

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут (факультет) готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

**«До захисту в ЕК»**

В.о. декана факультету

\_\_\_\_\_

(підпис)

Цирульнікова В. В.

(прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**«До захисту допущено»**

В. о. завідувача кафедри

\_\_\_\_\_

(підпис)

Мельник І. Л.

(прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ «Туризм» \_\_\_\_\_

на тему: «Шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ- 4 - 11

Кононенко Аліна Русланівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_

(підпис)

Керівник \_\_\_\_\_ Сологуб Юрій Іванович \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_

(підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_ Шаран Л. О. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис)

Засвідчую, що в цій  
кваліфікаційній роботі немає  
запозичень із праць інших авторів  
без відповідних посилань.

Здобувач \_\_\_\_\_

(підпис)

Київ – 2021 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм

(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**В. о. завідувача кафедри** \_\_\_\_\_

**Мельник І. Л.**

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2021 року

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Кононенко Аліни Русланівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні

керівник роботи Сологуб Юрій Іванович, к. геогр. н., доц. кафедри ТГБ

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “12” травня 2021 року № 256-к

2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистична звітність підприємства

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

Проаналізувати теоретичні основи лікувально-оздоровчого туризму.

Дослідити структурно-функціональний аналіз туристичного підприємства ТОВ «Teztour».

Проаналізувати шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму на базі підприємства ТОВ «Tez tour».

Розглянути впровадження сучасних інформаційних технологій на підприємстві ТОВ «Tez tour».

5. Перелік графічного матеріалу  
рисуноків -14; таблиць - 34; додатків-4

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
II	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
III	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
IV	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 02 березня 2021 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	18.01.2021-26.02.2021	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2021-12.03.2021	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	15.03.2021-31.03.2021	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2021-16.04.2021	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	19.04.2021-30.04.2021	виконано
6	РОЗДІЛ 4 (інформаційні технології)	03.05.2021-14.05.2021	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	17.05.2021-21.05.2021	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	24.05.21-26.05.2021	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2021-31.05.2021	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	01.06.2020	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	15-18.06.2021	

**Здобувач**

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Кононенко А.Р.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Сологуб Ю.І.**

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

## **РЕЗЮМЕ**

**на кваліфікаційну роботу  
Кононенко Аліни Русланівни**

**на тему:**

**«Шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні»**

Кваліфікаційна робота складається з – 113 сторінок. Кількість розділів – 4, рисунків – 14, таблиць – 34, додатків – 4.

**Об’єктом дослідження** є туристичне підприємство ТОВ «Tez tour».

**Предметом кваліфікаційної роботи** є розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі актуальних туристичних підприємств.

**Метою кваліфікаційної роботи** є аналіз перспективних напрямків розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі туристичного підприємства.

У I розділі визначено поняття та структуру лікувально-оздоровчого туризму. Досліджено світовий догляд організації лікувально-оздоровчого туризму. Розглянуто лікувально-оздоровчий туризм в структурі туристичного ринку України.

У II розділі проведено структурно-функціональний аналіз туристичного підприємства ТОВ «Tez tour».

У III розділі окреслено шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі туристичного підприємства ТОВ «Tez tour».

У IV розділі виконаний аналіз впровадження сучасних інформаційних технологій на підприємстві ТОВ «Tez tour».

**Ключові слова:** туризм, лікувально-оздоровчий туризм, розвиток, організація.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ .....	9
1.1. Поняття та структура лікувально-оздоровчого туризму.....	9
1.2. Світовий досвід організації лікувально-оздоровчого туризму .....	15
1.3. Лікувально-оздоровчий туризм в структурі туристичного ринку України.....	25
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕZ TOUR».....	35
2.1. Загальна характеристика підприємства .....	35
2.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства .....	38
2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції підприємства.....	55
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА БАЗІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕZ TOUR».....	61
3.1. Особливості організації лікувально-оздоровчих турів на базі ТОВ «Tez Tour».....	61
3.2. Напрями розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі ТОВ «Tez Tour».....	72
3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів	84
Висновки до розділу 3.....	90
РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ТЕZ TOUR».....	92
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення підприємства.....	92
4.2. Аналіз інтернет контенту підприємства.....	97
4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню використання інформаційних технологій на підприємстві.....	101
Висновки до розділу 4.....	104
ВИСНОВКИ.....	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	107
ДОДАТКИ.....	113

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні та особливості змін у структурі санаторно-курортного господарства викликають необхідність дослідження відповідних тенденцій та наслідків змін у країнах, що мають схожий природно-рекреаційний потенціал, рівень розвитку інфраструктури та санаторно-курортного господарства.

Відповідно, вивчення територіальної організації, інфраструктури санаторно-курортного господарства та досвіду інтеграції економіки країни до Європейського Союзу є важливими для напрацювання теоретичних і практичних схем розвитку лікувальнооздоровчого туризму та реформування санаторно-курортного господарства України, у процесі її поступового включення до глобальної економіки та європейського економічного простору.

Питанням ефективного управління сфери лікувально-оздоровчих послуг присвячено чимало досліджень. Разом з тим, подальше погіршення стану лікувально-оздоровчого комплексу України, зміна пріоритетів в устремліннях туристів (підвищення якості життя, зростання доходів, прагнення до здорового способу життя, високі вимоги до якості обслуговування і т.д.), наявність в Україні різноманітних лікувальних, природно-кліматичних ресурсів для розвитку сфери лікувально-оздоровчих послуг потребують вирішення нових проблем, пов'язаних з необхідністю адекватного реагування учасників сфери лікувально-оздоровчих послуг на істотну зміну як зовнішнього, так і внутрішнього середовища їх функціонування. На жаль, дослідження в цій області носять розрізнений, фрагментарний характер і далекі поки від розробки комплексного методичного забезпечення, по формуванню конкурентоспроможної сфери лікувально-оздоровчих послуг в Україні в сучасних і перспективних умовах.

Питання організації лікувально-оздоровчого туризму та його місця у системі туристичної індустрії розкрито у працях зарубіжних та вітчизняних учених І. С. Барчукова, В. С. Бовкуна, К. Д. Бокова, М. О. Бокової, О. М. Вєтитнева, М. В. Вачевського, А. А. Геги, Б. І. Аксентійчука, С. В. Івасівки, П. В. Гудза, О. Р. Зав'ялової, Л. Б. Журавльової, О. М. Нікелова, С. В. Леонова, О. Г. Матрошиліна, О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковського, І. В. Котова, Ю. М. Федотова, І. В. Востокова, В. Д. Дехтяра, В. І. Дубовського, Ю. Я. Рogaля, М. В. Одрехівського, Р. П. Шологона, М. І. Алексєєва, О. І. Чебаненка та ряду інших.

**Об'єкт дослідження** – туристичне підприємство ТОВ «Tez tour».

**Предмет дослідження** – розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі актуальних туристичних підприємств.

**Метою роботи** є аналіз перспективних напрямків розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі туристичного підприємства.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- розкрити поняття та структура лікувально-оздоровчого туризму;
- дослідити світовий досвід організації лікувально-оздоровчого туризму;
- розглянути лікувально-оздоровчий туризм в структурі туристичного ринку України;
- провести структурно-функціональний аналіз туристичного підприємства ТОВ «Tez tour»;
- окреслити шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі туристичного підприємства ТОВ «Tez tour»;
- проаналізувати впровадження сучасних інформаційних технологій на підприємстві ТОВ «Tez tour».

**Методи дослідження.** Методологічною основою є теоретичні положення щодо розвитку лікувально-оздоровчого туризму. При здійсненні даного дослідження були використані методи теоретичного узагальнення,

системного та статистичного аналізу, прийоми порівняльного аналізу, методи прогнозування.

**Інформаційною базою дослідження** є Закони України та інші нормативно-правові документи, монографічна та наукова література, данні державної статистики, Інтернет-джерела.

**Практичне значення результатів**, які одержані в результаті виконання роботи полягають у можливості використання їх для формування напрямів розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні.

**Результати дослідження апробовано** в рамках 87-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – розв'язання проблем харчування людства у XXI столітті», Національний університет харчових технологій. 15-16 квітня 2021 р. (Додаток А).

**Структура випускної кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (60 найменувань) та додатків. Основний текст роботи складає - 113 сторінок. Робота містить: рисунків – 14, таблиць – 34, додатків –4.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Поняття та структура лікувально-оздоровчого туризму

Практика подорожей з лікувально-оздоровчими цілями має тривалу історію, тому в світі еволюційно склалися абсолютно різні підходи до теоретичної бази цього явища і до організації курортної діяльності.

В Україні лікувально-оздоровчий туризм традиційно виконує важливі соціальні завдання держави, а саме: на основі раціонального використання природних лікувальних ресурсів служить зміцненню здоров'я і відновленню трудових ресурсів населення. Українська курортна система базується на фундаментальних наукових дослідженнях природних лікувальних факторів, тобто на курортології. На відміну від західноєвропейської, вітчизняна курортна галузь протягом радянського періоду була пріоритетною в туризмі.

Серйозна наукова база і кваліфікований медичний персонал дозволяють забезпечувати спеціальний режим і технологію лікування кожного відпочиваючого, що фактично є індивідуальним підходом.

У всьому світі загальними рисами лікувально-оздоровчого туризму є: тривалість перебування на курорті, переважна частка туристів старшої вікової категорії та висока вартість курортного лікування. По-перше, для досягнення стійкого лікувального ефекту кліматотерапії і бальнеотерапії необхідно провести на курорті не менше трьох тижнів. По-друге, переважання літніх туристів обумовлюється їх постійною потребою в лікуванні і підтримці здоров'я. А відносна дорожнеча лікувальних путівок пов'язана з індивідуальним підходом в лікуванні, унікальністю матеріально-технічної бази курортів і необхідністю підтримувати її в належному стані, а також тривалістю перебування в курортних установах.

Лікувально-оздоровчий туризм передбачає переміщення резидентів і нерезидентів в межах державних кордонів і за межі державних кордонів на термін не менше 20 годин і не більше 6 місяців в оздоровчих цілях, цілях профілактики різних захворювань організму людини [40,с.17].

Лікувально-оздоровчий туризм, якщо так можна висловитися, є головним видом туризму, так як його метою є турбота про здоров'я людини і населення в цілому як головної цінності життя. Крім цього, даний вид туризму несе за собою давню і багату історію. У кожній країні він розвивався по-своєму в залежності від соціально-економічних умов, однак, в його основі завжди лежало наявність корисних природних ресурсів.

Вибираючи лікувально-оздоровчий туризм в якості свого часу, людина прагне досягти такі цілі, як повноцінний відпочинок, часткове або повне лікування і оздоровлення свого організму, відновлення своїх фізичних і моральних сил. Тому даний вид туризму має ряд певних відмінностей від інших видів туризму. По-перше, для оздоровлення і лікування організму необхідна достатня кількість часу, тому перебування на курортах займає достатню кількість часу, щоб домогтися бажаного оздоровчого ефекту. По-друге, оздоровлення та саме перебування на курортах є недешевим заняттям. Безумовно, останнім часом більшість курортів стає орієнтованими на широкий загальний і намагаються пропонувати більш економічні варіанти турів, однак, даний вид туризму розрахований, в основному, на забезпечених клієнтів, які вимагають не на стандартний набір медичних послуг, а на індивідуальну програму лікування. Крім цього, основною цільовою аудиторією курортів, найчастіше, є люди зрілого віку і старшої вікової групи [27,с.84].

Це пов'язано з тим, що з роками часто загострюються хронічні хвороби і організму найчастіше стає важче справлятися зі стресами життя в мегаполісі. Найчастіше, даний тип туристів вибирають курорти, які спеціалізуються на лікуванні певного захворювання, або курорти зі змішаним

видом лікування, які надають оздоровчий вплив на весь організм і сприяють повній або частковій рекреації.

Вітчизняні дослідники відзначають, що стосовно терміну і змісту «лікувально-оздоровчого туризму» в спеціальній літературі не склалося єдиної думки. В Україні замість терміна «лікувально-оздоровчий туризм» часто вживаються синонімічні і близькі за значенням терміни «курортний туризм», «оздоровчий туризм», «медичний туризм», «клінічний туризм», «велнес-туризм», «реабілітаційний туризм», і інші [23,с.73].

На нашу думку, при визначенні лікувально-оздоровчого туризму слід враховувати наступні аспекти цього виду туризму: по-перше, це тимчасові виїзди з оздоровчими цілями, по-друге, на курортах використовується дію природних лікувальних факторів, по-третє, поїздка відбувається добровільно і повністю або частково оплачується туристом.

Нерідко зустрічається вживання термінів «оздоровчий туризм», «лікувальний туризм» в контексті лікувально-оздоровчого туризму, і не враховується, наприклад, що «оздоровчий туризм» є більш широким поняттям і включає в себе крім лікувально-оздоровчого туризму ще й спортивно-оздоровчий, метою якого є спортивне самовдосконалення в процесі подолання природних перешкод, а зовсім не відпочинок, оздоровлення та профілактика хвороб за допомогою природних лікувальних факторів. Введення поняття «лікувальний туризм» пов'язане з медичним підходом до цього виду туризму, при якому «лікувальний туризм» виступає як завершальний етап у лікуванні хвороб пацієнтів, тобто робиться акцент на поправку здоров'я, а не на профілактику і відпочинок, відсутній розважальний аспект. Крім того, неприпустимо змішання понять лікувального туризму та медичного туризму, визначення якого буде представлено нижче. Лікувальний туризм є порівняно новим розділом курортної медицини і розглядає організацію роботи санаторно-курортної галузі з точки зору подорожі [13].

З метою формування чіткого поняття лікувально-оздоровчого туризму було проаналізовано низку понять, що характеризують його основні риси (табл. 1.1 ).

Таблиця 1.1

### Визначення поняття «лікувально-оздоровчий туризм»

Автор	Визначення
Мацола В.І.	Лікувально-оздоровчий туризм передбачає переміщення резидентів і нерезидентів в межах державних кордонів і за межі державних кордонів на термін не менше 20 ч і не більше 6 міс. в оздоровчих цілях, цілях профілактики різних захворювань організму людини.
Марьяненко П.В.	Лікувально-оздоровчий туризм – це різновид як індивідуального так й групового відпочинку, що передбачає здійснення певних відновлювальних та лікувальних процедур.
Кифяк В.Ф.	Лікувально-оздоровчий туризм передбачає досягнення наступних цілей: відпочинок, рекреація, лікування, оздоровлення.
Живицький О.В.	Рекреаційний туризм – це подорож для відпочинку, оздоровлення або лікування, яку здійснюють використовуючи природні властивості клімату, мінеральних вод, грязі, привабливих ландшафтних та інших ресурсів.
Бережна О.О	Лікувально-оздоровчий туризм є організація стаціонарного/амбулаторного розміщення туристів з метою поєднання послуг з лікування певного захворювання та відпочинку.

Джерело: [7]

Л.К. Ріхтер визначає лікувально-оздоровчий туризм як поєднання відпочинку та розваг і індивідуальних, спрямованих на турботу про клієнта програм здоров'я. Це визначення активно використовується Європейської асоціацією наукових експертів в галузі туризму. У зазначеному визначенні явно проглядаються три складові лікувального туризму - відпочинок, профілактика і лікування. При цьому домінують відпочинок і розваги, що укладається в зміст західноєвропейської моделі лікувального туризму. За цією моделлю розміщення туристів і відпочиваючих організується в готелях, які відомі завдяки професійним ноу-хау і великим дослідному досвіду в галузі медицини та відпочинку. Ще однією ознакою лікувального туризму в зазначеній його трактуванні є комплексність обслуговування, тобто гармонійне поєднання програм по збереженню і зміцненню здоров'я,

реабілітаційних та омолоджуючих програм, релаксаційних і творчо-освітніх програм, спеціального харчування.

На дещо інший аспект лікувального туризму пропонує звернути увагу відомий німецький фахівець Х. Нарштедт. Згідно з ним, лікувальний туризм включає відвідування бальнеологічних та інших курортів місцевими та іноземними туристами при зміні їх постійного місця проживання та надання їм оздоровчих програм під їх особисту відповідальність і, як правило, шляхом оплати в приватному порядку.

Таким чином, зарубіжна туристська практика при визначенні лікувального туризму концентрує увагу фахівців на таких аспектах:

- основним мотивом поїздок є поліпшення здоров'я;
- гармонійне поєднання в складі курортного продукту медичних і оздоровчих послуг з дозвільних і розважальними;
- особиста ініціатива туриста в формуванні своєї лікувальної програми і відповідальність за отримання цих послуг і їх ефект [19,с.53].

У вітчизняній практиці лікувально-оздоровчого туризму акценти при його визначенні робилися і робляться в даний час виключно на медичній її складовій, при явно другорядну роль рекреаційного компонента. При цьому лікувально-оздоровчий туризм позначається в працях вітчизняних фахівців як самостійний вид туризму, спрямований на відновлення здоров'я та його профілактику.

Узагальнюючи викладений вище матеріал, можна дати наступне визначення лікувально-оздоровчого туризму.

Лікувально-оздоровчий туризм – це частина туристської діяльності, яка передбачає в якості головного мотиву поїздки отримання туристами за власні або корпоративні кошти комплексу лікувально-діагностичних, реабілітаційних, профілактичних і рекреаційних послуг, що надаються в місцевостях, відмінних від місця їх постійного проживання і які мають необхідними для цього природними, матеріальними і людськими ресурсами з

метою запобігання захворюванням або реабілітації / лікування різної патології. Зауважимо, що ключовим моментом тут є «мотив поїздки», що передбачає добровільність, свободу і усвідомленість вибору такої поїздки в сенсі місця придбання лікувального туру, розташування курорту, форми оплати, складу, термінів і тривалості курортних програм [19].

Ще менш відпрацьованим питанням є типологія лікувально-оздоровчого туризму. Лікувально-оздоровчий туризм має досить різноманітні типи та напрямку. Це дозволяє фахівцям виділяти цілий ряд його субкатегорій (рис. 1.1). Вважаємо правильним виділити в структурі лікувально-оздоровчого туризму два його основні напрями - курортний і клінічний і два типи - медичний і оздоровчий.

Лікувально-оздоровчий курортний туризм передбачає поїздки на курорт з метою отримання лікувально-реабілітаційних послуг на базі санаторно-курортних організацій або у приватно-практикуючих фахівців. Він поділяється на внутрішній (використання громадянами України вітчизняних курортів), виїзний (виїзд туристів на зарубіжні курорти з метою лікування і оздоровлення) і в'їзний (приїзд у вітчизняні санаторії зарубіжних туристів).



Рис.1.1. Структура лікувально-оздоровчого туризму [27,с.93]

Лікувально-оздоровчий клінічний туризм, який отримав в останні роки значний розвиток, включає поїздки в зарубіжні (виїзний клінічний туризм) і вітчизняні (внутрішній клінічний туризм) клініки для спеціалізованого лікування поза рамками гарантованої медичної допомоги з ініціативи туристів за рахунок недержавних коштів. Слід зазначити, що турфірми, які займаються наданням таких послуг, як правило, формують повноцінний турпродукт, що включає послуги клініки, трансфер, страховку [38,с.73].

У свою чергу, в курортному туризмі слід виділяти 2 типу туризму: оздоровчий курортний і медичний курортний.

Таким чином, отримали наступні висновки:

1. Лікувально-оздоровчий туризм є більш загальним поняттям по відношенню до термінів «медичний туризм» і «оздоровчий туризм» і включає їх в себе як субкатегорії;

2. Слід розрізняти поняття «лікувально-оздоровчий туризм» і «Санаторно-курортне допомогу», при цьому основними критеріями відмінності є споживча свобода вибору і джерело фінансування;

3. Запропоновано приблизна структура лікувально-оздоровчого туризму, що включає його основні типи.

## **1.2. Світовий досвід організації лікувально-оздоровчого туризму**

Одним з найбільш швидкозростаючих ринків сучасності є лікувально-оздоровчий туризм. Цьому сприяють безліч факторів, у тому числі зростання ділової активності, стрімкий розвиток медичної науки та високих технологій, прагнення населення планети до оздоровлення і поліпшенню якості життя. При виборі країни і лікувально-оздоровчого закладу пацієнти ґрунтуються на експертні оцінки і рейтинги впливових світових організацій.

Щорічно компетентні світові організації підводять підсумки, складаючи рейтинги учасників світового ринку лікувально-оздоровчих послуг. Так, Міжнародний науково-дослідний центр охорони здоров'я (International

Healthcare Research Center, IHRC), спільно з Міжнародною громадською організацією Medical Tourism Index (MTI) та Міжнародною асоціацією медичного туризму (MTA) надали громадськості «Глобальний світовий рейтинг індустрії медичного туризму». У рейтинг лідерів в області медичного туризму були обрані 41 держав з 200, в яких проживає майже 60 % населення світу. При дослідженні враховувалися 34 критерії, основними з яких були три - стан навколишнього середовища, рівень розвитку сфери медичного туризму і якості надаваних медичних послуг та обладнання [36,с.94].

За даними дослідження десятку лідерів очолила Канада, набравши найбільшу кількість балів 76,62 (табл. 1.2).

