

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

на тему: **«ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ
ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ
ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ»**

Виконав: студент II курсу, групи Тм-21
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

(шифр і назва спеціальності)

Борисович Андрій

(прізвище та ініціали студента)

Керівник: д.і.н., проф. Борчук С.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.і.н., доц. Дутчак О.І.

(прізвище та ініціали)

Івано-Франківськ - 2025 р.

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
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ.....	35
2.1. Аналіз особливостей розвитку транспортної системи України.....	35
2.2. Аналіз ТА «Весь світ» як суб'єкта господарювання.....	42
2.3. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА «Весь світ».....	50
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ.....	58
3.1. Розробка нового туристичного маршруту для ТА «Весь світ».....	58
3.2. Очікуваний економічний ефект від запропонованих заходів для ТА «Весь світ».....	66
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75

¶ ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний туризм неможливо уявити без ефективно організованих транспортних послуг, які у своїх різноманітних формах відіграють ключову роль у функціонуванні туристичної індустрії. Транспортне обслуговування є обов'язковою складовою туристичної подорожі, оскільки забезпечує переміщення туристів між пунктами призначення та формує загальний рівень комфортності й безпеки подорожі. Нині не існує єдиної транспортної системи, створеної спеціально для потреб туризму, тому перевезення здійснюються із залученням різних видів транспорту.

Транспортне забезпечення туристів розглядається як один із визначальних елементів планування маршруту. Упродовж однієї подорожі мандрівники можуть користуватися кількома видами транспорту — повітряним, залізничним, автомобільним або водним. Кожен із цих видів має свої техніко-економічні характеристики, специфічне обладнання та особливі форми організації перевезень, що зумовлює необхідність їх комплексного вивчення.

Дослідження функціонування різних транспортних систем у контексті туристичної діяльності залишається актуальним, оскільки дозволяє підвищити якість туристичних послуг, оптимізувати логістику та удосконалити процес обслуговування туристів. Питання розвитку транспортного забезпечення подорожей і можливі напрями його вдосконалення висвітлені у працях таких дослідників, як Атаманчук З., Барабаш Ю., Гайдук А., Герасименко В., Гуменюк Г., Кузнецова Н., Кеф'як В., Любіцева О., Попова Н., Скарга О. та ін.

Метою дипломного дослідження є вивчення особливостей використання різних транспортних систем під час організації та надання туристичних послуг у туристичному агентстві «Весь Світ».

Для реалізації поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

- дослідити світовий досвід застосування різних видів транспортних систем під час формування та виконання туристичних послуг;
- вивчити особливості функціонування транспортної системи певної країни;
- проаналізувати діяльність туристичного агентства «Весь Світ» як суб'єкта бізнесу;
- оцінити вплив зовнішніх чинників на роботу ТА «Весь Світ»;
- визначити очікувану економічну ефективність запропонованих стратегічних рішень для туристичного агентства.

Об'єктом дослідження є теоретичні та практичні засади застосування різних видів транспортних систем у процесі організації туристичних послуг.

Предметом дослідження виступають особливості використання транспортних систем у діяльності туристичних підприємств, зокрема на прикладі туристичного агентства «Весь Світ».

Інформаційну базу дослідження складають наукова та навчальна література, періодичні видання, нормативно-правові акти України, національні стандарти й регламенти, монографії українських і зарубіжних авторів, урядові постанови, статистичні матеріали, ресурси мережі Інтернет, а також внутрішня документація ТА «Весь Світ».

У процесі роботи застосовано такі методи дослідження: аналіз і синтез, класифікація, формалізація, абстрагування, індукція, порівняння та опис.

Дипломна робота складається з вступу, трьох окремих розділів, висновку та списку використаних джерел.

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

1.1. Характеристика транспортного обслуговування в туризмі

Транспортне обслуговування є однією з ключових складових туристичної індустрії, адже саме воно забезпечує фізичне переміщення туристів до місця призначення, між об'єктами туристичного інтересу та під час зворотної подорожі. Ефективна організація транспортного обслуговування визначає якість туристичного продукту, рівень комфорту, безпеки та загальне задоволення туристів від подорожі.

Транспортні послуги є невід'ємною складовою основних послуг у сфері туризму. Вони становлять значну частку у структурі вартості туристичного продукту — від 40 до 60%. Для організації подорожей туристичні підприємства використовують різні види транспорту, обираючи їх залежно від відстані, напрямку маршруту, рівня комфорту та вартості.

Найбільший вплив на загальний обсяг транспортних послуг у туризмі мають авіаперевезення, які забезпечують високу швидкість пересування та охоплюють значні географічні відстані.

Діяльність у сфері транспортного обслуговування регулюється Законом України «Про транспорт», який визначає транспорт як одну з найважливіших галузей суспільного виробництва, призначену для задоволення потреб населення та виробництва у перевезеннях.

У цьому дослідженні принципово важливо визначити зміст важливих понять, одним із яких є поняття «транспортні послуги». Розглянемо складові цього визначення докладніше. Як правило, транспортними послугами вважають діяльність, пов'язану з перевезенням вантажів і людей як у часі, так і в просторі, а також надання супутніх транспортних послуг. Деякі приклади визначення наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

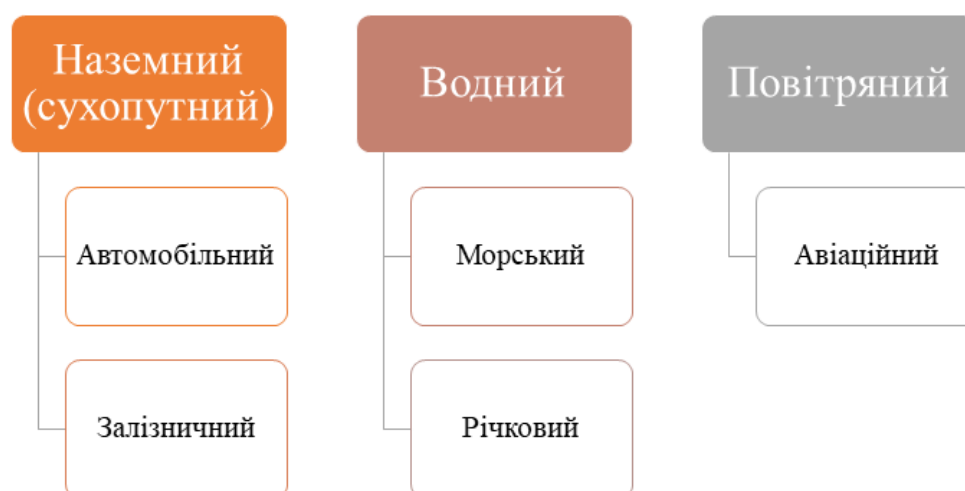
Походження терміна «транспортні послуги».

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]

Залежно від способу класифікації розрізняють види транспорту. Наприклад, залежно від способу транспортування, транспорт можна розділити на наземний, водний і повітряний. Це показано в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Різні способи транспортування [1, 3].



Розглянемо кожен із видів транспорту докладніше.

Автомобільний транспорт — це вид транспорту, призначений для задоволення потреб суспільства у перевезенні пасажирів і вантажів автомобільними засобами. Він характеризується високою мобільністю, гнучкістю маршрутів і доступністю, що робить його одним із найпоширеніших видів транспорту як у внутрішньому, так і в міжнародному сполученні.

Залізничний транспорт — це галузь, яка об'єднує комплекс підприємств і організацій, що спеціалізуються на перевезенні пасажирів і вантажів залізницею. Він забезпечує регулярне, масове та безпечне перевезення на значні відстані як у внутрішньому, так і в міжнародному сполученні. Залізничний транспорт відіграє важливу роль у розвитку економіки, забезпечуючи стабільне сполучення між регіонами.

Водний транспорт — це вид транспорту, який здійснює перевезення пасажирів, вантажів, пошти та інших вантажопотоків водними шляхами. До нього належать морський і внутрішній водний транспорт. Водні перевезення характеризуються великою вантажопідйомністю, економічністю на великих відстанях та важливим значенням для міжнародної торгівлі. Крім того, водний транспорт використовується у риболовлі, туристичних перевезеннях і рекреаційних цілях.

Повітряний транспорт— це система підприємств і організацій, що здійснюють авіаперевезення пасажирів, вантажів і пошти. До цієї галузі належать авіакомпанії, аеропорти, навчальні заклади, підприємства технічного обслуговування, а також служби управління повітряним рухом. Повітряний транспорт забезпечує найшвидші перевезення на значні відстані, що має особливе значення для міжнародного туризму та ділових подорожей

Кожен із цих типів транспортування має власні атрибути, які показано на малюнку 1.1.1.

З одного боку, транспортування можна розглядати як процедуру, пов'язану з підготовкою, здійсненням і завершенням перевезення туристів і багажу; з іншого боку, це зазвичай стосується кількості транспортних засобів, шляхів сполучення та об'єктів інфраструктури (як ресурсів), які сприяють транспортуванню 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.

Рисунок 1.1: Характеристика транспортних послуг [15].

Для більш повного розуміння визначення транспортних послуг у туризмі корисно розглянути історію еволюції транспорту в туризмі. Як наслідок, історія туризму протягом 20 століття нерозривно пов'язана з розвитком транспорту та інфраструктурних послуг. До 1900 року залізниця стала провідним захисником сучасних зручностей, таких як електричне освітлення, обідні столи та спальні вагони з окремими ванними кімнатами. Однак до 1920-х років автомобільний транспорт став основною жертвою залізничного транспорту.

Автотуризм, як один із найпоширеніших видів подорожей, почав формуватися у XX столітті разом із бурхливим розвитком автомобільної промисловості. Саме тоді люди отримали можливість подорожувати самостійно, не залежачи від розкладу громадського транспорту. Початком організованого автотуризму вважають 1916 рік, коли в місті Омаха (США) було запроваджено послугу прокату автомобілів, що стало справжнім проривом у сфері подорожей. Уже через два роки, у 1918 році, у Чикаго почала працювати перша сучасна компанія з прокату автомобілів — Hertz, яка швидко здобула популярність серед туристів і ділових людей. Це стало першим кроком до масового використання автомобілів для подорожей і

створення відповідної інфраструктури — автозаправок, придорожніх готелів і кемпінгів.

Одночасно із розвитком автотуризму почали вдосконалюватися й інші види транспорту, які забезпечували подорожі на великі відстані. Зростання міжнародного туризму стимулювало будівництво високошвидкісних залізниць, насамперед у США, де залізничні маршрути поєднували великі туристичні центри. Також суттєво модернізувався морський транспорт: почали будувати нові пасажирські лайнери, здатні проходити через Панамський канал, що відкрив значно коротші шляхи між Атлантичним і Тихим океанами. Це зробило подорожі не лише комфортнішими, а й доступнішими для ширших верств населення

У 1907 році два трансатлантичні пароплави загальною масою 30 тис. тонн — «Сіріус» і «Мавританія» — розпочали регулярні перевезення через Атлантичний океан. «Мавританія» на той час була найбільшим судном у світі з водотоннажністю 52 тис. тонн. Згодом з'явилося 80-тисячне судно «Квін Мері», яке також виконувало регулярні рейси між Старим і Новим Світом. Завдяки швидкості у 30 вузлів на годину ці океанські лайнери долали Атлантику приблизно за тиждень.

До 1940 року основні подорожі світом здійснювалися переважно водним і автомобільним транспортом. Однак уже в 1920-х роках розвиток техніки зробив можливим створення практичних багатомісних літаків, придатних для регулярних авіап перевезень.

Перші регулярні рейси за маршрутом Берлін — Лейпциг — Веймар виконувала німецька авіакомпанія Lufthansa, яка швидко здобула популярність у сфері пасажирських перевезень. У СРСР перший авіарейс Москва — Кенігсберг було відкрито 1926 року. Цікавим фактом є те, що серед пасажирів цього рейсу були поет Сергій Єсенін та американська танцівниця Айседора Дункан.

Масові повітряні подорожі розпочалися у 1935 році, а вже до середини 1950-х років авіап перевезення стали звичним явищем, а професія

стюардеси — невід'ємною частиною повітряного сервісу. Висока швидкість і комфорт зробили авіаційний транспорт провідним видом перевезень у сфері туризму та подорожей.

Удосконалення транспорту призвело до зниження вартості, а характер індустрії гостинності змінився в результаті впровадження нових методів транспортування. Створення залізниць призвело до розвитку систем громадського харчування та готельного господарства на вокзалах (наприклад, будівництво готелю Канадською тихоокеанською залізницею). Готелі також були побудовані поблизу аеропортів, а в 1920-х роках на дорогах були встановлені перші туристичні зручності, які пізніше стали мотелями. Перший мотель такого типу був побудований в 1925 році в невеликому містечку в Каліфорнії, що знаходилося в 200 милях від Лос-Анджелеса. Створення автомобільного транспорту призвело до появи системи придорожніх ресторанів, перший з яких був урочисто відкритий у 1927 році [44].

Сьогодні вдосконалення перевезень здійснюється державою відповідно до загальнодержавної цільової програми, яка враховує пріоритети держави та результати науково-технічного розвитку.

Перевезення пасажирів, багажу та вантажів (карго) має значний вплив на більшість туристичних продуктів, що створюються туристичними компаніями. Це пояснюється тим, що транспортний процес має вирішальне значення для подорожі та туристичного досвіду. Відповідність вибору транспорту в туризмі та технології надання транспортних послуг істотно впливає на якість туристичного продукту та досягнення цілей подорожі.

Транспортні послуги є невід'ємною частиною основних послуг туризму. Значну роль у формуванні ціни туру відіграють транспортні послуги. Залежно від відстані та тривалості поїздки та використовуваного способу транспортування цей відсоток коливається від 20% до 60% [33]. При оцінці технологій, які використовуються в транспортних послугах туризму, враховуються основні показники якості або ефективності цих послуг.1.2.



Рисунок 1.2: Якість туристичних перевезень [33].

В умовах завантаженості транспорту та зростання мобільності населення першочерговим показником і чинником, що покращить якість та ефективність транспортних послуг, є швидкість пересування пасажирів, багажу та вантажів. У автомобільних перевезеннях його значення більше залежить від факторів, які впливають на пропускну здатність дорожньої мережі та інтенсивність руху, ніж від технічних характеристик транспортного засобу.

Сектор транспортних послуг в цілому складається з процесів, що стосуються перевезення людей і вантажів, виконання цих процесів і задоволення потреб клієнтів. Транспортні послуги є похідними від дій транспортних постачальників, які прагнуть задовольнити потреби пасажирів, вантажовідправників і одержувачів у перевезенні відповідно до встановлених правил і норм.

Послуги з перевезення туристів здійснюються на підставі договору перевезення. Договір перевезення - це документ, який описує обов'язки та обов'язки сторін, що беруть участь у перевезенні, а також визначає права та привілеї споживача [52].

Транспортні послуги доступні як послуги транспортної компанії, так і фізичної чи юридичної особи. Вони є сторонами, які беруть участь в угоді, яка регулює перевезення туристів. Споживачами послуг перевезення є фізичні або юридичні особи, які є учасниками договору перевезення та

беруть участь у наданні послуги. Споживачами транспортних послуг є пасажирів, вантажовідправники та одержувачі. Пасажир - це фізична або туристська особа (або обидва), яка має проїзний квиток.

Понад п'ятдесят галузей економіки мають безпосередній зв'язок із туризмом. Вони тісно взаємопов'язані й у сукупності здатні чинити значний вплив на економічний розвиток держави. Згідно з розрахунками, середній турист, який відвідує країну на три дні, витрачає близько 520 доларів США.

Транспортні послуги відіграють вирішальну роль у функціонуванні туристичної інфраструктури та є однією з ключових складових туристичного продукту. Відтак процес перевезення туристів має першочергове значення під час формування туристичних турів і організації подорожей. Транспорт, своєю чергою, виступає важливим чинником розвитку туризму, адже збільшення обсягів туристичних поїздок сприяє розширенню транспортної інфраструктури. У результаті розвиток транспортної системи стимулює прогрес індустрії туризму.

В умовах зростання мобільності населення та підвищеного навантаження на транспортні шляхи головним показником, який визначає якість і ефективність транспортних послуг, є швидкість пересування пасажирів, багажу та вантажів. У сфері автомобільних перевезень цей показник меншою мірою залежить від технічних характеристик транспортних засобів, а більшою — від пропускної спроможності дорожньої мережі, інтенсивності руху та рівня розвитку туристичної інфраструктури в різних регіонах.

