05. Економіка і управління народним господарством (економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами – транспорт, сфера послуг) / Котельникова Валерія Євгенівна: М.: Державний університеті управління. М., 2014. 184 с.
31. Кузнєцова Н.М. Стимулювання продажу туристичних послуг // Маркетинг у системі управління підприємством. КДТЕУ, 1996. С. 183-184.
32. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навчальний посібник / Л.А. Лаврів. Тернопіль : Крок, 2013. 320 с.
33. Лойко, Д. М. Розвиток модного іміджу туристичної фірми, 2016, 454 с.
34. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навч. посібн./О.О. Любіцева. -К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
35. Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. Інновації в туризмі і сервісі; Видавничий центр «МарТ», Феникс. Москва, 2010. 256 с.
36. Методические рекомендации по организации комплексного обслуживания туристов на водных маршрутах. М., 1981.

37. Методичні рекомендації з організації поїздок вітчизняних туристів за кордон : постанова Колегії державного комітету України з туризму від 16.04.1996 р. № 96/8.
38. Миротин Л. Б. ,Транспортная логистика, издат. “Экзамен”, 2002 г.
39. Наладим Л.М. Морские круизы (Морской туризм). М., 1989.
40. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
41. Никифоров В.И. Индустрия туризма. Перевозки. М-СПб., 2001.
42. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи // Урядовий кур'єр. № 35. 1997.
43. Організація групових подорожей на літаках і залізничних потягах. М., 1984.
44. Повітряний кодекс України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3167-12>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
45. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. К.: КНЕУ, 2008. 123 с.
46. Попова Н.В., Бєлєвцова Н.М. Розробка стратегії розвитку підприємства// Вісник економіки транспорту і промисловості. № 29. 2010. С. 359-363.
47. Порядок і умови організації перевезень пасажирів та багажу автомобільним транспортом. К., 2005.
48. Пути повышения качества обслуживания на водных маршрутах. М., 1987. 52 с.
49. Семенов В.М. Забезпечення безпеки на транспортних маршрутах. М., 1991.
50. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001. 400 с.
51. Тімар І.В. Особливості формування іміджу відчизняних підприємств сфери послуг / І.В. Тімар // Збірник наукових праць Міжнародної науково-

практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку» (23-24 квітня 2015 року) Т. 9. Дніпропетровськ: Вид. Біла К.О. 2015. С. 20-23.

52. Транспортне обслуговування в туризмі // Менеджмент туризму. Туроперейтинг: Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення тур продукту / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. К., 2004.

53. Транспортні послуги в туризмі // Менеджмент туризму. Туризм як вид діяльності. М., 2002.

54. Транспортні засоби в міжнародному туризмі // Економіка і організація туризму. Міжнародний туризм / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забав, Д.К. Исмаев і ін. М., 2005.

55. Flights, Hotels, Holiday Package, Cruises [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www/travel.ru>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).

56. Khadarooa J., Seetanah B. The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tour. Management*, 29, 831-840, (2008).

57. Lamb B., Davidson S. Tourism and Transportation in Ontario, Canada: A Vital Link. In *Practicing Responsible Tourism: International Case Studies in Tourism Planning, Policy and Development*. (1996).

58. Litman T. "The New Transportation Planning Paradigm," *ITE Journal* (www.ite.org), 83, June, pp. 20-28; 2013 Available at <https://www.vtpi.org/paradigm.pdf>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).

59. Lohmann G., Pearce D. Tourism and transport relationships: the suppliers' perspective in gateway destinations in New Zealand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(1), 14-29, (2012).

60. Prideaux B. The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53-63, (2000).

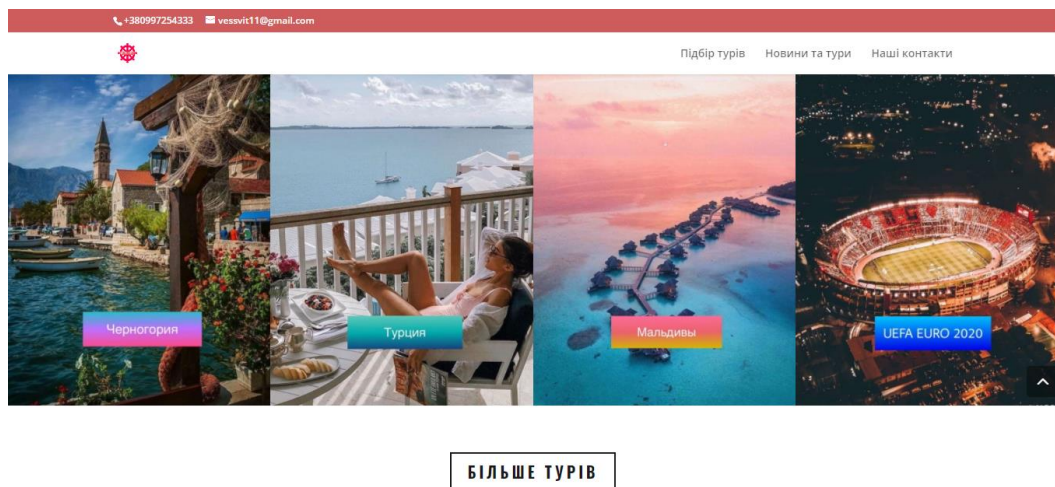
61. Regent seven seas cruises. All inclusive cruises and Luxury cruise [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rssc.com/voyage>.

62. Train tours, Train vacations, Train trips [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.railsnw.com/tours>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).

63. Travel Leisure. Plan Your Getway Vacation Today [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.reiseburo.ru/home/leisure/railcruises. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).

ДОДТАКИ

Скріншот сайту ТА «Весь світ»



ПОШУК ТУРІВ

Пакетні Екскурсійні ☒ Проїзд включений ☐ Проїзд не включений Кошик

Транспорт: Готель: ☐ 2* ☐ 3* ☒ 4* ☐ 5* Харчування:

Країна:
10 Karakoy Istanbul

Регіон:
Адрасан
Аланія
Анкара
Анталія
Афіони

Дата вильоту: до Ночей в турі: до Ціна за номер: до

Виліт з: