

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

Кваліфікаційна робота
на тему «Удосконалення технології й організація автобусного туру»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 401-ЕТ
Спеціальності 242 «Туризм»

Штепа Яна Миколаївна

Керівник: к.е.н, доц. Бакало Н.В.

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та туризму

17.06.2021р.

І.Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2021

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин та туризму

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Чичкало-Кондрацька І.Б.

І.Б. Чичкало-Кондрацька
« 26 » *Листо* 2021 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

Штепи Яни Миколаївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення технології й організація автобусного туру
керівник роботи к.е.н., доцент Бакало Надія Віталіївна

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

2. Строк подання студентом роботи 06.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи *Кваліфікаційні завдання до роботи, статистичні дані, дані інфляційного індексу*

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

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ

2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3. ПРОЕКТУВАННЯ НОВОГО АВТОБУСНОГО ТУРУ НА ТА «КАРАВАН-ТУР»

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

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 26.04.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

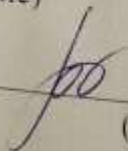
Пор. №	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Пр.
1.	Збирання даних про базове підприємство, пошук літературних джерел	19.04.2021 – 23.04.2021	В
2.	Розроблення і затвердження керівником плану роботи	26.04.2021 – 28.04.2021	В
3.	Оброблення літератури і розроблення теоретичного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

Студент


(підпис)

Штепа Я.М.

Керівник роботи


(підпис)

Бакало Н. В.

(підпис)

ВСТУП

РОЗДІЛ I

АВТОБУС

1.1. Сутт

1.2. Ос

автобус

1.3. Спе

Виснов

РОЗДІЛ 2

УКРАЇНИ

2.1. Ав

туризм

2.2. За

2.3. Ав

Висно

РОЗДІЛ

«КАРАБ

3.1. О

«Шля

3.2. С

3.3. Р

Висн

ВИСНО

СПИСО

ДОДАТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ	6
1.1. Сутність та види автобусних турів	6
1.2. Особливості міжміських, міжобласних туристичних перевезень автобусами в умовах сьогодення.....	14
1.3. Специфіка організації туристичних автобусних турів	23
Висновки за розділом 1	33
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	35
2.1. Аналіз розвитку внутрішнього туризму в Україні та місце автобусного туризму в ньому	35
2.2. Загальна характеристика ТА «Караван-Тур».....	47
2.3. Аналіз автобусних турів ТА «Караван-Тур»	57
Висновки за розділом 2	65
РОЗДІЛ 3 ПРОЕКТУВАННЯ НОВОГО АВТОБУСНОГО ТУРУ НА ТА «КАРАВАН-ТУР».....	67
3.1. Обґрунтування необхідності впровадження нового автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України»	67
3.2. Створення, впровадження та просування автобусного туру	77
3.3. Розрахунок економічної доцільності запропонованого туру	88
Висновки за розділом 3	97
ВИСНОВКИ	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	103

ВСТУП

У сучасних умовах туристична галузь висуває якісно нові вимоги до транспорту, що використовується для обслуговування туристів. Зокрема, до видів туристичних автобусів, їх швидкості, умов безпеки та комфорту. У зв'язку з цим постає завдання наукового аналізу взаємодії автобусного транспорту та туризму щодо видів та форм перевезень, вдосконалення транспортних та технологічних процесів, відносин між туризмом та автотранспортними підприємствами.

Автобусний туризм – популярний і недорогий вид туризму, а тому дуже популярний серед туристів як на внутрішньому, так й на міжнародному туристичному ринку різних країн. Автобусний транспорт забезпечує одноденні екскурсійні поїздки та довготривалі автобусні тури.

Дослідженням питань організації автобусних турів займалися такі науковці: О.В. Аріон [4], В.Г. Герасименко [10], В.І. Гетьман [11], О.В. Литвин [20], Д.В. Ломотько [21], Л.В. Марценюк [22], С.О. Погасій [28], З.Я. Шацька [61] та інші. Однак їх дослідження присвячені загальним питанням організації транспортного обслуговування туристів, менеджменту туристичної діяльності, проблемам розвитку туризму. Більшість наукових праць розкривають особливості організації роботи та підготовки менеджерів та керівників виробничих підприємств. Проблема удосконалення технології і організації автобусного турів є не достатньо дослідженою, що й зумовлює актуальність обраної теми.

Метою роботи є узагальнення особливостей організації автобусних турів та впровадження сучасних технологій щодо розвитку автобусного туризму в Україні.

Мета роботи зумовила вирішення взаємопов'язаних завдань, а саме:
розкрити сутність та види автобусних турів;

визначити особливості міжміських, міжобласних туристичних перевезень автобусами в умовах сьогодення;

узагальнити специфіку організації туристичних автобусних турів;

проаналізувати розвиток внутрішнього туризму в Україні та місце автобусного туризму в ньому

дати загальну характеристику ТА «Караван-Тур»

провести аналіз автобусних турів ТА «Караван-Тур»

обґрунтувати необхідності впровадження нового автобусного туру на ТА «Караван-Тур»

запропонувати технологію створення, впровадження та просування автобусного туру

розрахувати економічну доцільність запропонованого туру

Об'єкт дослідження – процеси створення та удосконалення автобусних турів на туристичному підприємстві ТА «Караван-Тур»

Предмет дослідження – сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку автобусного туризму.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативні документи щодо регулювання автомобільного пасажоперевезення в Україні, наукові статті вітчизняних та зарубіжних науковців у сфері туризму, інтернет ресурси, дані державної служби статистики України, інформація про діяльність ТА «Караван-Тур».

У роботі були використані такі основні методами дослідження, як: теоретичний, порівняльно-описовий, системно-структурний, діалектичний метод щодо вивчення сутності організації автобусних турів та дослідження інфраструктури туризму в Україні; логіко-аналітичний метод та статистичний аналіз – для дослідження кількісних туристичних показників; графічний метод – для створення графічних діаграм та схематичних побудов теоретичного матеріалу; абстрактно-логічний метод – для здійснення теоретико-методичних узагальнень та формулювання висновків

Практичне значення отриманих результатів полягає у застосуванні результатів дослідження у практичній діяльності підприємств сфери туризму щодо удосконалення внутрішніх автобусних турів.

Кваліфікаційна робота включає вступ, 3 розділи, висновки та список використаних джерел. Обсяг роботи – 98 сторінки. Містить 29 таблиць, 24 рисунки, 6 формул, список використаних джерел – 66 найменувань.

Основні положення роботи і результати досліджень були запропоновані та опрацьовані на: Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції молодих учених, студентів та аспірантів «Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність», 2021 р.: Штепа Я.М., Бакало Н.В. Технологія та організація автобусного туру. // матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених, студентів та аспірантів «Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність», 2021 р.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОБУСНИХ ТУРІВ

1.1. Сутність та види автобусних турів

Розглядаючи історію виникнення міжнародного автобусного туризму, то хотілося б зазначити, що наприкінці 60-х років XX століття почав формуватися ринок міжнародного автобусного туризму завдяки величезному попиту на інклюзивні автобусні тури, які характеризуються включенням транспортних витрат у вартість туристичного продукту. До цього в різних країнах автобуси використовувалися, в основному, для трансферів, екскурсій і місцевих поїздок.

Трохи згодом відмічалось незначне зниження попиту на автобусні тури, що було пов'язано з розвитком дешевих перевезень за допомогою конкуруючих видів транспорту: літаків та приватних автомобілів. Проте, уже в середині 70-х років через знецінення провідних валют, подорожчання пального та інші економічні труднощі автобусні тури знову набирають популярності. Значного попиту на автобусні тури додала поява автобусів високого класу, які не уступали за своєю комфортністю автомобілям, літакам та залізничним вагонам, перевершуючи деякі за низкою якостей та характеристик. Такі автобуси були оснащені потужними економічними двигунами, що дозволяло досягти високих транспортних швидкостей, а також підвищити конкурентоспроможність цього виду туризму, а наявність сучасних магістралей дозволяє дуже швидко проїхати ділянки маршруту, які не представляють особливого інтересу для туристів.

Країна, в якій вперше почали використовувати автобуси для подорожей європейськими дорогами, була Великобританія. Саме британські організатори у сфері туризму оцінили можливість побачити кілька країн континентальної Європи в одній поїздці в динамічному режимі, до того ж за невеликі гроші. У країнах СНД автобусні тури почали використовувати набагато пізніше, років на

двадцять. Наші вітчизняні «автобусники» активно почали їздити до Європи через дешевизну, швидкість, а також можливість купувати дефіцитні товари за кордоном у великих кількостях: зрештою, автобус – це не літак, за зайву вагу платити не потрібно, і ним набагато простіше перевозити багаж з країни в країну. На сьогоднішній день так звані шопінг-тури втратили свою популярність в силу сформованої загальної торговельно-економічної ситуації як в Україні, так і в усьому світі. У сучасному світі для придбання імпортованих товарів існує безліч доступних способів. Автобусні тури зайняли достойне місце у туристичній індустрії.

Зазначимо, що автобусні тури – це подорожі груп туристів на власних або орендованих автобусах. Вони можуть проводитися практично без обмежень. Завдяки своїй мобільності і відносній незалежності від транспортних комунікацій і розкладів автобусні подорожі дозволяють організовувати маршрути по цікавих місцях в найбільш зручні для туристів терміни [64, с. 76].

Основним видом транспорту у автобусному турі є автобус – транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння більше дев'яти з місцем водія включно [35, с. 5]

Автобуси, відповідно до загальноприйнятої класифікації, відносяться до транспортних засобів категорії «D». Автобуси, які використовуються для перевезення туристів, представлені різноманітними видами, що відрізняються за призначенням і місткістю. Згідно з «Порядком визначення класу комфортності автобусів, сфери їхнього використання за видами сполучень та режимами руху», в Україні усі автобуси поділяються за максимальною масою на дві категорії:

категорія М 2 – автобуси, які призначені для перевезення пасажирів і мають більше ніж 8 місць, не враховуючи місця водія, і максимальну масу не більше ніж 5 тонн;

категорія М 3 – автобуси, які призначені для перевезення пасажирів і мають більше ніж 8 місць, не враховуючи місця водія, і максимальну масу, що перевищує 5 тонн [11].

На рис 1.1 представлена класифікація автобусів, що використовуються в Україні у сфері туризму за такими критеріями як габаритна довжина та основне призначення автобусу.

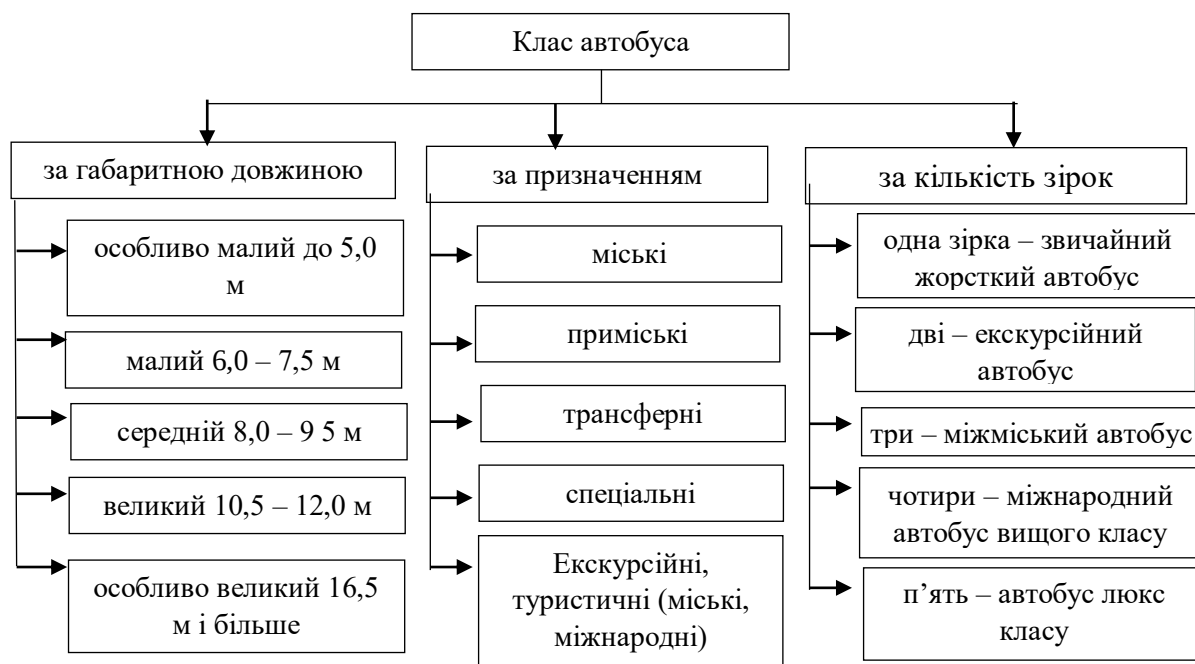


Рис. 1.1 Класифікація автобусів [11; 12]

Міські та приміські автобуси – використовуються як громадський транспорт для перевезення пасажирів у межах міста та в приміській зоні.

Трансфер – здійснює організовані перевезення туристів з основних транспортних вузлів до готелів і назад. Для трансферів використовують автобуси, обладнані м'якими сидіннями та великими багажними відділеннями.

Спеціальні автобуси в галузі туризму використовуються для перевезення пасажирів в аеропорту від терміналу до літака і назад. Кількість місць у таких автобусах – до 200 осіб.

Окрему групу автобусів складають екскурсійні автобуси, які перевозять туристів до туристичних центрів.

Серед спеціалізованих туристичних автобусів, призначених для далеких поїздок, можна виділити три основні типи: одноповерхові, півтораповерхові та двоповерхові. У світовій практиці автобусного туризму для туриста, який обрав тривалу автобусну подорож, найбільше підходять є півтора- та двоповерхові автобуси.

У півтораповерховому автобусі підлога з пасажирами піднята відносно рівня місця водія і є єдиним пасажирським поверхом, тоді як у двоповерховому автобусі є перший поверх, де пасажирів також можуть сісти.

У більшості випадків туристичні автобуси мають привабливий і сучасний дизайн; хорошу видимість; вигідність місць сидіння (принаймні – не гірша, ніж у літаків середнього класу); є достатньо місця для багажу туристів; в таких автобусах діти легко переносять тривалі подорожі; такі автобуси створені спеціально для тривалих поїздок; хороша стійкість на дорозі та висока безпека.

Серед туристичних автобусів, як і серед готелів, існує поділ на класи за кількістю зірок – чим більше зірок (вищий клас), тим менша кількість місць і більша відстань між місцями, тобто, вищий рівень комфорту. Відповідно до вимог IRU (Міжнародна Рада Автоперевізників), туристичний автобус можна віднести до однієї із чотирьох категорій.

Як правило, більшість півтораповерхових тризіркових автобусів мають 40-46 місць, двоповерхові в середньому – 62. Також автобуси мають сидіння зі столом, залежно від типу автобуса їх може бути різна кількість і місце розташування.

Туристи можуть побачити деякі оглядові об'єкти безпосередньо з автобуса під час екскурсії, наприклад, під час оглядової екскурсії міста. Деякі двоповерхові автобуси мають м'який дах другого рівня, який закривається на випадок непогоди.

Туристичні автобуси, зазвичай, характеризуються підвищеним комфортом, м'якими сидіннями, великими панорамними вікнами, наявністю радіопідсилювача з мікрофоном для гідів, який займає особливе місце поруч з водієм.

Автобуси категорії «люкс» мають бари, столи для переговорів на 26 пасажирів, кожен стіл оснащений мікрофоном. В автобусі встановлена відеосистема (VHS), епідіаскоп та факс.

Напівтуристичні автобуси призначені для поїздок на короткі відстані, трансферів тощо. Вони можуть вмістити до 54 пасажирів та оснащені невідкидними сидіннями туристичного класу.

Автобуси для міжміських рейсів поділяються на регулярні та чартерні. Регулярні автобуси призначені для регулярних перевезень пасажирів та туристів за встановленим маршрутом і розкладом, незалежно від кількості пасажирів. Чартерні автобуси перевозять туристів на замовлення. Якщо турфірма регулярно відправляє туристів на будь-який автобусний тур, то такий чартерний рейс виконується за точним розкладом і часто має проміжні зупинки в тому чи іншому напрямку [63].

Автобус як туристичний транспорт є найвигіднішим під час короткочасних туристичних поїздок, оглядових екскурсій містом, поїздок до пам'ятних місць, групових туристичних поїздок різного призначення, поїздок для участі у спеціальних заходах. Туристичні компанії використовують автобуси для відвідування концертів, спортивних та культурних заходів, конгресів, ярмарків, виставок [4, с. 87].

Автобусний транспорт може також забезпечити поїздки на великі відстані (за розкладом або поза графіком) та одноденні поїздки. Автобуси також використовуються для організації трансферів, а також для внутрішніх подорожей туристів країною перебування. Автобусні перевезення в сфері туризму займають близько 40% всіх послуг, тому важливо, щоб туристи отримували в дорозі всі необхідні зручності в транспортному засобі, в якому вони переміщуються [60].

Одна з найбільших скандинавських туристичних компаній, яка займається організацією автобусних турів «NAGA Reiser» має власний транспортний парк, що налічує більше 100 туристичних автобусів категорії «люкс» з кількістю місць від 10 до 80 осіб. Дані транспортні засоби обладнані

широкими тонованими панорамними вікнами, системами кондиціонування повітря, стереосистемами з виведенням системи салонного повідомлення, мобільними телефонами що надають можливість отримувати вхідні міжнародні дзвінки та здійснювати вихідні дзвінки, відкидними сидіннями з підставками для ніг, індивідуальне освітлення, холодильники, туалети, місткі багажні відділення [41].

На сьогоднішній день у більшості розвинених країнах введено ліцензування туристичних автобусів, що дає можливість забезпечити високий стандарт послуг, своєчасно вживати заходів щодо забезпечення безпеки життя та здоров'ю туристів.

Детально дослідивши автобус як основний транспортний засіб автобусних турів, ми дійшли висновку, що можна визначити як перевагами використання автобусу як туристичного транспортного засобу, так і зазначити недоліки у його використанні (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Переваги та недоліки використання автобусу як туристичного транспортного засобу

Переваги	Недоліки
комфортний для сидіння, огляду довкілля, обладнаний відповідно до вимог туриста	нездатність до міжконтинентальних перевезень.
практичний, не потребує попереднього бронювання місць, використання додаткових транспортних засобів	у двічі небезпечніший за залізничний і в чотири рази – за авіаційний
відносна свобода пересування, вільний вибір зупинок	поломка автобуса під час туру
не пов'язаний з певними маршрутами для руху	можуть виникнути складності з якісним харчуванням, адже часто доводиться харчуватися у придорожніх кафе
відсутність необхідності завантаження та вивантаження багажу, покупок.	для деяких туристів постійне сидяче положення може створювати дискомфорт
за рахунок мобільності транспортного засобу (автобус привезе і на екскурсію, і в торговий центр, і забере прямо від дверей готелю.) туристи мають змогу зекономити сили на ходіння пішки	відсутність бронювання конкретних місць, тобто при посадці в автобус туристи сідають, як вийде. І як наслідок, між туристами може виникнути непорозуміння щодо займаних ними місць в автобусі
дешевий, порівняно з іншими видами транспорту	

вартість транспортних послуг не змінюється протягом усього сезону	
спілкування з попутниками: дуже багато часу доводиться проводити з тими, хто подорожує в одному автобусі	
ідеальний транспорт для тих, хто боїться авіаперельотів	

Таким, чином, незважаючи на виявлені недоліки, вітчизняні туристичні підприємства досить часто використовують автобус як основний вид транспорту, чим досягають зниження вартості туристичного продукту, збільшити кількість відвідуваних країн або міст, що в свою чергу дає можливість подивитися, як живуть місцеві жителі країни, яку відвідують, побачити побут і звичаї, познайомитися, хоча б через вікно автобуса з природою, чого не вдасться зробити, якщо летіти літаком.

Наші дослідження дозволяють зробити висновок, що автобус є найбільш популярним туристичним видом транспорту у переважно фізично та соціально слабкого прошарку суспільства. Більшість його клієнтів – пенсіонери, молодь, студенти та школярі, яким не потрібен високий рівень обслуговування, вони цілком задоволені харчуванням у придорожньому кафе та проживанням у бюджетних готелях чи хостелах. Автобус також є незамінним транспортним засобом для туристичних подорожей для хронічно хворих осіб та інвалідів.

Як і будь-яке явище в туризмі автобусні тури можна класифікувати за кількома ознаками. Нами згрупована класифікація автобусних турів на основі досліджених джерел [5; 8; 23] та представлена у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Класифікація автобусних турів

Класифікаційна ознака	Види автобусних турів
1	2
Мета подорожі	пізнавальний; культурно-розважальний; діловий; етнічний; спортивний; паломницько-релігійний; екологічний; навчальний; шопінг-тур; конгресовий
Тривалість поїздки	короткостроковий; середньостроковий; тривалий.
За сезонністю	літній; зимовий; міжсезонний напівсезонний

1	2
За рівнем організації	малі групи; великі групи
Спрямованість туристичних потоків	в'їзний; виїзний; внутрішній
За принципом оплати	комерційний; соціальний; інсентив-тур

Досить цікавий підхід до розподілу автобусних турів, на нашу думку, наводить у своїй роботі Шацька З.Я., яка бере за основу досить важливий показник – ночівля в автобусі і, відповідно до нього виділяє:

Тури з нічними переїздами. В такому турі ночувати туристи будуть в автобусі, зазвичай це 1 – 2 ночі в залежності від обраної туристичної подорожі.

Тури без нічних переїздів. У такому турі туристи ночують в готелі, але вартість туру при цьому є дорожчою [61].

Відповідно такого критерію, як вартість автобусного туру, науковець окремо виділяє спецтури та економтури.

Скориставшись спец пропозицією по автобусним турам на вітчизняному ринку туристичних послуг, можна з'їздити в подорож за ціною всього від 30 – 50 євро. Так само як і спецтури економтури є дешевими за ціною, але ночувати необхідно автобусі [61].

Проте, ми вважаємо, що найпопулярнішими автобусними турами є тури вихідного дня (вікенди), які пропонують вітчизняні туристичні оператори як на внутрішньому так і на зовнішньому туристичну ринках.

Якщо проаналізувати затребуваність окремих видів автобусного туризму серед українських споживачів туристичних послуг, то можна зробити наступні висновки: найбільш затребуваними автобусними турами є внутрішні та виїзні туристичні продукти, тому що вони більш економічно вигідні, що особливо актуально для вітчизняних туристів в період фінансово-економічної кризи. Окреме місце в практиці українського турбізнесу займає організація паломницьких автобусних турів, які часто організовуються не тільки туристичними, а й релігійними організаціями, що беруть на себе роль турфірм.

Отже, автобусні перевезення у сфері туризму займають друге місце в світі, після авіаційних, за кількістю перевезених туристів. Найзначнішими

недоліками цього виду транспорту є його висока небезпечність та нездатність до міжконтинентальних перевезень. Проте, значною перевагою є ціна за надані послуги та варіативність наданих послуг (перевезення до дестинації, трансфер від аеропорту до готелю, екскурсії). Така функціональність обумовлює широке використання автобусів українськими туроператорами для проведення турів. Формуючи туристичний продукт, виходячи з пропозицій ринку туроператор формує автобусні тури, обираючи відповідну категорію та клас обслуговування. Тож на сьогоднішній день, неможливо уявити здійснення турів без імплементації автобусів у формуванні туристичного пакету. Адже, цей вид транспорту є доступним, зручним, комфортним для огляду довкілля, а найбільшою його перевагою є низька вартість.

1.2. Особливості міжміських та міжнародних туристичних перевезень автобусами в умовах сьогодення

Міжміські та міжнародні автобусні перевезення у більшості країн здійснюються автобусами, які належать як державним підприємствам, так і приватним компаніям. Усі зазначені пасажирські перевезення можна розділити на чотири групи (рис. 1.2).

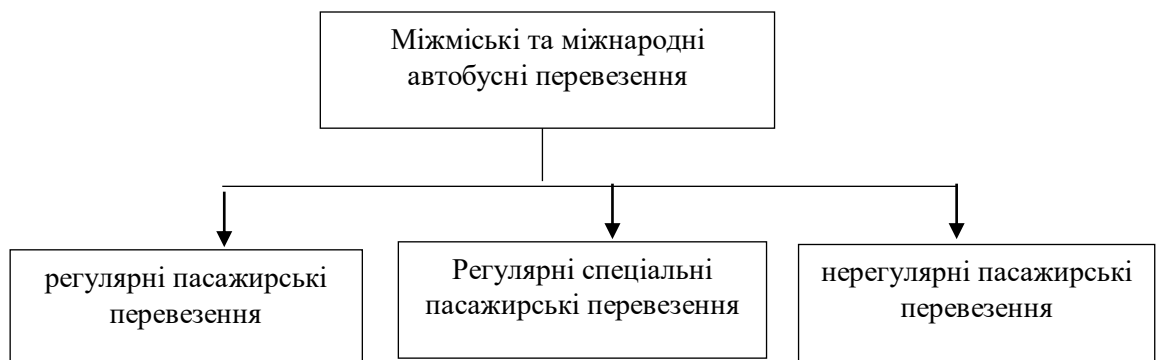


Рис. 1.2. Міжміські та міжнародні автобусні маршрути за видами перевезень

Відповідно до Закону України «Про автомобільний транспорт» зазначені види пасажирських перевезень трактуються наступним чином (табл. 1.3):

Сутність видів міжміських та міжнародних автобусних перевезень [1]

Вид перевезення	Сутність визначення
регулярні пасажирські перевезення	- перевезення пасажирів на автобусному маршруті загального користування за умовами, визначеними паспортом маршруту, затвердженим в установленому порядку органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування або уповноваженими органами Договірних Сторін у разі міжнародних перевезень
регулярні спеціальні пасажирські перевезення	– перевезення певних категорій пасажирів (працівників підприємств, школярів, студентів, туристів, екскурсантів та інших) на автобусному маршруті за умовами, визначеними паспортом маршруту, затвердженим в установленому порядку замовником транспортних послуг або уповноваженими органами Договірних Сторін у разі міжнародних перевезень
нерегулярні пасажирські перевезення	- перевезення пасажирів автобусом, замовленим юридичною або фізичною особою з укладанням письмового договору на кожну послугу, в якому визначають маршрут руху, дату та час перевезень, інші умови перевезень та форму оплати послуги, або перевезення за власний кошт

При чому за останні п'ятдесят років автобуси почали використовувати не тільки для організації регулярних пасажирських перевезень, але й для організації спеціальних поїздок за розробленим туристичним маршрутом. У сфері туризму такі поїздки називають «нерегулярними пасажирськими перевезеннями», тобто такими, умови організації перевезення за якими визначаються в укладеному письмовому договорі на кожний конкретний туристичний маршрут за домовленістю між замовником та перевізником.

Для здійснення нерегулярних автобусних турів вітчизняні туристичні підприємства можуть обрати один із двох способів організації таких перевезень:

Туристична компанія розробляє певний автобусний тур і доручає перевезення транспортному підприємству, яке організовує перевезення за цим маршрутом, виконує технічне обслуговування туру.

Туристична агенція орендує автобус у транспортної компанії (або окремої особи) і сама організовує перевезення. Однак у цьому випадку така компанія повинна мати ліцензію на перевезення пасажирів та всі необхідні дозволи.

Як правило, вітчизняні туристичні компанії працюють з орендованими автобусами. У такому випадку туристичний оператор укладає спеціальний договір оренди автобуса для туристичного транспорту.

Відповідно до угоди між автотранспортною компанією та туристичною агенцією, перевізник гарантує туристичній агенції подання справних, обладнаних звукосистемними пристроями, чистих автобусів до місця, зазначеного в заявці. Замовник та виконавець послуг складають узгоджені графіки роботи, розклад руху автобусів на кожному маршруті із зазначенням часу та місця екскурсій, пунктів, де будуть зупинки для відпочинку, харчування для туристів.

Підприємство-перевізник виділяє на роботу в туристичних автобусах кваліфікованих водіїв, які пройшли інструктаж та зобов'язується за короткий термін і без додаткової оплати замінити автобус у разі його поломки, що унеможливорює продовжити поїздку або екскурсію.

У свою чергу, згідно до угоди, туристична організація забезпечує порядок серед туристів та екскурсантів під час поїздки, посадки та висадки. Водіїв транспортних засобів туристична агенція зобов'язується забезпечити місцями в готелях для відпочинку, харчуванням, а також організувати стоянку туристичних автобусів на стоянці під охороною [15].

Права та обов'язки підприємства-перевізника та туристів регулюються договором перевезення, договором про туристичні послуги та ваучером. Договірні відносини з автотранспортними підприємствами будуються на підставі договору оренди транспортного засобу з водіями. Відповідно до договору оренди транспортного засобу з екіпажем, орендодавець надає туристичному підприємству транспортний засіб у тимчасове володіння та користування за окрему плату, а також самостійно виконує послуги з управління та обслуговування транспортного засобу. Водії автобусів, кваліфікація яких повинна відповідати обов'язковим умовам контракту або вимогам загальноприйнятої практики, є працівниками орендодавця і підпорядковуються інструкціям автотранспортної компанії щодо комерційної

експлуатації автобуса. При організації закордонних поїздок необхідно отримати спеціальне страхування (зелену карту) та страхування відповідальності за шкоду, заподіяну третім особам. Якщо інше не передбачено договором оренди автобуса з водіями, то туристичне підприємство несе витрати, що виникають у зв'язку з його експлуатацією, включаючи витрати на оплату пального та інших матеріалів, що виникають в процесі експлуатації, а також збори (дорожні та ін.).

Крім того, у договорі туристичної компанії з автотранспортним підприємством повинно бути передбачено:

- марку транспортних засобів, які призначені для обслуговування туристів;
- ціни та тарифи;
- графіки та терміни роботи автотранспорту;
- маршрути, на яких будуть використовуватися транспортні засоби;
- терміни подання заявок на виділення транспортних засобів;
- терміни відхилення заявок без штрафних санкцій;
- матеріальна відповідальність автотранспортного підприємства за невиконання поставок автотранспорту для обслуговування туристів;
- матеріальна відповідальність туристичного підприємства за порушення експлуатації автомобільного транспорту;
- максимальний час очікування на транспортні засоби, коли туристи запізнюються;
- максимальний час очікування туристів, коли транспортні засоби запізнюються;
- основні права та обов'язки туристів, гідів, екскурсоводів при використанні транспортних засобів під час технічного обслуговування;
- знижки та переваги [7].

Усі пасажирські перевезення на території України здійснюється відповідно до наступних нормативних актів (рис. 1.3):

Як видно з рис. 1.6 усі нормативні акти підпорядковані Закону України «Про автомобільний транспорт» та сформовані на його основі.

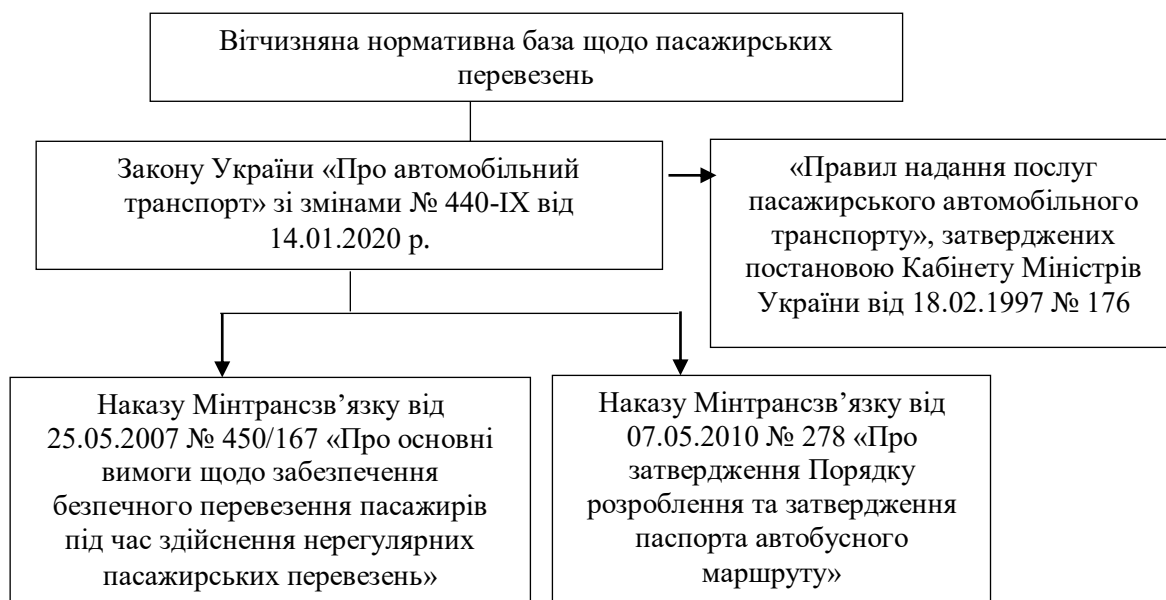


Рис. 1.3. Вітчизняна нормативна база щодо пасажирських перевезень

Зважаючи на те, що автобусний тур відноситься до нерегулярних пасажирських перевезень, у табл. 1.4 розглянемо основні вимоги до замовника та виконавця таких перевезень, зазначених у «Правилах надання послуг пасажирського автомобільного транспорту», адаптувавши їх до туристичного підприємства як замовника транспортної послуги та автотransпортного підприємства як виконавця угоди.

Таблиця 1.4

Основні визначення щодо регулювання пасажирських перевезень у «Правилах надання послуг пасажирського автомобільного транспорту» [3]

Пункт	Сутність нормативу
1	2
п. 18.1	Договір про автобусне перевезення туристів укладається між туристичним підприємством – замовником транспортних послуг та автотransпортним підприємством – виконавцем і вважається укладеним з моменту його підписання сторонами
п. 18.2	Перевізник установлює передній трафарет з написом «На замовлення» та забезпечує інформування про місця розташування аварійних виходів та спосіб їх відкриття.
п. 18.3	Туристична компанія зобов'язана: подати транспортній компанії заяву на здійснення автобусного перевезення туристів, у якій зазначається початковий та кінцевий пункти маршруту, час початку автобусного туру, необхідний термін перебування транспортного засобу;

1	2
п. 18.3 (продовж)	провести інструктаж туристам про умови перевезення; узгодити із транспортною компанією туристичного маршруту, режим руху та умови перевезення, внести їх у дорожній лист
п. 18.4	Виконавцю транспортних послуг забороняється брати до салону інших осіб, не зазначених у списку, наданому замовником, здійснювати посадку туристів на зупинках загального користування
п. 18.5	документами на перевезення пасажирів автобусом на замовлення та на туристичні перевезення є для перевізника – ліцензія, документ, що засвідчує використання автобуса на законних підставах, інші документи, передбачені законодавством України. для водія – посвідчення водія відповідної категорії, реєстраційні документи на транспортний засіб, ліцензійну картку, дорожній лист, договір із туристичною компанією, документ, що засвідчує оплату транспортних послуг, інші документи, передбачені законодавством України

Враховуючи вимоги Наказу «Про основні вимоги щодо забезпечення безпечного перевезення пасажирів під час здійснення нерегулярних пасажирських перевезень» перед перевізником постає ще ряд вимог, основні з яких визначено у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Основні визначення щодо забезпечення безпечного перевезення туристів під час автобусного туру [2]

Пункт	Сутність нормативу
1	2
п. 2.2	Автотранспортне підприємство, що забезпечує автобусами туристичне підприємство для здійснення автобусного туру повинно: мати ліцензію на здійснення господарської діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів, ліцензійні картки на кожний автобус. Зобов'язане: укласти з туристичною компанією, яка виступає замовником транспортних послуг письмовий договір; провести передрейсовий та післярейсовий медичний огляд водіїв автобусу; провести передрейсову перевірку технічного та санітарного стану автобусу; провести інструктаж водіїв щодо дотримання правил дорожнього руху; забезпечити водіїв необхідними документами на перевезення туристів, у тому числі дорожнім листом з відміткою Державтоінспекції МВС; укомплектувати автобус усіма необхідними технічними засобами
п. 2.3	Письмовий договір, укладений між автотранспортним та туристичним підприємством на кожний окремий туристичний маршрут укладається окремо із зазначенням дати, часу початку туристичної подорожі, марки автобусу, реєстраційного номеру та маршруту руху. Усі договірні умови не можуть суперечити чинному цивільному законодавству

1	2
п. 2.4	Якщо загальна протяжність туристичного маршруту автобусного туру перевищує 500 км, автотранспортний перевізник має забезпечити даний маршрут двома водіями.
п. 2.5	Водії, які здійснюють туристичні перевезення повинні мати: національне посвідчення водія на право керування автомобільними транспортними засобами категорії «D» і талон до нього; копію договору обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті; копію договору або поліс (сертифікат) обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів; свідоцтво про реєстрацію автобуса або тимчасовий реєстраційний талон; ліцензійну картку на автобус; дорожній лист з проставленими відмітками про проходження передрейсового медичного огляду, перевірки технічного стану автобуса та інструктажу з безпеки дорожнього руху, а також відміткою Державтоінспекції МВС; копію договору на здійснення туристичних перевезень; копію документа, що засвідчує оплату транспортних послуг

Відповідно до п. 2.1. «Про затвердження Порядку розроблення та затвердження паспорта автобусного маршруту» паспорт маршруту включає:

схему маршруту;

характеристику маршруту, включаючи інформацію про всі залізничні переїзди, через які проходить автобусний маршрут (якщо такі є);

графік роботи та відпочинку водіїв;

дорожній лист;

інформація про зміни на маршруті;

умови перевезення по маршруту;

акт відповідності паспорта автобусного маршруту умовам перевезення на маршруті;

договір про надання послуг;

відомості про виявлені порушення умов пасажирських перевезень, які розміщені на зворотному боці титульної сторінки паспорта.

У паспорті маршруту також вказується назва маршруту, що складається з назв початкової та кінцевої точок маршруту (зупинок), а для приміських,

міжміських автобусних маршрутів загального користування – назви автостанцій, за їх відсутності – назв зупинок за розкладом.

Пунктами 2.9., 2.11 цього ж документу передбачено, що Акт про відповідність паспорта регулярного спеціального маршруту перевезень умовам перевезення складається комісією, сформованою відповідним організатором перевезень, до складу якої входять представники відповідного організатора перевезень, державної служби України з безпеки транспорту, перевізник, замовник послуг, патрульної поліції.

У контракті час оренди автобуса обчислюється з моменту його виїзду з гаража і до моменту його повернення в гараж, мінус час відпочинку водія, про що слід узгодити при оформленні замовлення. Загальний час, сплачений туристичним підприємством за користування автобусом за окремим замовленням, при розрахунках із замовником округляється до найближчих 0,5 години.

Однак для забезпечення безпечного пересування туристів уздовж кожної ділянки маршруту персонал туроператора повинен ознайомитись із умовами руху та розробити рекомендації для керівника туристичної групи.

У проміжному пункті маршруту автобусного туру туристам надається вільний час, який вони можуть використати для самоперевірки чи ознайомлення з місцевими визначними пам'ятками або для поїздки в його околиці. У пункті призначення туристи використовують місцевий транспорт. У цьому випадку достатніми посиланнями будуть схема транспортного сполучення та розклади руху місцевого транспорту.

Щодо особливостей міжнародних перевезень, відповідно до чинного законодавства як європейських країн, так і України, автобус може продовжувати працювати після початку руху (переїзд, зупинка для завантаження / розвантаження пасажирів, туалети, перерви для магазинів, кави, заправки, черга в черзі біля кордонів, проходження паспортного та митного контролю тощо) не більше 21 години, і це у присутності двох водіїв. Після цього автобус повинен зупинитися і стояти не менше 9 годин.

Час у дорозі фіксується бортовим пристроєм – тахографом на спеціальних дисках. Усі диски повинні бути пред’явлені поліції на вимогу. У разі виявлення порушень або відхилень від існуючих правил непідкупний європейський поліцейський без обговорення накладає на транспортний засіб штраф від 1500 до 2500 євро. Несплата штрафу може заарештувати транспортний засіб і заборонити подальший в’їзд до ЄС.

Після безперервної їзди протягом 4,5 годин водій повинен зробити перерву не менше 45 хвилин, якщо немає періоду відпочинку. Цю перерву можна замінити перервами тривалістю не менше 15 хвилин. кожен, розподіляючи протягом контрольного періоду так, щоб загалом вони становили не менше 45 хвилин. Перерви можуть бути зроблені в транспортному засобі під час руху [26].

Під час перевезення туристів на них поширюються права та обов’язки пасажирів, визначені пунктами 26-30 Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту. Так, під час поїздки туристам забороняється без необхідності ходити по салону або розмовляти з водієм, палити та вживати алкоголь [3].

Проте, особливим аспектом автобусних турів є безпека здоров’я та життя туристів. Це пов’язано з тим, що на території іноземної держави автобус проїжджає більшу частину автомагістралей та доріг за межами населених пунктів або транзитом через населені пункти. На територіях деяких країн зростає ймовірність терактів чи розбійних нападів на пасажирів автобусів. Тому водіям забороняється робити зупинки на маршруті екскурсії в незапланованих місцях. Крім того, в деяких країнах при перетині таких територій організовується спеціальна охорона.

Для подальшого збільшення туристичних потоків транспортні та туристичні підприємства повинні об’єднати зусилля для впровадження інноваційних змін, а саме:

маркетингове дослідження попиту на ринку туристичних перевезень туристів;

доцільність та корисність нововведень у транспортних послугах для туристів;

розробка та реалізація спільних інноваційних проектів;

виявлення, оцінка та методи зменшення інноваційних ризиків;

обґрунтування ефективності впровадження інновацій.

Отже, для належної організації туристичних автобусних перевезень автотранспортним підприємством потрібно: визначити маршрут перевезення туристів; визначити місця, де зупиняється автобус, враховуючи час на відпочинок водія; скласти схему маршруту з нанесенням на ньому аварійно небезпечних ділянок доріг, назв населених пунктів, до яких будуть заїжджати туристи; скласти відповідний графік. У свою чергу, суб'єкт туристичної діяльності повинен: перед початком перевезення скласти список туристів у трьох примірниках: для перевізника, туристичного підприємства, супроводжуючого туристичну групу; провести інструктаж подорожуючим щодо умов перевезення, зазначивши дату, час та місце початку автобусного; забезпечити водіїв місцем готелі, харчуванням; після завершення автобусного туру керівник туристичної групи підписує дорожній лист із зазначенням пройденої відстані, часу початку та закінчення роботи, а у разі зміни графіка – її причини. Саме від злагодженої роботи автотранспортного перевізника та туристичної компанії залежить відповідний ефект, прибутковість підприємств, задоволеність туристів, координація та взаєморозуміння подальшого розвитку як туристичної так й автотранспортної компаній.

1.3. Специфіка організації туристичних автобусних турів

Високий рівень туристичних подорожей безпосередньо пов'язаний з науково-технічним прогресом у транспорті. Виходячи з того, що «транспортні системи різних держав світу мають свої особливості, зумовлені такими чинниками, як географічне положення країни, природно-ресурсний потенціал, рельєф, клімат, ландшафт тощо. Тому різні країни мають різну структуру

транспортного комплексу. Наприклад, рівнинні країни розвивають насамперед залізничний та автомобільний види транспорту; якщо є багато річок та озер – активно функціонує річковий транспорт; держави, які мають вихід до морів та океанів, обов’язково використовують морський транспорт; гірські країни та країни з великою територією активно розвивають повітряний транспорт» [22].

Наша країна відноситься до першої з перелічених країн та розвиває, насамперед, залізничний та автомобільний транспорт, тому автобусні туристичні тури є досить розповсюдженим у діяльності вітчизняних туристичних компаній

Автобусний тур – це унікальна можливість побачити безліч прекрасних місць за одну поїздку.

Досліджуючи туристичних операторів українського туристичного бізнесу, що займаються організацією автобусних турів, ми дійшли висновку, що всі їх можна розділити на три категорії (рис. 1.4).

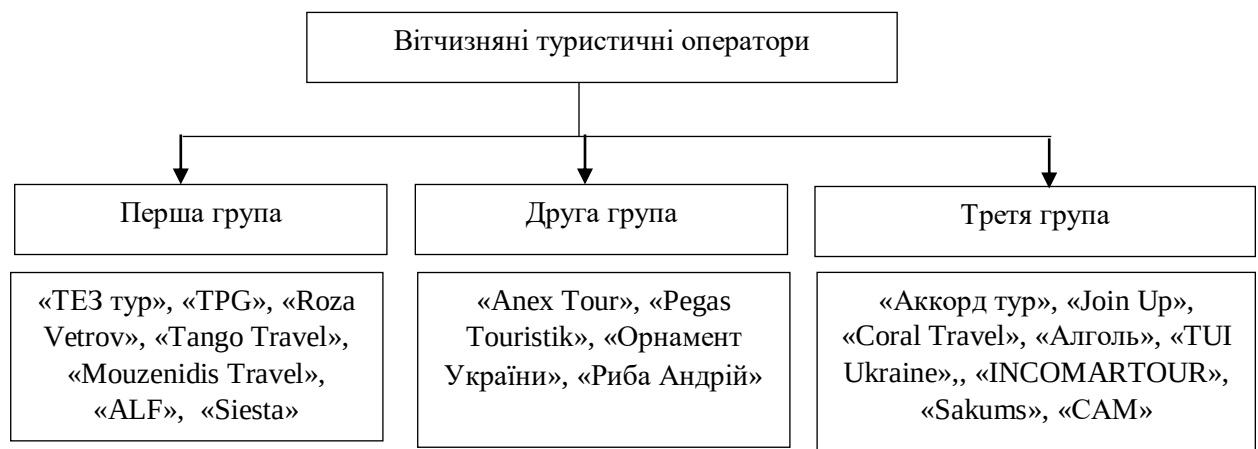


Рис. 1.4. Розподіл вітчизняних туристичних операторів що займаються організацією автобусних турів [38-57]

Перша група працює переважно на іноземному туристичному ринку. За даними туристичних агентств, до найпопулярніших європейських напрямків належать Франція, Німеччина, Іспанія, Італія, Австрія, Швейцарія та Нідерланди; останнім часом відмічається високий попит на скандинавські країни, Великобританія також стає все більш популярною. Клієнтами цієї групи компаній є громадяни України. Уподобання українців в основному

пояснюються ціновим фактором та рівнем обслуговування [38; 40; 44; 46; 48; 49; 57].

Різниця в цінах на закордонні та вітчизняні автобусні подорожі така, що наші співвітчизники все частіше обирають закордонні маршрути. Відповідно, туроператори, які працюють в іноземних напрямках, використовують переважно автобуси іноземного виробництва. Вибір на користь іномарок очевидний. По-перше, за кордоном без проблем можна буде виправити будь-яку технічну несправність транспортного засобу, оскільки рівень розвитку СТО там не можна порівняти з вітчизняною практикою. По-друге, пропуску автобусів вітчизняного виробництва на територію європейських країн перешкоджає високим екологічним стандартам.

Друга група туристичних компаній працює переважно на внутрішньому ринку. Клієнтами є як населення України, так і громадяни інших країн. Найвигідніший сегмент – це, звичайно, іноземці, інтерес яких до України зростає з 2014 року. Прагнучи не втратити цей сегмент споживачів, українські компанії в основному для транспортування використовують автобуси іноземного виробництва [39; 45; 54; 55].

Третя група компаній не має чіткої спеціалізації лише на внутрішніх автобусних турах або лише на закордонних. Портфоліо цих операторів включає замовлення як для українських туристів, так і для іноземних клієнтів. Відповідно, парк таких туристичних компаній також не має твердої прихильності до іноземних чи вітчизняних марок автобусів [41-43; 47; 50-55; 56].

На основі проведеного дослідження існуючих автобусних турів на вітчизняному туристичному ринку, ми дійшли висновку, що організація автобусних турів потребує врахування певних специфічних організаційних моментів, серед яких нами було виділено наступні основні особливості (рис. 1.5)

Розглянемо кожну з визначених особливостей більш детально.

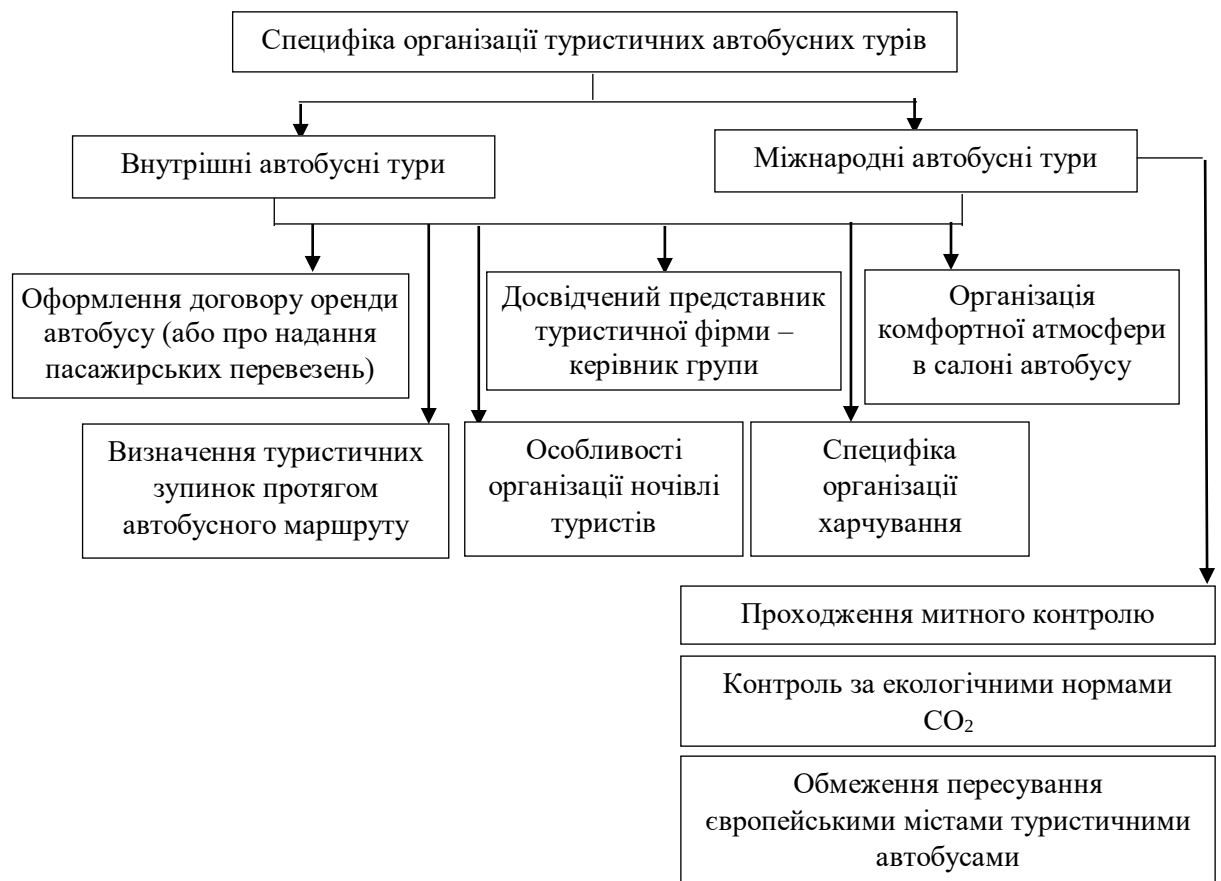


Рис. 1.5. Специфічні особливості організації автобусних турів вітчизняними туристичними операторами [Власна розробка]

Законодавчі вимоги щодо оформлення договорів та визначення прав і обов'язків перевізника, туриста та суб'єкта туристичного бізнесу було детально розглянуто нами у попередньому підрозділі. Хотілося лише додати, що при організації міжнародних автобусних турів виникає необхідність організації проходження митного контролю. Після того, як туристичний автобус в'їхав на територію митниці, керівник групи і водії автобуса подають документи на групу представнику митної служби. Після цього, зазвичай, керівник групи проводить інструктаж туристів про те, як необхідно поводитися на митниці.

На під'їзді до перевірконого майданчику в автобус заходить митник і збирає закордонні паспорти туристів, заодно звіряючи фотографії, при цьому туристів просять подавати паспорт відкритим на сторінці, де вклеєна віза (при в'їзді на територію країни, що потребує візового дозволу). Як тільки

звільняється місце, автобус під'їжджає на перевірочний майданчик. Далі є два варіанти розвитку подій на розсуд співробітників митниці:

Більш легкий: туристи залишаються в автобусі, водії відкривають багажники. Митники разом з керівником групи дістають з багажників кілька валіз, на вибір митників, відкривають і перевіряють їх на предмет наявності заборонених для провезення через кордон предметів. Якщо перевірка пройшла успішно, то валізи укладаються назад в багажник і група з'їжджає з перевірочного майданчика. Після цього керівник групи йде і отримує всі закордонні паспорти туристів з відмітками про проходження кордону і роздає їх на руки кожному подорожуючому.

Більш складний: кожен турист виходить з автобуса, бере свій закордонний паспорт й валізу і особисто проходить митний огляд. При цьому валізу кладуть на спеціальний стіл, відкривають у присутності туриста і доглядають. У закордонному паспорті ставиться відмітка про проходження кордону. Після того, як всі туристи пройшли митний огляд, валізи укладаються в багажник і автобус рухається далі на митницю приймаючої сторони.

Наступною особливістю організації міжнародного автобусного туру є необхідність врахування того, що у більшості європейських країн існує суворий контроль щодо екологічних норм, тому транспортний засіб, який буде в'їжджати на територію таких країн буде обов'язково проходити контроль на показники забруднення повітря. За оцінками, туризм відповідає за 5% глобальних викидів CO₂, 40% яких припадають на повітряний транспорт і 20% – на готелі та інші об'єкти проживання. Решта 40% пов'язані з іншими транспортними сегментами (круїзними судами, автомобільним, залізничним транспортом і т. п.) і розважальними послугами для туристів [9, с.10] .

Наступним чинником, який доречно врахувати при плануванні міжнародних автобусних турів є врахування того, що центральні частини європейських міст часто закриті для туристичних автобусів зокрема, а то й для усіх транспортних засобів взагалі. Практичними прикладами таких обмежень можуть бути такі європейські міста, як Стокгольм (Швеція), Делфт

(Нідерланди), Гронінгем (Нідерланди), Брно (Чехія), Варшава (Польща), Зальцбург (Австрія), Будапешт, Угорщина) Рига (Латвія), Любляна (Словенія), Мадрид (Італія) [26].

Крім того, під час подорожі на автобусі по Європі, необхідно вибирати для зупинки тільки ті готелі, які мають власний паркінг. Паркінг в готелі, більш за все, також буде платним, проте вартість буде значно нижчою, ніж плата за годинником на вуличному паркінгу (там можна і 25 і 35 євро заплатити за добу паркування, особливо якщо мова йде про західну або північну Європу).

Найбільше в Європі у таких обмеженнях потерпають італійці. Практично в будь-якому італійському місті, населенням якого більше тридцяти тисяч осіб, в старому центрі міста встановлена ZTL (зона обмеження руху). Та й в більш дрібних містах такі зони зустрічаються регулярно. Питання тільки в розмірі цих зон. У містах побільше вони перекривають відразу багато вулиць (як правило, весь старий центр), а в селищах поменше можуть перекривати буквально дві-три вулиці. У решті частини Європи, подорожуючи на автобусі можна зіткнутися з тим, що до деяких готелів, розташованих в центрах міст (в історичних центрах, в найстарішій частині міста), просто неможливо під'їхати, особливо великими туристичними автобусами [26].

На відміну від інших видів туризму, автобусний тур повинен супроводжуватися керівником туру. Керівник туристичної групи – це співробітник туристичної фірми, який супроводжує групу туристів у туристичній поїздці по країні та за кордон, надає інформацію та туристичну інформацію в місцях транзиту, що не входять до сфери дії місцевого гіда. Даний керівник маршруту вирішує всі технічні та організаційні питання. Тому стати керівником туристичної групи може штатний працівник туристичного агентства або оператора, який відповідає наступним вимогам:

- має вищу освіту в сфері туризму;

- має свідоцтво про закінчення курсів з підготовки керівників туристичних груп;

знає порядок оформлення фінансових документів (на проїзд групи, при розрахунках з готелем, рестораном, екскурсійним бюро та інших туристичних формальностей);

знання положень та рекомендації міжнародних туристичних організацій;
володіє та може використовувати основи психології при спілкуванні з туристичною групою;

знає правила перевезення туристів і багажу на всіх видах транспорту, проходження митного та прикордонного контролю та їх особливості в різних країнах;

знає та може використовувати методи надання першої (невідкладної) медичної допомоги учасникам туристичної групи;

знає умови і порядок страхування туристів і керівника туристичної групи;
володіє однією чи двома іноземними мовами.

Першим викликом для керівника туристичної групи стає організація позитивної атмосфери в салоні транспортного засобу. Саме від комунікабельності працівника туристичної фірми залежить можливість встановлення добрих стосунків з туристами. Лідерські якості, які допоможуть завоювати авторитет у туристичної групи, допоможуть керівнику групи швидко і вчасно вирішувати будь-які проблеми туристів, які виникають впродовж туру (в разі хвороби, нещасного випадку, зникнення і викрадення документів).

Хороша історична, географічна, художня, антропологічна і економічна підготовку супроводжуючого групи, допоможе визначити основні туристичні зупинки, в цікавій та доступній формі розповісти подорожуючим про загальні риси культурної спадщини туристичних місць, які будуть проїжджати туристи. Саме керівник групи повинен розумітися, коли і де зробити туристичну зупинку, щоб не втомити подорожуючих, в той же час не перенаситити їх відвідуванням різних міст та історичних пам'яток, проте зробити так, щоб кожна туристична поїздка була новим відкриттям.

Отже, обов'язки супроводжуючого туристичної групи можна розділити на чотири групи: фахові, організаційні, юридично-правові та комунікативні (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Обов'язки супроводжуючого туристичної групи автобусного туру [61]

Фахові	Організаційні
бути фахівцем в даному туристичному напрямі	надавати учасникам туристичної групи детальну програму поїздки
мати здатність до постійного оновлення та професійної адаптації до умов країни, в якій відбувається тур	контролювати наявність всіх учасників туристичної групи на момент від'їзду
представляти туристичне агентство для постачальників туристичних послуг і для туристів	дотримуватись заздалегідь розробленої програми туристичної поїздки за розкладом і часом призначених зустрічей
перевіряти і підтверджувати всі туристичні послуги	забезпечувати виконання програми туру
забезпечувати туристів країнознавчою інформацією в супроводі відео- та аудіо матеріалів	надавати альтернативні екскурсії, у разі виникнення непередбачених обставин в туристичній поїздці
надавати перекладацькі послуги	забезпечувати учасників туристичної групи вхідними квитками до музеїв і квитками для користування транспортними засобами
надавати туристичному агентству докладного звіту про хід туристичної поїздки, інформуючи його про можливі труднощі, недоліки і проблеми, що виникли	розселяти туристів у готелях по маршруту і розсадження в автобусі, згідно з заздалегідь затвердженим ваучерами та схемами
у разі затримки туру повідомляти туристичне агентство або туроператора про час вибуття або про відмову туристичної групи від подальшої подорожі та інші зміни на маршруті	бронювати і сплачувати (за потреби) за послуги ресторанів
Юридично-правові	Комунікативні
знати основні туристичні закони, митні і валютні правила країн, в яких відбувається тур	забезпечувати комунікабельність та доброзичливість між собою всіх членів туристичної групи, для того щоб група (сформована часто з людей, які не знайомі один з одним перед поїздкою) згуртувалася і стала єдиним туристичним колективом, в якому панує гармонійна атмосфера
допомагати у вирішенні можливих проблем, які можуть статися в поїздці (крадіжки, захворювання, нещасні випадки, пропажа документів поїздки, багажу, непідтверджені бронювання, невідповідні номери в готелі, тощо)	мати здатність вислухати та вирішувати скарги членів туристичної групи
виконувати всі необхідні туристичні формальності, пов'язані з поїздкою	взаємодіяти на маршруті з водіями автобуса, запрошеними гідями, офіційними службами

виконувати всіх бюрократичні формальності, пов'язані з митницею і адміністративні формальності при поїздках за кордон	контролювати дисципліну та правила поведінки туристів на маршруті
вирішувати проблеми туристів, пов'язані з грошовими коштами та валютою	

В умовах пандемії COVID-19 обов'язки супроводжуючого туристичної групи розширюються на виконання проти епідеміологічних заходів та посилення безпеки членів туристичної групи. Якщо країна, в яку планується тур, знаходиться в зеленій зоні, то супроводжувач туристичної групи повинен:

ознайомитись з правилами перебування в цій країні в умовах пандемії та довести їх до відома та виконання усіх членів туристичної групи;

виконувати всі необхідні туристичні формальності в цій країні в умовах пандемії;

забезпечити масочний режим та режим дезінфекції усіх членів туристичної групи при посадці автобус, при поїзді, відвідуванні екскурсій, в готелях, ресторанах, тощо;

під час посадки в автобус забезпечити температурний контроль усіх членів туристичної групи.

У роботі супроводжуючого туристичної групи основною умовою, що визначає його успіх є: творчий підхід до всіх членів туристичної групи та вміння врахувати контингент груп. Якщо туристи відчувають, що керівник робить це сумлінно, на високому професійному рівні, то можна бути впевненим, що інформація буде донесена до клієнта і їх потреби в пізнанні будуть досягнуті [17].

Специфічною в організації автобусного туру є ночівля. Так, вітчизняні туристичні компанії розробляють автобусні тури як з нічними переїздами і тоді рекомендують брати з собою невеликі подушечки та пледи, щоб ночівля в автобусі була більш комфортною, або взагалі відмовляються від нічних

переїздів і розміщують туристів у закладах колективного розміщення, що в свою чергу збільшує тривалість автобусного туру та його вартість.

Проте, на нашу думку, з найбільшими проблемами при організації автобусних турів вітчизняні туристичні компанії зустрічаються при організації харчування туристів. Організація харчування та обслуговування пасажирів під час автобусного туру суттєво відрізняється від харчування в ресторанах. Частота та раціон залежать від відстані перевезення: чим довший туристичний маршрут, тим більше турист споживає продуктів різного асортименту залежно від типу транспортного засобу (його технічних можливостей та оснащення), подорож може бути забезпечена харчуванням як гарячими, так і холодними стравами.

На маршруті міжнародного автобусного туру туристи можуть користуватися кухонним обладнанням у салоні автобуса. Склад та можливості кухонного обладнання залежать від категорії та класу автобуса:

туристичний клас категорії 3*: у салоні транспортного засобу є міні-кухня (кавоварка, міні-бар, холодильник, термонагрівачі для напоїв);

клас «комфорт» 4*: міні-кухня, холодильник, термонагрівачі для напоїв;

«ексклюзивний» 5*: холодильник, кухня з грилем і мікрохвильовою піччю, дозатором гарячих і прохолодних напоїв, термошафа для раніше приготованих страв, підставки для склянок, складні столики, пристрої для збору відходів.

Повноцінним харчуванням учасників автобусних турів можуть забезпечити придорожні підприємства харчування на маршруті, а також ресторани (кухні) в місцях зупинок туристів на нічліг. Проте, такі місця для харчування не дають можливості врахувати побажання та кулінарні смаки всіх подорожуючих.

Проте, не зважаючи на ряд труднощів, що виникають при організації автобусних турів такий туристичний продукт має ряд переваг (рис. 1.6)

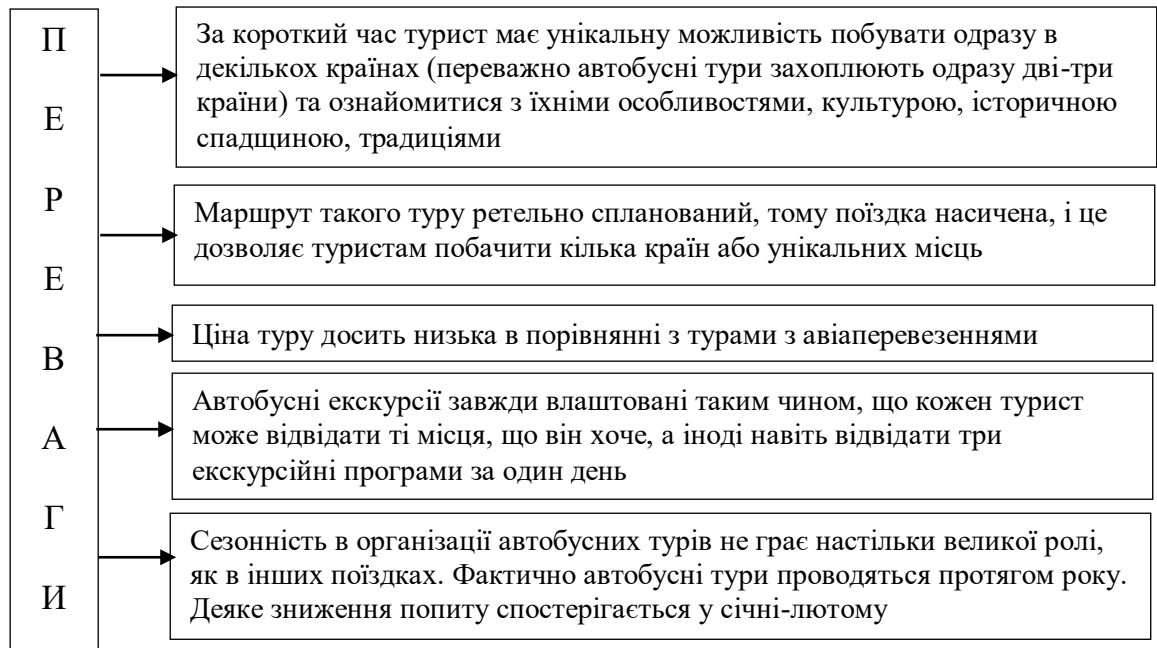


Рис. 1.6. Переваги впровадження автобусного туру в діяльність вітчизняного туристичного оператора [Власна розробка]

Таким чином, як економічний вид туризму, доступний широкому загалу, автобусний туризм постійно розвивається. До сих пір спостерігається тенденція до зростання його обсягів. Щорічно кордон перетинають сотні тисяч туристів і навіть перепони у вигляді проходження митного контролю, ночівля в автобусі та не завжди повноцінне харчування не зупиняють українців подорожувати закордон, їдучи автобусними турами по Європі. А на внутрішньому туристичному ринку автобус залишається основним видом переміщення туристів. Проте, на думку фахівців, щоб поліпшити обслуговування пасажирів в Україні слід збільшити питому вагу автобусів великої й особливо великої місткості.

Висновки за розділом 1

Дослідивши теоретичні аспекти та технології організації автобусного туризму, доцільно зробити наступні висновки.

Автобусні перевезення у сфері туризму займають друге місце в світі, після авіаційних. Найзначнішими недоліками цього виду транспорту є його

висока небезпечність та нездатність до міжконтинентальних перевезень. Проте, значною перевагою є ціна за надані послуги та варіативність наданих послуг (перевезення до DESTИНАЦІЇ, трансфер від аеропорту до готелю, екскурсії). Тож на сьогоднішній день, неможливо уявити здійснення турів без імплементації автобусів у формуванні туристичного пакету. Адже, цей вид транспорту є доступним, зручним, комфортним для огляду довкілля, а найбільшою його перевагою є низька вартість.

Для належної організації туристичних автобусних перевезень автотранспортним підприємством потрібно: визначити маршрут перевезення туристів; визначити місця, де зупиняється автобус, враховуючи час на відпочинок водія; скласти схему маршруту з нанесенням на ньому аварійно небезпечних ділянок доріг, назв населених пунктів, до яких будуть заїжджати туристи; скласти відповідний графік. У свою чергу, суб'єкт туристичної діяльності повинен: перед початком перевезення скласти список туристів у трьох примірниках: для перевізника, туристичного підприємства, супроводжувача туристичну групу; провести інструктаж подорожуючим щодо умов перевезення, зазначивши дату, час та місце початку автобусного; забезпечити водіїв місцем готелі, харчуванням; після завершення автобусного туру керівник туристичної групи підписує дорожній лист із зазначенням пройденої відстані, часу початку та закінчення роботи, а у разі зміни графіка – її причини.

До специфіки організації туристичних автобусних турів можна віднести: оформлення договору оренди автобусу (або про надання пасажирських перевезень), обов'язкова присутність досвідченого представника туристичної фірми, організація комфортної атмосфери в салоні автобусу, визначення туристичних зупинок протягом автобусного маршруту, особливості організації ночівлі та харчування туристів. При організації міжнародних автобусних турів також необхідно врахувати: проходження митного контролю, контроль за екологічними нормами CO₂, обмеження пересування європейськими містами туристичними автобусами.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ АВТОБУСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз розвитку туристичної галузі в Україні та місце автобусного туризму в ній

Ринок туристичних послуг в Україні знаходиться на стадії розвитку. Зважаючи на те, що Україна теоретично є туристично привабливою країною і має всі можливості для розвитку вітчизняного туризму як пріоритетної галузі економіки, у сучасних умовах туризм приносить до ВВП країни лише 1% [14].

Тому пріоритетним напрямом багатьох суб'єктів туристичної діяльності на сьогоднішній день повинно стати збільшення частки як на внутрішньому, так й на міжнародному ринках туристичних послуг.

За даними Державної служби статистики України, кількість суб'єктів туристичної діяльності скоротилася за 2011–2019 рр. на 23,6%, у тому числі туроператорів – на 38,7%, турагентів – на 14,4%, суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність – на 25,5% (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні за 2011–2019 роки [37]

Рік	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	у тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
2011	2442	877	1471	94
2012	2880	892	1887	101
2013	2586	831	1685	70
2014	2198	667	1473	58
2015	1785	500	1228	57
2016	1838	552	1222	64
2017	1743	498	1172	73
2018	1833	529	1243	61
2019	1867	538	1259	70

Слід зазначити, що динаміка кількості суб'єктів туристичної галузі не має єдиної стабільної динаміки. Так, протягом 2012-2015 років можна спостерігати стрімке зниження кількості суб'єктів туристичної індустрії, проте за останні 3 роки відмічається позитивна динаміка до зростання, хоча до рівня переломного 2014 року поки ще досягти не вдається. До позитивних моментів розвитку туристичної індустрії можна віднести відновлення діяльності суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, які у 2014 та 2015 роках пережили кризу, коли їх кількість в Україні зменшилася майже удвічі, порівняно з 2011-2012 роках. А саме ці туристичні організації користуються автобусним видом транспорту для здійснення екскурсійних турів. Відповідно, починаючи з 2016 року можна відмічати зростання попиту саме на цей вид транспорту.

Проте, у діяльності туристичного сектору економіку є й негативні тенденції. Так, незважаючи на те, що доходи від надання туристичних послуг перевищують операційні витрати, співвідношення цих показників щороку зменшується. Так, якщо значення цього показника у 2011 р. становило 3,26 разу, то у 2019 р. – 1,68. Таким чином, спостерігається тенденція скорочення рентабельності операційної діяльності з надання туристичних послуг (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка економічних показників розвитку суб'єктів туристичної діяльності [37]

Рік	Доходи від надання туристичних послуг, млн грн	Операційні витрати на надання туристичних послуг, млн грн	Співвідношення доходів і операційних витрат, рази	Рентабельність операційної діяльності з надання туристичних послуг
2011	4685,4	1436,7	3,26	2,26
2012	6360,2	2451,3	2,59	1,59
2013	5462,4	3503,9	1,56	0,56
2014	5432,7	5104,5	1,06	0,06
2015	4797,7	4513,4	1,06	0,06
2016	11522,5	9144,1	1,26	0,26
2017	18503,0	14901	1,24	0,24
2018	21069,3	17925,9	1,18	0,18
2019	31948,7	19060,6	1,68	0,68

Відповідно до отриманого результату статистичного аналізу, найбільш «провальними» роками у сфері туризму були 2014 та 2015 роки. У 2019 р. рентабельність досліджуваної сфери економічної діяльності становила 68%, що перевищило рівень рентабельності 2013 р., проте, значно нижче рівня 2012 р.

Досліджуючи загальну кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні, ми провели окремо аналіз внутрішнього туристичного ринку та міжнародних подорожей.

Розглядаючи динаміку кількості вітчизняних туристів, що здійснювали внутрішні подорожі, можна зазначити, що у 2019 р. їх кількість зменшилася на 27,3% у порівнянні з 2011 р. Найскладнішим роком для туристичних подорожей на внутрішньому ринку був 2014 р., коли в Україні розпочалися військові дії і населення країни «завмерло» щодо подорожування. Того року кількість внутрішніх туристів зменшилася у 2,2 рази. Проте, починаючи вже з 2015 року відмічається стабільна динаміка до зростання (виключення 2018 р. зі зниженням на 4%), що свідчить про відновлення внутрішнього туризму (рис. 2.1)

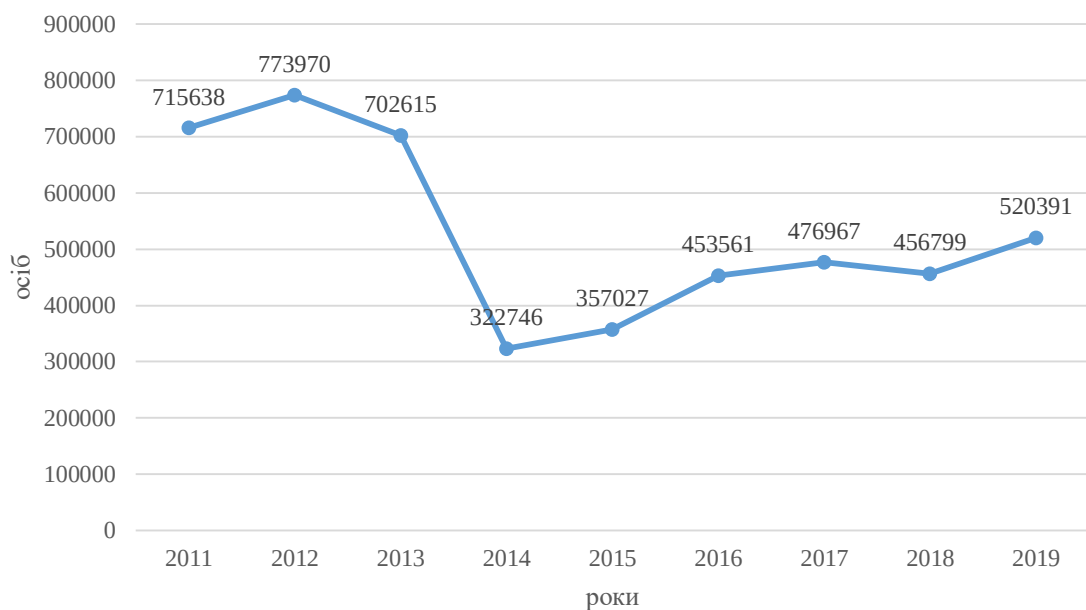


Рис. 2.1 Динаміка кількості внутрішніх туристів в Україні у 2011-2019 рр.

Зважаючи на те, що проблема з пандемією ще не вирішено, питання відкриття кордонів для туристичного сектора все ще залишається незрозумілим, то ж нашій країні негайно потрібно підвищувати рівень сервісу туристичних об'єктів, чим стимулювати розвиток внутрішнього туризму.

До міжнародних туристичних послуг належать: виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни; в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території.

Зважаючи на це, проаналізуємо обсяги в'їзного та виїзного туризму в Україні за 2011-2019 роки. З метою дослідження тенденцій саме туристичних потоків, ми брали до уваги громадян, для яких метою виїзду з країни або в'їзду був туризм. Динаміка виїзних громадян із метою туризму представлено на рис. 2.2.

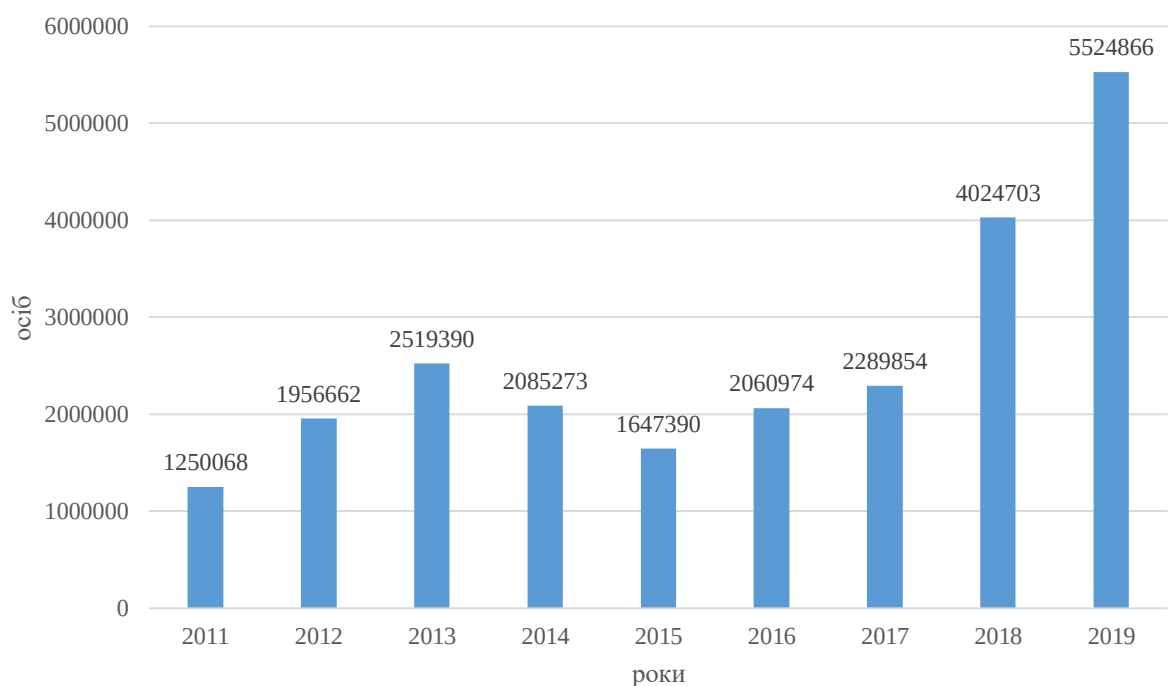


Рис. 2.2 Виїзд громадян України за кордон з метою організованого туризму у 2011-2019 рр. [37]

Виходячи з даних рис. 2.2 можна зробити висновок, що за досліджуваний період найменше наші співвітчизники подорожували за кордон у 2011 р. 2012-

2013 рр. відмічалися зростанням виїзних туристичних подорожей. У 2014 р. кількість закордонних подорожуючих зменшилася на 17,2%, а у 2015 р. ще знизилася на 21%. Лише з 2016 р. помітна тенденція до зростання попиту українських туристів на відпочинок в інших країнах. Основною причиною цього є помірні ціни на транспортування, введення безвізового режиму, високий сервіс закордонних компаній за доступними цінами, стабільність курсу національної валюти тощо.