Наступним етапом дослідження є аналіз основних видів перевезень, особливостей їх реалізації та специфіки відмінностей від інших видів туристичних послуг.

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

Розглянувши транспортні послуги в цілому в попередньому розділі,

корисно пам'ятати, що транспортні послуги, пов'язані з туризмом, включають залізничні, повітряні, водні (морські та річкові), а також автомобільні перевезення, і особливості цих видів транспорту слід пам'ятати, надаючи транспортні послуги для туризму.

Давайте обговоримо систему повітряного транспорту. Це пояснюється тим, що повітряний транспорт є найпоширенішим видом транспорту на Землі. Те саме стосується авіаперельотів у сфері туризму. Статистика показує, що авіаперевезення перевершують інші види транспорту. Основною причиною цього є збільшення кордонів подорожей і розширення коротких поїздок. Ось чому туристичні компанії зацікавлені в авіаперевезеннях. Існує просте пояснення, чому авіаперельоти мають значний вплив на туризм. Це простий і швидкий спосіб подорожувати з однієї країни в іншу, авіаперельоти більш популярні, і авіакомпанії більше стурбовані туристичними агентствами, щоб залучити більше туристів до авіаперельотів.

Авіаційні перевезення є однією з найбільш швидкозростаючих і еволюціонуючих галузей на планеті, з кожним роком вона збільшує своє значення в транспортній системі. Пасажири частіше за інших транспортних компаній віддають перевагу авіаперельотам.

Авіакомпанії є постачальниками перевезень як пасажирів, так і вантажів. Авіакомпанії, які здійснюють регулярні та чартерні рейси, займають важливе місце в сучасній транспортній системі. Незважаючи на те, що робота авіакомпаній не зосереджена виключно на обслуговуванні туристів, вони все ще піддаються впливу надбудови туристичної галузі, як наслідок, вони сильно залежать від туристичної активності населення у відповідний період.

Практично в кожній країні планети є авіакомпанія, яка є офіційною візитівкою країни і відповідає найвищим міжнародним стандартам надійності, пунктуальності, сервісу та комфорту. Ці авіакомпанії вважаються національним символом країни. Прикладами авіакомпаній, які працюють таким чином, є Air France, Lufthansa та British Airways у Німеччині, Iberia в

Іспанії та Finnair у Фінляндії.

Деякі авіакомпанії належать державі, а інші є приватними, управляються урядом і приватизовані. У Європі уряд регулює діяльність авіакомпаній. У США і Великобританії всі авіакомпанії були перетворені в приватні компанії і стали незалежними. Однак авіакомпанія Scandinavian Airlines SAS частково належить державі, а частково приватизована.

У багатьох країнах авіакомпанії, які пропонують регулярні рейси, в основному складаються з трьох різних типів, які призначені для обслуговування мандрівників: 1,3 [9].

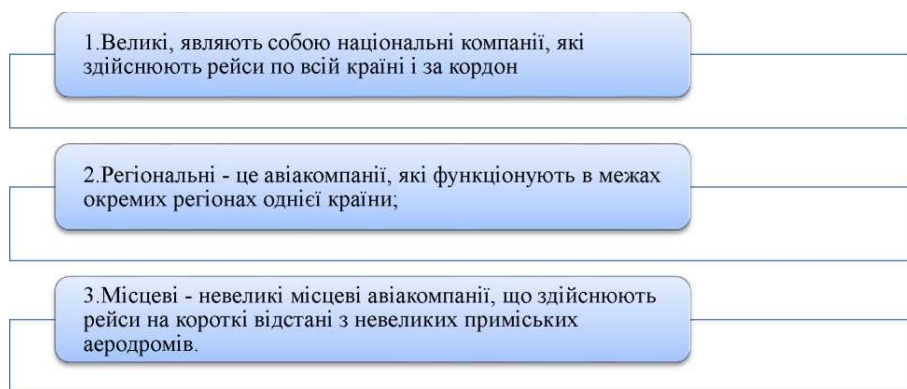


Рисунок 1.3: Основні типи авіакомпаній (узагальнено автором на основі [9])

Статистика показує, що зростання популярності авіаційних перевезень більше, ніж автомобільних. Це зумовлено послідовним розширенням географічного ареалу подорожей і поширеною раніше тенденцією зосередження уваги на кількості поїздок і скорочення часу подорожі (збільшення кількості турів на близькі та далекі відстані). Ці фактори змусили індустрію туризму зосередитися на авіаперевезеннях. Зараз у світі працює понад 1300 авіакомпаній. В середньому близько 1,5 мільярда людей літають літаками щороку. Зараз близько 470 авіакомпаній здійснюють міжнародні авіаперевезення, приблизно 250 з них здійснюють регулярні міжнародні рейси. Близько 1000 різних аеропортів у всьому світі здійснюють міжнародні авіасполучення, з яких близько 650 здійснюють регулярні міжнародні рейси.

Сайт Airline Ratings, який розраховує показники авіакомпаній на

основі їхніх рейтингів, опублікував список найкращих авіакомпаній сезону 2020-2021 (рис. 1.5) [47].

Компанії оцінюють на основі таких показників: безпека, стан літака, ефективність персоналу та задоволеність пасажирів.

Найкращою авіакомпанією року визнано Air New Zealand. До цього Singapore Airlines займала найвищий рейтинг протягом тривалого часу.

Також рейтинги авіакомпаній компанії визначили найкращі авіакомпанії за регіонами. Delta Air Lines посіла перше місце в Америці, Lufthansa в Європі, Emirates на Близькому Сході та Cathay Pacific в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Wizz Air визнали найбільш бюджетною авіакомпанією Європи.

У контексті організації туристичних поїздок існують різноманітні взаємодії між туристичними компаніями та авіакомпаніями, які представлені на рисунку 1.4.



Рисунок 1.4 Різні способи взаємодії туристичних компаній і авіакомпаній.

На рис. 1.1.5 наведено 10 найкращих авіакомпаній за 2020/2022 роки.

Давайте обговоримо визначення чартерних рейсів. У цивільній авіації прямі рейси, які не є регулярними, називають чартерними. Ці рейси організовує турагент або інший сторонній клієнт, а не авіакомпанія. Чартерні рейси здійснюються за договорами лізингу або оренди [39].

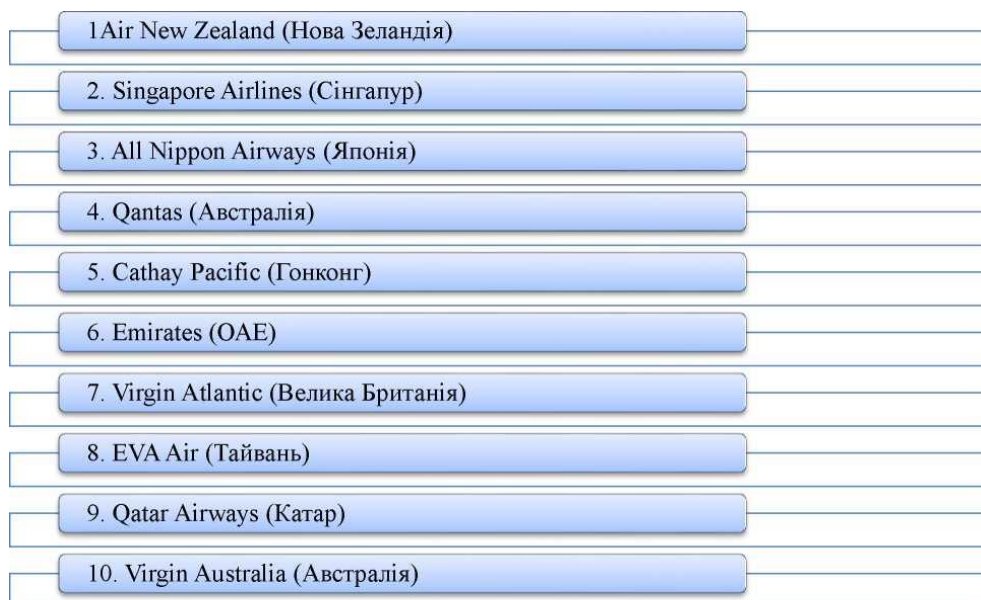


Рис. 1.5. Перелік 10 найкращих авіакомпаній 2020-2021 рр.

Тепер більш детально зупинимося на основних типах чартерів.

Трансферні чартери мають репутацію таких, що працюють за принципом подорожі туди й назад, вони висадять групу мандрівників і підберуть додаткових пасажирів, які негайно візьмуть перерву. У розпал сезону ціни на цей тип чартеру, ймовірно, будуть досить високими. Це пов'язано з тим, що туркомпанії повинні оплачувати вартість першого і останнього рейсу в повітрі, в результаті немає кому забрати і потім повернутися.

Спліт-чартер — це рейс, який з'єднує два різні пункти призначення, коли пасажери користуються регулярним рейсом у зворотному напрямку та чартерним рейсом у зворотному напрямку. Цей підхід часто використовується на великих відстанях.

Трансферні чартери – це чартери, які направляють туристів до місця призначення, чекають там і повертаються тією ж когортою. Цей стиль чартерного перельоту більш бюджетний, оскільки вартість паркування літака нижча, ніж вартість повернення літака порожнім. Однак це мало і свої негативні сторони. Як правило, чартерна подорож з пересадкою триває не більше тижня.

Реалізація маршруту чартерного рейсу складна: планування

маршруту, заповнення рейсів в одну сторону, отримання всіх необхідних дозволів на використання повітряних коридорів, забезпечення наявності в аеропорту мінімального місця для літаків тощо. Чартерні рейси мають певні географічні обмеження та помітну сезонність, що необхідно для ретельного планування. Якщо можливо, слід встановити спеціальні маршрути для чартерних рейсів, уникати простоїв, отримати ліцензії на повітряний коридор тощо[48]. Переваги та недоліки чартерних рейсів детально розглянуті в таблиці 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

Залізничний транспорт є другим за популярністю видом транспорту після авіап перевезень і найбільш практичним для перевезення пасажирів і великих обсягів вантажів на середні та довгі відстані. Залізничці підходять для перевезення всіх типів пасажирів, включаючи індивідуальних пасажирів, малі групи та великі групи, на регулярних маршрутах, а деякі чартерні поїзди спеціалізуються на організації регіональних та міжміських екскурсійних турів. Цей вид транспорту характеризується рівномірними обсягами перевезень протягом чотирьох сезонів, високою швидкістю та низькими транспортними витратами. На противагу цьому, вантажні та пасажирські потоки є неефективно сконцентрованими.

Важливо визнати, що історія сучасних туристичних перевезень

почалася, коли британський міністр Томас Кук організував подорож з Ліверпуля до Лондона. Подорож коштувала копійки і в ній взяли участь 570 осіб. Швидко перевезти таку велику кількість людей іншими видами транспорту було непрактично [47].

Залежно від швидкості пересування розрізняють швидкісні поїзди та звичайні пасажирські поїзди на відстань понад 700 км: поїзди далекого сполучення - на відстань понад 700 км; поїзди місцевого сполучення - на відстань від 150 км до 700 км; приміські поїзди - на відстань до 150 км.

Ці типи поїздів визнані в Європі: TD - трансконтинентальний експрес, JC - міжнародний експрес, JCL - дуже швидкий експрес, TEE - фірмовий експрес, EU - дуже швидкий експрес.

Якість послуг залізничного транспорту залежить від типу поїзда (поштовий, пасажирський, експрес, фірмовий) та класу розміщення (загальний клас, перший клас, м'який клас, спальний) [48].

Багато країн світу охоплені залізничними мережами, які полегшують доступ майже до всіх регіонів, що мають історичне або географічне значення для туризму. Це вигідно, оскільки може значно підвищити популярність залізничного туризму. Залізничний туризм - це практика подорожей спеціальними нічними поїздами з метою, не пов'язаною з оплачуваною роботою, наприклад, з метою відпочинку, освіти, професійної діяльності, бізнесу або релігії. Окрім свого основного транспортного призначення, залізниця також використовується для відпочинку. Поїздки "цудоку" старими залізницями з оригінальними локомотивами через національні парки стали рекреаційною діяльністю для тих, хто подорожує автобанами та сучасними автомагістралями.

Подорожі залізницею можна розділити на три типи: одноденні поїздки, короткі поїздки (два дні або менше) та багатоденні поїздки (п'ять днів або більше) [49].

Одноденні подорожі складаються з ранкової поїздки, яка закінчується ввечері того ж дня. Дорогою туристи можуть сидіти у вагоні-ресторані і під

час їжі спостерігати за естрадними та цирковими артистами. Туристів вивозять на певні зупинки, де організовуються спеціальні програми. Це може бути екскурсія або пікнік на природі.

У поїздках, що тривають два-три дні, пасажирів розподіляють по купе. Подорож традиційно організовується так, що поїзд відправляється вночі, коли всі лягають спати. Протягом дня туристи вирушають у різні мандрівки.

Ось перефразований варіант вашого тексту у більш зв'язному, науковому стилі — із збереженням змісту, але без повторів і стилістичних неточностей:

Багатоденні подорожі. Програми туристичних поїздок, що охоплюють кілька днів, відзначаються значною різноманітністю. Завдяки великій кількості маршрутів і варіантів пересування туристи часто подорожують автомобільним транспортом протягом усього дня. Практика свідчить, що для запобігання перевтомі учасників подорожі доцільно забезпечити можливість безперервного пересування між двома основними пунктами маршруту з оптимальними умовами комфорту.

У багатьох випадках туристи користуються транспортними засобами, що не передбачають розміщення, харчування чи інших послуг, характерних для туристичної інфраструктури. У сфері туризму найпоширенішими є лінійні маршрути, які часто використовуються для групових подорожей без додаткових сервісів проживання та харчування.

Для міжміських і регіональних перевезень застосовуються регулярні або сезонні розклади руху поїздів, які забезпечують сполучення між основними туристичними центрами. Під час подорожей кільцевими або радіальними маршрутами залізничні вокзали відіграють роль транспортних вузлів, що надають доступ до туристичних об'єктів у проміжних пунктах подорожі.

На кільцевих і радіальних маршрутах туристи також активно користуються автомобільним транспортом. Основними перевагами цього виду перевезень є висока мобільність, відносно низькі витрати, можливість

перевезення багажу, зупинки в зручних місцях та невисокі витрати приватного капіталу.

Водночас недоліками автомобільного транспорту є обмежена пасажиромісткість, низька швидкість руху, негативний вплив на довкілля внаслідок викидів продуктів згоряння палива, зниження рівня комфорту під час тривалих поїздок і підвищений ризик дорожньо-транспортних пригод. Автобусні подорожі за своїми характеристиками та умовами вважаються аналогічними автомобільним.

Очікується, що це буде новий підхід до туризму. Перші приклади розвитку автобусних подорожей датуються 70-ми роками 20-го століття. До цього часу автобусний транспорт використовувався для поїздок на роботу, пересадок і регулярних поїздок по району. З 1986 року в європейських країнах зростає конкуренція між залізничними та автобусними компаніями. Це призвело до створення Ради Євролінк, об'єднання автобусних компаній Європи, до якого увійшли 33 компанії-члени. Ці автобусні компанії почали працювати під єдиною торговою маркою, розробили єдине повідомлення з проїзними квитками для забезпечення єдиного стандарту обслуговування, а також запустили програму пільг і знижок.

Автобусні подорожі. На сьогоднішній день автобусні тури залишаються одним із найпоширеніших видів туристичних подорожей, що значною мірою зумовлено їх економічною доступністю. Саме цей вид перевезень забезпечує стабільне зростання обсягів туристичного ринку та залишається особливо привабливим для широкого кола споживачів.

Найбільш популярними є короткострокові автобусні тури вихідного дня, які зазвичай тривають два або три дні та охоплюють відвідування одного чи кількох європейських міст. Друге місце за популярністю посідають триваліші тури — тривалістю від одного до двох тижнів, що передбачають подорож до кількох країн або міст Європи.

Варто зазначити, що автобусні тури не залежать від сезонності: їх організація здійснюється протягом усього року, оскільки попит на такі

подорожі залишається стабільним у всі календарні місяці.

Під час планування маршрутів туроператори мають враховувати швидкісні режими, дорожні обмеження та інші особливості організації руху, встановлені в країнах Європи. Крім стандартного медичного страхування, для здійснення автобусних подорожей обов'язковим є додатковий поліс «Зелена карта» — страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів на випадок шкоди, заподіяної третім особам.

Автобусні перевезення можуть здійснюватися як транспортом, що належить туристичним компаніям, так і орендованими автобусами спеціалізованих перевізників. У більшості випадків туроператори віддають перевагу оренді транспорту, укладаючи відповідні договори з транспортними компаніями на перевезення туристів у рамках відпочинкових або екскурсійних програм.

Також у сучасних реаліях все більшої популярності набувають подорожі на власному автомобілі. Однією з головних переваг самостійних подорожей є те, що компанії, які організовують подорожі, створюють пакети послуг, які не включають транспорт. Найпоширенішим видом діяльності в цьому секторі є поїздки вихідного дня. Також популярні рекреаційні поїздки, такі як поїздки на природу та відпочинок. Є попит і на освітні поїздки, які включають історичні та культурні пам'ятки. Зокрема, розвиток готельної інфраструктури, в тому числі мотелів, безпосередньо пов'язаний з автомобільним туризмом. У багатьох розвинених країнах уздовж популярних туристичних маршрутів створені мережі невеликих готелів і кемпінгів, які надають послуги туристам, що подорожують на власному автотранспорті.

Водний транспорт є другим за популярністю видом транспорту після автомобільного. На річкові судна припадає лише невелика частка пасажирських перевезень. Причиною цього є висока швидкість водного транспорту: 20-30 км/год є типовою швидкістю цього виду транспорту і не дозволяє річковим суднам конкурувати з швидкісними автобусами та поїздами. Завдяки підводним крилам і подушкам безпеки швидкість судна

можна збільшити до 80 кілометрів на годину. Однак високе споживання пального негативно впливає на транспортні витрати. Тим не менше, сьогодні все більше і більше флотів перевозять людей по річці: SVP - це добре відоме судно-амфібія, яке не потребує спеціальних причальних споруд. Це єдині транспортні засоби, здатні перевозити людей і вантажі з одного місця в інше під час весняних подорожей. Залежно від об'єму води розрізняють річковий і морський транспорт. Перший вид водного транспорту - це внутрішній транспорт, також відомий як IWT (внутрішній водний транспорт). Ці судна призначені для використання внутрішніх водних шляхів (каналів, водосховищ і озер) для перевезення вантажів і пасажирів. Річковий водний транспорт має давню історію, що бере свій початок у Стародавньому Єгипті, де були побудовані річкові судна з веслами і вітрилами. Пізніше для перевезення людей уздовж узбережжя використовували коней і берегових ходоків, а перші річкові човни були зафіксовані в 19 столітті [24].

Особистий водний транспорт є популярним і використовується для риболовлі, туризму, відпочинку та різних видів діяльності. Ці судна схожі на човни і використовуються для відпочинку та туризму. Любителі риболовлі використовують човни. Яхти використовуються для екскурсій. Транспортні та туристичні катери використовуються для більш тривалих подорожей, особливо для відпочинку на річці.

Останнім часом все більшої популярності набуває водний туризм. Туристичні перевезення на морі та річках регулюються Афінською конвенцією про морське перевезення пасажирів і багажу (1974 р.) та Міжнародною конвенцією про уніфікацію морських перевезень пасажирів і багажу (1967 р.). Згідно з міжнародним правом, рейс є міжнародним перевезенням, якщо місце відправлення і місце призначення знаходяться в різних країнах або, навіть якщо вони знаходяться в межах однієї країни, якщо проміжний порт заходу знаходиться в іншій країні відповідно до умов договору.

Транспортні засоби для перевезення морських пасажирів

класифікуються наступним чином, приклади яких наведені на рис. 1.6.

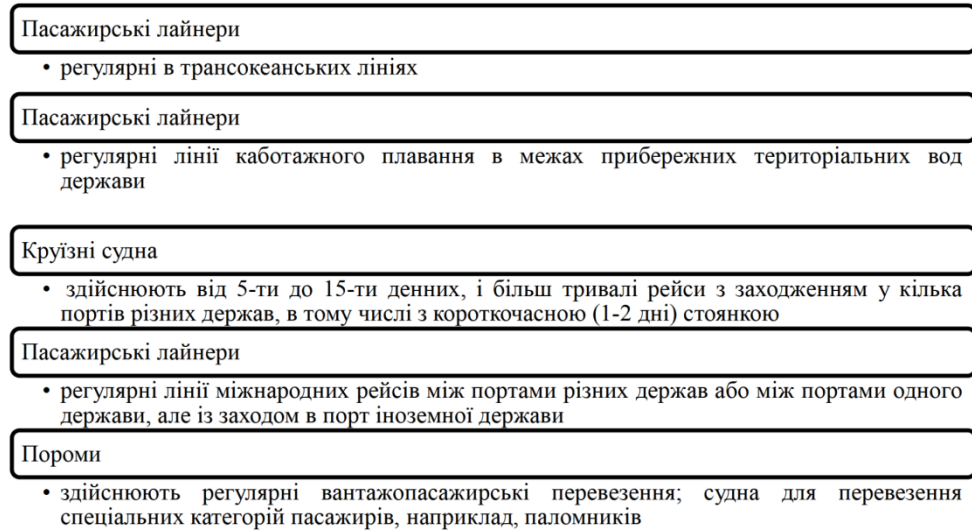


Рисунок 1.6: Морські транспортні засоби для подорожуючих [25].

Найпоширенішими різновидами водних подорожей є річкові та морські круїзи. Круїзи відзначають поєднання релаксації та можливості досліджувати історичні, культурні та туристичні напрямки країни чи міста, яким ви подорожуєте. Найбільш поширеними районами океанського круїзного туризму є Середземне море, Західне узбережжя США, Європа та Азія.

Останнім часом круїзні компанії присвятили свої зусилля розвитку нових морських напрямків, таких як Японія, Австралія та Нова Зеландія, щоб задовольнити зростаючий попит на туризм.

В даний час на світовому круїзному ринку працює 162 круїзних лайнера, які мають загальну пасажиромісткість приблизно 13 297 місць. Річний обсяг пасажиропотоку становить 6 мільйонів.

Подорожі водного туризму мають численні переваги, як показано на рис. 1.7.

Переваги Високий рівень комfortу;	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»

Рисунок 1.7 "Переваги та недоліки водних турів".

Водні транспортні засоби включають підводні транспортні засоби та транспортні засоби з підігрівом води. Ці транспортні засоби використовуються як для рекреаційних, так і для комерційних цілей. Залежно від ступеня комфорту водні транспортні засоби поділяються на стандарт (зазвичай 3 зірки), перший клас (4 зірки), престиж (5 зірок) і супер-люкс (6 зірок).

За вартістю подорожі поділяються на такі категорії

Економічні подорожі

Традиційні круїзи (найвищий клас міжнародного рейтингу)

Преміум-подорожі призначені для мандрівників, які вимагають високого рівня сервісу та комфорту. Туристам пропонується індивідуальний підхід.

Ексклюзивні та розкішні круїзи призначені для заможних туристів з високим соціальним статусом. Вони ізольовані від зовнішнього світу. Місця, де здійснюються такі круїзи, часто є для нас чужими.

Відмінними рисами, які роблять круїзи більш вигідними, ніж інші тури, є комфорт і сервіс на найвищому рівні, можливість досягнення декількох цілей під час туру (відпочинок і спорт, освітні заходи під час огляду визначних пам'яток міста і стоянки на якорі, семінари і конференції під час круїзу, бізнес-цілі під час лекцій тощо), розширене життєзабезпечення на борту круїзного лайнера (харчування, напої, розваги) [24].

Отже, основними перевагами водного транспорту (як морського, так і річкового) є високий ступінь комфорту, одночасне перевезення великої кількості вантажів, різні види туризму (освітній, діловий, пізнавальний, шопінг тощо), повноцінний відпочинок та повноцінне життєзабезпечення.

Згідно з дослідженням, кожен з перерахованих вище видів транспорту має свої особливості, переваги та недоліки. Залізничні системи є найбільш ефективними для перевезення пасажирів та великих обсягів вантажів на середні та довгі відстані. Повітряний транспорт є найбільш важливим для туризму. Це пов'язано з тим, що повітряний транспорт є швидшим і зручнішим між країнами, послуги авіакомпаній є більш привабливими, а авіакомпанії можуть просувати свої продукти і послуги серед туристів, використовуючи туристичні агентства. Основними перевагами водного транспорту є високий рівень комфорту, великі пасажиропотоки, можливість реалізації різних видів туризму, а також можливість використання його для рекреаційної та комерційної діяльності. Переваги автомобільного транспорту включають мобільність, низькі витрати, можливість перевезення вантажів, можливість зупинки в дорозі, хорошу видимість і низькі питомі витрати. У наступних підрозділах описано світовий досвід використання різних транспортних систем.

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

Відкрито визнається, що в останні роки туризм став одним із провідних джерел економічного розвитку багатьох країн. Туристичний продукт, який вона створює, включає різноманітні послуги та товари, які туристи можуть споживати під час подорожі. Крім того, транспортні послуги, які є частиною туристичного досвіду та мають значний вплив на його якість, мають першочергове значення для світової індустрії туризму.

Розвиток міжнародного туризму тісно пов'язаний із станом транспортної інфраструктури, адже саме транспорт забезпечує пересування

людей, доступ до туристичних напрямків і сприяє ефективному функціонуванню туристичних потоків. Світова практика показує, що різні види транспорту — авіаційний, залізничний, автомобільний, морський і річковий — взаємно доповнюють один одного, формуючи цілісний туристичний продукт.

У країнах із розвиненою туристичною індустрією транспортна система розглядається як стратегічний елемент туристичної інфраструктури. Зокрема, в Європейському Союзі створено інтегровану транспортну мережу Trans-European Transport Network (TEN-T), яка сприяє зручності подорожей між країнами та регіонами Європи. Це дозволяє туристам вільно комбінувати різні види транспорту — від авіаперельотів до залізничних і автобусних сполучень — у межах однієї подорожі.

Авіаційний транспорт займає провідне місце у забезпеченні міжнародних перевезень туристів. Найбільші світові аеропорти — Лондон-Гітроу, Париж-Шарль-де-Голль, Франкфурт, Дубай, Сінгапур — виконують функції глобальних транспортних хабів, що забезпечують зручні пересадки між континентами. Розвиток лоукост-авіаперевізників (Ryanair, Wizz Air, EasyJet) значно знизив вартість подорожей, що сприяло зростанню масового туризму та розширенню географії туристичних потоків.

Залізничний транспорт посідає друге місце за популярністю серед туристів у Європі та Азії. Швидкісні поїзди, такі як TGV (Франція), ICE (Німеччина), AVE (Іспанія), Shinkansen (Японія), забезпечують комфортні перевезення між основними туристичними центрами. Особливої популярності набувають залізничні туристичні маршрути з оглядовими програмами — наприклад, «Гласієр Експрес» у Швейцарії чи «Orient Express», що поєднує культурно-пізнавальні подорожі з елементами елітного сервісу.

Автомобільний і автобусний транспорт забезпечує гнучкість і мобільність туристичних перевезень. У країнах Європи та Північної Америки автобусні тури є одним із найпоширеніших видів масового туризму. Їхня

привабливість зумовлена економічністю, зручністю у плануванні маршрутів та можливістю відвідування кількох міст протягом короткого періоду. Крім того, розвиток сервісів оренди автомобілів і каршерінгу (наприклад, Sixt, Europcar, Hertz) сприяє індивідуалізації туристичних подорожей.

Морський та річковий транспорт посідає особливе місце в індустрії туризму завдяки круїзним перевезенням. Найбільші круїзні компанії світу — Royal Caribbean, MSC Cruises, Norwegian Cruise Line — пропонують подорожі, які поєднують перевезення та проживання в одному транспортному засобі. Європейські річкові круїзи по Дунаю, Рейну, Сені та Вользі також мають високу популярність серед туристів завдяки поєднанню транспортної та екскурсійної складових.

Високий рівень розвитку транспортних систем у провідних туристичних державах (США, Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Японія) сприяє інтеграції транспорту та туризму у єдину інфраструктурну модель. Використання інноваційних технологій — електронного квитка, онлайн-букінгу, систем навігації, мультимодальних сполучень — підвищує зручність для туристів і стимулює подальший розвиток галузі.

Отже, світовий досвід підтверджує, що ефективна транспортна система є невід’ємною умовою сталого розвитку туризму. Взаємодія різних видів транспорту дозволяє оптимізувати туристичні потоки, підвищити якість обслуговування та забезпечити конкурентоспроможність туристичного продукту на міжнародному ринку.

Попит на різні види транспорту в туристичних подорожах залежить від географії країни, клімату, економічного стану, національних традицій, соціального становища та рівня життя населення. Таким чином, кожна країна на планеті має унікальні методи транспортування. Наприклад, автомобільний туризм зародився в США на початку 20 століття. Найефективніший спосіб досліджувати Америку на північ від води - це володіти або взяти автомобіль. У більшості штатів міжнародне посвідчення водія не потрібне, достатньо посвідчення водія штату. Це означає, що всі дороги доступні для туристів,

навіть якщо вони самі їздять на автомобілі. Особливої уваги заслуговує якість доріг. Уряд будує великі автомагістралі, і на ці проекти виділяються великі суми грошей.

Зараз у США не працює жодна високошвидкісна залізниця. Типова швидкість транспортних засобів тут не перевищує 80 кілометрів на годину. Крім того, квитки на потяг коштують не дешевше авіаквитків при пересадках між штатами. Авіаквитки не вважаються "дешевими", якщо немає спеціальної знижки. Гранд-Каньйон, Долина Смерті, міст Золоті Ворота в Сан-Франциско та ін. Крім того, Британія стає все більш популярною серед водіїв завдяки різноманітності доступних доріг. Ці пам'ятки, включаючи Біг-Бен, замок Бомаріс, палац Холірудхаус, Стоунхендж, Тауер і Шервудський ліс, приваблюють велику кількість автомобілістів. І навпаки, Франція в основному відома своїми культурними та архітектурними маршрутами, але мандрівники зазвичай асоціюють її з лижами та Французькою Рив'єрою.

Німеччина є більш заможною країною, тому її громадяни мають можливість досліджувати передмістя країни та інші країни на власному транспорті. Крім того, країна має більше затверджених маршрутів, ніж Франція. У Європі визнають виняткову якість доріг, є численні автобани, а європейські водії завжди дотримуються правил дорожнього руху.

Однак, плануючи європейську подорож, важливо враховувати, що кожна країна має свої унікальні особливості. До них відносяться: максимальна дозволена швидкість, зони, де можна паркуватися, і зони, де паркуватися заборонено, обов'язкове використання паперових квитків і відеокамер заборонено, міста, які не мають історичних центрів, носіння жилетів, які мати світловідбиваючі властивості обмежено, а історичні центри заборонені в містах, які не мають історичних центрів. Іншою формою автомобільного туризму є нещодавно спостережене явище, яке передбачає подорожі в невеликих мікроавтобусах або причепах, які називаються автомобілями. Ці транспортні засоби зовні схожі на мікроавтобуси, але мають усе необхідне для життя: ліжко, душ, маленьку газову плиту та

холодильник. США традиційно асоціюється з початком цього популярного туристичного напрямку. Це пояснюється тим, що концепція будівництва мандрівників вперше з'явилася в США. Пізніше цей стиль транспорту був визнаний у Європі та почав вироблятися в багатьох країнах. Сьогодні Німеччина (разом із США) займає лідируюче місце в цій галузі. В останні кілька років каравани набули більшої популярності і на радянському просторі.

Базова конфігурація однакова для всіх виробників. Так, незалежно від виробника вагончика, базове обладнання має включати кухню, ванну кімнату та спальню, а також зони відпочинку, які є столиками та диванами (наприклад, телевізор, кондиціонер та підігрів підлоги). Не всі виробники автосаванів включають ці функції, однак у базовій комплектації деяких моделей автосаванів ці функції включені.

Європа та Америка є найбільш розвиненими континентами для пітчингу та караванінгу. В Америці багато людей живуть у мобільних будинках, які постійно розташовані, тому що легко переїхати в інший штат, змінивши місце роботи. У Європі подорож караваном вважається засобом кругосвітньої подорожі. Останнім часом в Китаї спостерігається зростання популярності цього виду подорожей. Місцеві виробники беруть участь у створенні транспортних засобів, оснащених місцевими комплектуючими, і створили мережу кемпінгів.

Караванінг – це бюджетний і безпечний спосіб подорожі. Підійде людям, які люблять спокійний відпочинок з великою кількістю вільного часу. Це чудовий варіант для екотуризму. Каравани полегшують вашу втечу з популярних туристичних районів і натомість ближче до природи.

Каравани ідеально підходять для сімей, які хочуть подорожувати разом. Зупинитися і відпочити можна в будь-якому місці, як на дорозі, так і в доглянутому таборі або на березі річки; деякі моделі розраховані на розміщення до 7 осіб. [22]. Вартість оренди порівнянна з вартістю готельного номера. Існують різні типи мандрівників, повний список наведено на

малюнку 1.8.

Караванінг – це можливість спланувати власну подорож, виходячи зі своїх уподобань, бюджету та типового розкладу. Не обов’язково покладатися на місцеві транспортні організації чи органи влади. Караванінг найчастіше відвідують люди, які є активними та насолоджуються своєю незалежністю та свободою. Каравани необхідно обслуговувати, процес включає прибирання, миття, заправку картриджів унітазів і дрібний 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.

Малюнок 1.8. Різні типи мандрівників [22].

Крім будинків на колесах і караванів, подорожі автобусами також є поширеними і відносно молодими. Її створення було розпочато в 1970-х роках, коли СІЕ започаткувала першу міжнародну авіакомпанію (Лондін-Дублін-Голуей) в Ірландії. Таким чином, першочерговою складовою національного туризму є ціна, потім якість послуг, імідж постачальника та тривалість перебування.

У 1986 році було створено керівну раду EUROLINE, до складу якої увійшли 33 європейські партнери. Зараз він має 250 регулярних маршрутів у Європі.

З 1992 року доступ до східної частини Європи здійснюється через «європейський шлях». В основному в Європі існує три різних типи автобусних поїздок. Це регулярні автобусні рейси за певним маршрутом, регулярні автобусні рейси та спеціальні рейси, які надають різноманітні послуги.

Крім того, європейський ринок річкових круїзів і річкового туризму розвивається в наш час. Річковий туризм корисний, оскільки дозволяє людям дізнаватися про Європу. Такому туристичному продукту важко охопити широку аудиторію, зокрема через високу вартість. Проте він добре показав свою ефективність на європейському туристичному ринку, і попит на нього зростає. Основними одержувачами морських подорожей є люди похилого віку. Американці, французи, німці, швейцарці та голландці складають більшість людей, які подорожують річкою. Різні різновиди річкових круїзів мають різну довжину, шляхи та теми. Круїзи, як правило, плануються від семи до айви днів. Основними річками, що протікають по Європі, є Дунай, Рейн, Сена, Рона, Ельба та Дунайський канал. До Відня можна дістатися через Франкфурт-на-Майні [38].

Окрім річкових подорожей, залізниці також стають частиною світових подорожей, надаючи відвідувачам неймовірний вид на землю. Останнім часом залізниці в усьому світі стали не просто транспортним засобом, який перевозить людей з одного місця в інше. Давайте обговоримо деякі з них.

1. Східний експрес. Довгий час він асоціювався з поїздками залізницею та розкішшю. Історія експреса починається в 1889 році, коли Жорж Нагерманс запропонував відкрити залізничну лінію з Парижа в Стамбул. З тих пір багато чого змінилося, і функція глобального залізничного транспорту була втрачена, тепер він функціонує в основному як спосіб розваги та туризму. Сьогодні Східний експрес має два окремих маршрути. Париж-Будапешт-Бухарест-Стамбул (6 днів/5 ночей) та Лондон-Париж-Венеція (2 дні/1 ніч).

2) Belmond Royal Scotsman - північна версія того ж Belmond Express.

Мабуть, найефективніший спосіб спостерігати за Шотландією без шкоди для комфорту. Поїздка поїздом може тривати від двох до семи днів і починається в Единбурзі.

3. Дослідник Анд, Перу Маршрут цього потяга становить приблизно 281 кілометр, але йому не вистачає захоплюючого вигляду: 10-годинна подорож пролягає через Анди і закінчується в столиці інків Мачу-Пікчу.

4) Східний та Східний експрес у Південно-Східній Азії. Ця подорож від Бангкока до Сінгапуру демонструє всі барви південно-східного регіону Азії. Це більше схоже на наземну подорож, ніж на розкішний потяг. Система East-Express не тільки дозволяє подорожувати між пунктами, але й полегшує оцінку краси різних країн Східної Азії.

5) Токайдо Сінкансен в Японії. На відміну від попередніх методів, Токайдо Сінкансен відрізняється своєю швидкістю. Цей шинкансен долає відстань близько 600 кілометрів між Токіо та Осакою менш ніж за дві години. Це ідеальний спосіб детально спостерігати за швидким розвитком Японії.

6) Ціна в Китаї. Незважаючи на те, що залізничний маршрут до Лхаси був урочисто відкритий у 2006 році, він швидко став найвищою залізницею у світі. Найвища точка на лінії становить 5068 метрів - це навіть вище основної вершини Альп Монблан. Щоб пасажери витримували висоту, вагони повинні бути герметичними і мати систему підтримки штучного розподілу кисню.

7) Залізниця Ловос в Африці мала бути великою мережею надземних колій, яку передбачалося побудувати під час колонізації Африки, але природні перешкоди та наступна політична ситуація у світі призвели до провалу цього плану. Проте відносно довгі залізничні колії на африканському континенті все ж збереглися, ці колії називають залізницею Лово. Існує кілька шляхів, але найпривабливішим є шлях від Кейптауна до водоспаду Вікторія.

8. Швейцарський льодовиковий експрес. Одна з найпопулярніших туристичних залізниць в Європі і, можливо, найвідоміший швейцарський

поїзд. Шлях між Церматтом і Давосом, що йде по горах і долинах Альп, вважається одним з найкрасивіших у світі.

9. Maharaja Express в Індії. Цей поїзд є найбільшим досягненням Індії та вважається одним із найекстравагантніших у світі. Доступно декілька варіантів розміщення пасажирів, у тому числі президентський номер площею 45 кв. Маршрут Maharaja Express — це справжня подорож по пересіченій місцевості, яка може тривати від чотирьох до восьми днів, щоб дістатися до деяких із найпопулярніших напрямків Індії [42].

Подорожі залізницею часто забувають про те, що користується популярністю серед відпочиваючих. Найбільш вигідними для цього виду туризму вважаються німці, англійці та швейцарці. Якщо британці та швейцарці хочуть подорожувати всередині своїх країн, німці подорожуватимуть у всі частини Європи і навіть у Росію та США. Серед німецьких мандрівників практика поїздки поїздом вважається надзвичайною привілеєм. Протяжність європейської залізничної системи становить понад 240 тис. км [42]. Ви повинні використовувати проїзний квиток, щоб подорожувати Європою. Окрім одноразових квитків, у Європі поширені різноманітні залізничні проїзні, які мають необмежену кількість поїздок, можливих у певній місцевості протягом певного періоду часу. Історично залізниця брала участь у створенні туристичних перевезень.

У результаті розслідування виявилось, що світовий досвід роботи з різними транспортними системами дуже різноманітний. Найпоширенішими способами транспортування є автомобільний, повітряний, морський та залізничний. Особливою популярністю користується караванінг. Інший можливий висновок полягає в тому, що туризм залежить від транспорту, його безпеки, швидкості та легкості подорожей для туристів. І туристам, і мандрівникам важливо розуміти правила взаємодії з транспортом, в тому числі основні принципи взаємовідносин з транспортом, до яких відноситься забезпечення безпеки туристів, використання спеціальних знижок і пільг при продажу послуг і перевезень. Зростання туризму обмежується тим, що

транспортні системи багатьох країн не еквівалентні міжнародним стандартам з точки зору безпеки, ефективності та зручності, і вимагають великих інвестицій і часу для реалізації транспортних проектів, спрямованих на створення нових аеропортів, автострад. і залізниць.

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

2.1. Аналіз особливостей розвитку транспортної системи України

У попередньому розділі було виявлено, що транспортні системи, які зазвичай використовуються в туризмі, включають залізничний, автомобільний, річковий, морський і повітряний транспорт. Крім цих універсальних систем громадського транспорту, промислові транспортні системи також існують для задоволення технічних вимог підприємств, будівельних майданчиків та організацій. Кожна транспортна система відрізняється здатністю до збільшення та вдосконалення. Розвиток транспортної системи – це процедура, яка передбачає зміни, які призводять до покращення системи. Ці зміни можуть бути категоричними (поява нових транспортних засобів, розширення транспортних мереж, створення нових компаній, які займаються інфраструктурою тощо) та якісними (поява нових транспортних маршрутів, модернізація транспортної мережі, впровадження нові технології в транспортному процесі, розвиток інформації щодо транспортного процесу тощо). Потенціал розвитку транспортної системи розглядається з точки зору здатності її компонентів (транспортних засобів, транспортних компаній тощо) зазнавати якісних змін, які призводять до покращення існуючих атрибутів і компонентів системи або створення нових. атрибутів і компонентів, обмежених розміром наявних транспортних ресурсів і загальними економічними умовами.

Ігноруючи загальні принципи розвитку світової економіки, такі як посилення глобалізації, створення стабільного регіонального товарного ринку, створення єдиного економічного простору, потенціал національної транспортної системи України, неможливо розглядати альтернативні шляхи розвитку його потенціалу. Ці зовнішні чинники слід розглядати поряд із внутрішніми при визначенні напрямку розвитку національного транспортного сектору. Дослідження впливу цих факторів на потенціал розвитку

транспортної системи України дає змогу визначити фактори, що мають позитивний чи негативний вплив.

Таблиця 2.1 Фактори, що впливають на потенціал розвитку транспортної системи України (узагальнено автором за [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 - азівський)	
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

Як наслідок, потенціал транспортної системи України зумовлений територіальними факторами (вигідне географічне та економічне положення, наявність морських кордонів та найдовшого сухопутного кордону в Європі), інфраструктурними факторами (наявність розвиненої транспортної інфраструктури, зокрема залізнична мережа та управління портами), інституційні фактори (наявність нормативно-правової бази та регуляторних органів). Всі ці фактори вважаються позитивними. Перешкодами для розвитку потенціалу транспортної системи є повільність якісних змін транспортних мереж і транспортних засобів, порівняно з європейськими країнами, відсутність окремого морського флоту, низький ступінь контейнеризації портового сектору, низька конкурентоспроможність автомобільних та авіаційних перевезень, відсутність формального механізму реалізації стратегії розвитку транспортного сектору та необхідність швидкої

адаптації.

Транспорт має вирішальне значення для міграції іноземних туристів в Україну. Багато проблем у туристичному секторі можна подолати шляхом залучення інвестицій (внутрішніх і зовнішніх) для покращення, розвитку та підтримки туристичної інфраструктури у сфері національних перевезень в Україні та її регіонах.

Зараз в Україні діє шість основних залізничних систем, які входять до складу державної компанії «Укрзалізниця»: Південно-Західна, Донецька, Дніпровська, Південна, Львівська та Одеська. Україна є транспортним сполучником між Європою, Азією та Америкою. Найбільш розвинута залізнична система в Придніпров'ї, західних областях України та Лісостепу Правобережжя. Найзначнішими внутрішніми залізницями є Київ-Харків, Київ-Львів, Київ-Одеса та Харків-Севастополь [29].

Залізницею користуються в першу чергу мандрівники, яким належить проїхати відстань 500-1000 кілометрів. В основному вони відвідують країни з активною туристичною економікою, такі як Росія, Білорусь і країни Балтії: Росія, Білорусь і країни Балтії, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія і Сербія, а також Болгарія і Молдова. Найбільшою перешкодою для поїздок по Східній Європі є невідповідність ширини колії між Україною та європейськими країнами. Спеціально обладнані станції та пункти, через які ви можете перейти на європейський маршрут, дозволяють вам пересідати з одного транспортного засобу на інший, але це збільшує час у дорозі та є основною причиною обмеженого використання залізниці в індустрії туризму.

Українська морська інфраструктура є частиною великої морської інфраструктури Азово-Чорноморського регіону, який складається з шести країн. Морська інфраструктура чорноморських країн є частиною міжнародної транспортної мережі Азово-Чорноморського та Чорноморсько-Каспійського регіонів, тому її розширення неможливе без урахування міжнародної транспортної мережі. Україна входить до загальноєвропейського транспортного ланцюга: Австрія, Угорщина,

Югославія, Болгарія, Румунія, Молдова та Україна. Має 13 виходів на Чорне, Азовське моря та дельту Дунаю [42]. Приморські регіони України та країни Чорноморського регіону розвинули спеціальні морські шляхи та поромне сполучення - Іллічівськ-Варна, Іллічівськ-Поті та Одеса-Хайфа. Економічні зв'язки між Україною та іншими державами сприяють і сприяють проходження річки Дунай і вихід до Північного моря через канал "Дунайська магістраль". Україна має скористатися цими можливостями для просування річкового круїзного туризму в Україні.

На жаль, брак річкових перевезень в Україні не тільки недостатній, але й займає нижче місце за кількістю пасажирських перевезень в країні. Основні та найбільші річкові порти України розташовані в Києві, Кременчуці, Дніпрі, Запоріжжі, Нікополі, Херсоні, Ізмаїлі та Лені, але лише дві області мають міжнародні річкові перевезення для мандрівників (Одеса та Київ). Проте аналіз показує, що недоліки водного транспорту в Україні зумовлені насамперед застарілою інфраструктурою та фізичними та моральними збитками суден, а не змістом книжок. Це перешкоджає еволюції цих видів транспорту [36].

Однією з першочергових передумов забезпечення належного функціонування транспортної інфраструктури України та підвищення попиту на пасажирські перевезення є стабільне функціонування авіаційного транспорту. Національна авіакомпанія в Україні, яка здійснює пасажирські авіаперевезення, називається «Міжнародні авіалінії України», а також кілька інших авіакомпаній, які обслуговують пасажирів в країні. Серед них «Аеросвіт», «Міжнародні авіалінії України», «Міжнародні авіалінії України 94», «Авіакомпанія «Роза Вітрів», «Візз Ейр Україна», «Київські авіалінії» та інші. До 2021 року їх буде до 20 аеропортів в Україні, з яких 2/3 потребують реконструкції та значної зміни. Міністерство інфраструктури має намір до 2030 року ревіталізувати всі 50 об'єктів, що дозволить збільшити обсяги розвитку туризму [18].

Більшість повітряного руху в Україні складають регулярні рейси, які

проходять через територію країни. Основний аеропорт Бориспіль, Україна, відповідає за забезпечення авіап перевезень через країну. Створення туристичної транспортної інфраструктури має стати позитивним і вагомим інструментом для розвитку туристичної галузі та економічного зростання країни в цілому. Аналіз показує, що потенціал України як важливої транспортної ланки між Сходом і Заходом є значним. Інші переваги включають посилене економічне зростання та розвиток більш прямих зв'язків з Європою. Спрощення візового режиму та доступ до відкритого неба призведуть до конкуренції між авіакомпаніями та зниження вартості подорожей і збільшення попиту на авіап перевезення.

Експерти прогнозують значне майбутнє внутрішнього туризму. Багато людей, які вагаються або не можуть поїхати за кордон у відпустку, розглядають внутрішні напрямки як своє наступне місце для відпочинку. Можливо, це станеться [13]. На жаль, сьогодення мережа автомобільних доріг не відповідає європейським стандартам щодо швидкості, наявності інтегрованих станцій технічного обслуговування, технічної допомоги та телекомунікаційних можливостей.

Автомобільні перевезення - це, перш за все, переміщення різноманітних вантажів і пасажирів на короткі та середні відстані. Не всі способи транспортування однаково ефективні з точки зору кількості вантажів і пасажирів, які вони перевозять. Загальна протяжність доріг в Україні становить 6-9 тис. км, з них близько 6 тис. км з твердим покриттям. Через рівнинний рельєф мережа доріг майже рівномірно розподілена по території України. Найважливіші дороги - це дороги з високою пропускнуою спроможністю та високою швидкістю руху. До них належать автомагістралі, які мають кілька смуг руху в обох напрямках і не перетинаються з іншими дорогами на тому ж рівні. Протяжність доріг в Україні менша, ніж в інших країнах Європи. Низька якість послуг автомобільних доріг негативно впливає на інтеграцію української транспортної системи в європейську транспортну систему.

Основні транспортні вузли: Київ, Харків, Дніпро, Запоріжжя, Умань і Львів. Зростає значення автомобільних перевезень у міжміських і міжнародних подорожах. Основними шляхами виїзду з України є Ковельська, Львівська, Одеська, Ізмаїльська, Ужгородська, Чернівецька, Маріупольська, Харківська, Сумська, Грушівська та Чернігівська траси [37]. У майбутньому транспортні мережі будуть більш інтегровані в передову європейську телекомунікаційну систему. Зокрема, планується будівництво загальноєвропейської траси, призначеної для сполучення Київ – Мадрид.