*Таблиця 1.2*

### **Лідери світового рейтингу з медичного туризму**

Рейтинг	Країна	Загальний показник, бали (середнє значення)	Стан навколишнього середовища		Рівень розвитку сфери медичного туризму		Якість медичних послуг і обладнання	
			бал	Рейтинг	бал	Рейтинг	бал	Рейтинг
1	Канада	76,62	78,69	1	74,14	4	77,01	4
2	Великобританія	74,87	77,30	2	70,38	17	76,94	5
3	Ізраїль	73,91	67,56	4	72,58	11	81,60	1
4	Сінгапур	73,56	73,26	3	70,09	15	76,63	6
5	Індія	72,10	63,26	12	75,94	1	77,00	3
6	Корея	70,16	64,74	10	70,15	19	75,59	7
7	Німеччина	71,90	67,50	5	70,38	18	77,88	2
8	Франція	71,22	66,88	6	71,92	13	74,86	8
9	Італія	69,50	66,47	7	73,01	9	70,94	11
10	Колумбія	69,48	62,60	17	74,96	2	70,86	12

Джерело [40]

У Канаді охорону здоров'я визнано одним з найпрогресивніших в світі. Клініки країни домоглися значних результатів в лікуванні онкологічних захворювань, захворювань опорно-рухового апарату, серцево-судинної системи. Лікарі тут визнані лідери в області хірургії, зокрема, серцево-

судинної хірургії і трансплантації легенів. Великобританія досить дорога країна з точки зору лікувально-оздоровчого туризму і поїздка може затягнутися на місяці через складності отримання візи.

На сьогоднішній день існує тенденція масового виїзду туристів за кордон з метою діагностики та / або лікування в такі країни, як Корея, Туреччина, Ізраїль, Німеччина. За статистикою лідером з виїзного медичного туризму серед країн СНД є Росія – 72 %, потім Україна і Казахстан в межах 12-14%.

Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління санаторно-курортним комплексом обумовлено особливостями державного управління і роллю лікувально-оздоровчої діяльності в охороні здоров'я, туризмі, економіці країни.

Перша група країн: санаторно-курортний комплекс і лікувально-оздоровчий туризм є об'єктом стратегії державного управління. У неї включені держави, в яких лікувально-оздоровчому туризму належить важлива частка в ВВП країни, тому управління курортами є частиною державної стратегії, є відомство або міністерство, яке відповідає за розвиток туризму, курортних територій, якість туристично-рекреаційних послуг. Можливо поєднання з регіональним управлінням в залежності від форми державного устрою, коли спільно з державою існують регіональні і місцеві рівні влади, що визначають напрямки цільових програм з розвитку туризму і санаторно-курортного комплексу. Основними інструментами розвитку лікувально-оздоровчому туризму є: стратегічні державні програми, кластери, фінансуються з кількох джерел, мережеві форми взаємодії курортних територій (Італія, Туреччина, Болгарія, Єгипет, Малайзія) [40,с.73].

В економіці Італії одну з важливих ролей грає лікувально-оздоровчий туризм. Доходи від нього складають близько 10% від всього ВВП країни, забезпечує робочими місцями 2 мільйони трудящих. Дані аналізу інституту статистики Італії: за перше півріччя 2019 року в'їзний туризм зріс на 2,7% в

порівнянні з тим же періодом в 2018 році, а витрати туристів з січня по серпень 2019 року склали 25 млрд. євро - зростання на 6,4%.

Природні лікувальні ресурси Італії - термальні джерела і лікувальні грязі. Термальні курорти Італії в основному зосереджені на півночі країни, в передгір'ях Альп в провінції Тоскана. У Тоскані термальних курортів більше, ніж в будь-якій іншій провінції Італії. Лікувальні властивості тутешніх гарячих джерел були відомі ще етрускам. Одною з особливостей економіки Італії можна відзначити велику важливість внутрішнього туризму, на внутрішній туризм припадає приблизно  $\frac{3}{4}$  всіх поїздок жителів Італії, і все це незважаючи на зменшення загальної кількості поїздок по території Італії в 2019 році в порівнянні з 2018 роком на 15,2%.

Декрет-Закон № 83 від 31 травня 2014 закріплює термінові заходи щодо захисту культурного розвитку і допомоги оздоровчому комплексу. Декретом встановлюються податкові відрахування в обсязі 30%, але не більше 12500 євро за період з 2017 по 2019 роки для: всіх засобів розміщення (реєстрацію в пошукових сервісах, закупівля обладнання і послуг для виходу в Інтернет, відкриття власної web-сторінки); до 200 тисяч євро - санаторіям і готелям - по видатках на ремонт, реставрацію, придбання меблів та обладнання [52,с.190].

Для розвитку лікувально-оздоровчого туризму на півдні Італії декрет передбачає надання на безоплатній основі нерухомого державного майна (пішохідні і велосипедні доріжки, залізничні станції, морські порти, маяки і т.д.), яке не використовується муніципалітетами, в користування компаніям, що складається переважно з молодих фахівців у віці до 35 років. В Італії функціонує Національне агентство із залучення інвестицій та розвитку підприємств «Інвіталія». Воно проводить координацію залучення іноземних інвестицій. У 2013 році Уряд Італії схвалив «Стратегічний план розвитку туризму 2020».

У Туреччині лікувально-оздоровчий туризм є одним з найприбутковіших напрямків бізнесу. Країна володіє великим достатком

лікувальних грязей, термальних джерел, мінеральних вод, які широко застосовуються для лікування різних захворювань: шкірних, системи травлення, пропонуються програми зниження ваги (спеціальне харчування та вправи), бальнеотерапія (гарячі і контрастні ванни в мінеральній воді, грязетерапія, перев'язки і компреси), програма «антистрес» (аутогенний тренінг, масаж, ароматерапія, «Шакра-баланс» (Shiatsu), медитація, кольорова терапія), фізіотерапевтичні програми (ультразвук, прогрівання). Відомі світові курорти: Анталія, Дальян, Кангал, Памуккале, Ялова.

Саме тому формуванням і реалізацією політики в області охорони здоров'я і лікувально-оздоровчого туризму займається головний орган виконавчої влади - Рада міністрів Туреччини. Уряд країни приділяє особливу увагу фінансовому забезпеченню підтримки галузі, що реалізовується через цілу систему фінансових важелів, включаючи фінансування значущих проектів індустрії; пільги суб'єктам бізнесу, надання бюджетних коштів на маркетинг, рекламу, просування і так далі [55,с.225].

У Болгарії розвинений кластерний підхід до організації діяльності лікувально-оздоровчого туризму. Партнерами розглянутих кластерів є різні санаторні, медичні, і естетичні установи, які надають свої послуги туристам з-за кордону. Головною метою створення та функціонування кластера визнано залучення іноземних споживачів їх послуг.

Болгарія має в достатку різноманітні по фізико-хімічним складом мінеральні води: 250 гідротермальних родовищ, більше 900 джерел і артезіанських свердловин. Інше цінне природне багатство

Болгарії - це родовища лікувальних грязей. На болгарському узбережжі Чорного моря розташовані п'ять лиманних грязьових озер осадового походження - в районах Шаблій, Тузлата - Бальчик, Варни, Помор'я, Бургаса. У центральній і західній Болгарії є торф'яні і торфянороднікові родовища - с. Баня, Карлово, с. Байкал, Кюстенділ і Марикостиново - Благоевград.