Так, порівняно з 2011 р. обсяг потоку виїзного туризму в 2019 р. збільшився на 4274798 осіб (442%). Найбільші темпи зростання кількості виїзних туристів, які виїжджали за кордон із метою туризму спостерігаються у 2018 р. і становлять 75,8%.

Динаміка в'їзного туристичного потоку також характеризується зростанням кількості іноземних туристів, які відвідують Україну із метою туризму (рис. 2.3).

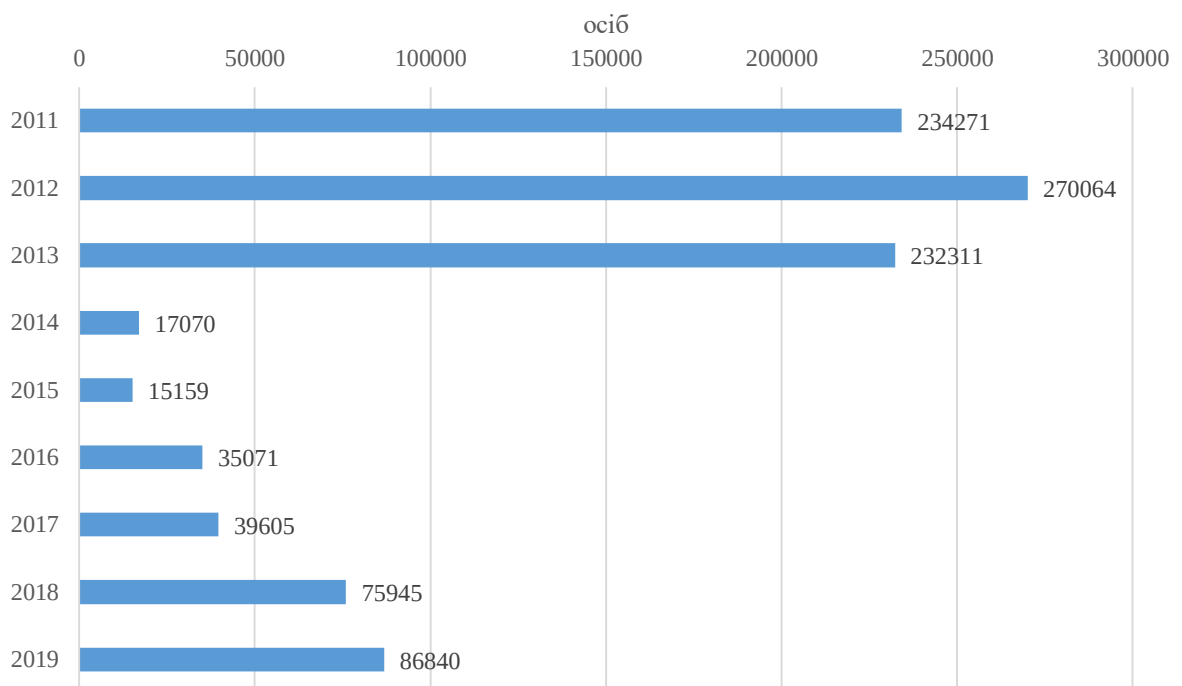


Рис. 2.3 В'їзд іноземних туристів в Україну, метою поїздки яких був організований туризм [37]

Порівняно з 2011 р. обсяг іноземних туристів у 2019 р. зменшився майже утричі. Основний потік іноземних туристів Україна втратила у 2014 р. Значний негативний вплив здійснила напружена політична ситуація; анексія Криму, події на Сході, зміна державної влади, внутрішні непорозуміння. Проте, починаючи з 2015 р. Україна щорічно збільшує кількість іноземних туристів. Так, у 2019 р. кількість іноземців, що подорожували Україною збільшився на 71681 осіб (майже у 6 разів), у порівнянні з 2015 р. Найвищі темпи зростання таких туристів спостерігаються у 2016 р. (збільшення ніж у 2,3 разів), найнижчі – у 2019 р. (14,3%). Незважаючи на позитивну динаміку протягом 2015-2019 рр., слід зазначити, що кількість в'їзних туристів у 2019 р. у 63,6 разів менша за кількість виїзних туристів, метою яких був організований туризм.

Такі дані дають підставу оцінювати поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Причини цього полягають у тому, що основний матеріально-технічний комплекс українського господарського комплексу застарів, інфраструктура потребує реконструкції та реставрації, рівень обслуговування не відповідає міжнародним стандартам, індустрія розваг фактично не розвинена та організована, багато культурно-історичних пам'яток занедбано, ряд екологічних, соціальних та економічних проблем не вирішено [13, с. 100].

Окупація Криму призвела до втрати близько 30% рекреаційно-туристичного потенціалу. Відповідно, частина українських туристів, яка віддала перевагу відпочинку на морі, змушена виїхати за кордон або відмовитись від такого виду відпочинку.

Отже, поточний стан туристичної галузі в Україні є досить дуальним: з одного боку ми бачимо кризу галузі, пов'язану зі швидким падінням купівельної здатності населення, а з іншого – розбудову туристичних об'єктів та збільшення кількості туристичних організацій. Але не лише економічна, а і політична криза негативно вплинули на розвиток туризму в нашій державі. Тому, зараз існує нагальна потреба у заохоченні суспільства сприяти розвитку галузі та у розвитку внутрішнього туристичного ринку.

Досліджуючи розвиток вітчизняного автобусного туризму, слід наголосити, що транспортні послуги є одними з основних видів послуг у туризмі. Вони також становлять значну питому вагу ціни туру. Залежно від тривалості та відстані подорожі ця частка коливається від 20 до 60% [20, с.25].

Згідно світового досвіду, сучасні транспортні послуги є невід'ємною частиною подорожей, умовою розвитку туризму. Якість, обсяг та характер транспортних послуг у туризмі залежать від рівня розвитку транспортного комплексу та стану транспортної інфраструктури як невід'ємної складової господарського комплексу країни.

Туристичний потік, у свою чергу, забезпечує обсяги діяльності автобусного пасажирського транспорту, ритм його руху, а структура туристичного попиту впливає на географію перевезень, організаційні форми діяльності. Послуги туристичного транспорту, що надаються за видами пасажирського перевезення майже на всіх етапах подорожі, є основою комплексного туристичного продукту. З метою визначення обсягів транспортних витрат за видами транспорту, які здійснюють вітчизняні суб'єкти господарювання, проведемо аналіз даних про розподіл таких витрат протягом останніх п'яти років. Результати дослідження представимо у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Розподіл витрат суб'єктів туристичної діяльності України на послуги транспортування туристів за видами транспорту у 2015-2019 рр. (тис. грн) [37]

Роки	Зміни у 2015-2019 рр., %	Загальний обсяг витрат на послуги транспортування туристів	зокрема за видами транспорту			
			залізничний транспорт	повітряний транспорт	водний транспорт	екскурсійні автобуси
2015	збільшився на 193%	2315630,5	13165,2	2244928,4	8036,8	34477,4
2016		3790837,1	118662,8	3544010,0	36861,8	50434,1
2017		3566939,0	117158,6	3228220,0	46596,2	60819,9
2018		3970270,1	35613,3	3593074,0	96015,0	96608,9
2019		6780530,0	27861,3	6451441,8	97839,8	143352,2

Відповідно до отриманих даних, можна зробити висновок, що обсяги витрат на транспортування туристів протягом досліджуваного періоду зросли

на 193%, що може свідчити як про зростання обсягів транспортних послуг, так й про їх здорожчання.

Як бачимо, обсяги транспортних витрат на використання екскурсійних автобусів поступаються лише обсягам витрат на авіаційний транспорт. Хоча перевагою авіаційного транспорту є економія часу та можливість долати великі відстані, вартість цих послуг є значно дорожчою, у порівнянні з автобусними. Тому, найбільша питома вага витрат на транспортування туристів вітчизняними туристичними підприємствами припадає на авіап перевезення, які у 2019 р. становлять 95,1%. Слід наголосити, що обсяги витрат на цей вид транспорту протягом останніх п'яти років перевищував 90%. Обсяги витрат на використання екскурсійних автобусів за останні роки зростають. Так, витрати суб'єктів туристичної діяльності на цей вид транспорту зросли у 3,3 рази, у порівнянні з 2015 р. Проте, не дивлячись на таку динаміку, автобусний транспорт хоч і посідає друге місце серед інших видів транспорту, що використовується у вітчизняній туристичній індустрії, але складає всього 2,1% від загальних транспортних витрат суб'єктів туристичної діяльності у 2019 р.

Причиною такого результату ми вбачаємо в тому, що на сьогоднішній день 95% шляхів України розбиті, 90% доріг не ремонтувались останні 30 років, що спричиняє високий рівень смертності на дорогах, який є найвищим в Європі. Забезпечення доріг в Україні набагато гірше, ніж в інших країнах. Територія України перевищує територію Франції та Німеччини, проте Україна має у 5,6 та 3,8 рази відповідно менше доріг. Якщо взяти до уваги щільність доріг, то Україна значно відстає за європейські країни за цим показником [28].

Відповідно і власники автопідприємств в умовах сьогодення відчують значні труднощі з організацією його виконання. Насамперед, висока ступінь похибки прогнозування туристичного потоку, залежність кількості здійснюваних подорожей від фінансових можливостей туристів, подорожчання всіх видів ресурсів, що застосовуються в процесі перевезень туристів, зношеність автотранспортних засобів (середній вік автобусів малого класу 8-10 років, великогабаритних автобусів 15-18 років і

більше) і їх не пристосування для здійснення перевезень мало мобільних категорій населення, а також недостатній розвиток автодорожньої транспортної інфраструктури створюють серйозні проблеми на шляху подальшої ефективної взаємодії підприємств автотранспорту і турфірм [21].

Структуру внутрішніх пасажироперевезень у 2019 р. представлено на рис. 2.4.

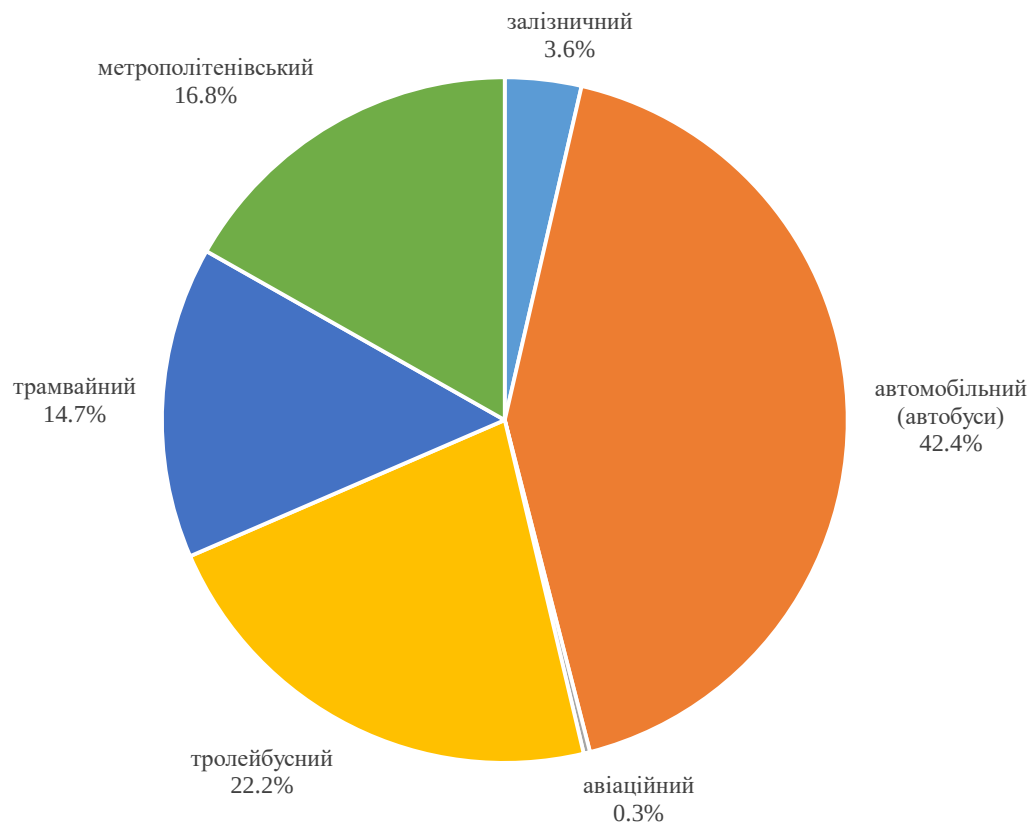


Рис. 2.4 Розподіл окремих видів транспорту у загальному відправленні (перевезенні) пасажирів Україною у 2019 р. [36]

З рис. 2.4 можна зробити висновок, що на внутрішньому транспортному сполученні автомобільний транспорт (автобуси) займає вагоме перше місце. Досліджуючи загальну динаміку перевезень пасажирів автобусами у 2015-2019 рр, можна говорити про зменшення обсягів таких перевезень у 1,2 рази – із 2251,5 млн. пас. (2015 р.) до 1807,6 млн. пас. (2019 р.) (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка перевезень пасажирів автобусним транспортом України у 2015-2019 роках (млн. пас.) [36]

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Пасажирів, усього	2251,5	2026,4	2021,7	1909,3	1807,6
Зокрема за видами сполучення:					
у внутрішньому	2250,3	2024,9	2019,3	1906,9	1804,9
у міжнародному	1,2	1,5	2,4	2,4	2,7

Ми вважаємо, що скорочення пасажирських перевезень автобусами було викликано їх нерентабельністю і зменшенням кількості пасажирських автобусів, придатних до експлуатації. Високі ставки оплати за кредитами, обтяжливі податки, вищі, ніж стягуються з транспортних підприємств в інших країнах, призвели до скорочення автомобільного транспорту України, його фізичного й морального зносу та зростання пасажирських перевезень іншими видами транспорту, наприклад, авіаційним.

Слід наголосити, що зменшення перевезень пасажирів автобусами відбувається на внутрішньому сполученні, міжнародні автобусні перевезення, навпаки, мали стабільну динаміку до зростання та зросли протягом досліджуваного періоду у 2,3 рази – з 1,2 млн. пас. У 2015 р. до 2,7 млн. пас. у 2019 р.

Автобусний туризм у структурі в'їзного туристичного потоку України займає незначну позицію: цільовий ринок представляють громадяни Німеччини, Франції, Іспанії, Сполучених Штатів Америки, Канади, Швейцарії, Росії, які перетинали польський, словацький, угорський, румунський, молдовський, російський та білоруський автомобільні пункти пропуску.

Рейтинг найвідоміших автомобільних компанія, що здійснюють як міжнародні автобусні перевезення, так і перевезення територією України представлено нами у табл. 2.5. Даний рейтинг було складено за реальними відгуками туристів, які оцінювали перевізника за чистотою, пунктуальністю, технічними можливостями, ввічливістю та професійністю водіїв. Користуючись

відгуками, які залишали туристи на сайті Busfor.ua, нами було визначено Топ-10 компаній-перевізників у 2019 році.

Відповідно інформації, представленої на сайті Міністерства інфраструктури України, про кількість діючих ліцензій за видами діяльності на право провадження господарської діяльності з перевезення пасажирів в Україні на 01.01.2020 р. право на здійснення внутрішніх перевезень пасажирів автобусами мають 13687 підприємств, міжнародні пасажирські автобусні перевезення здійснюють 2502 компанії [24].

Таблиця 2.5

Рейтинг ТОП-10 найпопулярніших компаній-перевізників, що працюють на ринку міжміських і міжнародних автобусних перевезень

Місце в рейтингу	Назва компанії	Місцезнаходження головного офісу	Основні напрями
1	ТОВ «Українські лінії»	м. Київ, пр. Перемоги, б. 62-Б	країни Балтії, Західна і Східна Європа
2	ТОВ «Гал-Всесвіт»	м. Львів, вул. Пластова, б. 10	Україна, Польща, Чехія, Німеччина.
3	ААЗ Трейдінг Ко (Автолюкс)	м. Київ, вул. Голосіївська, б. 7, корп. 3	Україна, Німеччина, Білорусь, Польща, Росія
4	СП «Східно-Європейська подорож»	м. Львів, вул. Городоцька, 282, 2 поверх	Польща, Великобританія
5	ТОВ «Гюнсел»	м. Умань, вул. Київська, 1/15	Україна, Польща, Литва
6	ТОВ «Турист»	м. Одеса, вул. Мечникова, 63,	Україна, Росія, Польща, Чехія, Болгарія, Румунія, Білорусь.
7	ТОВ «Транс-Сервіс»	м. Чорноморськ, вул. Транспортна, б. 20/1	Україна, Білорусь, Польща, Росія
8	ТОВ «Автосвіт»	м. Коростень, вул. Жовтнева, б. 50	Україна, Польща, Литва
9	ПП «Автотранзит»	м. Київ, вул. Касяна, б. 2/1	Україна, Польща, Чехія, Білорусь.
10	ТОВ «Євроклуб»	м. Київ, вул. Василя Стуса, б. 9	Україна, Польща, Німеччина, Угорщина, Австрія.

Вітчизняний автобусний парк представлений наступними видами транспорту (табл. 2.6)

Таблиця 2.6

Інформація про кількість транспортних засобів, які закріплені за ліцензіатами як засоби з перевезення пасажирів [24]

Тип транспортного засобу	Загальна кількість транспортних засобів
Автобус	51909
Мікроавтобус	2426
Разом	54335

Розвитку автобусного туризму в нашій країні перешкоджають:

- проблема заторів на дорогах;
- екологічні вимоги до транспорту;
- дорожня небезпека;
- слабкий розвиток транспортної індустрії.

Проблема дорожньої безпеки залишається дуже важливою. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, щороку лише в дорожньо-транспортних пригодах гине понад 1,25 мільйона людей. На зменшення цієї статистики повинна вплинути підвищення якості дорожніх покриттів та організація дорожнього руху в країні. З цією метою урядом України розроблена Стратегія «Створення нової реальності, а не ремонт старої». Відповідно до зазначеного документу на кінець 2030 року в Україні повинні з'явитися 10 автобанів, побудованих за принципом концесійних доріг. Будівництво першої концесійної дороги повинно було розпочатися у 2020 році за напрямком Київ-Біла Церква, проте, вплив всесвітньої пандемії коронавірусу вніс деякі корективи в реалізацію визначених стратегій. Наступними планується будівництво автобанів з Сум, Харкова, Дніпра, Луганська та Донецька у напрямку країн ЄС. Підвищення якості дорожніх покриттів надасть можливість перетинати територію України з Півдня на Північ та із Заходу на Схід протягом 10 годин автобусним транспортом.

Міжнародні автобани: Go Highway, Via Carpatia, продовження Одеса-Рені до Греції. А також розвиток внутрішніх напрямків: Львів-Київ-Харків-Донецьк, Київ-Керч, Полтава-Дніпро. На внутрішньому транспортному ринку будуть діяти комфортабельні неолайнери [24].

Отже, дослідивши розвиток туристичної сфери в Україні та визначивши місце автобусного туризму в ньому, ми дійшли висновку, що сучасні підходи до розвитку туристичного руху на автобусному транспорті вимагають від підприємств галузі прискорити модернізацію туристичної транспортної інфраструктури. На наш погляд, необхідними напрямками подальшого розвитку можуть бути такі: екологічність транспортування. Перевезення туристів повинні стати більш екологічними та дешевшими; система безпеки. Комп'ютерні та географічні інформаційні технології управління та контролю транспортних засобів повинні відповідати транспортній інфраструктурі, в межах якої відбувається транспортний процес; оптимізація маршруту. Кожен регіональний або місцевий рівень транспортної системи є невід'ємною частиною великого глобального транспортного ланцюга. Важлива підтримка та максимальна відповідність усіх транспортних рівнів, що дасть змогу покращити обслуговування туристів, зменшить час транспортування та витрат; міжнародне співробітництво з питань міжнародних та міжрегіональних проектів, спільні підходи до підготовки фахівців з міжнародного туризму.

2.2. Загальна характеристика ТА «Караван-Тур»

Об'єктом дослідження нашої роботи є ТА «Караван-Тур», яке розташоване за адресою: м. Карлівка, вул. Полтавський шлях, 105. Слід зазначити, що свою діяльність у сфері туристичної діяльності ТА «Караван-Тур» розпочало у 2005 р., хоча за 16 років свого функціонування на туристичному ринку змогла завоювати прихильність великої кількості клієнтів та зайняти свою нішу серед суб'єктів туристичної діяльності Полтавщини.

Метою діяльності ТА «Караван-Тур» є розширення туристичних послуг, організація надійного та безпечного обслуговування туристів, а також задоволення вибагливого попиту сучасного споживачів.

Стратегія розвитку ТА «Караван-Тур» на 2021 р. полягає у врахуванні впливу пандемії у діяльності підприємства, що полягає у створенні нових

внутрішніх турів, наданні ексклюзивної інформації про туристичні продукти та започаткування віртуальних екскурсійні.

Слід зазначити, що відповідно до установочних документів основними напрямками діяльності ТА «Караван-Тур» є [34]:

виїзний туризм;

внутрішній туризм;

прийом і обслуговування іноземних туристів в Україні;

освіта за кордоном (загальні курси мов, екзаменаційні та спеціальні курси, канікулярні курси для дітей, середня і вища освіта в провідних навчальних закладах світу);

організація чартерних перевезень тощо.

Основну загальну інформацію про досліджувану туристичну компанію представлено у тал. 2.7.

Таблиця 2.7

Інформаційна карта ТА «Караван-Тур» [16; 34]

№	Показники	Основна інформація
1	Назва підприємства	ТА «Караван-Тур»
2	Юридична адреса підприємства	м. Карлівка, вул. Полтавський шлях 105
3	Основна сфера діяльності згідно КВЕД	79.11 Діяльність туристичних агенств
4	Форма власності	Приватна
5	Рік заснування	2005 р.
6	Номер телефону	050 304 7660
7	Веб-сайт	www.karavan.pl.ua
8	Середня кількість працівників	3 особи
9	Керівник	Гуня Віталій Миколайович

Як бачимо, досліджуване туристичне підприємство за організаційною формою власності є приватним, за чисельністю – малим, адже нараховуємо у своєму штаті 3 працівника, які працюють у ТА «Караван-Тур» у штаті.

Незначна кількість співробітників компанії визначила її організаційну структуру, яка є найбільш оптимальною, це лінійна структура (рис. 2.5).

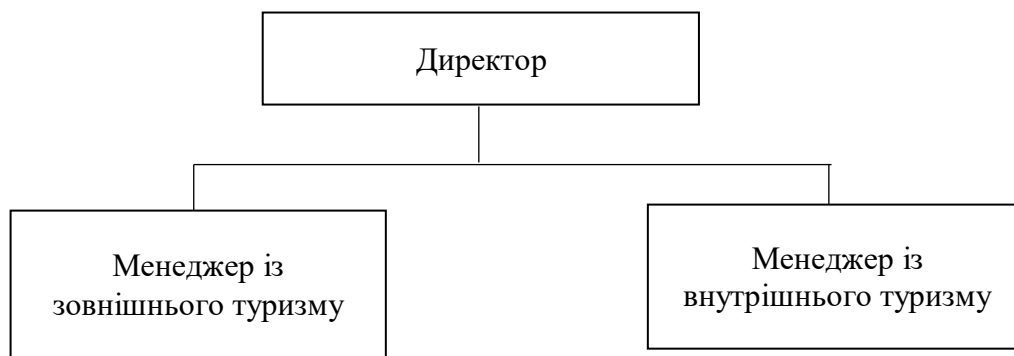


Рис. 2.5. Організаційна структура управління ТА «Караван-Тур»

Хоча слід наголосити, що співробітники компанії працюють злагоджено, творчо та підтримують один одного, хоча й підпорядковуються єдиному керівнику – директору.

Директором ТА «Караван-Тур» є його власник. На директора покладаються обов'язки щодо усіх основних напрямів діяльності. Слід зауважити, що директор ТА «Караван-Тур» є високо кваліфікаційним фахівцем у своїй сфері, адже працює у туристичній індустрії 12 років та має відповідну повну вищу фахову освіту. Тому до функціональних обов'язків директора входить:

- робота з туроператорами щодо укладання договорів на просування нових турів;

- узгодженість рекламної діяльності ТА «Караван-Тур»;

- виконання маркетингових досліджень та визначення маркетингової стратегії розвитку;

- слідкування за тенденціями розвитку туристичного ринку Полтавщини та діяльність найближчих конкурентів;

- проведення «мозкових штурми» із співробітниками компанії щодо підвищення якості послуг;

- аналіз відгуків туристів про надані туристичні послуги та робота над зазначеними проблемами.