Усі різновиди транспортування (таблиця 2.2) і всі зв'язки між транспортними процесами на національному, міжнародному, міжконтинентальному та глобальному рівнях складають всесвітню інфраструктуру транспортування.

Таблиця 2.2.

Кількість перевезених пасажирів різними видами транспорту у 2019-2020 роках наведено у наступній таблиці.

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 має значний вплив на життя людей. Світові видання, як-от 2020 Best and Worst Years, зазначають 2020 рік як найневдаліший в історії: цей список включає численні негативні події: від погіршення політичної ситуації, етнічних суперечок, локального суперництва та природних катаклізмів до поширення COVID -19 Пандемія, це сучасна глобальна проблема. Сьогодні жодна галузь економіки так чи інакше не застрахована від впливу коронавірусу. Найбільш вразливими до поширення вірусу COVID-19 галузями є туризм, ресторани та готелі, а також пасажирські та вантажні перевезення. Найбільших збитків зазнали авіалінії.

Транспортний потенціал України є значним, це може сприяти розвитку мережі, прискорити інтеграцію країни в міжнародну економічну

сферу та збільшити кількість відвідувачів, які приїжджають в Україну з-за кордону. Проте стан транспортної інфраструктури туристичної сфери України сьогодні не є оптимальним. Визнається, що більшість транспортної інфраструктури є застарілою, погано обслуговується та не забезпечує достатньої якості обслуговування відвідувачів. Особливо це стосується залізничного та автомобільного транспорту. Дорожня мережа має багато аспектів, які не відповідають європейським стандартам. Проблеми на морському, річковому та повітряному транспорті викликані непомірними фізичними та моральними збитками транспортних засобів, які часто виникають. Наведене вище обговорення різних форм транспорту в Україні свідчить про наявність значних проблем, їх масштаби, складність і значення для загального розвитку української економіки, ці проблеми потребують негайної уваги. Їх впровадження потребує великих витрат і складних інституційних рішень.

Для розвитку туристичної та транспортної інфраструктури в Україні необхідно вирішити такі питання: створити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання туристичної галузі, а також шляхи та методи сприяння розвитку всієї туристичної інфраструктури. Для посилення позицій країни на світовому ринку необхідно розвивати сучасну транспортну інфраструктуру та реконструювати всю транспортну систему.

Ці мережі мають бути досить швидкими, щоб відповідати міжнародним стандартам і класам, мати високу якість обслуговування та відігравати важливу роль в економічному розвитку прилеглих територій і розвитку туризму. Загалом, можна зробити висновок, що Україна має значний транспортний потенціал, який може сприяти розвитку транспортних мереж та сприяти інтеграції України в міжнародний економічний простір. Крім того, можна очікувати зростання туризму в Україні. У наступному розділі важливо обговорити подорож туристичної компанії «Весь світ» і розглядати її як бізнес.

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

Метою діяльності турагентів у туристичній галузі є реалізація туристичних послуг, зокрема продаж квитків. Туристична компанія «Весь Світ» зазвичай не займається самостійним оформленням окремих елементів подорожі — таких як авіаквитки, проживання, трансфер до або з аеропорту та екскурсійне обслуговування. Лише у поодиноких випадках, коли фірма самостійно комбінує складові туру, придбані у різних постачальників, і пропонує їх як єдиний туристичний пакет, вона виступає у ролі туроператора. До цього моменту діяльність агентства «Весь Світ» обмежується функціями турагента. Об'єктом (суб'єктом) дослідження для дослідження роботи є туристична корпорація «Весь Світ».

Турагенції «Весь Світ» зазвичай отримують комісійну винагороду в розмірі від 10 до 12 % від загальної вартості подорожі, іноді — від 7 до 15 %. Зазвичай турагент перераховує кошти туроператору без урахування комісії. Розмір винагороди може варіюватися залежно від умов укладеного договору — іноді агент сплачує туроператору фіксовану суму. У середньому під керівництвом одного турменеджера перебуває двоє-троє туристів. З управлінської точки зору менеджер з туризму виконує роль координатора та консультанта, однак не має у своєму підпорядкуванні працівників.

Відповідно до Закону України «Про туризм», туристичне агентство — це юридична особа, створена згідно з чинним законодавством, яка займається реалізацією туристичного продукту, розробленого іншими суб'єктами туристичної діяльності, а також посередницькою діяльністю з продажу туристичних послуг та стандартних програм обслуговування. Іншими словами, туристичні агентства — це компанії, що займаються продажем турів, у тому числі від імені туроператорів.

Туроператори, у свою чергу, формують або купують туристичні продукти в інших туроператорів, реалізують їх своїм клієнтам, виступають посередниками між туристами та постачальниками послуг і отримують комісійну винагороду за посередницьку діяльність.

Товариство з обмеженою відповідальністю Туристична компанія «Весь світ» належить приватному підприємцю Лепеха Тетяна Василівна та знаходиться за адресою: м. Київ, вул. Братиславська, будинок 52, 02139.

Підприємство «Туристична фірма «Весь світ» належить приватному підприємцю Косинському Сергію Григоровичу та знаходиться 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. Вичерпні дані про фізичну особу ФОП Косинський С. (ТА "Весь світ")

Дані органів державної статистики про основний вид економічної діяльності, отримані за даними, отриманими методами державних статистичних спостережень відповідно до статистичної методології за результатами діяльності турагентства протягом року: Код КВЕД 79.11 Діяльність туристичних агентств .

Фокусом діяльності досліджуваної туристичної компанії є:

- Просування та реалізація туру (Туристичний продукт) є обов'язком туроператора.
- комплексне та широке охоплення варіантів відпочинку та подорожей у всіх доступних турах, таборах та туристичних зонах;
- організація маркетингу туристичного продукту.

ТА «Весь світ», як учасник туристичного ринку, займається організацією поїздок, турів та наданням розміщення на короткий термін з високою деталізацією як для гуртових, так і для роздрібних цілей великої кількості споживачів або ділових партнерів.

Туристична агенція «Весь світ» співпрацює з багатьма різними туристичними компаніями, які працюють на туристичному ринку України та за кордоном, а саме: Coral Travel, Feeriya Mandriv, Pegas Touristik, Tourist Club, Join UP!, TEZtour, GTOtrewel, Mouzenidistravel. .

Під час оцінки було виявлено, що туристична компанія «Весь світ» надає наступні послуги, які всі перераховані 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.

Рисунок 2.1 Різні види послуг, які надає ТА «Весь світ»

Основним завданням ТА «Весь Світ» є сприяння розвитку виробничої діяльності, підвищення якості створення та реалізації турів, отримання прибутку від капіталу, вкладеного в туристичну сферу, що не є незаконним згідно з чинним законодавством. України. Метою діяльності товариства є досягнення та реалізація наступних завдань.

Компанія «Всесвіт» як суб'єкт господарювання виконує кілька функцій, які проілюстровані на рисунку 2.2.

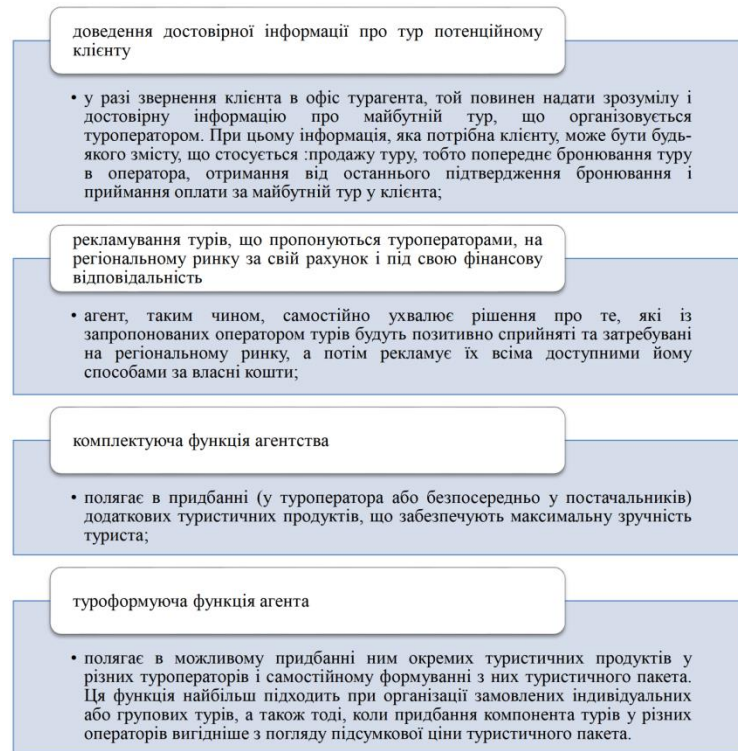


Рисунок 2.2: Функції ТА «Всесвіт» як господарської організації?

Під час аналізу діяльності ТА «Всесвіт» як корпорації можна виділити наступні основні переваги:

- дозволяє подорожувати в усіх напрямках;
- співпрацює лише з перевіреними організаціями (туристичними компаніями, компаніями з розміщення, харчовими компаніями, транспортними компаніями, фінансовими установами та страховими компаніями);
- підтримує постійний зв'язок з клієнтами цілий день, навіть у виїзді за кордон.
- надає туристичного страхування клієнтам, якщо вони не можуть подорожувати; це робиться в разі хвороби або травми.
- забезпечує максимально ефективне обслуговування та рекламні пропозиції.
- надає клієнтам можливість оплачувати поїздку частинами.

На сайті ТА «Весь світ» (електронна адреса: <http://www.vessvit.poltava.ua/>) також є інформація не лише про саму «Весь світ», а й про «гаряче» акції, пов'язані з партнерами, туристичними

агентствами, основними готелями, курортами, країнами та авіаквитками. Територія пропонує різноманітні тури віртуальної реальності, які візуалізують і демонструють надані послуги.

Дослідницька організація ТА «Весь світ» - туристична компанія, яка одночасно є організацією-посередником. Однак, на відміну від туристичної компанії, їй не вистачає готових турів, які за потреби можна придбати безпосередньо на веб-сайті компанії. Це впливає на функцію обслуговування клієнтів, оскільки кожен туристичний пакет можна вибрати та доповнити додатковими послугами, які відповідають індивідуальним потребам споживача.

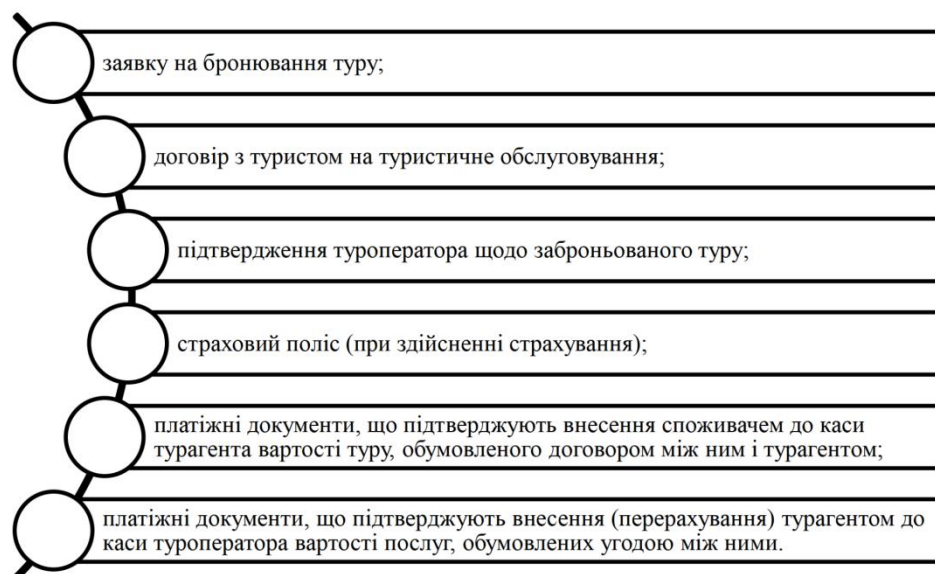
Кожен бізнес, який спеціалізується на туризмі, працює певний час, усі вони знайшли своїх цільових споживачів і віддані своїй спеціальності. Із загальних рис компанії видно, що ТА «Весь світ» в першу чергу займається обслуговуванням великих корпорацій. Його мета полягає не лише в розвазі, але й у сприянні командній роботі, мотивації та спілкуванню під час пауз, а також у передачі подібних бізнес-процесів. Виходячи з кількості, віку, етнічної приналежності та класового складу туристів, кожен тип клієнтів виділений і вносяться деякі зміни відповідно до загального плану.



Рисунок 2.3. Порядок маркетингу туристичного заходу в ТА "Весь світ"

Розслідування показало, що обслуговування клієнтів базується не лише на продажу продукції, але також передбачає надання консультацій споживачам, які вже зареєструвалися в рамках туру та хочуть підтримувати відносини в майбутньому. Це створює точне та законне представлення. Співробітники агентства дотримуються клієнтоорієнтованого підходу та зосереджуються на виявленні інтересів, уподобань та цілей споживачів. Потім співробітник агентства робить пропозицію і завершує всі формальності.

При організації групових або національних поїздок загальний бюджет обговорюється (для спілок сума розподіляється між учасниками, а клієнт оплачує поїздку окремо). Також обговорюється точна кількість учасників (оскільки це впливає на вартість поїздки на одну особу). Інші послуги, як-от групові заняття, додаткові поїздки, оренда спорядження тощо. Також розглядаються інші теми. Для поїздок, які відправляються з виїзду, процес реєстрації правових відносин є більш розширеним. На цьому етапі співробітник «Весь Світ» готує всі необхідні документи:



Компанія також надає туристичні та візові послуги.

Ставлення працівників до ТА «Весь світ» залежить від їхньої оцінки

ініціатив підприємства. Якщо репутація компанії вигідна працівникам, це позитивно вплине на інші відносини. Таким чином, керівники ТА «Весь світ» намагаються досягти взаємної згоди зі своїми співробітниками, стежити за психологічним кліматом колективу та підвищувати ступінь мотивації за допомогою фінансових пільг, просування по службі та різноманітних інших переваг.

Однією зі складових методики ТА «Увесь світ» є методика організації управління, яка базується на останніх досягненнях науки менеджменту. Кожний суб'єкт господарювання, незалежно від його розміру та сфери діяльності, є складною соціальною, організаційно та фінансово автономною системою, яка має власну структуру та функції, усередині якої відповідні організаційні компоненти та функції розподіляються відповідно до мети досягнення бізнесу. цілі. Здатність організації своєчасно досягати фінансових результатів і реалізовувати цільову стратегію, яка обґрунтована структурою організації, залежить від ефективності виконання організаційними компонентами своїх обов'язків.

Керівництво ТА «Весь Світ» очолює Кошинський Сергій Григорович, до складу якого входять директор та менеджер туристичного обслуговування.

ТА «Весь світ» має лінійний стиль управління, який характеризується лінійною формою зв'язку між ланками управління, це призводить до агрегування всіх функцій управління та розробки метрик в одній ланці управління. Це означає, що менеджер з туристичних послуг має прямий доступ до директора (рис.2.4).

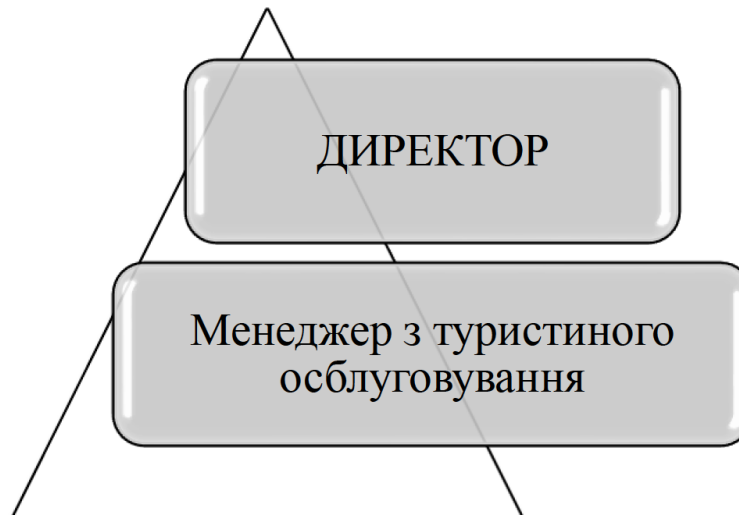


Рисунок 2.4: Організаційна структура управління ТА «Весь Світ» виглядає наступним чином:

Організаційна конструкція ТА «Весь світ» — це лінійний ряд пов'язаних компонентів, які безпосередньо зв'язані між собою і які разом забезпечують роботу та зростання компанії в цілому.