До складу кластера входять готелі, санаторії, стоматології, туристські та страхові компанії, СПА-центри. Основними завданнями кластера є розвиток і

активну участь в підготовці і реалізації політики, що проводиться і стратегій лікувально-оздоровчого туризму; вивчення, формування і підтримка національної, європейської та міжнародної бази даних туристських кластерів; розробка, координування і реалізація проектів регіонального, соціального, економічного та туристичного розвитку кластера, транскордонного кластерного співробітництва, а також проектів, фінансуються в рамках національних, європейських і міжнародних програм; здійснення прямих зв'язків і взаємовигідного співробітництва з партнерами по кластеру з Болгарії та іноземними партнерами.

Друга група країн: змішана модель приватно-державного управління лікувально-оздоровчим туризмом. Складається з держав, в яких лікувально-оздоровчий туризм не є пріоритетними напрямками соціально-економічного розвитку, вносять певний внесок у ВВП, визнаються корисними видом суспільної практики, позитивно впливає на ситуацію, що склалася на територіях. Переважає регіональне управління, відсутня стратегія держави в галузі туризму і санаторно-курортної допомоги (Швейцарія, США, Австралія, Польща, Литва, Естонія) [55,с.256].

У Швейцарії існує три головних напрямки підтримки лікувально-оздоровчого туризму: надання позикових коштів компаніям і засобам розміщення за допомогою Швейцарського товариства готельних кредитів; підтримка інноваційних проектів і співпраці в індустрії туризму - програма InnoTour; підтримка діяльності з маркетингу туристських продуктів за допомогою федерального відомства по туризму. За стимулювання підтримки внутрішнього туризму в Швейцарії відповідає Федеральний закон від 30 вересня 2011 року «Про підтримку інновацій, співпраці і накопичення знань в області туризму» і постанову, що відноситься до нього. Відповідно до даного закону, Федеральний рада Швейцарії має право направляти фінансові кошти для підтримки співпраці, інновацій, накопичення знань в області туризму в обсязі, погодженому з парламентом (програма InnoTour), фінансування в розмірі 30 млн. швейцарських франків на 2016-2019 роки.

Проекти, яким може бути надано фінансову підтримку, зобов'язані відповідати певним критеріям відбору. Такий проект повинен мати федеральне значення, сприяти розвитку конкурентоспроможності індустрії і зростання значущості Швейцарії як об'єкта лікувально-оздоровчого туризму, забезпечувати відкриття нових робочих місць, відповідати всім принципам сталого розвитку.

Багато проектів орієнтовані на підтримку розвитку санаторно-курортного галузі для дітей, студентів та пенсіонерів. Швейцарська асоціація зимових видів спорту (Swiss Snowsports) в рамках програми InnoTour провела заходи з розвитку організації і роботи дитячих зимових спортивних шкіл, підготовці методологічних стандартів в сфері дитячого спортивного освіти. Інший проект швейцарського «Союзу зимових спортивних ініціатив» (Schneesportinitiative Schweiz) здійснив діяльність з розвитку зимових видів спорту серед молоді, налагодивши співробітництво, яке сприяло створенню спеціальної платформи, яка пропонує множинні оздоровчі продукти для шкіл і університетів, орієнтовані на юнацькі зимові види спорту [58].

У США політика і основна стратегія лікувально-оздоровчого туризму формується і здійснюється Асоціацією з подорожей і туризму (U.S. Travel Association) в рамках Федерального міністерства торгівлі. Кожен штат містить власний підрозділ, що відповідає за просування різних видів послуг, в тому числі лікувально-оздоровчого туризму. Зазвичай це Агентство з торгівлі, комерції та туризму. У містах функціонують особливі Бюро, чиєю головною функцією є залучення різних груп споживачів в залежності від цілей: лікувальні, оздоровчі, розважальні і т.д. У такі організації звертаються представники влади, оздоровчого комплексу, готельного та ресторанного бізнесу, транспортних компаній, розважальних та інших організацій. Бюджет одного такого Бюро формується за рахунок надходжень від реклами, членських внесків, а також з коштів податкових надходжень до місцевий бюджет, які стягуються з постояльців готелів за проживання.

В Австралії система державного управління базується на трьох різних рівнях: Федеральний уряд Австралії (воно ж Уряд Співдружності), Уряду 6 штатів і 2 Основних Територій, і приблизно 700 місцевих органів самоврядування. Як і Співдружність, будь-який зі Штатів і Територій має власні департаменти туризму.

За політику в області оздоровлення населення і лікувально-оздоровчого туризму в Австралії відповідає Федеральний департамент природних ресурсів, енергетики та туризму. Він здійснює формування та реалізацію політики, яка спрямована на зміцнення конкурентоспроможності Австралії на світовому ринку відповідно до основних стандартів і принципам екологічної відповідальності та сталого розвитку [59].

Агентство Уряду Австралії - Туризм Австралії (Tourism Australia) - стимулює внутрішній, рекреаційний і діловий туризм в країні. Мета агентства - збільшення віддачі від галузі для економіки Австралії, розвиток лікувально-оздоровчої інфраструктури. Для того, щоб досягти цієї мети, був сформований новий стратегічний підхід - програма «Туризм 2020». Вона спрямована на зростання надходжень від розміщення туристів до 140 млрд. доларів до 2020 року. Агентство є активним учасником 30 ринків світу, пропонуючи унікальні можливості по залученню туристів в країну на міжнародній арені.

Третя група країн: мережева модель управління лікувально-оздоровчим туризмом. Поєднання державного і територіального управління з різноманітними формами підтримки підприємств лікувально-оздоровчого комплексу та наданих лікувально-оздоровчих послуг. Розвиток різноманіття форм і методів регулювання, наявність великої кількості відомств, контролюючих діяльність галузевих підприємств за різними параметрами: якість послуг, фінансово-економічна діяльність, цільове використання інвестицій і бюджетної допомоги; дотримання норм і правил праці, галузевих стандартів якості (Німеччина, Іспанія, Франція, Великобританія, Нідерланди).

У Великобританії за індустрію санаторно-курортного комплексу, рекреацію і туризм відповідає міністерство культури, ЗМІ і спорту. Його фінансуванням займаються створені в 1969 році регіональні державні підприємства, такі, як Рада з туризму Уельсу (Wales Tourist Board), Англійська туристський рада (English Tourist Board), Шотландський туристський рада (VisitScotland) і Туристське управління Британії (VisitBritain). Незважаючи на те, що сьогодні Великобританія займає 6 місце в світі за кількістю відвідувань, вона з кожним роком втрачає певну частку ринку.

Маркетингова компанія по просуванню лікувально-оздоровчого туризму в Великобританії підрозділяється на два напрямки: це «Великобританія: ви запрошені» (Great Britain: You're invited) і «Кампанія великого образу» (Great Image Campaign).

У Німеччині функціонує понад 350 курортів і рекреаційних центрів реабілітації. Згідно з німецьким законодавством, лікувально-оздоровчий туризм є частиною медичної реабілітації та повинен регулюватися виключно федеральним законодавством [59,с.62].