Що стосується діяльності менеджерів компанії, то їм доводиться виконувати різноманітні функції та завдання. Менеджер з внутрішнього

туризму займається реалізацією туристичних путівок по території України, пропагандуючи розвиток вітчизняної туристичної індустрії. На менеджера із зовнішнього туризму покладені обов'язки реалізації виїзних туристичних турів та оформлення усіх необхідних документів для закордонних подорожей. Тож як бачимо на посаді менеджера із зовнішнього туризму працює більш досвідчений спеціаліст. Проте, можна виділити основні посадові обов'язки обох менеджерів:

- займається розробкою методики пошуку клієнтів та просуванням туристичного продукту;

- вивчає попит на туристичному ринку Полтавщини на туристичні послуги, потреби клієнтів та замовників послуг;

- здійснює прийом запитів від клієнтів, оформлення платіжних та туристичних документів;

- забезпечує потенційних туристів інформаційно-супроводжувальними, рекламними матеріалами туристичних продуктів, що зацікавили клієнтів;

- забезпечує продаж, бронювання послуг, їх підтвердження та реєстрацію з урахуванням індивідуальних особливостей клієнтів.

Дані співробітники займається консультуванням клієнтів з питань:

- оформлення замовлення та бронювання;

- вибір категорії готелів, рівня обслуговування в них;

- умови забезпечення особистої безпеки, дотримання прав споживачів та збереження майна клієнтів.

Для менеджера із зовнішнього туризму існують й додаткові обов'язки, серед яких

- правила в'їзду в країну тимчасового перебування та правила перебування в ній;

- порядок оформлення віз;

- валютний та митний контроль;

Окремими обов'язками у роботі менеджера є узгодження умов контракту:

- згідно програми перебування та маршрутів подорожі;

- щодо початку та кінця поїздки, її тривалості;

отримання додаткових послуг;

щодо часу та місця отримання туристичних та проїзних документів.

Крім того, ці працівники вивчають туристичні довідники, каталоги та інші джерела туристичної інформації з метою формування власних інформаційних баз даних про туроператорів та турагентів; встановлюють контакт з туроператорами чи агентами з метою вивчення програм турів та виявлення тих, які найбільш затребувані у клієнтів ТА «Караван-Тур».

Менеджери ТА «Караван-Тур» доступні для зв'язку 24 години на добу й готові для допомоги в разі виникнення будь-яких проблем у клієнта.

Менеджери ТА «Караван-Тур» підбирають і організовують відпочинок своїх клієнтів в будь-якій країні світу. На ТА «Караван-Тур» є широка партнерська підтримка та прямі контракти з лідерами туристичного бізнесу, що дозволяє задовольнити смак найвибагливішого і завзятого мандрівника. Щороку ТА «Караван-Тур» прагне урізноманітнити і вдосконалити свої екскурсійні програми та маршрути, а її гіді є висококваліфікованими фахівцями з великим досвідом в туристичній сфері.

ТА «Караван-Тур» є комерційною організацією, основною метою діяльності якого є отримання прибутку. ТА «Караван-Тур» перевірене роками ім'я. Переважна більшість людей, яким хоч раз доводилося вибирати туроператора для проведення відпочинку в одній з цих країн, зустрічали назву ТА «Караван-Тур». ТА «Караван-Тур» надає високі міжнародні стандарти якості роботи, за що був нагороджений міжнародними нагородами.

За минулі 12 місяців більше близько 200 з постійних клієнтів доручили підготовку і бронювання своїх турів саме ТА «Караван-Тур». Це означає що ТА «Караван-Тур» забезпечило і надавало можливість купити тур у багатьох курортних напрямках. У офісі ТА «Караван-Тур», що розташований у Карлівці, кожного потенційного клієнта завжди із задоволенням чекають відмінно навчені, кваліфіковані менеджери щоб зробити відпочинок приємним і захоплюючим.

Досвід, знання запитів споживача означають, що ТА «Караван-Тур» може надати кожному туристу кращі за вартістю тури в безліч країн, авіаквитки, допоможе організувати екскурсії та круїзи. Якщо необхідне лікування на одному з курортів як України так і зарубіжжя потенційному клієнту просто необхідно звернутися до ТА «Караван-Тур».

Спеціалізується ТА «Караван-Тур» по різних напрямках туризму. Найпопулярнішими є такі країни як Австрія, Азербайджан, Андорра, Болгарія, Бразилія, Ватикан, Великобританія, Угорщина, Гонконг, Греція, Домініканська республіка, Єгипет, Ізраїль, Індія, Індонезія, Йорданія, Іспанія, Італія, Китай, Куба, Мальдіви, Мексика, ОАЕ, Сінгапур, Словенія, США, Таїланд, Туніс, Туреччина, Шрі-Ланка [16].

Не можна не відзначити той факт, що у 2020 р. значних перешкод ТА «Караван-Тур» завдала корона-криза, яка найбільше вдарила по туристичній галузі. Внаслідок безконтрольного поширення пандемії коронавірусу кордони багатьох країн були закритими для туристів, велика кількість відпочивальників відклали своє подорожі. Відповідно зазначене негативно вплинуло й на діяльність ТА «Караван-Тур», яка була досить обмеженою. У подальші роки діяльність досліджуваного туристичної агенції в значній мірі залежить від стабілізації ситуації пов'язаною з коронавірусом.

Основними принципами роботи ТА «Караван-Тур» є такі:

виконувати всі зобов'язання перед своїми клієнтами, партнерами, співробітниками, гарантуючи якість, надійність, професіоналізм;

пропонувати послуги тільки високої якості, які дають споживачеві можливість бути індивідуальним у своєму виборі;

прагнути у своїй роботі до постійного вдосконалення, втілення нових ідей.

Головним є те, що ТА «Караван-Тур» ніколи не стоїть на місці та перебуває у постійному пошуку шляхів і резервів щодо розвитку. ТА «Караван-Тур» намагається інвестувати у свій розвиток. Для цього ТА «Караван-Тур»

постійно оновлює матеріально-технічну базу, вкладає кошти у розвиток персоналу, який є головним ресурсом туристичної агенції.

Для ТА «Караван-Тур» найголовнішим завданням є забезпечення туристичними послугами мешканців м. Карлівка та прилеглих міст. Розгляньмо процес організації забезпечення туристичними послугами ТА «Караван-Тур».

Основними напрямками роботи ТА «Караван-Тур» зі сторонніми організаціями є:

планування маршрутів і формування турів: робота з турфірмами-партнерами;

робота з перевізниками;

оформлення паспортів та віз (робота з консульствами);

робота з імпортерами, представництвами за кордоном;

робота з гідів-перекладачами;

організація роботи супроводжуючих та керівників туристичних груп.

Основні документи, які використовує ТА «Караван-Тур» при оформленні туристичних послуг наведено на рис. 2.6.

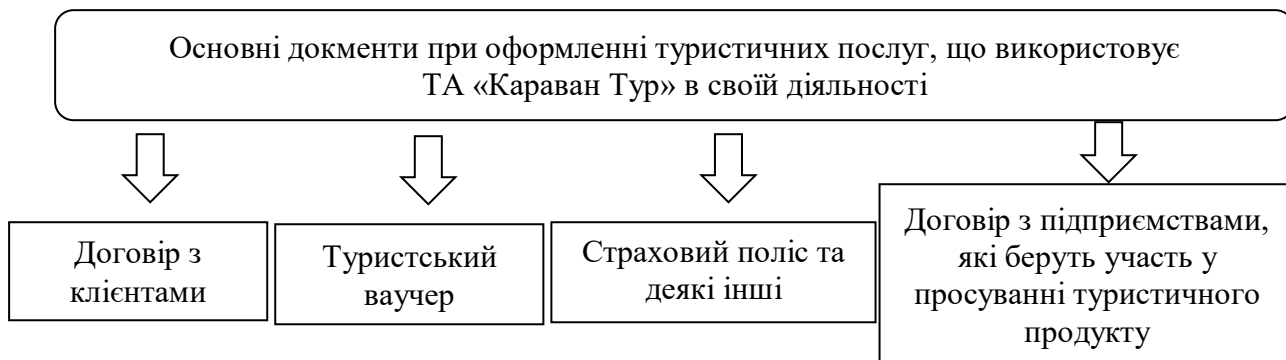


Рис. 2.6. Основні документи при оформленні туристичних послуг, що використовує ТА «Караван-Тур» в своїй діяльності

З усіма суб'єктами ТА «Караван-Тур» укладають договори, угоди або контракти в двох примірниках у письмовій формі. Такі договори укладаються з туроператорами, туристичними закладами, з постачальниками і підрядниками – вітчизняними і закордонними партнерами, що забезпечують туристів

належними умовами розміщення і харчування, засобами транспорту, організацією екскурсій і відпочинку.

Надання туристичних послуг клієнтам також фіксується укладанням договору, в якому обов'язково зазначається:

назва країни, куди обрано туристичний маршрут;

дата та час початку і закінчення подорожі;

транспортні засоби, які будуть використані під час подорожі, їх клас і комфортність;

назва готелю (готелів), де будуть зупинятися туристи, його місцезнаходження, класність, категорію номерів з переліком безкоштовних та додаткових послуг;

система харчування (повний пансіон, напівпансіон, «шведський стіл» або тільки сніданок);

ціна туристичного продукту в гривнях та іноземній валюті (зазвичай в євро);

маршрут та програму екскурсій на кожен день перебування з визначенням їх терміну та тематики;

транспортно-візові та медичні вимоги в країні перебування.

ТА «Караван-Тур» стрімко і неухильно розвивається і займається вкладенням в розвиток. Зокрема, ТА «Караван-Тур» створили сайт для пошуку турів та авіаквитків. Головне для ТА «Караван-Тур» – зручність їх клієнтів. ТА «Караван-Тур» намагається гарантувати клієнтові кращу ціну на тур і авіаквиток в Карлівці. Саме з відвідування офісу ТА «Караван-Тур» розпочинається стартова точка звідки кожен охочий може спланувати і почати свій відпочинок. Кожен клієнт ТА «Караван-Тур» отримає найвигіднішу ціну на готелі, перельоти, екскурсії, пакетні тури в Єгипет, Туреччину, Таїланд і багато інших країн. Так само фахівці ТА «Караван-Тур» дадуть консультацію в питаннях пов'язаних з отриманням шенгенської візи. У офісі ТА «Караван-Тур» можна оформити страховку на будь-який вид відпочинку.

Для визначення перспектив діяльності ТА «Караван-Тур» скористаємося PEST- та SWOT-аналізом. Дані методи є важливими інструментами стратегічного аналізу, які дозволяють провести детальний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Для початку в табл. 2.8 наведемо PEST-аналіз ТА «Караван-Тур».

Таблиця 2.8

PEST-аналіз ТА «Караван-Тур»

Політичні фактори	V	B	P	Соціальні фактори	V	B	P
1. Стабілізація політичної ситуації в країні	0,2	3	0,6	1.Зниження рівня соціальної забезпеченості населення	0,3	3	0,9
2. Розвиток суміжних галузей економіки	0,2	2	0,4	2. Зростання соціальної напруги	0,3	3	0,9
3. Створення конкурентоспроможного туристичного комплексу і якісних послуг	0,2	3	0,6	3. Вплив пандемії коронавірусу на активність споживачів	0,2	1	0,2
4. Податкове навантаження	0,2	2	0,4	4. Демографічні зміни	0,2	2	0,4
	1		2		1		2,4
Економічні фактори	V	B	P	Технологічні фактори	V	B	P
1. Зростання купівельної спроможності населення	0,3	3	0,9	1. Розвиток системи електронної комерції	0,4	3	1,2
2. Підвищення цін на транспортні послуги	0,2	3	0,6	2. Розвиток інформаційного обслуговування туристів	0,3	3	0,9
3. Зміцнення національної валюти	0,2	3	0,6	3. Поширення інтернет-технологій	0,3	3	0,9
4. Економічне зростання країни	0,3	3	0,9				
	1		3		1		3

Відповідно до проведеного PEST-аналізу ТА «Караван-Тур» можемо констатувати, що в значній мірі на діяльність досліджуваної туристичної фірми впливають економічні та технічні фактори. Тому для забезпечення підвищення своєї конкурентоспроможності для ТА «Караван-Тур» є потреба у впровадженні у свою діяльність сучасних інформаційних та технічних технологій. Це повинно удосконалити процес обслуговування клієнтів та бути на рівні з кращими туристичними підприємства світу та України. Окрім того, це

забезпечить дистанційне обслуговування клієнтів, що зменшить кількість контактів за умови пандемії коронавірусу.

Далі у табл. 2.9 наведемо SWOT-аналіз ТА «Караван-Тур».

Таблиця 2.9

SWOT-аналіз ТА «Караван-Тур»

Зовнішнє середовище	
Можливості	Загрози
1. Розвиток внутрішнього туризму. 2. Впровадження сучасних інформаційних технологій. 3. Кооперація разом з іншими підприємствами туристичної індустрії з метою забезпечення синергії.	1. Зниження туристичного потоку. 2. Зростання тиску конкурентів. 3. Загострення збройних конфліктів на сході України. 4. Ускладнення перетину кордонів у зв'язку з метою недопущення поширення ковіду 5. Зниження активності споживачів через поширення коронавірусу
Внутрішнє середовище	
Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Кваліфіковані працівники. 2. Високий контроль якості рівня обслуговування. 3. Наявність власного веб-сайту. 4. Сприятливий імідж на ринку. 5. Широка географія подорожей 6. Співпраця з відомими туроператорами. 7. Фокусування на потребах та бажаннях споживачів. 8. Диверсифіковані канали збуту туристичних послуг.	1. Велика кількість ручної праці та бюрократії. 2. Слабка рекламна підтримка. 3. Низький рівень прибутковості. 4. Обмежені фінансові можливості.

З наведених вище даних бачимо, що ТА «Караван-Тур» має велику кількість як сильних, так і слабких сторін. Йому слід працювати над усуненням слабких сторін та подальшим посиленням сильних сторін. У табл. 2.10 будемо матрицю SWOT-аналізу ТА «Караван-Тур».

Таблиці 2.10

Матриця SWOT-аналізу ТА «Караван-Тур»

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

Відповідно до проведеного SWOT-аналізу ТА «Караван-Тур» можемо зробити висновок, що для досліджуваної агенції характерний вибір стратегії обмеженого зростання. Це обумовлено переважанням сильних сторін над слабкими у внутрішньому середовищі, а також загроз над можливостями у зовнішньому середовищі. Основні складом на сучасному етапі розвитку ТА «Караван-Тур» пов'язані з ковідом та різними обмеженнями у зв'язку з поширенням цієї небезпечної хвороби. Безсумнівно пандемія коронавірусу внесла значні корективи у туристичний бізнес та змінила всю туристичну галузь. ТА «Караван-Тур» слід пристосовуватися до цього, знаходити резерви щодо зростання та завдяки вмілому керівництву забезпечувати збалансований розвиток досліджуваної туристичної агенції.

Отже, ТА «Караван-Тур» є одним із найбільш успішних туристичних підприємств Полтавської області. Здійснює свою туристичну діяльність ТА «Караван-Тур» на території м. Карлівка. Функціонує дана туристична агенція з 2005 р., за 2020 р. ТА «Караван-Тур» обслуговувало близько 200 туристів. У туристичній компанії 3 співробітника: директор, менеджер з внутрішнього туризму, а також менеджер з зовнішнього туризму. Проведений PEST-аналіз показав, що загалом зовнішнє середовище є не досить сприятливим до туристичної галузі та ТА «Караван-Тур». У першу чергу це зумовлено поширенням пандемії коронавірусу та економічними проблемами. Проведений SWOT-аналіз показав, що для туристичної агенції характерним є стратегія обмеженого зростання. ТА «Караван-Тур» слід працювати над усуненням слабких сторін, якими є: слабка рекламна підтримка, обмежені фінансові можливості, низький рівень прибутковості тощо.

2.3. Аналіз автобусних турів ТА «Караван-Тур»

Для ТА «Караван-Тур» на першому місці стоїть завдання максимального задоволення потреб споживачів та максимізація на цій основі прибутку. Як зазначалося в попередньому параграфі, ТА «Караван-Тур» спеціалізується на

декількох видах туристичних продуктів. Склад та структура існуючих турів у дослідженої туристичної компанії представлені на рис. 2.7.

Як видно з проведеного дослідження найбільше туристична компанія має екскурсійних турів, питома вага яких у загальній частці становить 33%, на другому місці – пляжний туризм – 29% та гірськолижні тури, частка яких близько 24%. Проте, з метою визначення кількості існуючих автобусних турів, розглянемо дану класифікацію, доповнивши її основним видом транспорту.



Рис. 2.7 Структура існуючих туристичних продуктів ТА «Караван-Тур» у 2019 р. [16]

Результати нашого аналізу представимо у вигляді табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Розподіл існуючих турів ТА «Караван-Тур» за видом туризму та основним видом транспорту [16; 34]

Вид туристичного продукту	Загальна кількість турів	з них		
		авіа	автобус	лайнер
Екскурсійні тури	25	7	18	-
Гірськолижні тури	18	14	4	-
Круїзні тури	4	-	-	4
Пляжні тури	22	13	9	-
Івент тури	7	5	-	2
Разом	76	39	31	6

Структура туристичних продуктів за основним видом транспорту представлена на рис. 2.8.

Відповідно отриманих даних можемо зробити висновок, що, як і більшість вітчизняних туристичних агенцій ТА «Караван-Тур» для організації міжнародних турів використовує у якості основного виду транспорту – літак, тож авіа тури становлять 51% від усіх існуючих туристичних турів.

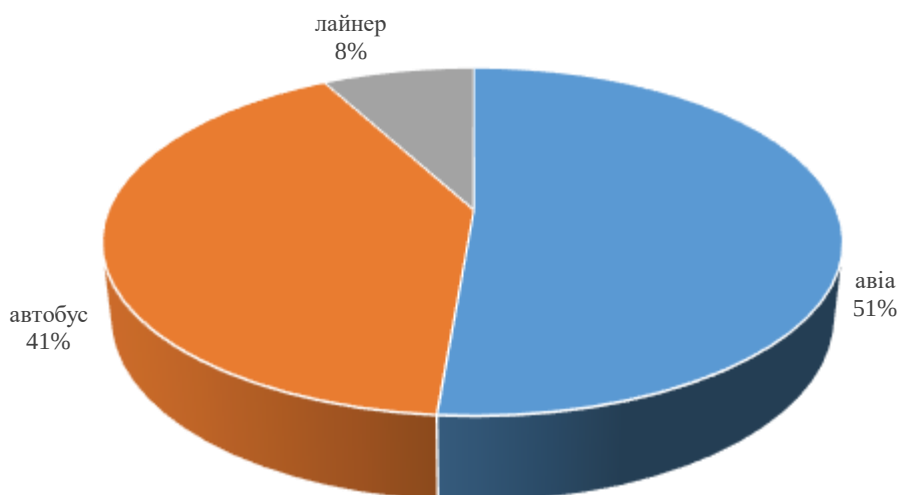


Рис. 2.8 Структура використання транспортних засобів у ТА «Караван-Тур» для проведення туристичних турів

Слід зазначити, що досліджувана компанія активно розвиває й автобусний вид транспорту, тури, які ним обслуговувалися у 2019 р. становлять 41% від загальної кількості турів.

З метою дослідження особливостей організації саме автобусних турів, розглянемо більш детально саме такі тури, які організовує ТА «Караван-Тур». Загалом ТА «Караван-Тур» чудово підготовлена для організації автобусних поїздок у будь-який напрямок Європи. Відповідно отриманій інформації із сайту компанії, можна зробити висновок, що основними міжнародними напрямками, до яких подорожують туристи є: Австрія, Баварія, Берлін, Італія, Франці, Болгарія.

У табл. 2.12 досліджено більш детально особливості автобусних турів до зазначених напрямів.

Автобусні поїздки ТА «Караван-Тур» до основних країн та регіонів

Регіон	Особливість організації автобусного туру
Австрія	Завдяки широким знанням менеджерів про Австрію, ТА може організувати будь-які якісні автобусні поїздки до Австрії, починаючи з будь-якого місця Європи. Починаючи від шкільних поїздок для вітчизняних школярів, до оглядових екскурсій для одиноких, курців, людей похилого віку або корпоративних поїздок. «Караван-Тур» має великий досвід організації поїздок не лише з країною призначення Австрією, але й з особливими потребами кожної конкретної групи мандрівників, компаній та туроператорів по всій Європі, що стосується організації автобусних поїздок до Австрії. Крім лижного спорту та пішого туризму Австрія володіє багатою культурною спадщиною. Кожне місто країни – це цілий пласт історії. Найбільш відвідуваним містом Австрії є столиця - Відень. Це і найбільше місто в країні і культурний її центр.
Баварія	Баварія – другий за популярністю регіон, куди їдуть вітчизняні туристи, що дозволяє компанії отримувати значний дохід від реалізації автобусних турів у цьому напрямку. Це пояснюється тим, що наші організатори вже досконало дослідили всі «переваги» баварських турів, що і стало запорукою цікавих та пізнавальних організованих автобусних турів до цієї країни.
Берлін	Першим пунктом призначення, до якого ТА «Караван-Тур» організувала не лише автобусні поїздки для приватних туристичних компаній, а й відкриті автобусні подорожі для окремих мандрівників, був Берлін. Протягом багатьох років щороку компанія організовує автобусні поїздки з України до Берліну напередодні Нового року, що приносить агенції міцні знання про місцевих жителів, які разом із місцевими знаннями та ноу-хау наших партнерів у Берліні гарантують нашим клієнтам якісні подорожі до Берліну.
Італія	Автобусні тури до цієї країни, зазвичай, організовані з метою пляжного відпочинку (середина травня - кінець вересня), гірськолижного туризму (грудень – лютий) та екскурсійні поїздки протягом усього року.
Франція	Франція також приваблює вітчизняного туриста екскурсійними програмами, шопінгом, пляжним відпочинком (середина липня – середина вересня, коли води океану і Лазурного берега прогріваються до +26 градусів), гірськолижним відпочинком в Альпах (середина грудня - кінець березня) та турами на католицьке Різдво.
Болгарія	Автобусні подорожі для відпочинку у Болгарії компанія здійснює круглий рік. Адже, ця країна має чудове Чорне море, чудодійний клімат, гірські гряди, великі ліси, які дозволяють організувати відпочинок туристів протягом цілого року.

Як уже згадувалося раніше, нами досліджено найпопулярніші автобусні подорожі, які пропонує ТА «Караван-Тур». Насправді, менеджери компанії можуть запропонувати туристам будь-який регіон Європи, зазначивши всі

плюси й мінуси різних напрямків та спланувавши спеціальну програму для власної автобусної подорожі по Європі. Туристична компанія забезпечить таких туристів відповідним транспортним засобом з водієм та подбаємо про необхідне бронювання – екскурсійні програми, готелі, ресторани тощо.

Хотілося б наголосити, що досліджувана туристична агенція більшість автобусних турів організовує як виїзний вид туризму. І не зважаючи, що кожний з досліджуваних автобусних турів, є унікальним за своєю структурою та технологією організації, ми спробували розділити всі існуючі міжнародні автобусні тури туристичної компанії ТА «Караван-Тур» на 4 групи (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Аналіз існуючих міжнародних автобусних турів ТА «Караван-Тур»

Вид автобусного туру	Особливості автобусного туру	Вартість туру	Назви існуючих турів
економічні	насичена екскурсійна програма; проживання у 2-3-зіркових готелях, розташованих на околицях міст; нічні переїзди.	від 350 євро/чол	«Ріміні з Полтави»
		від 100 євро/чол	«Віденський експрес»
		від 160 євро/чол	«Знайомтеся, Німеччина»
		від 110 євро/чол	«Божевільний уїкенд в Італії»
		від 100 євро/чол	«Хорватія, яку ти не знаєш»
		від 110 євро/чол	«Яскраве тріо: Краків, Відень, Будапешт»
стандартні	один нічний переїзд (в середині або в кінці подорожі); розміщення в 2-3-зіркових готелях поблизу станцій метро; різноманітні екскурсії та наявність вільного часу у великих містах	від 400 євро/чол	«Вся Італія від Анкони»
		від 200 євро/чол	«Усі у Празі, а я в Парижі»
		від 200 євро/чол	«Уїкенд в Мюнхені»
		від 250 євро/чол	«Італія – країна натхнення»
		від 250 євро/чол	«Болгарія – солодка любов моя»
		від 250 євро/чол	«Кращі хвилини в Італії»
		від 300 євро/чол	«Бажана Греція»
		від 160 євро/чол	«Перше побачення з Європою»
фірмові	відсутні нічні переїзди; проживання організовується в 3-5-зіркових готелях, розташованих в центрі міста; надається багата екскурсійна програма; вільний час для прогулянок та шопінгу у великих населених пунктах.	від 500 євро/чол	«Кіно – Італія Ріміні»
		від 350 євро/чол	«Куточок морського раю»
		від 250 євро/чол	«Супер бліц»
		від 300 євро/чол	«Захоплююча кокетка Швейцарія»
		від 300 євро/чол	«Стильна Італія»
		від 300 євро/чол	«Болгарський романс як солодкий шум прибору»
		від 350 євро/чол	«А я на морі... в Греції»
		від 450 євро/чол	«Подорож з настроєм» (Туреччина)
		від 500 євро/чол	«Сто% позитиву: Прага, Париж, Барселона, Рим, Відень!»

ексклюзивні	формуються на основі фірмових, проте в цьому випадку беруться до уваги індивідуальні побажання клієнтів.	від 650 євро/чол	«Римська класика»
		від 450 євро/чол	«Побачення в Парижі»
		від 500 євро/чол	«Пристрасть по-іспанськи»
		від 600 євро/чол	«Серенада південного сонця»

Слід окремо зупинитися на автобусних подорожах на внутрішньому ринку туристичних послуг, організованих досліджуваною компанією. Отримані результати дослідження дають підстави стверджувати, що ТА «Караван-Тур» зорієнтована саме на організацію та проведення міжнародних автобусних турів. По Україні туристична компанія у 2019 р. мала в своєму арсеналі лише 4 автобусних тури: «Долина нарцисів + 7 перлин Закарпаття», «Буковель для активного відпочинку», «Тур на Сорочинський ярмарок», «Кава по-львівськи».