Важливо відзначити, що ТА «Весь Світ» є малим бізнесом і не потребує додаткового програмного забезпечення для управління, ефективного планування чи складання графіків. Досить мати програмне забезпечення, яке дозволить вам напряду спілкуватися з туристичними компаніями. Від важкої роботи в офлайн-системі з використанням Інтернету до надсилання заповненої форми заявки електронною поштою, до роботи в режимі реального часу, заявка обробляється та зберігається в програмному забезпеченні, наданому компанією, і автоматично включається в базу даних туристичного оператора. При використанні онлайн-системи бронювання, як тільки заявка заповнена, турагент відразу отримує повідомлення про її статус. Цей тип системи є вигідним для зв'язку між туристичними агентствами, які розташовані в різних часових поясах, і це економить час і ресурси туристичної індустрії.

Одним із найефективніших методів є використання електронного каталогу, який включає вибір туристичного продукту, автоматизоване планування та оформлення замовлення. Ефективність каталогу пояснюється надзвичайно обширною інформацією, представленою на веб-сторінках у

різних медіаформах, включаючи текст, фотографії, аудіо, відео та інші компоненти. [31].

ТА «Всесвіт» має дві локації, які приймають замовлення на бронювання турів. В останньому використовується комп'ютеризована система пошуку та бронювання турів. Основні атрибути системи наведені в таблиці. Крім того, на сайті турфірми «Весь світ» є функція пошуку турів, однак, за словами керівництва, ця функція ще знаходиться на початковій стадії, тому клієнти перенаправляються на сайт компанії з інших веб-адрес.

Таким чином, ТА «Весь Світ» є туристичною компанією, яка продає різні пакети подорожей, включаючи авіаквитки та додаткові послуги, окремо. Далі розглядається вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА «Весь Світ».

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

Аналіз зовнішнього середовища — це процедура, яка передбачає спостереження за факторами середовища з метою оцінки потенційних загроз для організації та визначення можливостей, які варто вивчити. Аналіз зовнішнього середовища сприяє об'єктам туристичного інтересу:

- Оцінити конкурентне середовище та поточну ринкову позицію;
- Визнати обмеження та переваги поточної діяльності та розвитку організації, а також оцінити, якою мірою зовнішні фактори, такі як ПНЕ, впливають на діяльність організації; та
- Оцінити ресурси організації та їх відповідність зовнішнім вимогам;
- Розробити план ефективного реагування на зміни у зовнішньому середовищі та підвищити адаптивність і гнучкість організації.

Зовнішнє середовище і «весь світ» складаються з двох частин: мікросередовища і макросередовища. Зовнішнє мікросередовище (середовище, що оточує діяльність організації) складається з: постачальників,

співробітників туристичної організації, законів і нормативних актів з боку держави, споживачів послуг організації, конкурентів та інших осіб, які безпосередньо впливають на діяльність організації і відчують безпосередній вплив. наслідки цих заходів.

Більше середовище впливає на компанію та її менше середовище. Макросередовище складається з природних, демографічних, науково-технічних, економічних, політичних і міжнародних компонентів.

Основними складовими зовнішнього середовища ТА «Весь Світ» є споживачі, конкуренти, партнери та фізичні особи.

Конкуренти - це компанії, які шукають подібні умови для виробництва і продажу товарів і намагаються максимізувати прибуток.

Із зростанням популярності та частими змінами на ринку туризму конкуренція стала серйозною. Компанії, які стикаються з посиленням конкуренції, повинні будуть зосередитися на задоволенні вимог своїх клієнтів. Компанії, у яких немає майбутнього. У результаті індустрія туризму потребує фахівців з маркетингу, які розуміють глобальні наслідки туризму та здатні реагувати на зростаючі вимоги споживачів, розробляючи творчі стратегії, засновані на ефективних маркетингових знаннях. Ефективні маркетингові кампанії вимагають тісної координації між різними організаціями та компаніями. Як наслідок, ідея маркетингу туризму є більш масштабною та складною, ніж інші галузі.

Для досягнення мети збереження ТА «Весь світ» в конкурентному середовищі, а також негативних наслідків пандемії COVID-19, важливо регулярно оцінювати аналогічні продукти конкурентів і реалізовувати найбільш ефективну комерційну стратегію. Ця стратегія повинна базуватися на розмірі компанії та позиції, яку вона займає на ринку.

Мета діяльності ТА «Всесвіт» залежить від уподобань споживача, таким чином, уподобання споживача визначають наявні туристичні можливості на ринку. У зв'язку з цим ТА «Всесвіт» пропонує ринку послуги, які повністю задовольняють запити споживачів. Як наслідок, забезпечує

лояльність споживачів і підвищений попит на свою продукцію. Як наслідок, дослідження бажань потенційних відвідувачів має вирішальне значення для дослідження туристичного ринку.

Вивчення споживачів, визначення основних причин відвідування туристичних послуг, аналіз поведінки споживачів надає керівникам і спеціалістам потужний інструментарій. Багато туристичних агентств вимагають партнерів, які надають їм усі необхідні ресурси для здійснення подорожі. Вони компенсують відсутні складові всієї туристичної послуги, надаючи компанії транспорт, харчування та проживання.

Партнерами ТА «Весь Світ» є компанії, які надають послуги з розміщення та транспортування, інформаційні центри та інші організації, що сприяють розвитку туризму, посередницьких туристичних, торговельних, громадського харчування та інших послуг для туристів[51].

Аудиторію ТА «Весь світ» складають численні організації: фінансове співтовариство, ЗМІ, широка громадськість та співробітники.

Грошове співтовариство складається з банків, кредитних організацій, страхових компаній, інвестиційних фондів та інших організацій, які фінансують діяльність туристичних компаній і піклуються про пов'язані з нею ризики. ЗМІ виступають посередником для авіакомпаній. До засобів масової інформації належать преса, радіо і телебачення. Ці методи комунікації сприяють створенню та увічненню позитивної репутації компанії, просуванню туристичних послуг і збільшенню позитивної реакції потенційних клієнтів на рекламні пропозиції компанії. Широка громадськість включає неорганізованих учасників, таких як споживачі, різні державні установи та мешканці готелів. Штати, міста та округи мають численні організації, присвячені державним і приватним цілям (наприклад, захист навколишнього середовища, різні етнічні групи, споживачі та виробники). Успішна організація туристичної діяльності повинна сприяти взаємодії з цими рухами з метою отримання ділових послуг.

Серед складних соціальних проблем України сфера послуг бере

безпосередню участь у переході економіки України до соціально-орієнтованої ринкової економіки. Важливо відзначити, що більшість підприємств туристичної галузі є малими підприємствами і мають досить специфічний підхід до управління.

Тому варто враховувати, що туристичне агентство «Весь світ» за своїми характеристиками наближається до малих підприємницьких структур, яким притаманні такі ознаки:

- обмежений масштаб операційної діяльності;
- функціонування на основі ініціативних рушійних факторів;
- відносно короткий життєвий цикл;
- підвищена вразливість до зовнішніх впливів;
- наявність помірного рівня підприємницького ризику.

Для більш чіткого розуміння діяльності Програми технічної допомоги «Worldwide» було проведено SWOT-аналіз (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

SWOT аналіз програми технічної допомоги «Всесвіт».

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.

Крім того, «Весь Світ» може підвищити свій статус, взявши участь у франшизі туристичного агентства. При стандартних комісіях постійні клієнти не можуть отримати більші знижки, щоб отримати нижчу ціну на туристичні послуги, вони повинні купувати тури в агентствах, які можуть запропонувати більші знижки.

Взаємодіючи з клієнтами, менеджери ТА «Весь Світ» використовують дизайн-мислення, щоб краще задовольнити потреби споживачів і завоювати їх довіру.

Таблиця 2.4 ілюструє матрицю SWOT-аналізу та всього світу.

Таблиця 2.4.

Повний спектр SWOT аналізу ТА «Весь світ».

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

Матриця SWOT-аналізу вказує на те, що ТА знаходиться в зоні «загрози + сильні сторони», яка вказує, які активи повинні бути спрямовані на усунення загроз.

Уникнення зниження попиту на пакетні поїздки; І «Весь Світ» має підвищити інтерес до сайту та максимально його популяризувати, щоб зберегти та збільшити продажі путівок. Уникайте зниження комісій; А «Весь Світ» має й надалі просувати тури лише від авторизованих туроператорів, це також покриває потенційне банкрутство туроператора.

Загалом можна сказати, що у 2020 році ТА «Весь Світ» має потенціал для реалізації турів по Україні з вильотами з Полтави та Києва, незважаючи на зменшення виручки за рахунок реалізації туристичних послуг та зменшення доходу від реалізації турів.

Як правило, туристичні підприємства піддаються дії багатьох зовнішніх факторів, які мають різноманітний вплив на них, тривалість та інтенсивність яких різна. Як наслідок, вони потребують об'єктивної перспективи для проведення ефективних туристичних заходів (рис. 2.5).

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

Рисунок 2.5. Фактори, що впливають на діяльність Всеукраїнського об'єднання «Весь світ»

Політичний клімат країни чи регіону впливає на інші важливі фактори. Криза, політичні чвари, безробіття, збільшення туристичних процедур і коливання валют негативно впливають на менеджмент туристичних компаній. Міжнародні відносини між країнами та їхні відповідні візові правила також впливають.

Вплив економічних факторів випливає насамперед із прямого зв'язку між економічним розвитком країни, середнім національним доходом і рівнем добробуту її громадян. Економічний статус країни чи регіону впливає як на доходи громадян, так і на ступінь розвитку технологічної та фізичної інфраструктури. Також страждає інфраструктура туристичних компаній і розвиток економіки.

Значний негативний вплив на підприємства туристичної галузі має сезонність, оскільки вона знижує рентабельність підприємств, спричиняє неефективність використання основних фондів, негативно впливає на якість послуг, що надаються, спричиняє відхід персоналу через перевантаження підприємств. в міжсезоння.

Сезонність у туризмі негативно впливає на розвиток бізнесу та створює проблеми з обслуговуванням туристів, що негативно впливає на попит та пропозицію туристичних послуг. Під час піку туристичного сезону виникають певні проблеми щодо роботи транспорту, ресторанів, розміщення та екскурсій. Під час «гарячого» сезону всі готелі, кемпінги та мотелі

заповнені клієнтами, проте в міжсезоння, як правило, багато місць розміщення туристів порожні. Як результат, сезонність залежить від ефективного менеджменту туризму.

Старіння населення, зниження народжуваності, зростання смертності, значне зростання частки самотніх людей, тенденція до більш пізнього шлюбу, зміна пенсійного віку.

Технічні чинники, такі як розвиток нової техніки та технологій, мають значний вплив на розвиток туристичних підприємств, це дає їм можливість впроваджувати нові послуги та покращувати обслуговування клієнтів. Сьогодні туристичні компанії все частіше використовують онлайн-системи для бронювання; це свідчить про підвищення якості роботи в цій сфері. Покращення науково-технічного розвитку позитивно вплинуло на масове виробництво туристичних послуг (транспортних, туристичних агентств, готельного господарства).

У результаті туристичні компанії на ринку не ізольовані одна від одної, а натомість оточені багатьма силами, які складають зовнішнє маркетингове середовище. Зв'язки між зовнішніми суб'єктами та компанією є складними і можуть маніпулювати компанією, а можуть і ні, залежно від величини впливу на них. Метою підприємства є зменшення кількості непередбачуваних факторів зовнішнього середовища, а також пошук можливостей опосередкованого впливу на ці фактори.

Як наслідок, на діяльність ТА «Весь Світ» впливають численні зовнішні чинники, які мають різний ступінь впливу та різну тривалість впливу. Розслідування показало, що економічні та політичні чинники негативно впливають на роботу турфірм. І навпаки, технологічні та соціальні фактори позитивно впливають на розвиток галузі. Значний вплив на ТА «Весь світ» має поведінка постачальників. Це тому, що неетична поведінка хоча б одного з постачальників може негативно вплинути на репутацію компанії. Друга цільова група – ті, хто купує туристичні послуги. Загалом зростання поведінки споживачів та їхньої платоспроможності позитивно

впливає на туризм. Процес визнання некорпораційних туристичних продуктів складний, оскільки споживачі мають багато варіантів, доступних для них, залежно від рівня їхнього доходу.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ

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

Вивчивши та проаналізувавши матеріали попередніх розділів, можна сформулювати та систематизувати теоретичні засади функціонування транспортної системи, її властивостей і особливостей використання у туристичній сфері. Туристичні агентства, що працюють на внутрішньому ринку, значною мірою орієнтуються на організацію подорожей за кордон. Водночас Україна як європейська держава володіє значним туристичним потенціалом, привабливим як для іноземних гостей, так і для внутрішніх мандрівників. Це зумовлює актуальність активного розвитку внутрішнього туризму.

Сучасні туристи мають широкий вибір можливих варіантів пересування під час зарубіжних та внутрішніх подорожей, адже на ринку доступні різні види транспортних засобів та додаткових сервісів. Проте забезпечення якісного транспортного обслуговування потребує врахування численних факторів — від технічних параметрів транспорту до логістичних рішень і рівня комфорту пасажирів.

У попередніх розділах було розглянуто класифікацію транспортних послуг, їхню специфіку та роль у формуванні туристичного продукту. Для організації турів, що пропонуються ТА «Весь Світ», доцільним є використання автомобільного транспорту, який залишається одним із найбільш популярних і зручних у туристичній індустрії (трансфери, екскурсійні поїздки, групові та індивідуальні перевезення). Основні переваги автомобільного транспорту — відносна економічність, гнучкість маршрутів та доступність для широкого кола туристів.

Для підвищення конкурентоспроможності ТА «Весь Світ» було запропоновано концепцію створення інста-турів — туристичних продуктів, розроблених відповідно до запитів сучасної молоді, яка активно використовує соціальні мережі, зокрема Instagram. Такі тури передбачають

надання базових послуг (транспорт, проживання, харчування), а також супровід професійного фотографа, який документує найяскравіші моменти подорожі. Цільова аудиторія інста-турів — молоді дорослі, що поєднують подорожі з розвитком власного контенту в соцмережах та прагнуть отримати нові враження.

У рамках концепції запропоновано новий маршрут «Інста-Синевир», розрахований на подорожі протягом усього року. Тур має чотириденний формат (4 дні / 3 ночі) та поєднує активний відпочинок, екскурсійні програми, мальовничі фотолокації та можливість створення якісного візуального контенту. Маршрут орієнтований на мандрівників, які прагнуть відпочити від міського середовища, побачити нові локації та збагатити свій Instagram ефектними фото та відео.

Вибір пункту призначення базувався на таких критеріях, як цінність природних і культурних туристичних ресурсів, доступність інфраструктури, привабливість для цільової аудиторії, а також потенціал для створення унікального туристичного досвіду.

Плануючи «інстаграмний» маршрут для ТА «Весь Світ», було враховано зростаючі вимоги сучасних туристів до якості та насиченості подорожей. Саме тому тур включає не лише елементи відпочинку, а й пізнавальну складову. Відповідно до аналізу туристичних ресурсів та особливостей інфраструктури, для інста-туру було відібрано низку локацій, які користуються популярністю серед туристів та вирізняються високим фотогенічним потенціалом (рис. 3.1).

З метою залучення потенційних туристів ТА «Весь Світ» подає детальний опис основних об'єктів та напрямків маршруту.

1) Озеро Синевир розташоване на висоті 989 метрів над рівнем моря, у природній улоговині, сформованій горами Озерна та Середня. Воно виникло внаслідок перекриття русла гірської річки зсувами порід після потужного землетрусу приблизно 10 тисяч років тому. Площа озера становить близько 5 га, що робить його одним із найбільших високогірних озер регіону. Середня

глибина сягає 16–17 метрів, а максимальна — до 22 метрів.

Синевир є однією з головних природних туристичних атракцій Закарпаття та вважається пріоритетним об'єктом для розвитку рекреаційного туризму. Це одне з найкрасивіших і найвідоміших високогірних озер України, а також найбільша й найглибша водойма Українських Карпат.

Другою популярною назвою озера є «Морське око», адже з висоти воно справді нагадує широко відкрите око завдяки невеликому острову, розташованому майже в центрі водойми.