Залежно від форм власності лікувально-оздоровчих підприємств і місцезнаходження на території Німеччини. Федеральне міністерство охорони здоров'я в цій сфері є регулюючим органом. Така чітко працююча система взаємодії по вертикалі - федеральний рівень, землі, приватний сектор - становить частину державної програми по охорони здоров'я в Німеччині.

Уряд Німеччини здійснює інвестиції у великих обсягах не тільки на лікування, але і на розвиток санаторно-курортних і рекреаційних комплексів. Дохід системи охорони здоров'я в Німеччині становить близько 250 млрд. євро в рік. В державні зобов'язання входить фінансування всього комплексу санаторно-курортних послуг, але в нього включені і приватні програми підтримки. Велика частина навантаження з розвитку санаторно-курортного комплексу фінансується за рахунок медичного страхування. Саме вони оплачують стаціонарну реабілітацію для внутрішніх туристів Німеччини,

включаючи інвалідів, пенсіонерів, одержувачів соціальної допомоги для безробітних та інших соціально незахищених груп.

Німецька система управління розвитком лікувально-оздоровчим туризмом характеризується суворим поділом відповідальності і повноважень регіональних і федеральних рівнів влади; відсутністю керуючого міністерства і спеціалізованих правових норм, які контролювали б тільки цю сферу діяльності; активним залученням всіх учасників туристської діяльності процеси формування і контролю за діяльністю агентів санаторно-курортної і туристичної галузі Німеччини.

Можна зробити висновок, що за кордоном підхід до регулювання лікувально-оздоровчого туризму має яскраво виражені особливості:

- тривала історія становлення змішаного регулювання лікувально-оздоровчого туризму державою, комерційними, громадськими організаціями
- замість поняття лікувально-оздоровчого туризму використовується термін *wellness*, який ширше, включає крім лікувально-оздоровчих установ супутні послуги;
- серед форм організації управління переважає кластерний і мережевий підходи, причому останній є найбільш ефективним, в той час як в Україні переважає перший, передумови для розвитку мережевої взаємодії тільки починають формуватися.

Перераховані умови впливають на формування систем управління підприємств лікувально-оздоровчого туризму і сприяють актуалізації поєднання методів вертикального управління і мережевого регулювання. Для оцінки ефективного управління підприємств лікувально-оздоровчого туризму необхідний єдиний підхід, що дозволяє оцінити різні показники, пов'язані з комерційним, соціальним ефектом.

### 1.3. Лікувально-оздоровчий туризм в структурі туристичного ринку України

Ринкові відносини між суб'єктами – регуляторами, виробниками, продавцями та покупцями, споживачами ринкових товарів чи послуг – виникають щодо використання ринкових ресурсів. Більшість вітчизняних дослідників у склад ресурсів для надання послуг у сфері лікувально-оздоровчого туризму включають рекреаційні ресурси та сприятливі природно – кліматичні умови. Безумовно, ці види ресурсів є унікальними і в значній частині випадків виробництва лікувально-оздоровчих послуг не мають альтернативи. Однак, професійне та ефективне виробництво лікувально-оздоровчих послуг у будь якому випадку можливе за умови залучення матеріальних, фінансових, людських (кадрових), організаційних, інформаційних, енергетичних, інтелектуальних ресурсів та ресурсів інфраструктури. Мотивація, цілі та методи діяльності суб'єктів ринку лікувально-оздоровчого туризму визначаються, перш за все, їх економічними інтересами, які об'єктивно включаються у систему взаємозв'язків з економічними інтересами інших суб'єктів національної та світової економік.

Україна має всі необхідні умови для розвитку рекреаційного комплексу. У країні є лікувально-оздоровчі, спортивні (туристичні), пізнавальні системи комплексу. У нас багато рекреаційних ресурсів: бальнеологічних (мінеральних вод, грязей), кліматичних, ландшафтних, пляжних, пізнавальних [57,с.92].

Проаналізуємо базове правове законодавство України щодо власника рекреаційних об'єктів. Закон України «Про курорти» класифікує рекреацію як об'єкти державного та місцевого значення. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» дає поняття рекреаційної зони (території), не конкретизуючи суб'єктів – розпорядників цього ресурсу [58]. Рішення про оголошення природних територій курортами державного значення приймає Верховна Рада України за поданням Кабінету Міністрів

України, а про створення курортних територій місцевого значення рішення приймаються обласними радами за поданням обласних державних адміністрацій. Державний кадастр природних лікувальних ресурсів здійснює їх облік і здійснюється згідно до Закону України «Про курорти». Лісовий (від 16.06.1992 р.), Водний (від 06.06.1995 р.) та Земельний (від 25.10.2001 р.) кодекси України визначають, що відповідні ресурси оздоровчого та рекреаційного призначення можуть перебувати у державній, комунальній та приватній власності.

Таблиця 1.3

### Елементи ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні

Ринок лікувально-оздоровчого туризму							
Субринок виробництва лікувально-оздоровчих послуг				Субринок виробництва туристичних послуг та товарів і послуг туристичної інфраструктури			
Ресурси		Суб'єкти		Вироблена продукція	Суб'єкти		Ресурси
види	форма власності	форма власності	види		види	форма власності	форма власності
Природні рекреаційні, матеріально-технічні, кадрові, фінансові, інтелектуальні, інформаційні	Державна, муніципальна, колективна, приватна	Державна, муніципальна, колективна, приватна	Санаторії, курорти, профілакторії, пансіонати з лікуванням, бальнеологічні лікарні, санаторії тодзоровчі заклади, медичні центри та клініки	Медичні втручання, лікувальні та діагностичні послуги, оздоровчі процедури	Туристичні послуги з організації лікувально-оздоровчих подорожей, банківські страхові, рекламні, інформаційні, зв'язку, транспортні послуги, послуги проживання та харчування, послуг побутового сервісу, послуги з розваг та ін	Туроператори та агентства, банки, страхові компанії, рекламні та інформаційні агентства транспортні фірми, заклади гостинності та громадського харчування, розважальні заклади, бібліотеки	Державна, муніципальна, колективна, приватна
			Державна, муніципальна, колективна, приватна				

Джерело: [49]

Україна має в своєму розпорядженні величезні запаси лікувальних мінеральних вод. На її території є мінеральні води майже всіх основних бальнеологічних груп. На їх базі розвивається бальнеолікування.

У таблиці 1.4 показано розподіл вивчених і використовуються ресурсів лікувального туризму по регіонах України.