На нашу думку, досліджуване туристичне підприємство не надає достатньої уваги розвитку внутрішнього туризму, пропаганді вітчизняної туристичної індустрії.

Далі доречно, розкрити особливості реалізації створених автобусних турів на ТА «Караван-Тур».

Реалізацію автобусних турів досліджувана туристична агенція здійснює на підставі договору, що укладається в письмовій формі між клієнтом-туристом й ТА «Караван-Тур». Договір відповідає законодавству України, в тому числі із врахуванням прав споживачів.

Невід'ємною частиною Договору ТА «Караван-Тур» є програма автобусного туру. У програмі туру містяться істотні умови автобусного туру. Програма туру публікується в каталогах і на інтернет-сайті турагенції і є публічною інформацією.

До укладення Договору ТА «Караван-Тур» надає розширену інформацію туристу або іншому замовнику автобусного туру про споживчі властивості реалізованого туристського продукту: про програму перебування; маршрут й про умови подорожі; інформацію про засобах розміщення, умови проживання (місця перебування і категорії готелів, в яких передбачається розміщення

туристів); розкриваються умови харчування; послуги з перевезення туриста в країні (місці) тимчасового перебування; про наявність супроводжуючого групи (гіда-супроводжуючого), екскурсоводів (гідів) в місцях тимчасового перебування; мінімальна кількість туристів у групі для здійснення автобусного туру; можливі додаткові послуги, які не входять у вартість туру.

Враховуючи те, що більість автобусних турів ТА «Караван-Тур» реалізує на території інших країн, то при укладанні Договору туристична компанія надає туристу або іншому замовникові достовірну інформацію:

про правила в'їзду в країну тимчасового перебування і виїзду з країни тимчасового перебування, включаючи відомості про необхідність наявності візи для в'їзду в країну або виїзду з країни тимчасового перебування;

про безпеки, з якими турист може зустрітися при здійсненні подорожі;

про митний, прикордонний, медичний, санітарно-епідеміологічний контроль та інші правила, які необхідно знати для здійснення безпечної подорожі;

про місце знаходження, поштові адреси і номери контактних телефонів органів державної влади України, дипломатичних представництв та консульських установ України, що знаходяться в країні тимчасового перебування, в які турист може звернутися в разі виникнення в країні тимчасового перебування надзвичайних ситуацій чи інших обставин, що загрожують безпеці його життю і здоров'ю, а також у випадках виникнення небезпеки заподіяння шкоди майну подорожуючого;

про національні та релігійні особливості країни, до якої здійснюється подорож;

про інші особливості міжнародного автобусного туру.

Реалізація автобусних турів у ТА «Караван-Тур» здійснюватися на умовах попереднього бронювання, в тому числі – за кількох місяців до передбачуваної дати початку поїздки. У разі, якщо кількість туристів в групі виявиться менше числа, заявленого «Караван-Тур» відповідно до Договору, він підлягає розірванню, якщо сторонами не узгоджене інше. Наслідком розірвання

Договору із зазначених причин, є повернення туристу або іншому замовникові грошової суми, сплаченої ним за автобусний тур. Турист чи інший замовник повідомляються про відсутність необхідного числа учасників групи не пізніше семи днів до заявленої дати початку автобусного туру.

Туристам, які подорожують у автобусному турі по одному, пропонується спільне розміщення в двомісних або тримісних готельних номерах. При неможливості організації підселення, турист розміщується в одномісному номері з відповідною доплатою.

Якщо стан здоров'я особи, який планує здійснити подорож в автобусному турі, вимагає особливих умов перевезення або загрожує безпеці цієї особи або інших осіб, що підтверджується медичними документами або скаргами з боку інших туристів, а так само створює суттєві незручності для інших осіб, такий особі може бути відмовлено в участі в автобусному турі на момент виявлення даного стану.

Отже, основними умовами проведення міжнародного автобусного туру ТА «Караван-Тур» є: (рис. 2.9)

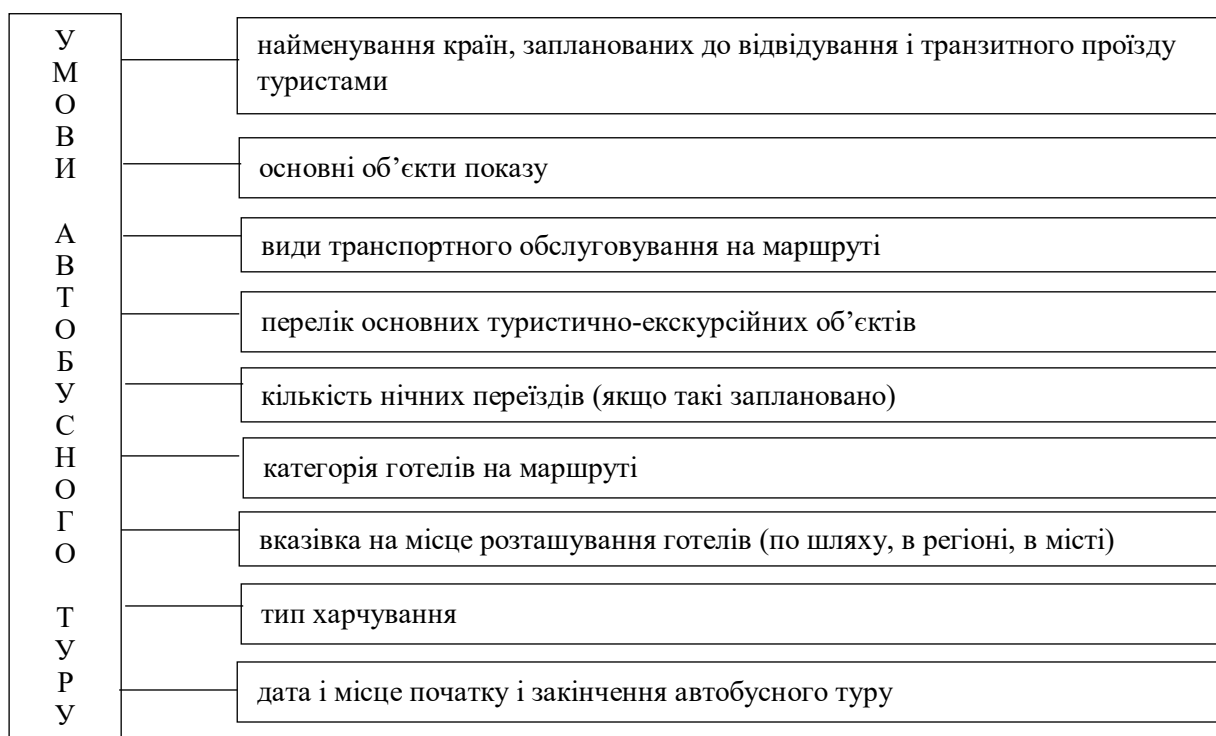


Рис. 2.9 Перелік обов'язкових умов, яких дотримується ТА «Караван-Тур» при організації автобусних турів

Таким чином, як і більшість вітчизняних туристичних агенцій ТА «Караван-Тур» для організації міжнародних турів використовує у якості основного виду транспорту – літак, тож авіа тури становлять 51% від усіх існуючих туристичних турів. Слід зазначити, що досліджувана компанія активно розвиває й автобусний вид транспорту, тури, які ним обслуговувалися у 2019 р. становлять 41% від загальної кількості турів. ТА «Караван-Тур» зорієнтована саме на організацію та проведення міжнародних автобусних турів. Серед існуючих 31 автобусних турів, по Україні туристична компанія організовує лише 4 автобусних тури. Основними міжнародними напрямками, до яких подорожують туристи є: Австрія, Баварія, Берлін, Італія, Франці, Болгарія.

Висновки до розділу 2

Здійснивши аналіз сучасного ринку автобусного туризму в Україні є підставити зробити такі висновки.

Дослідивши розвиток туристичної сфери в Україні та визначивши місце автобусного туризму в ньому, ми дійшли висновку, що сучасні підходи до розвитку туристичного руху на автобусному транспорті вимагають від підприємств галузі прискорити модернізацію туристичної транспортної інфраструктури. На наш погляд, необхідними напрямками подальшого розвитку можуть бути такі: екологічність транспортування. Перевезення туристів повинні стати більш екологічними та дешевшими; система безпеки. Комп'ютерні та географічні інформаційні технології управління та контролю транспортних засобів повинні відповідати транспортній інфраструктурі, в межах якої відбувається транспортний процес; оптимізація маршруту. Кожен регіональний або місцевий рівень транспортної системи є невід'ємною частиною великого глобального транспортного ланцюга. Важлива підтримка та максимальна відповідність усіх транспортних рівнів, що дасть змогу покращити обслуговування туристів, зменшить час транспортування та витрати;

міжнародне співробітництво з питань міжнародних та міжрегіональних проектів, спільні підходи до підготовки фахівців з міжнародного туризму.

ТА «Караван-Тур» є одним із найбільш успішних туристичних підприємств Полтавської області. Здійснює свою туристичну діяльність ТА «Караван-Тур» на території м. Карлівка. Функціонує дана туристична агенція з 2005 р., за 2020 р. ТА «Караван-Тур» обслуговувало близько 200 туристів. У туристичній компанії 3 співробітника: директор, менеджер з внутрішнього туризму, а також менеджер з зовнішнього туризму. Проведений PEST-аналіз показав, що загалом зовнішнє середовище є не досить сприятливим до туристичної галузі та ТА «Караван-Тур». У першу чергу це зумовлено поширенням пандемії коронавірусу та економічними проблемами. Проведений SWOT-аналіз показав, що для туристичної агенції характерним є стратегія обмеженого зростання. ТА «Караван-Тур» слід працювати над усуненням слабких сторін, якими є: слабка рекламна підтримка, обмежені фінансові можливості, низький рівень прибутковості тощо.

Як і більшість вітчизняних туристичних агенцій ТА «Караван-Тур» для організації міжнародних турів використовує у якості основного виду транспорту – літак, тож авіа тури становлять 51% від усіх існуючих туристичних турів. Слід зазначити, що досліджувана компанія активно розвиває й автобусний вид транспорту, тури, які ним обслуговувалися у 2019 р. становлять 41% від загальної кількості турів. ТА «Караван-Тур» зорієнтована саме на організацію та проведення міжнародних автобусних турів. Серед існуючих 31 автобусних турів, по Україні туристична компанія організовує лише 4 автобусних тури. Основними міжнародними напрямками, до яких подорожують туристи є: Австрія, Баварія, Берлін, Італія, Франці, Болгарія.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТУВАННЯ НОВОГО АВТОБУСНОГО ТУРУ НА ТА «КАРАВАН-ТУР»

3.1. Обґрунтування необхідності впровадження нового автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Зважаючи на отримані результати дослідження існуючих автобусних турів на ТА «Караван-Тур» ми прийшли до висновку, що туристична компанія має великий досвід у проведенні автобусних турів, проте більшість із них підприємство організовує за межами України у якості виїзних поїздок. Враховуючи вплив всесвітньої пандемії туристична галузь почне своє відродження з внутрішнього туризму, адже саме поїздки по власній країні є основним драйвером збереження та відродження галузі.

Аналіз використання транспортних засобів на внутрішньому туристичному ринку показав, що більшість турів проводиться з використанням автомобільного транспорту, зокрема автобусного.

Корона-криза призвела й до зміни у вподобаннях на туристичний продукт. Не в змозі забезпечити задоволення пізнавальних вражень в інших країнах, вітчизняний турист прагне відшукати подібні враження на вітчизняному туристичному ринку. Все частіше туристи почали поєднувати задоволення культурно-пізнавальних потреб й вирішення бізнесових питань. Одним із таких видів туризму є гастрономічний туризм, який здатний одночасно задовольнити гастрономічні смаки подорожуючих та визначити місця, де існує екологічний вітчизняний продукт.

Гастрономічний туризм – це порівняно новий вид туризму, особливо на українському ринку туристичних послуг, який розвивається завдяки тому, що третину свої витрат туристи витрачають на задоволення потреби у харчуванні.

Тому страви туристичного напрямку є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [66].

Крім того, гастрономічний тур є особливим й за технологією організації, адже має на меті вивчення певного виду кухні чи дегустацію монопродукту. Тобто гастрономічний туризм – це вид туризму, пов’язаний із ознайомленням з виробництвом, технологією приготування їжі та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями певного регіону [6].

Гастрономічний тур надає можливість туристу:

відвідувати ресторани та інші заклади національної кухні;

брати участь у гастрономічних фестивалях;

ознайомитись з історією та рецептами певних видів страв чи продукції;

спробувати себе у приготуванні.

Проте, не усім туристам цікавий даний вид відпочину та й не кожен може собі його дозволити. Найчастіше гастрономічними турами цікавляться:

туристи, які хочуть урізноманітнити своє туристичне життя;

туристи, які ведуть здоровий спосіб життя і займаються пошуком екологічних продуктів;

гурмани;

туристи, робота яких пов’язана з приготуванням їжі;

представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних турів [18].

Вивчивши існуючі автобусні гастрономічні тури Полтавщини, ми вирішили, що для ТА «Караван-Тур» буде унікальним тур «Шляхами еко-сироварень центральної України», розрахований на декілька груп цільової аудиторії: туристів-гурманів; туристів, які використовують гастрономічний туризм для власного бізнесу; туристів, які хочуть дослідити вітчизняний ринок монопродукту – сиру. Адже, щоб скуштувати смачного сиру, не обов’язково потрібно їхати за кордон, вітчизняні сировари роблять не гірше.

Запропонований гастрономічний тур матиме сільське «зелене», еко-направлення. Основною метою туру буде дегустація саме екологічно чистого

продукту – сиру, виготовленого з якісної сільської продукції без будь-яких добавок. Новий туристичний маршрут зможе довести, що виготовляти якісні та смачні сири вміють й у Полтавській та сусідніх областях. Вітчизняні аналоги пармезану, рокфор та шевре можна відшукати на найкращих еко-сироварнях Київської, Черкаської та Полтавської областей. Незважаючи на українське походження, смак цих елітних сирів неймовірний, стандарти якості не гірші, а ціна набагато нижча.

Враховуючи те, що всі основні туристичні об'єкти знаходяться у сільській місцевості та на значній протяжності один від одного, найпривабливішим у цьому випадку залишається автобус.

Однією з особливостей автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» буде те, що туристи не лише зможуть відвідувати ферми, на яких утримуються тварини, що є основним джерелом продукції, побувають на виробництві сиру, проведитимуть дегустацію цього продукту та зможуть взяти участь у безпосередньому процесі виготовлення сиру, а й зможуть закупити певну кількість продукту, що зацікавить туриста. З цією метою туристичною компанією буде орендовано спеціальний туристичний автобус з холодильником у салоні автобуса.

Ми пропонуємо груповий гастрономічний тур, зважаючи на те, що цей вид туризму й так є дорогим, а в індивідуальній формі він буде дуже дороговартісним.

Визначаючись з територією проведення автобусного гастрономічного туру, ми прийняли рішення про дослідження сироварень Полтавської, Черкаської та Київської області.

Основними об'єктами нашого автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» стануть еко-сироварні, дегустаційні зали та ферми, де утримуються тварини.

На території Полтавської області буде оглянуто 3 еко-сироварень та 1 невеличку ферму у с. Лесяківка:

«Сироварня Блонських» (с. Вовнянка) – сімейна сироварня й невеличке фермерське господарство. Місія сироварні – це робити сири для людей. І не лише задля задоволення смакових рецепторів, а і для зміцнення здоров'я. Саме тому на підприємстві приділяється особлива увага вибору сировини, підходу до виробництва та постійному удосконаленню. До складу сирів «Сироварня Блонських» входить лише молоко, сіль та молокозгорнувальний фермент; жодних штучних барвників, консервантів чи заквасок. Враховуючи те, що сироварня невелика, сир готується на дровах, що надає йому особливого смаку. На виробництві багато ручної роботи не через брак коштів, а через унікальну технологію приготування, яку можливо досягти лише ручною працею (рис. 3.1) [33].



Рис. 3.1. Сімейна сироварня «Сироварня Блонських»

«Лесяківська сироварня» (с. Лесяків) – це велика молочна ферма, на базі якої побудована сироварня, має хорошу репутацію завдяки високоякісному молоку екстра-класу від племінних корів. Багаторічна робота над створенням хороших умов та професійним підбором раціону для корів дала результати. На сьогоднішній день на цій сироварні дійсно виготовляють сири високої якості та смачні кисломолочні продукти із власного якісного молока. На підприємстві

існує повний замкнутий цикл виробництва (від польового до сирного), що є запорукою контролю якості продукції на кожному кроці (рис. 3.2) [19].



Рис. 3.2. «Лесяківська сироварня»

«Сергіївська Сироварня», що розташована у с. Сергіївка та закуповує якісне молоко для виробництва сирів у місцевого населення. Це невеличка молода сироварня, яка розрахована на задоволення потреб власного ОТГ. У сироварні виготовляють натуральний твердий сир екстра класу (рис. 3.3) [29].



Рис. 3.3. «Сергіївська Сироварня»

На Черкащині туристи відвідують лише один об'єкт – родинну сироварню в Шполянському районі Черкаської обл, на якій виготовляють 12 видів сирів, серед яких бринза і різновиди твердих італійських сирів. Сімейство переселенців з Криму зуміло організувати невелике господарство, що здатне забезпечити якісним сиrom свій район. Серед сирного асортименту можна назвати сир Качотта, Кремовий сир Рікотта, Скаморца (рис. 3.4) [30].



Рис. 3.4. Родинна сироварню в Шполянському районі Черкаської обл

Основними об'єктами Київської області будуть:

«Додообра ферма» в село Івки, поблизу Богуслава, де розташоване фермерське господарство, продукція якого прирівнюється за якістю і смаком до найкращих європейських аналогів. На «Додообрій фермі» кількасот голів корів і кіз, з молока яких виготовляється прекрасні продукти: витримані тверді козячі й коров'ячі сири, бринза, солодкі сирки із сухофруктами та медом, солоні сирки із зеленню, оливками, горіхами, різні твороги та м'які сири типу адигейського, масла, в тому числі із сіллю та часником (рис. 3.5) [59].



Рис. 3.5. «Додообра ферма»

Фермерське господарство «Бабині кози» у с. Галайки, що займається племінним розведенням кіз зааненської породи та виробництвом козячого молока. Тут виготовляється безліч вишуканих сортів сиру лише з козячого молока. Сиру тут з різноманітними смаковими добавками, вишукані й неповторні. Також, на території є мануфактура по виробництву мила, аналогів якому немає в світі (рис. 3.6) [31].



Рис. 3.6. «Бабині кози»

Ферма «Motherfarm» (с. Малі Дісовці) випускає як традиційну продукцію – молоко, сир, сметану, масло, так й унікальні, екологічно чисті молочні продукти харчування – масло Гі і сир «Панир», що в перекладі з хінді означає просто «сир». Панир виходить шляхом кип'ятіння молока. Його можна смажити, додавати в різні страви, робити з нього солодощі. Важко перелічити всі страви, солодкі і солоні, які можна з нього зробити. Особливістю даного фермерського господарства є те, що їх власники пропагандують ідею ненасильства: більшість продукції виробляється на еко-фермі з молока

захищених корів, тобто тих, які ніколи не підуть на забій, за ними доглядають до останнього дня. Тому кожен продукт «Motherfarm» несе в собі енергію любові (рис. 3.7) [58].



Рис. 3.7. Ферма «Motherfarm»

Сироварня «Бабусяна торбина» (с. Дударків) – це сімейна сироварня, де виробляють багато видів смачного сиру з козячого та коров'ячого молока, є бринза, панир і приголомшливі м'які сири з зеленню. Найпопулярнішим є місцевий сир «Ранковий» із коров'ячого молока за рецептом ще радянських часів. Особливість цього сиру в тому, що у нього вічка не круглі, а зіркоподібні. Він більш крихкий, проте має дуже вершковий ніжний смак. Головною місією діяльності сироваоні є надання покупцям можливість споживати дійсно натуральні, екологічні, чисті, свіжі, домашні сири, корисні для здоров'я (рис. 3.8) [32].



Рис. 3.8. Сироварня «Бабусяна торбина»

Визначившись з основними гастрономічними об'єктами туру необхідно побудувати маршрут переміщення (рис. 3.9).

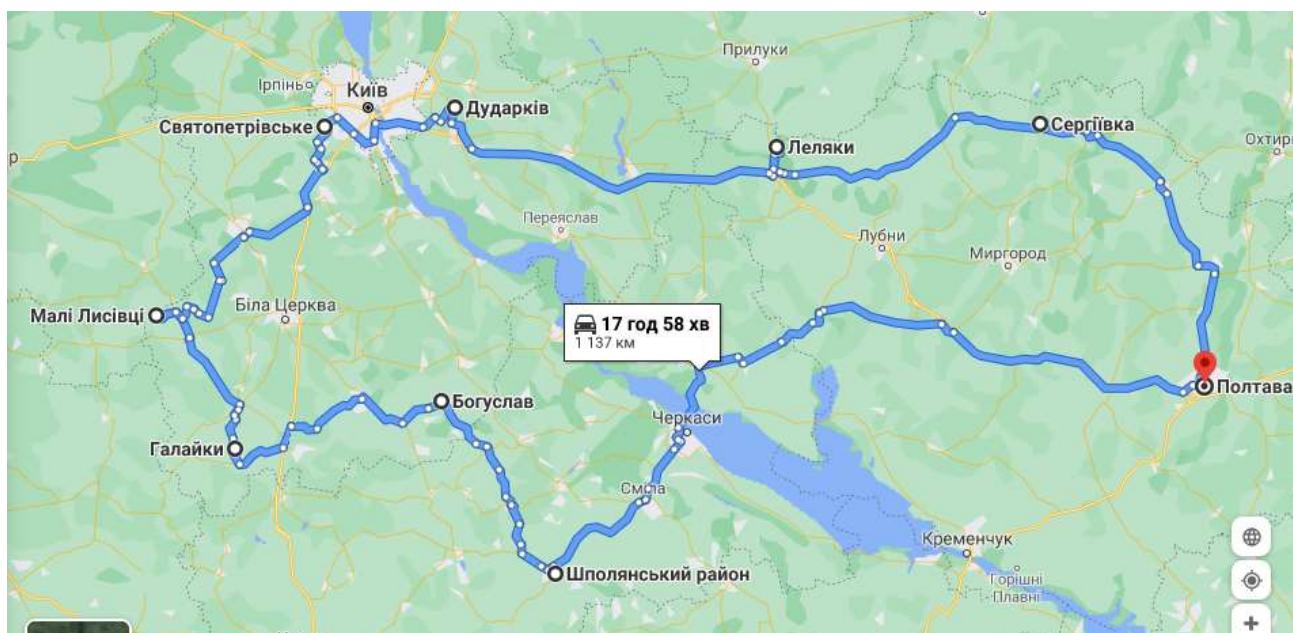


Рис. 3.9. Скріншот автобусного гастрономічного маршруту «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Крім цього, по ходу маршруту туристи будуть мати можливість відвідати декілька визначних місць тих DESTINATION, у яких перебуватимуть. На ночівлю туристи залишатимуться у номерах готелів. Харчуватися будуть як під час дегустаційних проб, так і в інших закладах харчування.

Відвідавши запропонований автобусний гастрономічний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» туристи отримають:

- відвідування еко ферм;
- відвідування еко-сироварень;
- візьмуть участь у майстер-клас з сироваріння;
- ознайомляться з історією та деякими рецептами сирів;
- зможуть закупити сирну продукцію, що викликала найбільший інтерес;
- відвідають культові місця м. Богуслав та с. Святопетрівське Київської області.

Даний автобусний гастрономічний тур дозволить туристичній компанії:

використати свій досвід організації виїзних автобусних турів на вітчизняному ринку;

урізноманітнити перелік внутрішніх автобусних турів;

даний тур можна проводити у міжсезонний період;

сприяти розвитку місцевих еко господарств та виробників сирної продукції;

пропагувати якісне харчування.

Щодо тривалості проведення запропонованого туру пропонуємо обмежитися 3 днями 2 ночами, враховуючи практичний досвід популярності нетривалих турів.

Запропонований автобусний гастрономічний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» розрахований на жителів м. Полтави та Полтавської області із вище середнім рівнем достатку. У таблиці 3.1 наведено загальну характеристику нового запропонованого туру з основними показниками.

Таблиця 3.1

Загальна характеристика туру

Назва туру	«Шляхами еко-сироварень центральної України»
Обрані області України	Полтавська, Черкаська, Київська
Обрані основні пункти маршруту	Сімейна «Сироварня Бронських»; Родинна сироварню в Шполянському районі Черкащини; «Доообра ферма» (Богуслав); Фермерське господарство «Бабині кози»(с. Галайки); Ферма «Motherfarm» (с. Малі Лісовці); Сироварня «Бабусина торбина» (с. Дударків); «Леляківська сироварня» (с. Леляків); «Сергіївська Сироварня»
Тип маршруту	Кільцевий
Вид транспорту	Туристичний автобус 4 класу
Кількість туристів у групі	26
Тривалість туру	3 дні / 2 ночі
Відстань між об'єктами	1060 км
Сумарна відстань по маршруту	1150 км
Час на переміщення між об'єктами	16 год
Загальний час переміщення	18 год

Отже, запропонований нами тур є:

груповим, з кількістю 26 туристів;
за формою організації – організований, плановий;
за тривалістю – короткотривалий (3 дні);
за категорією цільової аудиторії – змішаний;
за основним видом транспорту – автобусний;
за типом маршруту – кільцевий.

Використовуючи технологію створення автобусних гастрономічних турів ми намагалися насити гастрономічну програму туру, з цією метою планується проведення 8 дегустаційних заходів, 2 майстер-класів, 2 відвідувань ферм із тваринами, 2 культурно-пізнавальних екскурсій та 2 вечірніх прогулянок.

Отже, автобусний гастрономічний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» має за мету урізноманітнення асортименту внутрішніх автобусних турів, задоволення гастрономічних потреб туристів шляхом відвідування дегустаційних заходів та популяризація якісного вітчизняного еко продукту – сиру. Девізом туру є «Обирай своє: якісне та природне».