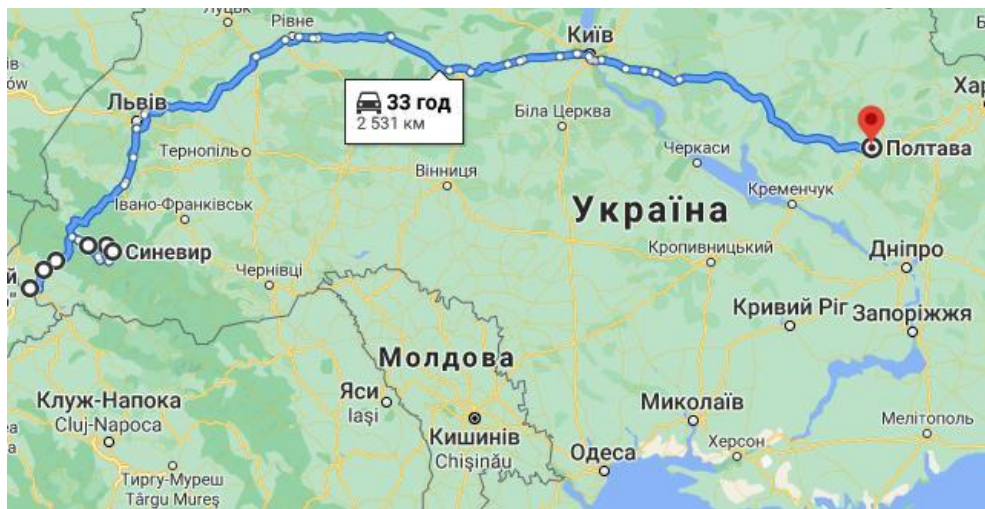


Рисунок 3.1: Скріншот профілю маршруту за маршрутом «Полтава – острів Синевир – Пилипець – водоспад Сипіто – гора Гемба – замок графа Шенборна – Мукачівський замок Паланок – Кошинські термальні джерела – Тиргу Міге – Полтава».

Озеро, оточене густими лісами та скелястими масивами, є чудовою локацією для фотозйомки та відпочинку на природі. Тут функціонують кілька баз відпочинку й туристичних кемпінгів, які приймають відвідувачів та пропонують страви національної кухні. У зоні відпочинку працюють фотографи й музиканти, а також розташований сувенірний магазин. Туристи мають можливість орендувати плоти для прогулянок озером, а також узяти участь у велосипедних і кінних турах. Поблизу озера розташована ще одна канатна дорога, що забезпечує комфортний підйом до оглядових майданчиків.

2) Водоспад Шипіт — це вражаюча каскадна система, загальна висота якої становить близько 14 метрів. Тут можна зробити ефектні фото та насолодитися кришталево чистою водою, проте підходити до водоспаду слід обережно через слизькі камені. До водоспаду веде двомісний крісельний підйомник, який піднімає туристів на вершину гори та відкриває панорамні краєвиди Карпат.

3) Гора Гемба розташована неподалік популярного гірськолижного курорту Пилипець та знаходиться в безпосередній близькості до водоспаду Шипіт. Канатна дорога, що працює протягом усього року, є найдовшою на Закарпатті та забезпечує доступ до оглядових точок із мальовничими краєвидами.

4) Палацово-парковий комплекс графів Шенборнів є одним із найпопулярніших туристичних об'єктів Закарпаття. Споруда майже повністю збереглася в первісному вигляді, зазнавши лише незначних перебудов. Архітектура замку втілює еkleктичні риси романтизму та поєднує елементи готики й романського стилю. Однією з архітектурних особливостей комплексу є символічні числові мотиви: 365 вікон (кількість днів у році), 52 димоходи (тижнів) та 12 входів (місяців). У декорі замку широко застосовано елементи, характерні для родового герба Шенборнів. Також зберігся баштовий годинник із дзвонами.

5) Мукачівський замок Паланок вирізняється середньовічною архітектурою та є одним із найзначніших історичних об'єктів краю. У XVII–XVIII століттях замок відігравав роль центру угорського національно-визвольного руху та був резиденцією правителів Трансильванії. З ним пов'язані численні історичні події, зокрема героїчна оборона під керівництвом Ілони Зріні та Імре Текелі. Сьогодні Паланок приваблює туристів своєю багатовіковою історією, автентичною архітектурою та музейними експозиціями.

6) Косино — один із найвідоміших термальних комплексів Закарпатської області. Термальні джерела розташовані в селі Косонь, за 38

км від Мукачева та 22 км від Берегова, поблизу кордону з Угорщиною. Як і в Берегові, тут помітний значний угорський культурний вплив, що проявляється в архітектурі, гастрономії та побутовому спілкуванні. Комплекс пропонує оздоровчі процедури, купання в термальних басейнах, релаксаційні зони та якісний сервіс для туристів.

Рисунок 3.2 ілюструє загальні атрибути нової подорожі 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	

Рисунок 3.2: Загальні властивості поїздки «Інста-Синевир»

Маршрут і програма подорожі «Інста-Синевир» подані в таблиці 3.1.

Подорож «Інста-Синевир» розпочинається о 6:30 ранку. Туристів зустрічають біля підприємства «Вей-Млин» і супроводжують до комфортабельного туристичного автобуса. Транспорт оснащений зручними відкидними сидіннями, кондиціонером та іншими необхідними елементами для комфортної поїздки. Під час маршруту передбачені регулярні зупинки кожні 2–3 години для санітарного відпочинку. Автобуси відповідають чинним європейським стандартам безпеки.

Після виїзду група прямує до села Синевир, де туристів поселять у готелі «Синевир». Після розміщення учасники туру матимуть можливість

повечеряти, відпочити та приємно провести вечір у комфортній атмосфері.(додаток А.)

Наступного дня після сніданку група продовжує подорож до озера Синевир. Відстань від готелю до озера становить 16 км, дорога займає приблизно 26 хвилин. Після огляду та фотозйомки озера туристи вирушають до водоспаду Шипіт о 10:30. Перша фотосесія на фоні водоспаду запланована на 13:30. О 14:15 фотограф проводить підготовку до зйомки наступного дня, а о 14:30 робить перерву на обід у кафе.

О 15:00 група піднімається крісельним підйомником на вершину гори Гемба, де туристи роблять фото з панорамними краєвидами Карпат. Пізніше, з 16:00 до 17:30, запланована екскурсія до замку графів Шенборнів та огляд його околиць з можливістю фотозйомки. О 19:20 група повертається до готелю для вечері та відпочинку.

Третій день починається о 9:00 зі сніданку та короткої прогулянки територією готелю. О 12:00 заплановано виїзд до Мукачівського замку Паланок, де о 13:30 проводиться екскурсія з фотозйомкою. Після обіду в Мукачеві туристи вирушають до термальних комплексів Косино о 16:30, де можуть відвідати басейни та спа-центр. О 18:00 група повертається до села Синевир, вечеря в ресторані та вільний час до 24:00. Можливе виселення з готелю відбувається після завершення вечірніх заходів.

Четвертий день присвячено поверненню до Полтави. По дорозі запланований сніданок у місті Стрий та обід у готелі «Айвенго» в селі Колоденка. Очікуваний час прибуття до Полтави — 20:00. Ночівлі під час маршруту передбачені в селі Синевир, за 15 км від озера.

Загальна довжина автобусного маршруту Полтава – озеро Синевир становить 5128 км, а загальний час у дорозі — 68 годин. У рамках туру надаються основні та додаткові послуги; інші сервіси можуть бути придбані окремо.

На рис.3.3. перелічено основні та додаткові послуги, які будуть надаватися під час маршруту туру.

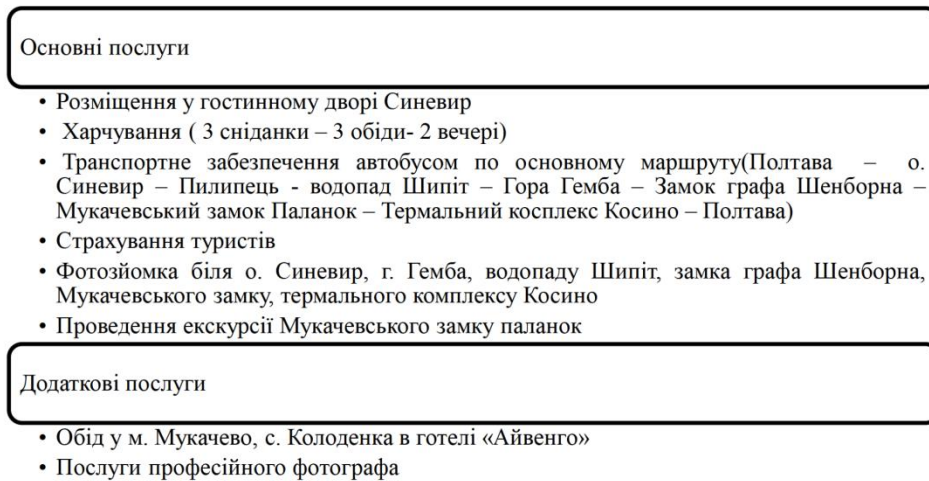


Рисунок 3.3 – Послуги для туристів під час туру «Інста Сіневир».

Визначивши основні та додаткові послуги, які будуть надаватися під час впровадження запропонованого нового маршруту в рамках ТА «Весь світ», основні показники нового маршруту можна спостерігати на рисунку 3.4. На рис. 3.4. обговорено основні показники нового туристичного маршруту.

Пропонована нова мандрівка «Інста-Сіневір» – це інста-вожж. Тур складається з чотирьох окремих днів і розрахований на колективне відвідування 15 учасників. Ночівлі на стежці розташовані в готелях. Нова мандрівка поєднує в собі пішки та транспорт.

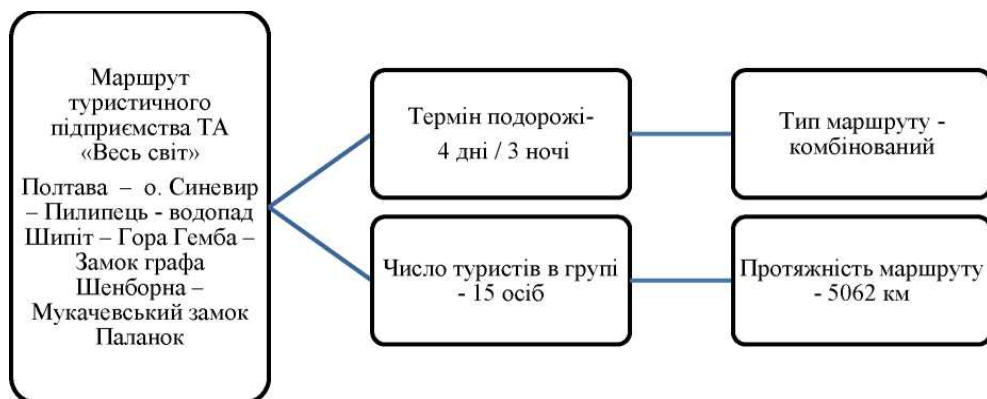


Рисунок 3.4 Основні характеристики нового туристичного маршруту «Інста-Синевир» для ТА «Весь світ»

В результаті новий туристичний метод «Інста-Синевир» пропонується для використання в ТА «Весь світ» і демонструється в діяльності компанії як альтернатива більш поширеному зарубіжному туризму та як спосіб

вирішення питань пов'язаних з діяльністю туристичної компанії. Наступним кроком має бути дослідження очікуваного фінансового впливу запропонованого туру на діяльність досліджуваної компанії.

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

У цьому розділі пропонується та обговорюється новий туристичний маршрут «Інста-Синевир» у ТА «Весь світ». Сьогодні туристичні компанії повинні розрахувати фінансову вигоду від нового туристичного маршруту, вони також повинні вміти визначити фінансову вигоду від нового туристичного маршруту шляхом розрахунку економічних показників:

Повна вартість туристичного продукту; включаючи вартість квитків і номеру в готелі, наведено нижче.

2) загальні витрати на одного туриста; і

Загальний обсяг реалізованого туристичного продукту на душу населення становить 3 000 000 одиниць.

4) загальний прибуток, отриманий туристичною корпорацією «Весь світ» від реалізації туристичного продукту.

Процедура розрахунку економічної ефективності нової туристичної подорожі складається з розрахунку вартості нового туристичного продукту, ціни продукту та доходу від подорожі, а також визначення економічної ефективності нового маршруту. Витрати туристичного продукту складають як постійні, так і змінні витрати, пов'язані з організацією подорожі (рис.3.5).

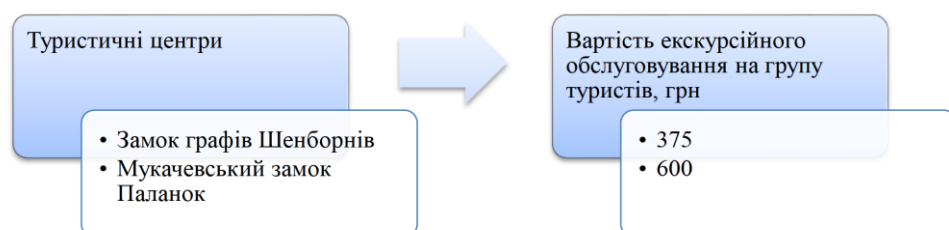


Рисунок 3.5 Розподіл витрат на створення та обслуговування туристичних маршрутів в ТА «Все світ»

Змінні витрати – це витрати, які змінюються залежно від кількості

учасників туру. Змінні витрати пропонованого туру включають витрати на проживання та харчування (Таблиця 3.2). У турі «Інста-Синевир» мандрівники проживатимуть у готелі «Синевир» у пункті призначення.

Таблиця 3.2.

Аналіз витрат на проживання туристів у турах «Інста-Синевир»

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

Під час туру туристи проживають у гостьовому будинку «Синевир» у селищі Синевир. Вартість проживання в цьому закладі становить 160 грн з особи за добу, для групи з 15 туристів – 2400 грн за добу; для групи з 15 осіб, яка проживає три дні, вартість проживання становить 7200 грн.

У вартість туру також входить вартість запланованих екскурсій під час туру (рис. 3.6).

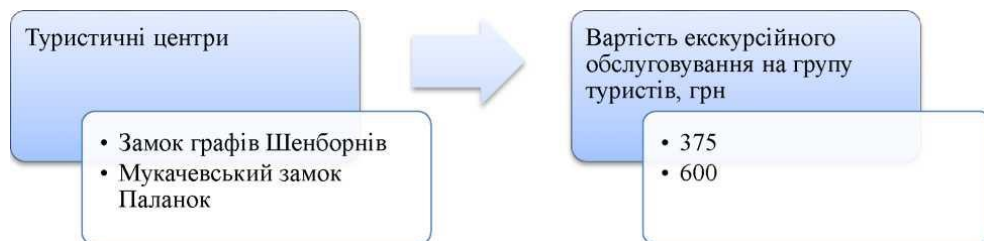


Рис. 3.6 Вартість туристичних послуг під час подорожі «Inside Synevir».

На рис. 3.5 наведено змінні витрати на екскурсії, які розраховані для двох різних туристичних центрів на маршруті, вартість яких становить 375 грн./група за ночівлю в селі Карпати в замку графів Шенборнів. У місті Мукачево на поїздку до замку Паланок загальна кількість учасників – 15 осіб і коштуватиме вони в середньому 600 гривень кожен.

Під час запропонованого маршруту в житловій зоні працюють підприємства громадського харчування (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

Вартість харчування одного туриста

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

Вартість пропонованого туру є змінною і залежить від місця призначення туриста. Загальна вартість дворазового харчування в Гостинному дворі с.Синевир становить 150\$ з людини. Оскільки туристи проведуть у Гостинному дворі 3 дні, вартість харчування одного туриста становитиме 450 доларів.

Обід в центральній туристичній зоні села. Власні кошти внесли Пилипець, Мукачево, село Стрий. Загальна сума витрат: $450 \cdot 15 = 6750$ грн. Витрати на харчування колективу 15 чоловік.

У таблицях 3.5. і 3.6 розрахуємо змінні витрати на транспортні послуги під час запропонованого туристичного маршруту.

Таблиця 3.5

Вартість перевезення автотранспортом за маршрутом «Полтава – с. Синевир».

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

Таблиця 3.6.