Таблиця 1.4

### Ресурси лікувального туризму по регіонах України

Адміністративні одиниці	Ресурси лікувально-оздоровчого туризму		
	Типи мінеральних вод	Типи лікувальних грязей	Типи клімату
Вінницька	Радонові	Торф'яні грязі	Рівнинний лісовий
Волинська	Хлоридні натрієві	-	Рівнинний лісовий
Дніпропетровська	Хлоридні натрієві	-	Рівнинний степовий
Донецька	Хлоридні натрієві	Сульфідні материкові мулові; сульфідні морські мулові	Рівнинний лісостеповий
Житомирська	Радонові	-	Рівнинний лісовий
Закарпатська	Вуглекислі; сірководневі; миш'яковисті	-	Гірський лісовий
Запорізька	Хлоридні натрієві	Сульфідні приморські мулові	Рівнинний степовий, приморський степовий
Івано-Франківська	Сірководневі	Торф'яні грязі	Гірський лісовий
Київська	-	-	Рівнинний лісовий
Кіровоградська		-	Рівнинний лісостеповий
Львівська	Хлоридні натрієві	Торф'яні грязі	Рівнинний степовий
Одеська	Хлоридні натрієві	Сульфідні приморські мулові	Приморський степови
Полтавська	Хлоридні натрієві	Торф'яні грязі	Рівнинний лісостеповий
Рівненська	Хлоридні натрієві	Торф'яні грязі	Рівнинний степовий
Тернопільська	З високим вмістом органічних речовин	Торф'яні грязі	Рівнинний лісостеповий
Херсонська	-	Сульфідні приморські мулові	Рівнинний приморський степовий
Чернігівська	Хлоридні натрієві	Вуглекислі торф'яні грязі	Рівнинний лісовий
Черкаська	Радонові	-	Рівнинний помірний лісостеповий

Джерело: [4]

Найбільш поширений в природі тип мінеральних вод - хлоридні натрієві. На бальнеологічних курортах Миргород на Полтавщині, Трускавець і Моршин в Львівській області, Горинь в Рівненській області, Куяльник та Великий Фонтан (санаторій ім. А.М. Горького) в Одеській області їх застосовують всередину і зовнішньо.

Вуглекислі мінеральні води в Україні розташовуються на території Закарпаття. Всі курорти цього регіону є бальнеологічними. На курортах Поляна, Голубине, Сойми і Шаян їх використовують як для внутрішнього, так і для зовнішнього застосування, а на курорті Кваси - тільки для зовнішнього. Вода курортів Поляна і Голубине використовується також і для промислового розливу. Вуглекислі мінеральні води крім Закарпаття використовуються для лікування в санаторіях Чернігівській області. Ці мінеральні води застосовуються для лікування органів травлення.

Радонові (радіоактивні) води використовуються у вигляді ванн на курорті Хмільник у Вінницькій області, а також в санаторіях Житомирської, Кіровоградській та Черкаській областях. Основне їх призначення - лікування захворювань органів руху і периферичної нервової системи.

Сьогодні в Україні нараховується 241 населений пункт, віднесений до курортних, серед яких переважна більшість розташовані в АР Крим (131), за якою слідує Одеська (22), Львівська (18) та Херсонська (12) області. Решта регіонів України має від одного до дев'яти курортних місцевостей [28,с.82].

Особливе місце займають санаторно-курортні підприємства, які застосовують для лікування спелеотерапію. Вони розташовані на сході України в Донецькій області в м. Соледар і на заході в Закарпатській області в сел. Солотвино. Спелеотерапія застосовується для лікування хворих бронхіальною астмою та іншими хронічними неспецифічними захворюваннями органів дихання.

В основі спелеотерапії лежить використання унікального мікроклімату соляних шахт.

В результаті проведеного аналізу видно, що умови для розвитку

лікувального туризму є у всіх регіонах України.

У таблиці 1.5 показані види лікувального туризму по регіонах України.

Таблиця 1.5

**Види лікувально-оздоровчого туризму по регіонах України**

Адміністративні одиниці	Види лікувально-оздоровчого туризму		
	Бальнеолікування	Грязелікування	Кліматолікування
Вінницька	+	+	+
Волинська	+		+
Дніпропетровська	+	+	+
Донецька	+	+	+
Житомирська	+		+
Закарпатська	+		+
Запорізька	+	+	+
Івано-Франківська	+	+	+
Київська	+	+	+
Кіровоградська	+		
Луганська	+		+
Львівська	+	+	+
Миколаївська	+		+
Одеська	+	+	+
Полтавська	+	+	+
Рівненська	+	+	+
Сумська	+	+	+
Тернопільська	+	+	+
Харківська	+	+	+
Херсонська	+	+	+
Хмельницька	+	+	+
Черкаська	+		+
Чернігівська	+	+	+

Джерело: [28]

В цілому можна виділити таку спеціалізацію курортів України:

- лікування органів травлення (курорти з питними мінеральними водами) – Миргород, Моршин, Трускавець, Закарпаття, Березівські мінеральні води, Рай-Єленівка, Одеса (Куяльник), Бердянськ, Сатанів тощо;
- серцево-судинні хвороби, функціональні розлади нервової системи – Південний берег Криму, Конча-Заспа, Пуща Водиця, Ворзель, Слов'янськ, Слов'яногірськ, Одеса тощо;
- лікування органів дихання – Південний берег Криму (особливо Алушта та

- Ялта), є умови для лікування в Очакові, Слов'янську тощо;
- хвороби кістково-м'язової системи і суглобів, периферичної нервової системи, жіночих і чоловічих статевих органів – грязьові курорти: Саки, Євпаторія, Гола Пристань, Бердянськ, Слов'янськ, Куяльник, Феодосія, Маріуполь, а також курорти з радоною (Хмільник) і сірководневою мінеральною водою (Немирів) тощо;
  - хвороби нирок і сечевивідних шляхів – Трускавець, Березівські мінеральні води, Сатанів та ін.;
  - запальні захворювання нирок – Ялта (влітку), Трускавець та ін.;
  - захворювання шкіри – курорти на сірководневих мінеральних водах у Львівській області (Немирів) і Закарпатті;
  - захворювання на цукровий діабет – Трускавець, Миргород, Березівські мінеральні води.

Існують і спеціалізовані відділення та санаторії:

- реабілітація після інфаркту міокарда – «Лівадія» (Крим), «Лермонтовський», «Росія» (Одеса), «Карпати» (Закарпаття), «Хмільник» (Вінницька обл.), «Ювілейний» (Слов'янськ), «Металург» (Маріуполь) тощо;
- реабілітація після інсульту – «Лермонтовський» (Одеса), «Хмільник» (Вінницька обл.), «Гай» (Харківська область);
- реабілітація після оперативного втручання на органах травлення – санаторій ім. М. Горького (Одеса), Миргород, Харківська область;
- реабілітація після аварії на ЧАЕС – «Миргород», «Бердянськ», ім. Кірова (Ялта), «Черемош» (Моршин), «Рай-Єленівка» (Харківська область), «Металург» (Маріуполь) та ін.;
- лікування травм хребта і спинного мозку, дитячого церебрального паралічу – санаторій ім. Бурденко (Саки), «Слов'янський» (Слов'янськ);
- неврологічний профіль – «Орлине гніздо» (Ялта);
- хронічний гломерулонефрит – «Запоріжжя» (Ялта) – імітація

- середньоазіатського клімату пустелі;
- захворювання периферичних судин – «Донбас» (Слов'янськ);
  - лікування вібраційної хвороби – «Ударник» (Євпаторія).

Так, в Україні, за даними 2015 року, функціонувало 2377 санаторно-курортних та оздоровчих закладів (оформлених як юридичні особи), які розподілені за регіонами вкрай нерівномірно. Якщо в середньому на регіон припадає 88 таких закладів (2377:27), то найбільше їх в Автономній Республіці Крим (487 закладів), найменше – Тернопільській області (15 закладів) [16].