3.2. Створення, впровадження та просування автобусного туру

Планування даного туру розпочинається з обрання компанії, яка надасть в оренду основний вид транспорту – автобус, який буде відповідати основним вимогам, які виставила ТА «Караван-Тур» до даного виду транспорту, а саме:

комфортабельність. Туристичний автобус повинен бути обладнаний всіма необхідними для подорожі опціями;

пасажирські сидіння повинні бути м'якими зі спинкою, що регулюється. Сидіння повинні мати функцію відсовування одне від одного не менше ніж на 7 см., що дозволить кожному туристу обрати зручне положення розміщення під час руху;

автобус повинен мати потужний двигун (сільська місцевість може зустріти поганими дорогами);

автобус повинен бути оснащений багажним відділенням;

транспортний засіб повинен мати кондиціонер для охолодження повітря в салоні автобуса включає в себе систему індивідуального обдуву управління якою знаходиться над сидіннями пасажирів;

мультимедійна система автобуса повинна включати в себе радіоприймач, програвач музичних та відео дисків JVC з USB портом який інтегрований до заводської бортової мультимедіа системою Blaupunkt;

відеоматеріали повинні відтворюються на LCD відео монітор-17” розташований по середині в передній частині салону автобус на стелі;

до звукової системи автобуса повинен бути підключений мікрофон для гідів та водія.

автобус має бути обладнаний бездротовою системою розподілення мережевого трафіку, що забезпечує подорожуючим безкоштовний доступу до мережі інтернет під час руху – Free Wi-Fi;

в автобусі повинні бути присутні розетки з напругою – 220В, які закріплені в нижній частині полиць для індивідуальних речей за допомогою яких пасажирів можуть зручно заряджати портативні електронні прилади під час руху.

автобус має бути обладнаний системою індивідуального освітлення;

автобус повинен бути з холодильником у салоні автобуса;

у транспортному засобі має бути бортова міні кухня та туалет.

усі системи автобуса повинні працювати та знаходитися у гарному стані.

Такий транспортний засіб, а саме автобус Neoplan N212 з 36 пасажиромісцями змогла запропонувати компанія-перевізник «Auto Comfort: пасажирські перевезення», головний офіс якої знаходиться в м. Києві за адресою: вул. Службова, 5. У м. Полтава діє їх представник (рис. 3.10) [65].

Між ТА «Караван-Тур» та компанією перевізником було укладено договір-оренди, відповідно до якого туристична агенція оплачує:

вартість оренди, що розраховується як вартість 15 грн /за 1 км. Довжина автобусного туру становить 1150 км. Тож загальна вартість оренди 17250 грн;

добові на 1 водія у сумі 1000 грн за 1 добу. Автобус надається в оренду на 3 доби, тож загальна сума добових водієві склала 3000 грн;

вартість проживання у номерах готелю, що склала 180 грн (м. Богослав) та 450 грн (с. Святопетрівське). Загальна сума витрат на проживання 630 грн.

Загальна сума транспортних витрат склала: $17250+3000+630=20880$ грн.



Рис. 3.10. Туристичний автобус Neoplan N212 з 36 пасажиро місцями

Наступним етапом розробки туру є пошуку засобів розміщення. Вибір закладів розміщення зумовлений розміщенням основних туристичних об'єктів на маршруті. Так, першу зупинку на ночівлю туристи матимуть у готелі «Boguslav» за адресою: вул. Шевченко 48/1. Зважаючи на те, що група туристів чисельна, а закладів розміщення, які можуть запропонувати якісні умови розміщення такої кількості туристів, небагато, то умови, запропоновані готелем «Boguslav» виявилися приємливими. Готель розташований у центрі міста, номери зі зручностями. До послуг гостей сад, безкоштовний Wi-Fi та цілодобова стійка реєстрації. Стандартний двомісний номер з 2 односпальними ліжками коштує 360 грн, напівлюкс – 540 грн. Туристичною агенцією оплачено 7 стандартних номерів на суму 2520 грн. та 6 напівлюксів на суму 3240 грн. загальна сума ночівлі в готелі «Boguslav» склала – 5760 грн.

Наступну ніч туристи проведуть у готелі «Biruza Club», що розміщений у с. Старопетрівському на вул. Богдана Хмельницького, 28а. Готель із рестораном, сезонним відкритим басейном, баром і садом. У готелі здійснюється обслуговування номерів і надається безкоштовний Wi-Fi на всій території. В усіх номерах встановлено шафу для одягу. До послуг гостей номерів готелю письмовий стіл, телевізор із плоским екраном і власна ванна кімната. Щоранку в помешканні подається сніданок по меню. Двомісні стандартні номери з окремими ліжками коштують 900 грн, напівлюкс – 1000 грн. Туристична агенція «Караван-Тур» придбала 7 стандартних номерів на суму 6300 грн. та 6 напівлюксів на суму 6000 грн. загальна сума ночівлі в готелі «Biruza Club» склала – 12200 грн.

Снідати другого дня туристи будуть у ресторані готелю, вартість сніданків не входить у вартість проживання й становить 100 грн з особи. Загальна вартість сніданку другого дня складає 2600 грн. Вартість сніданку у готелі «Biruza Club» (третій день) входить у вартість проживання. Окремо обідні перерви для туристів організовуватися не будуть. Враховуючи те, що щодня вони будуть відвідувати 2-3 дегустаційні заходи, потреба в повноцінному обіді відпадає. За бажанням туристи матимуть можливість додатково поїсти в закладах харчування на шляху маршруту. Вечері також будуть проводитися самостійно, за бажанням туристів.

Для нового автобусного гастрономічного туру туристичною компанією підготовлена наступна гастрономічна програма (табл. 3.2)

Таблиця 3.2

Гастрономічна програма автобусного туру «Шляхами еко-сироварень
центральної України»

Гастрономічний об'єкт	День туру	Час перебування	Основні заходи на об'єкті	Відстань до об'єкту	Вартість на 1 особу, грн	Вартість групи (26 осіб), грн
1	2	3	4	5	6	7
Сімейна «Сироварня Бронських»	1	1 год	екскурсія виробництвом; дегустація; покупка	93 км	120	3120

Продовження табл. 3.2

1	2	3	4	5	6	7
Родинна сироварню в Шполянському районі Черкащини	1	1 год	екскурсія виробництвом; дегустація; покупка	244 км.	80	2080
«Додообра ферма» (Богуслав)	1	2 год	екскурсія на ферму; екскурсія виробництвом; дегустація; покупка	108 км.	150	3900
Фермерське господарство «Бабині кози»(с. Галайки)	2	2 год 30 хв	екскурсія на ферму; екскурсія виробництвом; дегустація; майстер-клас з ручного доїння; миловарня	93 км	200	5200
Ферма «Motherfarm» (с. Малі Лісовці)	2	2 год	екскурсія на ферму; екскурсія виробництвом; дегустація; покупка	68 км	140	3640
Сироварня «Бабушина торбина» (с. Дударків)	3	2 год	екскурсія виробництвом; майстер-клас з виготовлення сиру; дегустація; покупка	167 км	150	3900
«Лесяківська сироварня» (с. Лесяків)	3	2 год	екскурсія на ферму; екскурсія виробництвом; дегустація; покупка	140 км.	150	3900
«Сергіївська Сироварня»	3	1 год	огляд сироварні; дегустація; покупка	115 км	70	1820
Загалом	3 дні	13 год 30 хв	ферм – 4 виробництв – 8 дегустацій – 8 майстер-класів – 2	1028 км	1060	27560

Необхідно зазначити, що крім основних гастрономічних об'єктів, туристи матимуть ще 2 невеличкі культурно-пізнавальні екскурсійні програми, що дозволять урізноманітнити туристичну діяльність подорожуючих та сформувати у них певну зацікавленість відвіданими туристичними DESTINATIONAMI (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Екскурсійна програма автобусного туру «Шляхами еко-сироварень
центральної України»

Екскурсійний об'єкт	День туру	Час пере- бування	Вартість на 1 особу, грн	Вартість групи (26 осіб), грн
Культурно-оглядова екскурсійна програма «Богуслав – старовинне містечко на Росі»	2	2 год	15	390
Екскурсійна програма «Від Майдану до війни»	3	1 год	10	260
Загалом		3 год	25	650

Розглянувши загальні характеристики туру, перейдемо до таблиці 3.4, де зазначимо програму автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Таблиця 3.4

Програма автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Час	Заходи
1	2
1-й день	
06:30 – 06:45	Зустріч туристів біля туристичного автобусу
06:45 – 08:15 (92 км)	Інструктаж. Переїзд з м. Полтава до с. Вовнянка Миргородського р-н
08:15 – 09:15	Відвідування сімейної «Сироварні Бронських»
09:15: 13:15 (244 км)	Переїзд до Шполянського району Черкаської області
13:15 – 14:15	Відвідування родинної сироварні в Шполянському районі Черкащини
14:15 – 16:00 (108 км)	Переїзд до с. Івки поблизу Богуслава
16:00 – 18:00	Відвідування «Додообра ферма» (Богуслав)
18:00 – 18:30	Заселення до готелю «Boguslav»
18:30 – 20:30	Вечірня прогулянка
20:30 -	Вільний час, ночівля
2-й день	
07:00 – 07:30	Сніданок в ресторані готелю «Boguslav»
07:30 – 08:00	Виселення з готелю
08:00 – 10:00	Культурно-оглядова екскурсійна програма «Богуслав – старовинне містечко на Росі»
10:00 – 11:30 (99 км)	Переїзд до с. с. Галайки
11:30 – 14:00	Відвідування фермерського господарства «Бабині кози»(с. Галайки)
14:00 – 15:00	Переїзд до с. Малі Лісовці
15:00 – 17:00	Відвідування ферми «Motherfarm» (с. Малі Лісовці)
17:00 – 19:00	Переїзд до с. Святопетрівське
19:00 – 19:30	Поселення до готелю «Biruza Club»
19:30 – 21:00	Вечірня прогулянка
21:00 -	Вільний час, ночівля

1	2
3-й день	
07:00 – 07:30	Сніданок в номерах готелю «Biruza Club»
07:30 – 08:00	Виселення з готелю
08:00 – 09:00	Екскурсійна програма «Від Майдану до війни»
09:00 – 10:00 (63 км)	Переїзд до с. Дударків
10:00 – 12:00	Відвідування сироварні «Бабушина торбина» (с. Дударків)
12:00 – 13:40 (140 км)	Переїзд до с. Леляків
13:40 – 15:40	Відвідування «Леляківської сироварні» (с. Леляків)
15:40 – 17:00 (115 км)	Переїзд до с. Сергіївка
17:00 – 18:00	Відвідування «Сергіївської Сироварні»
18:00 – 20:00 (135 км)	Завершення екскурсійного маршруту, від'їзд до м. Полтава
20:00	Орієнтовний час прибуття до м. Полтава

Першим закладом, який відвідають туристи у своєму автобусному гастрономічному турі «Шляхами еко-сироварень центральної України» буде сімейна «Сироварня Бронських» у с. Вовнянка Миргородського р-н. Це невеличка сироварня, у якій приготування сиру відбувається в ручну й на дровах, що робить сири даної сироварні неповторними й унікальними. Туристи зможуть побачити унікальний процес приготування одного з видів сиру. Серед запропонованого асортименту будуть власно створені продукти: фермерські, авторські, з власною назвою і історією молоді, напівтверді, с пліснявою і м'які сири. Дегустування проводиться разом з часом та кавою. Є можливість придбання сирної продукції.

Цього ж дня туристи відвідають іншу, не менш унікальну сімейну сироварню в Шполянському районі Черкаської обл., на якій виготовляють бринзу та тверді італійські сири. Після оглядової екскурсії господарем сироварні, гостям пропонують дегустаційну тарілку із 12 існуючих на сьогоднішній день видів сиру. Найпопулярніші сири родинної сироварні: Качотта – напівтвердий сир, зроблений зі спеціями: паприка помідор базилік, оливки; Кремовий сир Рікотта, Скаморца – напівм'який сир.

Придбавши бажану продукцію, далі туристи попрямують на Київщину і першим гастрономічним об'єктом Київської області, що відвідають туристи першого дня, буде фермерське господарство «Доообра ферма» в с. Івки, поблизу Богуслава. Тут відбудеться екскурсія по тваринній фермі, де туристи зможуть побачити умови, в яких утримуються тварини. Обов'язкова екскурсія виробництвом сиру, на якій дбайливі господарі-виробники покажуть свої найкращі витвори, а наприкінці екскурсії буде проведена дегустація українських фермерських сирів з келихом вина або філіжанкою кави. Також можна буде здійснити їх закупівлю.

У м. Богуслав туристи зупиняться на ночівлю, тому, після відвідування фермерського господарства, вони відправляться на заселення до однойменного готелю «Boguslav». Увечері на подорожуючих чекає захоплююча прогулянка нічним містом з відвідуванням за бажанням місцевих закладів харчування.

Наступного дня, після виселення з готелю, на туристів чекає двогодинна культурно-оглядова екскурсійна програма «Богуслав – старовинне містечко на Росі» у ході якої подорожуючі зможуть оглянути скелі регіонального ландшафтного парку «Богуславль» та відвідати культові споруди міста.

Далі туристи попрямують до с. Галайки, на ферму «Бабині кози», на якій теж відвідають подібну програму, яка включатиме «знайомство» з козами, вивчення виробничого процесу, дегустація та закупівля сирів. От тільки сири на цій еко-сироварні вже будуть інші. На відміну від доооброфермських сирів, із смаками, які можна назвати більш-менш традиційними, у Галайках можна скуштувати виключно козячі сири особливого смаку – гострі із пліснявою, проте, не менш смачні та якісні. До сирної тарілки на дегустації подається червоне сухе вино, трав'яний чай. Після дегустації гурмани зможуть придбати продукцію за доступною ціною. Бажаючи туристи отримують тут майстер-клас по ручному доїнню кіз. Власноруч надоїне молоко туристи зможуть скуштувати.

Далі туристи цього дня попрямують до еко ферми «Morherfarm», що розташована у с. Малі Лісовці. На даній еко-фермі туристи зможуть побачити повний цикл виробництва: власна ферма; власні корови; власний молочний цех.

Сири тут виробляються виключно з натуральних компонентів, без шкідливих домішок і консервантів. Тільки молоко і натуральні молочні закваски.

На цьому об'єкті гастрономічні подорожі другого дня туру завершуються, туристи прямують до с. Святопетрівське, де вони матимуть ночівлю у готелі «Biruza Club». Після заселення до готелю, на всіх бажаючих чекає вечірня прогулянка.

Останній день автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» розпочнеться зі сніданку в номер готелю та виселення з нього. Далі туристи матимуть годинну екскурсійну програму «Від Майдану до війни» у ході якої відвідають спортивно-патріотичний клуб «Доброволець», відкритий на честь загиблих кіборгів у непроголошеній війні.

Далі туристи поїдуть до останнього туристичного об'єкту Київської області – сироварні «Бабусина торбина», що розташувалася у с. Дударків. На цьому виробництві виготовляють тверді та м'які сорти сиру з козячого та коров'ячого молока. Туристи зможуть отримати майстер-клас з виготовлення найпопулярнішого на виробництві м'якого виду коров'ячого сиру «Ранковий»

Цього ж дня туристи відвідають ще дві еко-сироварні вже на території Полтавської області. Спочатку це буде «Леляківська сироварня» у с. Леляків, що представлена повним циклом виробництва – від випасання худоби до продажу готових сирів. Тож туристи зможуть побачити самих тварин, основний процес виготовлення, скуштувати готовий продукт та, за бажанням, придбати як окремі види сиру, так і спеціально підготовлений набір сирів.

Останнім об'єктом автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» буде сироварня у с. Сергіївка з однойменною назвою, що спеціалізується на виготовленні натурального твердого сиру екстра класу. Цей об'єкт цікавий для туристів тим, що сироварня відкрилася менше року тому, є невеличкою і направлена на забезпечення якісним сиром своєї громади та сусідніх. Враховуючи те, що знаходиться неподалік Полтави, може бути цікавою для туристів. На цій сироварні туристи побачать основний процес виготовлення сиру та проведуть дегустацію.

На цьому основні туристичні об'єкти закінчуються. Туристи відправляються до кінцевої точки прибуття – м. Полтава.

Наступним не менш важливим етапом є просування туристичного продукту. Найбільш ефективно поширення інформації про запропонований внутрішній автобусний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» буде з використанням декількох каналів, враховуючи при цьому:

- охоплення – показник можливого числа адресатів, до яких вдасться донести повідомлення за звичайних умов;

- доступність – показник можливості використання певного каналу в будь-який потрібний момент;

- вартість – загальні витрати на одну публікацію (передачу) певного рекламного повідомлення, знижки на багаторазовість, вартість одного рекламного контакту з урахуванням тиражу (кількості глядачів, слухачів);

- керованість – показник можливості управляти каналом, наприклад передавати повідомлення конкретній цільовій групі;

- авторитетність – ступінь авторитетності каналу передачі інформації у цільової групи та довіри до нього;

- сервісність – можливість одержання рекламодавцем пакету відповідних послуг.

Для просування даного виду туру пропонуємо скористатися наступними шляхами для інформування цільової аудиторії про захід:

- пряме звернення (пошта, кур'єрська доставка);

- директ-маркетинг (поштова розсилка особливих запрошень, буклетів заходу та ін);

- телемаркетинг (розсилка персональних факсів);

- робота з існуючими базами даних (джерелами для бази даних слугують результати попередніх туристичних заходів);

- інтернет (з цією метою використовують власний сайт, банери заходу, анонси для розсилки на спеціалізованих сайтах, підготовлені тексти для прямих розсилок та розсилок новин передплатникам);

реклама в засобах масової інформації (ЗМІ).

Найефективнішими каналами просування даного туру ми вважаємо:

Рекламу в засобах масової інформації. Так як реклама є компонентом маркетингової політики, спрямований на інформування про туристичні маршрути. Саме від реклами залежить чи обере клієнт запропонований тур чи ні. Окрім того, слід враховувати, що в рекламі можна зацентувати на перевагах саме цього внутрішнього автобусного гастрономічного туру. Характер реклами, що «Шляхами еко-сироварень центральної України» є інформативним, дана реклама є масовою, національною за масштабністю, засоби поширення: преса, друковані листівки, радіо – та телереклама. Дана реклама спрямована на просування збуту даного туристичного продукту.

Скориставшись досвідом проведення акційних заходів, туристичній агенції в якості каналу просування даного продукту, можна запропонувати провести конкурс на знання видів сиру, а призовий фонд – знижка на туристичний продукт «Шляхами еко-сироварень центральної України».

Розроблення різноманітного довідкового матеріалу про запропонований тур у вигляді буклетів, флаєрів, невеличких довідників, в яких вказано програма туру, послуги, що входять у вартість путівки, коротка інформація про основні туристичні об'єкти та порівняльний аналіз вартості одного дня подібного туру інших туристичних компаній, також допоможе розповсюдити інформацію про новий тур та знайти свою цільову аудиторію туристів.

Так як тур розрахований на жителів м. Полтава та Полтавської області, то рекламні плакати можна розмістити в успішних компаніях, дохід робітників яких може дозволити собі автобусний гастрономічний тур.

Витрати на впровадження рекламної програми ми заклали в межах 5000 грн. Сюди віднесли:

друк інформаційних листівок, флаєрів та довідників. (близько 1000 грн.).

реклама у пресі за нинішніми цінами становитиме близько 700 грн.

виготовлення зовнішньої реклами обійдеться приблизно в 800 грн.

витрати на знижку для проведення конкурсу – близько 2500 грн.

На нашу думку, для просування даного туристичного продукту ці витрати будуть незначними. Адже за допомогою реклами можна привернути увагу не лише до конкретного туру, а й до всієї туристичної кампанії.

Отже, етап просування туристичного продукту є важливою частиною діяльності туристичного підприємства і саме від нього в більшій мірі залежить чи зможе турагенство реалізувати свій туристичний продукт чи ні. Тому для туроператорів дуже важливим етапом своєї діяльності є якісне проведення рекламної програми.

Таким чином, протягом трьох днів автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» туристи відвідають 8 сироварень у трьох областях України: Полтавській, Черкаській, Київській, ознайомляться із умовами утримання тварин, з молока яких виготовляють сири на 4 приватних фермах, візьмуть участь у 8 дегустаційних заходах, відвідають 2 майстер-класи та 2 культурно-екскурсійних заходів. Крім цього на кожному з гастрономічних об'єктів туристи матимуть змогу купити різні види сирів та зберігати їх у холодильнику, що знаходиться в салоні автобусу. Після просування туристичного продукту турагенству необхідно перейти до наступного етапу діяльності туристичної фірми – продаж туру. Під продажем автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» розуміється процес реалізації туристичних ваучерів безпосередньо самим туристичним оператором чи посередником.

3.3. Розрахунок економічної доцільності запропонованого туру

Обґрунтування формування ціни туристичного продукту є дуже важливим етапом для успішного економічного розвитку туристичного підприємства, оскільки саме від цього залежить дохід організації. Ціноутворення в туристичній діяльності має ряд особливостей: високий ступінь впливу конкурентів, між встановленням ціни і купівлею-продажем турпродукту

часто проходить досить багато часу; сезонність цін і тарифів; великий вплив вартості операцій на попит; залежність ціни від виду туру [27, с.67-68].

Для встановлення вартості автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» ми скористаємося витратним методом ціноутворення, що побудований на калькулюванні повної собівартості турпродукту.

Спосіб підрахунку за допомогою даного методу полягає в підрахунку сукупності витрат і прибутку (3.1):

$$З_v = П_v + Д_v + П_p \quad (3.1)$$

$З_v$ – загальна вартість турпакету

$П_v$ – разом прямі витрати;

$Д_v$ – вартість додаткових послуг;

$П_p$ – прибуток отриманий туроператором в результаті реалізації турпакету.

Прибуток розглядається, як додаток певної надбавки до сумарних витрат. Прибутком є кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, визначається як різниця між виручкою і прямими витратами.

Слід зазначити, що у вартість запропонованого туристичного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» входить:

транспортні послуги протягом усього туристичного маршруту;

вартість гастрономічно-екскурсійного обслуговування (відвідування 8 основних гастрономічних об'єктів з дегустацією та 2 екскурсійні програми);

витрати на проживання (1 ніч в готелі «Boguslav»; 1 ніч в готелі «Biruza Club»);

сніданки (1 оплачується окремо, 1 входить у вартість проживання);

вартість страхування;

витрати понесені на просування туристичного туру.

До туру не включено:

додаткове харчування;

алкогольні напої;

витрати на придбання зразків сиру;
особисті витрати.

Для визначення загальної вартості туру, визначимо прямі витрати турпакету: транспортні витрати, проживання, харчування, страховка, вартість гастрономічного та екскурсійного обслуговування. Вартість розробленого туру буде визначатися у національній українській валюті – гривні.

Для обслуговування автобусного гастрономічного туру туристична агенція «Караван-Тур» уклала договір з транспортною компанією «Auto Comfort: пасажирські перевезення», яка надала в оренду автобус марки Neoplan N212 (36 місць).

Загальна вартість оренди включає: оплату протяжність маршруту, добові водія та вартість проживання в готелях. Відповідно до умов договору вартість 1 км маршруту становить 15 грн. Більш детальні розрахунки транспортних послуг наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунки транспортних витрат на проведення автобусного туру
«Шляхами еко-сироварень центральної України»

№ з/п	Стаття витрат	Вартість одиниці, грн	Показники	Загальна сума витрат, грн
1.	Вартість 1 км за межами населеного пункту, грн	15	1150 км	17250
2.	Добові водієві	1000	3 дні	3000
3.	Вартість проживання у «Boguslav»	180	1 ніч	180
4.	Вартість проживання у «Biruz Club»	450	1 ніч	450
	Всього транспортні витрати			20880

Отже, з наведених розрахунків можна зробити висновок про те, що загальні транспортні витрати автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» складуть 20880 грн. В перерахунку на 1 особу – ця сума становитиме 803 грн. висока вартість оренда зумовлена значними вимогами до класності та комфортності туристичного автобусу, а також обов'язкової наявності холодильника в салоні автобусу.

Далі слід розрахувати витрати на проживання, які будуть включені у вартість нашого туру (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Розрахунок вартості розміщення туристів

№ п.п.	Стаття витрат	Вартість за 1 ніч на 1 особу у номері стандарт, грн	Вартість за 1 ніч на 1 особу у номері напівлюкс, грн	Кількість стандарт місць	Кількість місць напівлюкс	Загальна вартість, грн
1.	Готель «Boguslavl»	180	270	14	12	5760
2.	Готель «Biruza Club»	450	500	14	12	12300
	Разом	630	770			18060

Слід зазначити, що туристи будуть зупинятися у номерах двох видів якості: стандартні та напівлюкс. В залежності від обраного номеру буде різнитися загальна вартість ваучера, адже різниця за 2 ночі проживання становить 140 грн. Загальні витрати, що понесе компанія на заклади розміщення складе 18060 грн.

У вартість туру окремо буде розраховано лише вартість 1 сніданку, що становить 2600 грн (по 100 грн на кожного туриста), вартість другого сніданку включена у вартість проживання. Отже, загальні витрати на харчування складуть 2600 грн.

Найбільшою статей витрат даного автобусного туру буде оплата вартості гастрономічної програми, куди входить вартість екскурсій на тваринних фермах, вартість екскурсій на сироварнях, дегустація, майстер-класи. У таблиці 3.7 нами було здійснено детально розрахунки витрат на гастрономічну програму.

Таблиця 3.7

Розрахунок витрат на гастрономічну програму туру

Вид екскурсії	Вартість групової екскурсії	Перерахунок на 1 особу
1	2	3
Сімейна «Сироварня Блонських»	3120	120
Родинна сироварню в Шполянському районі Черкащини	2080	80

Продовження табл. 3.7

«Додообра ферма» (Богуслав)	3900	150
Фермерське господарство «Бабині кози»(с. Галайки)	5200	200
Ферма «Motherfarm» (с. Малі Лісовці)	3640	140
Сироварня «Бабусина торбина» (с. Дударків)	3900	150
«Леляківська сироварня»(с. Леляків)	3900	150
«Сергіївська Сироварня»	1820	70
Разом	27560	1060

Як бачимо, загальна сума витрат, яку понесе ТА «Караван-Тур» складає 27560 грн.