Витрати на проїзд автомобілем до туристичних об'єктів на туристичному маршруті «Інста-Синевир»

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

Для розрахунку витрат на перевезення туристів по новому шляху необхідно вартість кілометра шляху помножити на довжину передбачуваного маршруту. Якщо вартість кілометра 7 грн, а загальна відстань маршруту 2674 км, то вартість оренди мікроавтобуса $7 \cdot 2674 = 18718$ грн.

Вартість транспортування залежить від способу транспортування та умов доставки. Ця поїздка полегшується використанням автобуса,

позиченого у туристичної корпорації або автомобільної компанії, транспортний засіб долає 2674 кілометри від одного пункту призначення до іншого. Існує два варіанти орендної плати: погодинна та за кілометр, для даної подорожі обрано останню.

Таблиця 3.6 ілюструє кожен статтю витрат, собівартість туристичного продукту, дохід, отриманий підприємством «Весь світ», загальні витрати групи з 15 туристів і вартість продажу квитка.

Таблиця 3.7.

Розрахована вартість мандрівки «Всередині Синевиру».

№ 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	2647(км)	18718
4	Екскурсійно-дозвільна програма			975
	Замок графів Шенборнів	25	15	375
	Екскурсія в Мукачівському 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 наведеної вище таблиці необхідно розрахувати всі змінні витрати, як зазначено у формулі 3.1. Сюди необхідно додати всі вищезазначені показники, тобто витрати на проживання, харчування, транспорт, екскурсії та страхування:

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

де $B_{зм.}$ – змінні витрати;

$B_{т\text{ розм.}}$ – витрати на розміщення;

$B_{т\text{ харч.}}$ – витрати на харчування;

$B_{т\text{ трансп.}}$ – витрати на транспортне обслуговування;

$B_{т\text{ екск.}}$ – витрати на екскурсійне обслуговування;

C – вартість страхування туристів

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

Щоб розрахувати постійні витрати компанії на запропонований новий маршрут, необхідно додати послуги керівника групи, загальновиробничі витрати, витрати на рекламу та послуги професійного фотографа (Рівняння 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, після розрахунку загальних змінних та постійних витрат, рівняння 3.3 показує, як визначити собівартість нового туристичного продукту в ТА «Весь Світ».

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

де Соб. – собівартість;

В пост. – постійні витрати;

В зм. – змінні витрати.

Рівняння формули: Собівартість = $34243 + 10500 = 44743$ грн., загальні витрати входять до повної вартості турпродукту. Після розрахунку загальних витрат важливо розрахувати суму доходу, яку туристична компанія отримає від реалізації запропонованого нового маршруту. 3.4 У формулі 3.4 норма прибутку становить 15% від загальних витрат.

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

де П – прибуток;

Соб. – собівартість;

Н пр – норма прибутку.

$П = 44743 * 15\% = 6711$ грн.

Крім того, рівняння 3.5. описує процедуру визначення наступного показника ефективності нового туристичного продукту, тобто загальних витрат на одну туристичну групу.

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

$B \text{ заг./гр.}$ – загальні витрати на групу;

Соб. – собівартість;

$H. \text{ пр. } 15\%$ – норма прибутку, котрий отримає туристичне підприємство від продажу туристичного продукту;

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

Для розрахунку вартості одноособового туру загальну вартість ділимо на кількість учасників: $144085/15 = 3,34 \text{ грн.}$

У вартість туру входить проживання, харчування, екскурсії, транспорт і страхування. У вартість туру не входить вартість обіду та сувенірів у селах Пилипець, Мукачево та Стрий.

Потім розраховується додатковий дохід (цифра, що представляє різницю між цими двома показниками): для 15 туристів додатковий дохід від продажу квитків виражається як 3,6.

$$MD = C \text{ пр.} - \text{Соб. пр.} \quad (3.6)$$

де $C \text{ пр.}$ – ціна туристичного продукту на групу

Соб. пр. – собівартість туристичного продукту.

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

Щоб розрахувати річний маржинальний дохід компанії від певного туру, необхідно оцінити загальну кількість турів, які компанія може організувати за рік. Наприклад, нехай буде відправлено 15 груп по 15 туристів. Річний маржинальний дохід розраховується за формулою 3.7.

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

де $MD \text{ тур.}$ – маржинальний дохід за відправку однієї групи туристів;

$N \text{ тур.}$ – загальна кількість турів за рік.

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

Щоб розрахувати загальний прибуток від цієї поїздки (формула 3.8), компанія повинна спочатку відняти постійні витрати, пов'язані з цією поїздкою, з доходу, отриманого від неї:

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

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.

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

Виходячи з наведених вище показників, економічну ефективність розроблених нових туристичних маршрутів слід оцінювати з точки зору доходів. Показники рентабельності (рівняння 3.9.) Рентабельність туристичного продукту визначається відношенням загального прибутку до загальних витрат, понесених підприємством на здійснення подорожі.

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

де Пр. вал. тур – валовий прибуток за тур

Вт заг. тур – загальні витрати на тур

$$\text{РЕНТ} = 90165 / 44743 = 2.$$

Це означає, що рентабельність 2% запропонованого нового туристичного маршруту для ТА «Весь світ» є адекватною.

У результаті в цьому розділі розраховується грошова оцінка нової поїздки з розстрочкою. Визначено розміри постійного та змінного доходу, які беруть участь у вартості відрядження. Виходячи з постійних і змінних витрат туристичного бізнесу, собівартість – це загальні витрати, пов'язані з бізнесом, які включають запланований дохід і виражені на людину. Оскільки рентабельність складає 2%, то можна обговорювати грошову вартість просування даного туру в ТА «Весь світ».

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження можна зробити такі узагальнення:

1. Сутність транспортної послуги полягає у комплексі заходів, спрямованих на перевезення туристів та їх багажу визначеними маршрутами різними видами транспорту. До її змісту також належать підготовка, експлуатація й обслуговування об'єктів транспортної інфраструктури, забезпечення належного технічного стану транспортних засобів та професійної підготовки персоналу.

2. Основними видами транспорту в туристичній сфері є автомобільний, залізничний, повітряний, морський і річковий.

Повітряний транспорт є найбільш динамічною та швидкозростаючою галуззю світової транспортної системи.

Залізничний транспорт посідає друге місце за популярністю та вирізняється високою ефективністю при перевезенні великих пасажиропотоків на різні відстані, забезпечуючи комфорт як для індивідуальних туристів, так і для організованих груп.

Попит на той чи інший вид транспорту залежить від географічних, економічних, кліматичних і соціокультурних особливостей країни.

3. Вивчення міжнародного досвіду засвідчило, що у країнах Північної Америки, Європи та Великої Британії значна увага приділяється інтеграції декількох видів транспорту в єдину логістичну систему. Це забезпечує високу зручність, оперативність і безпеку подорожей, що сприяє підвищенню якості туристичних послуг.

4. Потенціал розвитку транспортної системи України ґрунтується на її регіональних, економічних, культурних та природних перевагах, а також на поступовій інтеграції у спільну транспортну політику Європейського Союзу. Важливим чинником також залишається співпраця з країнами СНД у межах регіональних транспортних 72роекту72.

5. Аналіз діяльності туристичного агентства «Весь світ» (заснованого приватним інвестором Косинським С. Г.) показав, що підприємство здійснює діяльність із просування, реалізації та організації туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках.

6. SWOT-аналіз конкурентного середовища продемонстрував, що у 2020 році через карантинні обмеження агентство зазнало зменшення обсягів доходів і збільшення витрат. Водночас використання можливостей внутрішнього туризму дозволило компанії зберегти конкурентоспроможність, зокрема завдяки розвитку та популяризації туристичних маршрутів Полтавою та Києвом.

7. Запропонований туристичний маршрут «Інста-Синевир» є перспективним авторським продуктом, здатним задовольнити попит туристів упродовж усього року. Маршрут передбачає чотириденну подорож із насиченою екскурсійною програмою, ознайомленням із природними та культурними об'єктами, а також створенням 73роєкту73тенту для соціальних мереж. Маршрут охоплює такі локації: Полтава – озеро Синевир – Пилипець – водоспад Шипіт – гора Гемба – замок графа Шенборна – Мукачівський замок Паланок – санаторно-курортний комплекс «Косино».

8. Фінансова оцінка 73роєкту засвідчила, що вартість туру на одну особу становить 3430 грн. За участі 15 туристів очікуваний дохід підприємства може досягати 6711 євро. Це підтверджує економічну доцільність маршруту та доцільність його подальшого впровадження у діяльність ТА «Весь світ».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про автомобільний транспорт». [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>. Заголовок з титулу екрану.
2. Закон України «Про залізничний транспорт». [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/273/96-ep>. Заголовок з титулу екрану.
3. Закон України «Про транспорт» [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/232/94-ep>. Заголовок з титулу екрану.
4. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. [електронний ресурс]. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua>. Заголовок з титулу екрану.
5. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. № 4. С. 21–27.
6. Ардельянова О. В. Місце і роль держави в регулюванні ринку автотранспортних послуг. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. Наук. Пр. Київ :, 1997. Вип. 2. С. 38-46.
7. Арион А.В. Організація транспортного обслуговування туристів: Навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2008. 192 с.
8. Бараш Ю. С. Розвиток залізничного туризму в Україні. Вісн. Дніпропетр. Нац. Ун-ту залізн. Трансп. Ім. Акад. В. Лазаряна. Дніпро :, 2014. Вип. 8. С. 7-11.
9. Безносюк В. Д. Україна – держава туристична . *Трибуна*. 1999. № 3-4. С. 34-36.
10. Безносюк В.Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України : автореф. Дис... канд. Екон. Наук: 08.10.01. НАН України. Ін-т регіон. Дослідж. Львів, 2001. 19 с.
11. Бондаренко, М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та

- перспективи. Економіка і прогнозування, 2011, 1. С. 104-119.
- 12.Бородюк Н. Налаштованість на динамізм: [Туристична галузь в Україні] Уряд. Кур'єр. 2000. 17 жовт. С. 5.
 - 13.12 Васильєва, О. В. Транспортні системи у міжнародному туризмі: навч. Посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 256 с.
 - 14..12.Горіна, Г. О. Організація туристичних перевезень: теорія і практика. Львів: Новий Світ. 2019. 284 с.
 - 15.Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг // Регіональна економіка. 1999. № 2. С. 172-178.
 - 16.Герасименко В. Г., Замкова А. В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів. Навчальний посібник Харків: Бурун Книга, 2011. 112 с.
 - 17.Гуменюк Г.М.Транспортні послуги в туризмі. Підручник для студентів. Івано-Франківськ : 2008. 212 с.
 - 18.Іванова, С. В. Розвиток транспортної інфраструктури як чинник конкурентоспроможності туристичних дестинацій // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2021. № 3(2). — С. 45–53.
 - 19.Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Заголовок з титулу екрану.
 - 20.Дмитрусенко О.В., Гаврилишин І. П. Туризм і авіація. Туристичні ресурси України. Київ, 1995.
 - 21.Дребот О.І., Бабікова К.О. Сучасний стан та розвиток міжнародного туризму. Збалансоване природокористування. 2020. № 2. С. 37–45.
 - 22.Дутка Г.Я., Гальків Л.І., Козак Б.Б. Наукові дослідження з проблем міжнародного туризму: статистична бібліографія наукових статей. Ефективна економіка. 2018. № 12. URL :<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6724>.
 - 23.Зеркалов Д.В. Транспорт Україна Довідник. У двох книгах. Книга

- перша. Київ : Основа, 2002. 416 с.
- 24.Зубовський В.М. Економіка підприємства: Підручник. Київ : «Знання-Прес», 2004. 526 с.
 - 25.Кірдан О. Міжнародний туризм у сучасному науковому дискурсі. Економіка та суспільство, (51) .URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-35>
 - 26.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
 - 27.Кодекс торговельного мореплавства України [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/176/95-er>. Заголовок з титулу екрану.
 - 28.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.
 - 29.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).
 - 30.Косолапов, А. Б. Географія українського внутрішнього туризму: Навч.посібник для вузів.: КноУКР, 2013. 270 с.
 - 31.Кузнецова 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. 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. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.

- 35.Мацола, В. І. Транспортне забезпечення туристичної діяльності: навчальний посібник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 212 с.
- 36.Михайліченко Г.І. Логістика в туризмі: опорний конспект [Текст]: навчально-методичне видання для студентів спеціальності «Менеджмент організацій», проф. Спрям. «Менеджмент туристичної індустрії», К.: КНТЕУ, 2007р.
- 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.Михайліченко Г.І. Логістика в туризмі: опорний конспект [Текст]: навчально-методичне видання для студентів спеціальності «Менеджмент організацій», проф. Спрям. «Менеджмент туристичної індустрії», Київ : КНТЕУ, 2007р.
- 39.Рахман М.С., Нагорна Ю.В. Міжнародна туристична діяльність: сучасні реалії та тенденції. Бізнес Інформ. 2019. № 9. С. 43–50.
40. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 227 с.
41. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи. Урядовий кур'єр. № 35. 1997.
42. Побоченко Л.М. Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку : автореф. Дис... канд. Екон. Наук: 08.00.02; Ін-т світ. Економіки і міжнар. Відносин НАН України. Київ, 2008. 18 с.
43. Подлепіна П.О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 1. С. 21–29.
44. Повітряний кодекс України [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3167-12>.
45. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. Київ : КНЕУ, 2008. 123 с.
46. Попова Н.В., Белєвцова 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. Київ : 2005.
48. Правила дорожнього руху (Постанова Кабінету Міністрів України від 10.10.2021 № 1306).
49. Семенко Б.В. Трансформація міжнародного туризму України (на рівні районів та міст обласного значення). Вінниця : Твори, 2022. 228 с.
50. Скарга О.О. Транснаціоналізація ринку туристичних послуг на етапі глобалізації: концептуально-організаційний аспект. Проблеми економіки. 2020. № 2. С. 63–70.
51. Тімар І.В. Особливості формування іміджу вітчизняних підприємств сфери послуг. 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.Бабарицька, О.Малиновська. Київ :, 2004.
53. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». URL :https://tourlib.net/statti_ukr/temnyk.htm
54. UNWTO (World Tourism Organization). International Tourism Highlights, 2023 Edition. — Madrid: UNWTO, 2023. 72s. DOI: 10.18111/9789284424824.
55. European Commission. Trans-European Transport Network (TEN-T): Connecting Europe for Sustainable Mobility. Brussels: Publications Office of the European Union, 2022. 58 s.
56. World Travel & Tourism Council (WTTC). Travel & Tourism Economic Impact 2024: Global Trends. London: WTTC, 2024. 48 s.

57. Flights, Hotels, Holiday Package, Cruises [Електронний ресурс]. URL : [http://www/ travel.ru](http://www.travel.ru). Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2025 р.).
58. Khadarooa J., Seetanah B. The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tour. Management*, 29, 831-840, (2008).
59. 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).
60. 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.
61. 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).
62. Royal Caribbean Group. Sustainability Report 2023. Miami: RCL Corporate, 2023. — 80 s.
63. Prideaux B. The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53-63, (2000).
64. Regent seven seas cruises. All inclusive cruises and Luxury cruise [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rssc.com/voyage>.
65. Train tours, Train vacations, Train trips [Електронний ресурс]. URL : [http://www. Railsnw.com/tours](http://www.Railsnw.com/tours). Заголовок з титулу екрану.
66. 58. Travel Leisure. Plan Your Getaway Vacation Today [Електронний ресурс]. URL : [www,reiseburo.ru/home/leisure/rail_cruises](http://www.reiseburo.ru/home/leisure/rail_cruises). Заголовок з титулу екрану.
67. OECD. Tourism Trends and Policies 2022. Paris: OECD Publishing, 2022. 290 p. DOI: 10.1787/20767773.

Додаток А.

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
День 3	19.20-20.30	Повернення до готелю, вечеря, вільний час, відбій.
	9.00-10.00	Сніданок у ресторані при готелі, вільний час
	12.00	Виїзд до Мукачівського замку Паланок
	13.30	Екскурсія, фотозйомка, вільний час
	15.00	Обід за місцем розміщення.
	16.30	Переїзд до Термального комплексу Косино
	17.00	Відпочинок у термальних басейнах, відвідування спа-центру, фотозйомка
	18.00	Повернення до с. Синевир
День 4	19.30	Вечеря у ресторані при готелі, вільний час, відбій
	06.00	Виїзд до м. Полтава
	11.30	Сніданок у м. Стрий піцерія «Скоріні»
	12.30	Виїзд до м. Полтава
	15.00	Обід в с. Колоденка в готелі «Айвенго»
	20.00	Повернення до міста Полтава