У наступній таблиці розрахована вартість екскурсійних витрат.

Таблиця 3.8

Розрахунок екскурсійних витрат туру «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Вид екскурсії	Вартість групової екскурсії	Перерахунок на 1 особу
Культурно-оглядова екскурсійна програма «Богуслав – старовинне містечко на Росі»	390	15
Екскурсійна програма «Від Майдану до війни»	260	10
Разом	650	25

Для розрахунку прямих витрат нам необхідна сума, затрачена на страхування. За умовами договору-страхування, вартість страхування кожного туриста становить 5,00 грн в день. Тривалість туру 3 дні. Загальна сума страхування:

$$5,00 \text{ грн.} \times 3 \text{ дні} \times 26 \text{ осіб} = 390 \text{ грн.}$$

Для розрахунку собівартості туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» потрібно знайти суму прямих та додаткових витрати.

$$C_T = P_B + D_B \quad (3.2)$$

де C_T – собівартість туру;

P_B – прямі витрати;

D_B – додаткові витрати.

У ході формування автобусного туру туристична агенція понесла такі додаткові витрати:

роботу менеджера – 1000 грн на 1 добу

загальновиробничі витрати – 5000 грн;

рентабельність туру – 18%.

Крім того до загальної вартості туру необхідно додати непрямі витрати – 10%. Отже, економічні розрахунки собівартості автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» наведено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Калькуляція собівартості автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Назва статі	Вартість на 1 людину, грн	Вартість на групу, грн
Транспортні витрати	803	20880
Вартість маршрутного обслуговування	663	17250
Вартість добових водієві автобусу	115	3000
Вартість проживання водія автобусу у готелях	24	630
Витрати на розміщення	630 / 770	18060
Проживання групи (14 осіб) у стандартних номерах готелю «Boguslav»	180	2520
Проживання групи (12 осіб) у номерах напівлюксготелю «Boguslav»	270	3240
Проживання групи (14 осіб) у стандартних номерах готелю «Biruza Club»	450	6300
Проживання групи (12 осіб) у номерах напівлюксготелю «Biruza Club»	500	6000
Вартість сніданків	100	2600
Вартість гастрономічної програми	1060	27560
Вартість екскурсійної програми	25	650
Страхування	15	390
Робота керівника групи	115	3000
Загальновиробничі витрати	192	5000
Рентабельність 18%	541	14065
Всього прямих затрат	3005	78140
Непрямі витрати ТА 10%	301	7814
Всього повна собівартість туру	3764 / 3943	100019

Отже, повна вартість туру становить 100019 грн. Зважаючи на те, що вартість туру для одного туриста буде різнитися в залежності від вартості проживання, розрахуємо обидва варіанти (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Розрахунок вартості одного ваучера на автобусний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України»

Калькуляційна стаття	Проживання у стандарт номері	Проживання у номері напівлюкс
Повна собівартість туру	3764	3943
Туристичний збір 0,5%	19	20
Вартість із туристичним збором	3783	3963
ПДВ 20%	757	793
Вартість одного ваучера	4539	4755

Отже, враховуючи насиченість дегустаційними заходами, екскурсіями туристичного продукту, визначена повна вартість 4539 грн (4755 грн) є досить прийнятною, адже вартість 1 дня подібних гастрономічних турів становить близько 1500 грн, проте зі значно меншим переліком екскурсійно-гастрономічних об'єктів.

З метою доведення ефективності розробленого автобусного туру порахуємо маржинальний дохід, тобто ту величину котра виражає різницю між двома відповідними показниками. Маржинальний дохід від продажу путівок для групи туристів знаходимо за формулою 3.3.

$$МД = Ц_{пр} - С_{пр} \quad (3.3)$$

де $Ц_{пр}$ – ціна туристичного продукту на групу

$С_{пр}$ – собівартість туристичного продукту.

Враховуючи те, що вартість туру у нас складається із 14 ваучерів по 4539 грн. та 12 ваучерів по 4755 грн, загальна туристичного продукту складе:

$$Ц_{пр} = 4539 \cdot 14 + 4755 \cdot 12 = 120615 \text{ грн.}$$

Тоді, маржинальний дохід від продажу путівок для групи туристів на автобусний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» знаходимо:

$$МД = 120615 - 10019 = 20595 \text{ грн.}$$

Зважаючи на те, що гастрономічний тур є дорого вартісним видом подорожування, який можуть собі дозволити громадяни із вище середнього рівнем доходів, туристична агенція планує проводити подібні тури 4 рази на рік. Розрахуємо річний маржинальний дохід при оптимістичних прогнозах, тобто якщо на усі 4 подорожі буде повна реалізація за формулою 3.4.

$$МД_{рік} = МД_{тур} \cdot N_{тур} \quad (3.4)$$

де $МД_{тур}$ – маржинальний дохід за відправку однієї групи туристів;

$N_{тур}$ – загальна кількість турів за рік

$$МД_{рік} = 20595 \cdot 4 = 82380 \text{ грн.}$$

Для розрахунку валового прибутку автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» необхідно скористатися наступною формулою (форм.3.5):

$$Пр_{тур} = МД_{рік} - В_{пост} \cdot \quad (3.5)$$

де $Пр_{тур}$ – валовий прибуток даного туру;

$МД_{рік}$ – маржинальний дохід даного туру за рік;

$В_{пост}$ – постійні витрати фірми, що припадають на даний тур.

Припустимо, що сума постійних витрат, що припадають на даний тур 65000 грн., тоді

$$\text{Пр}_{\text{тур}} = 82380 - 65000 = 17380 \text{ грн.}$$

За отриманими результатами можна оцінити економічну ефективність запропонованого автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» для туристичної агенції «Караван-Тур». Для цього скористаємося формулою розрахунку рентабельності туристичного продукту, що визначається як відношення валового прибутку до виробничої собівартості туру (форму. 3.6):

$$\text{Рент} = \frac{\text{Пр}_{\text{тур}}}{\text{В}_{\text{соб}}} \cdot 100\% \quad (3.6)$$

де $\text{Пр}_{\text{тур}}$ – валовий прибуток за тур

$\text{В}_{\text{соб}}$ – повна собівартість туру

$$\text{Рент} = \frac{17380}{100019} \cdot 100\% = 17,4\%.$$

Отриманий рівень рентабельності запропонованого туру склав 17,4%, що є досить високим показником і задовольняє вимоги туристичної компанії.

Отже, для встановлення вартості автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» ми скористалися витратним методом ціноутворення, що побудований на калькулюванні повної собівартості турпродукту. Провівши розрахунки усіх витрат, ми визначили собівартість туру, що склала 100019 грн. Після реалізації ваучерів двох видів: проживання у стандартних номерах по 3764 грн та у номерах напівлюкс по 4755 грн., загальна вартість нового туристичного продукту складе 120615 грн., маржинальний дохід від продажу автобусного туру 20595 грн. Враховуючи, що гастрономічний тур є дорого вартісним видом подорожування, який можуть собі дозволити громадяни із вище середнього рівнем доходів, туристична агенція планує проводити подібні тури 4 рази на рік, то річний маржинальний дохід при оптимістичних прогнозах, тобто якщо на усі 4 подорожі буде повна

реалізація, складе 82380 грн. Валовий прибуток від реалізації автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» складе 17380 грн, що становить 17,4% рентабельності.

Висновки за розділом 3

У третьому розділі дипломної роботи здійснено проектування нового автобусного туру на ТА «Караван-Тур». На основі проведеної роботи можна зробити наступні висновки:

Автобусний гастрономічний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» має за мету урізноманітнення асортименту внутрішніх автобусних турів, задоволення гастрономічних потреб туристів шляхом відвідування дегустаційних заходів та популяризація якісного вітчизняного еко продукту – сиру. Девізом туру є «Обирай своє: якісне та природне». Запропонований тур розрахований на декілька груп цільової аудиторії: туристів-гурманів; туристів, які використовують гастрономічний туризм для власного бізнесу; туристів, які хочуть дослідити вітчизняний ринок монопродукту – сиру. Адже, щоб скуштувати смачного сиру, не обов'язково потрібно їхати за кордон, вітчизняні сировари роблять не гірше. Крім того, гастрономічний тур матиме сільське «зелене», еко-направлення. Основною метою туру буде дегустація саме екологічно чистого продукту – сиру, виготовленого з якісної сільської продукції без будь-яких добавок. Новий туристичний маршрут зможе довести, що виготовляти якісні та смачні сири вміють й у Полтавській та сусідніх областях.

Протягом трьох днів автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» туристи відвідають 8 сироварень у трьох областях України: Полтавській, Черкаській, Київській, ознайомляться із умовами утримання тварин, з молока яких виготовляють сири на 4 приватних фермах, візьмуть участь у 8 дегустаційних заходах, відвідають 2 майстер-класи та 2 культурно-екскурсійних заходів. Крім цього на кожному з гастрономічних

об'єктів туристи матимуть змогу купити різні види сирів та зберігати їх у холодильнику, що знаходиться в салоні автобусу. Після просування туристичного продукту турагенству необхідно перейти до наступного етапу діяльності туристичної фірми – продаж туру. Під продажем автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» розуміється процес реалізації туристичних ваучерів безпосередньо самим туристичним оператором чи посередником.

Для встановлення вартості автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» ми скористалися витратним методом ціноутворення, що побудований на калькулюванні повної собівартості турпродукту. Провівши розрахунки усіх витрат, ми визначили собівартість туру, що склала 100019 грн. Після реалізації ваучерів двох видів: проживання у стандартних номерах по 3764 грн та у номерах напівлюкс по 4755 грн., загальна вартість нового туристичного продукту складе 120615 грн., маржинальний дохід від продажу автобусного туру 20595 грн. Враховуючи, що гастрономічний тур є дорого вартісним видом подорожування, який можуть собі дозволити громадяни із вище середнього рівнем доходів, туристична агенція планує проводити подібні тури 4 рази на рік, то річний маржинальний дохід при оптимістичних прогнозах, тобто якщо на усі 4 подорожі буде повна реалізація, складе 82380 грн. Валовий прибуток від реалізації автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» складе 17380 грн, що становить 17,4% рентабельності.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних аспектів та технологій організації автобусних турів, проведені у процесі написання кваліфікаційної роботи, аналіз сучасного ринку автобусного туризму в Україні, дають нам можливість сформулювати наступні висновки та пропозиції:

1. Автобусні перевезення у сфері туризму займають друге місце в світі, після авіаційних. Найзначнішими недоліками цього виду транспорту є його висока небезпечність та нездатність до міжконтинентальних перевезень. Проте, значною перевагою є ціна за надані послуги та варіативність наданих послуг (перевезення до дестинації, трансфер від аеропорту до готелю, екскурсії). Тож на сьогоднішній день, неможливо уявити здійснення турів без імплементації автобусів у формуванні туристичного пакету. Адже, цей вид транспорту є доступним, зручним, комфортним для огляду довкілля, а найбільшою його перевагою є низька вартість.

2. Для належної організації туристичних автобусних перевезень автотранспортним підприємством потрібно: визначити маршрут перевезення туристів; визначити місця, де зупиняється автобус, враховуючи час на відпочинок водія; скласти схему маршруту з нанесенням на ньому аварійно небезпечних ділянок доріг, назв населених пунктів, до яких будуть заїжджати туристи; скласти відповідний графік. У свою чергу, суб'єкт туристичної діяльності повинен: перед початком перевезення скласти список туристів у трьох примірниках; провести інструктаж подорожуючим щодо умов перевезення, зазначивши дату, час та місце початку автобусного; забезпечити водіїв місцем готелі, харчуванням; після завершення автобусного туру керівник туристичної групи підписує дорожній лист із зазначенням пройденої відстані, часу початку та закінчення роботи, а у разі зміни графіка – її причини.

3. До специфіки організації туристичних автобусних турів можна віднести: оформлення договору оренди автобусу (або про надання

пасажирських перевезень), обов'язкова присутність досвідченого представника туристичної фірми, організація комфортної атмосфери в салоні автобусу, визначення туристичних зупинок протягом автобусного маршруту, особливості організації ночівлі та харчування туристів. При організації міжнародних автобусних турів також необхідно врахувати: проходження митного контролю, контроль за екологічними нормами CO₂, обмеження пересування європейськими містами туристичними автобусами. Проте, не зважаючи на деякі складнощі при організації автобусних турів, українські туристи продовжують подорожувати закордон, їдучи автобусними турами по Європі. А на внутрішньому туристичному ринку автобус залишається основним видом переміщення туристів.

4. Сучасні підходи до розвитку туристичного руху на автобусному транспорті вимагають від підприємств галузі прискорити модернізацію туристичної транспортної інфраструктури. На наш погляд, необхідними напрямками подальшого розвитку можуть бути такі: екологічність транспортування. Перевезення туристів повинні стати більш екологічними та дешевшими; система безпеки. Комп'ютерні та географічні інформаційні технології управління та контролю транспортних засобів повинні відповідати транспортній інфраструктурі, в межах якої відбувається транспортний процес; оптимізація маршруту. підтримка та максимальна відповідність усіх транспортних рівнів, що дасть змогу покращити обслуговування туристів, зменшить час транспортування та витрати; міжнародне співробітництво з питань міжнародних та міжрегіональних проектів, спільні підходи до підготовки фахівців з міжнародного туризму.

5. ТА «Караван-Тур» є одним із найбільш успішних туристичних підприємств Полтавської області. Здійснює свою туристичну діяльність ТА «Караван-Тур» на території м. Карлівка. Функціонує дана туристична агенція з 2005 р., за 2020 р. ТА «Караван-Тур» обслуговувало близько 200 туристів. У туристичній компанії 3 співробітника: директор, менеджер з внутрішнього туризму, а також менеджер з зовнішнього туризму. Проведений

PEST-аналіз показав, що загалом зовнішнє середовище є не досить сприятливим до туристичної галузі та ТА «Караван-Тур». У першу чергу це зумовлено поширенням пандемії коронавірусу та економічними проблемами. Проведений SWOT-аналіз показав, що для туристичної агенції характерним є стратегія обмеженого зростання. ТА «Караван-Тур» слід працювати над усуненням слабких сторін, якими є: слабка рекламна підтримка, обмежені фінансові можливості, низький рівень прибутковості тощо.

6. Як і більшість вітчизняних туристичних агенцій ТА «Караван-Тур» для організації міжнародних турів використовує у якості основного виду транспорту – літак, тож авіа тури становлять 51% від усіх існуючих туристичних турів. Слід зазначити, що досліджувана компанія активно розвиває й автобусний вид транспорту, тури, які ним обслуговувалися у 2019 р. становлять 41% від загальної кількості турів. ТА «Караван-Тур» зорієнтована саме на організацію та проведення міжнародних автобусних турів. Серед існуючих 31 автобусних турів, по Україні туристична компанія організовує лише 4 автобусних тури. Основними міжнародними напрямками, до яких подорожують туристи є: Австрія, Баварія, Берлін, Італія, Франція, Болгарія.

7. Автобусний гастрономічний тур «Шляхами еко-сироварень центральної України» має за мету урізноманітнення асортименту внутрішніх автобусних турів, задоволення гастрономічних потреб туристів шляхом відвідування дегустаційних заходів та популяризація якісного вітчизняного еко продукту – сиру. Девізом туру є «Обирай своє: якісне та природне». Запропонований тур розрахований на декілька груп цільової аудиторії: туристів-гурманів; туристів, які використовують гастрономічний туризм для власного бізнесу; туристів, які хочуть дослідити вітчизняний ринок монопродукту – сиру. Адже, щоб скуштувати смачного сиру, не обов'язково потрібно їхати за кордон, вітчизняні сировари роблять не гірше. Крім того, гастрономічний тур матиме сільське «зелене», еко-направлення. Основною метою туру буде дегустація саме екологічно чистого продукту – сиру, виготовленого з якісної сільської продукції без будь-яких добавок. Новий

туристичний маршрут зможе довести, що виготовляти якісні та смачні сири вміють й у Полтавській та сусідніх областях.

8. Протягом трьох днів автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» туристи відвідають 8 сироварень у трьох областях України: Полтавській, Черкаській, Київській, ознайомляться із умовами утримання тварин, з молока яких виготовляють сири на 4 приватних фермах, візьмуть участь у 8 дегустаційних заходах, відвідають 2 майстер-класи та 2 культурно-екскурсійних заходів. Крім цього на кожному з гастрономічних об'єктів туристи матимуть змогу купити різні види сирів та зберігати їх у холодильнику, що знаходиться в салоні автобусу. Після просування туристичного продукту турагенству необхідно перейти до наступного етапу діяльності туристичної фірми – продаж туру. Під продажем автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» розуміється процес реалізації туристичних ваучерів безпосередньо самим туристичним оператором чи посередником.

9. Для встановлення вартості автобусного гастрономічного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» ми скористалися витратним методом ціноутворення, що побудований на калькулюванні повної собівартості турпродукту. Провівши розрахунки усіх витрат, ми визначили собівартість туру, що склала 100019 грн. Після реалізації ваучерів двох видів: проживання у стандартних номерах по 3764 грн та у номерах напівлюкс по 4755 грн., загальна вартість нового туристичного продукту складе 120615 грн., маржинальний дохід від продажу автобусного туру 20595 грн. Враховуючи, що гастрономічний тур є дорого вартісним видом подорожування, який можуть собі дозволити громадяни із вище середнього рівнем доходів, туристична агенція планує проводити подібні тури 4 рази на рік, то річний маржинальний дохід при оптимістичних прогнозах, тобто якщо на усі 4 подорожі буде повна реалізація, складе 82380 грн. Валовий прибуток від реалізації автобусного туру «Шляхами еко-сироварень центральної України» складе 17380 грн, що становить 17,4% рентабельності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про автомобільний транспорт: Закону України зі змінами від 16.10.2020 р. № 2344-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text> (дата звернення 22.03.2021).
2. Про основні вимоги щодо забезпечення безпечного перевезення пасажирів під час здійснення нерегулярних пасажирських перевезень: Наказу Мінтрансзв'язку від 30.04.2013 № z0614-07. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0614-07#Text> (дата звернення 24.03.2021).
3. Правил надання послуг пасажирського автомобільного транспорту: постанова Кабінету Міністрів України від 26.12.2019 № 176-97-п. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-97-%D0%BF#Text> (дата звернення 27.03.2021).
4. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: навч. посібник. Київ: Альтепрес, 2008. 192 с.
5. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперайтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2008. 288 с.
6. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. 2012. Вип. 45. С. 128–132.
7. Брич. В. Я. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 448 с.
8. Винниченко І.І. Середовище турбізнесу: навч. посібник. Київ: Академперіодика, 2006. 320 с.
9. Всесвітня туристська організація. «Всесвітня конференція Туризм і енергія майбутнього – Скорочення викидів CO₂, ЕКСПО-2017, Астана, Казахстан, 26-27 червня 2017 г. », версія російською мовою, ЮНВТО, Мадрид, DOI. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284419517> (дата звернення 04.04.2021).

10. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч. посібник. / В.Г. Герасименко, А.В. Замкова. Харків: «Бурун Книга», 2011. 116 с.

11. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов [та ін.]. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.

12. Гетьман В.І. Автотуризм чи автомобільний туризм: теорія і реальність. Київ, 2011. 185 с.

13. Гук Н.А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 7(49). С. 99–102.

14. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.02.2021).

15. Дудник І.М. Транспортна географія: підручник / І.М. Дудник. Київ: НАУ, 2016. 288 с.

16. Караван-Тур. Веб сайт. URL: <https://karavan.pl.ua/home.html> (дата звернення 04.04.2021).

17. Коваль О.Д. Базові управлінські здібності в туристичній групі. Науковий вісник Ужгородського університету. 2011. Спецвип. 33. Ч. 4. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/4701/1> (дата звернення: 15.02.2021)

18. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Т.С. Кукліна // URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> (дата звернення 04.04.2021).

19. Лесяківська сироварня. URL: <https://le-cheese.com.ua/> (дата звернення 15.04.2021).

20. Литвин О.В., Кирилюк І.М. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії. Економічні горизонти. Умань, 2017. 57 с.

21. Ломотько Д.В., Ковальов А.О., Ковальова О.В. Аналіз та удосконалення існуючих підходів до раціонального розподілу транспортних

ресурсів. Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту. 2015. № 156. 47 с

22. Марценюк Л.В. Основні засади розвитку транспортного туризму в Україні. Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. 2013. Вип. 5 (47). С. 24–32. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/2085/1/4.pdf> (дата звернення: 15.02.2021)

23. Мельник А.О., Чапліч І.А. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. Вип 1. С. 76-80. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_1/zmist.files/_18.pdf (дата звернення: 15.02.2021)

24. Міністерство інфраструктури України. Веб сайт. URL : <https://mtu.gov.ua/files/projects/str.html> (дата звернення 04.04.2021).

25. Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.

26. Обмеження руху в центрах міст Європи. URL: https://krass56.ru/traffic_restrictions_in_european_cities.html (дата звернення 04.04.2021).

27. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В.Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.

28. Погасій С.О., Шабала І.А. Про роль транспорту у розвитку туризму в Україні. Інтернаука. 2018. Вип. 2(2). 39 с.

29. Сергіївська сироварня URL: <https://np.pl.ua/2019/05/u-serhiivs-kiy-oth-zapratsiue-syrovarnia/> (дата звернення 02.04.2021).

30. Сироварня у Шполянському районі. URL: <https://suspilne.media/16421-pereihav-na-cerkasinu-z-krimu-i-vigotovlae-siri-fevzi-salidzanov-suspilne-ludi> (дата звернення 04.04.2021).

31. Сироварня «Бабині кози». URL: <http://babynikozy.com.ua> (дата звернення 04.04.2021).

32. Сироварня «Бабусина торбина». URL: <http://www.babusynatorbynka.com.ua/> (дата звернення 04.04.2021).

33. Сироварня Блонських. URL: <http://blonsky.com.ua> (дата звернення 04.04.2021).

34. Сторінка у фейсбук ТА «Караван-Тур» URL: <https://www.facebook.com/karavan.karlovska/> (дата звернення 24.03.2021).

35. Товстий В.П. Енциклопедія техніки. Київ: Промінь. 2015. 65 с.

36. Транспорт України – 2019 рр. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ8_u.htm (дата звернення 24.03.2021).

37. Туристична діяльність в Україні у 2012-2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 24.03.2021).

38. Туристичний оператор «ALF». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-alf/> (дата звернення: 15.02.2021).

39. Туристичний оператор «Anex Tour». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-anex-tour/> (дата звернення: 15.02.2021).

40. Туристичний оператор «Coral Travel». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-coral-travel/> (дата звернення: 15.02.2021).

41. Туристичний оператор «HAGA Reiser». Веб сайт. URL: <https://hagabuss.no/> (дата звернення: 15.02.2021)

42. Туристичний оператор «INCOMARTOUR». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-inkomartur/> (дата звернення: 15.02.2021).

43. Туристичний оператор «Join Up». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-join-up/> (дата звернення: 15.02.2021).

44. Туристичний оператор «Mouzenidis Travel». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-mouzenidis-travel/> (дата звернення: 15.02.2021).

45. Туристичний оператор «Pegas Touristik». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-pegas-touristik/> (дата звернення: 15.02.2021).

46. Туристичний оператор «Roza Vetrov». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-roza-vetrov/> (дата звернення: 15.02.2021).

47. Туристичний оператор «Sakums». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-sakums/> (дата звернення: 15.02.2021).

48. Туристичний оператор «Siesta». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-siesta/> (дата звернення: 15.02.2021).

49. Туристичний оператор «Tango Travel». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tango-trevel/> (дата звернення: 15.02.2021).

50. Туристичний оператор «TPG». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tpg/> (дата звернення: 15.02.2021).

51. Туристичний оператор «TUI Ukraine». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tui-ukraine/> (дата звернення: 15.02.2021).

52. Туристичний оператор «Аккорд тур». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-akkord-tur/> (дата звернення: 15.02.2021).

53. Туристичний оператор «Алголь». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-algol/> (дата звернення: 15.02.2021).

54. Туристичний оператор «Орнамент України». Веб сайт. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/article/1255_vnutrishnii-turizm-v-ukrajin.htm (дата звернення: 15.02.2021).

55. Туристичний оператор «Риба Андрій». Веб сайт. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/article/1255_vnutrishnii-turizm-v-ukrajin.htm (дата звернення: 15.02.2021).

56. Туристичний оператор «САМ». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-sam/> (дата звернення: 15.02.2021).

57. Туристичний оператор «ТЕЗ тур». Веб сайт. URL: <https://businessvisit.com.ua/hot-tour/turoperatory/turoperator-tez-tour/> (дата звернення: 15.02.2021).

58. Ферма «Motherfarm». URL: <https://motherfarm.com.ua/#idea> (дата звернення 04.04.2021).

59. Ферма «Додообра ферма» URL: <https://dooobraferma.com.ua> (дата звернення 04.04.2021).

60. Шацька З.Я. Глобальні підприємства туристичної індустрії. Міжнародний науковий журнал «Paradigm of knowledge». 2018. Вип. 1 (27). URL: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm/> (дата звернення: 15.02.2021).

61. Шацька З.Я., Ісаченко Ю.А. Особливості організації роботи керівника групи в автобусних турах в умовах пандемії Covid-19. Економіка та держава. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 9. С.95-98.

62. Штепа Я.М. Технологія та організація автобусного туру. / Н.В. Бакало, Я.М. Штепа // Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених, студентів та аспірантів «Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність». 2021 р.

63. Экономика современного туризма / под ред. д.э.н. Г.А. Карповой. СПб.: Издательский торговый дом «Герда», 2016. 412 с.

64. Энциклопедия туризма / под ред. В.А. Квартальнова, И.В. Зорина. Москва: Финансы и статистика, 2015. 364с.

65. Auto Comfort: пасажирські перевезення. URL: <http://www.rent.buskiev.com> (дата звернення 04.04.2021).

66. Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2012. p. 63.