На рівні місцевих органів управління постійно приймаються регіональні програми розвитку туризму, в яких також не конкретизуються самі суб'єкти ринку лікувально-оздоровчого туризму, а також напрямки та завдання їх діяльності. Виходячи із форм власності та відповідних джерел фінансування, заклади санаторно-курортної сфери України можна умовно розділити наступним чином:

- бюджетні лікувально-оздоровчі заклади, які функціонують як лікувально-профілактичні установи, мають спеціалізовані медичні відділення та надають обмежену кількість додаткових послуг. Їх діяльність не носить комерційного характеру, передбачене бюджетне фінансування з метою лікування та оздоровлення широких верств населення, насамперед дітей, малозабезпечених, пенсіонерів, людей з профільними захворюваннями, «чорнобильців», інвалідів АТО тощо;

- лікувально-оздоровчі заклади з відомчим підпорядкуванням або фінансовані промисловофінансовими групами, функціонують у вигляді оздоровчих центрів, лікувальних та курортних комплексів та ін. Як правило, вони формуються за типом готелів із потужною лікувально-діагностичною базою, оснащені новітніми досягненнями відновної медицини й курортології. Ці заклади надають широкий спектр додаткових послуг (харчування, розваги, екскурсійні та туристичні маршрути та ін.). Отримання прибутку не є

головним компонентом діяльності, оскільки фінансування спрямовується на оздоровлення працівників за програмами соціального страхування;

– комерційні лікувально-оздоровчі заклади різних форм власності та організаційно-правових форм, які формують свою базу розміщення за готельним типом, спеціалізуються на наданні лікувально-діагностичних та додаткових послуг, що користуються значним попитом (масаж, гідротерапія, рефлексотерапія, нетрадиційні методи лікування, міостимуляція, галотерапія, апаратна косметологія та ін.). Їх діяльність спрямована на залучення відпочивальників на нетривалий період (до 3-5 днів), що виключає різкі коливання сезонних чинників.

Часто функціонують як SPA і Wellness-центри при великих готельних і туристичних комплексах. За формою власності всі ці заклади розподіляються, як державна – 37%, колективна – 58%, приватна -0,9%, власність міжнародних організацій – 3,9%. Результати реформування відносин власності в Україні стали суттєвими у сфері лікувально-оздоровчого туризму. Наприклад, ще станом на 2006 р. у структурі санаторно-курортних закладів Закарпатської області приватні заклади склали 81%, державні – 13%, комунальні – 6% від їх загальної кількості у регіоні [].

Рейтинг перших восьми українських регіонів-лідерів із надання лікувально-оздоровчих послуг упродовж 2017-2019 років представлено в таблиці 1.6.

*Таблиця 1.6*

**Регіони-лідери з обслуговування клієнтів у лікувально-оздоровчих закладах України у 2017 – 2019 роках [9]**

Регіони лідери по наданню лікувально-оздоровчих послуг	2017	2018	2019
Всього	3073	3011	2377
Одеська	432	425	197
Донецька	357	347	321

*Продовження табл.1.6*

Херсонська	236	236	127
Запорізька	201	213	138
Миколаївська	163	185	137
Дніпропетровська	158	132	131
Львівська	121	109	89

Згідно з даними таблиці 1.6, лікувально-оздоровча база України катастрофічно зменшується – на 696 підприємств, тобто майже на чверть за останні три роки. Причини закриття цих закладів: капітальний ремонт, реконструкція, зміна власника чи форми господарювання, перебування справ у суді, банкрутство та відсутність коштів на експлуатацію. Крім того, за статистичними даними, у регіонах України простежується негативна тенденція до скорочення туристопотоку, обслуговуваного в санаторнокурортних та лікувальних закладах.

Таким чином, сучасний ринок лікувально-оздоровчого туризму складається з декількох субринків, зокрема субринків виробників та продавців – безпосереднього виробництва лікувально-оздоровчих послуг, субринку суто туристичних послуг та субринку туристичної інфраструктури, а також субринку покупців та споживачів лікувально-оздоровчих послуг.

Функціонування цих ринків відображає систему взаємозв'язків їх суб'єктів, в основі яких лежать відносини власності та економічні інтереси учасників ринкових процесів – виробництва, попиту та пропозиції, продажу, купівлі, споживання.

Напрямки розвитку вітчизняного ринку лікувально-оздоровчого туризму визначаються безліччю законодавчих та нормативних документів, програм державних та муніципальних органів управління. Однак, в них не конкретизуються можливості, завдання, інтереси виробників та продавців-суб'єктів вітчизняного ринку лікувально-оздоровчого туризму, що в значній мірі визначає їх неефективність. Діяльність безпосередніх учасників процесу

виробництва, продажу, купівлі та споживання на ринку лікувально-оздоровчого туризму регулюють ринкові закони з притаманними їм, як позитивними так і негативними наслідками.

### **Висновки до розділу 1**

Отже, поняття «лікувально-оздоровчий туризм» не має однозначного трактування. Найпростіше його дефініцію можна сформулювати так: лікувально-оздоровчий туризм – це подорож до курортних місцевостей з метою оздоровлення та лікування.

Мета лікувально-оздоровчого туризму – комплексне використання природних лікувальних факторів і рухової діяльності в лікувально-профілактичних цілях. Зрозуміло, що лікувальний і оздоровчий туризм часто поєднують через споріднену мету подорожі та реалізацію цієї мети на основі використання однієї бази.

Лікувально-оздоровчий туризм поділяється на лікувальний, метою якого є власне лікування, терапія, реабілітація після захворювань, і профілактичний (веллнес-туризм), спрямований на підтримку організму в здоровому стані і збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини. Веллнес-туризм, у свою чергу, може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси).

Основні центри лікувально-оздоровчого туризму в Україні зосереджені в Львівській (Трускавець, Східниця, Моршин), Івано-Франківській (Черче), Запорізькій (Бердянськ), Донецькій (Маріуполь), Одеській (Хаджибей, Куяльник), Полтавській (Миргород), Закарпатській областях (Поляна, Шаян, Косино) та інше. В країнах Європи лікувально-оздоровчий туризм сконцентрований в Чехії (Карлові Вари, Маріанські Лазні), Угорщині (Будапешт, озеро Балатон, Хевіз), Польщі (Наленчув, Лендек-Здруй), Словаччині (Тренчанске-Теплице, Нові Смоковець, Дубниці), Німеччині (Баден-Баден), Австрії (Бадгастайн), Швейцарії (Баг-Рагац) та інше.

## РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕZ TOUR»

### 2.1. Загальна характеристика підприємства

Туристичне підприємство ТОВ «Tez tour» є комерційною організацією, основною метою діяльності якого є отримання прибутку. Воно є юридичною особою і діє на підставі: законодавства України; Статуту Товариства; рішень загальних зборів акціонерів Товариства; рішень Ради директорів Товариства. Термін діяльності Товариства не обмежений. Товариство діє на основі самофінансування [43].

ТОВ «Tez tour» – міжнародний туроператор, компанія, що почала свою роботу на туристичному ринку в 1994 році. У той час компанія надавала можливість відправки російських туристів тільки в одному напрямку – до Туреччини, і вже з того початкового етапу своєї роботи ТОВ «Tez tour» взяв успішний старт, що забезпечив розвиток в одного з найбільших туроператорів міжнародного рівня.

Сьогодні ТОВ «Tez tour» відправляє туристів з України, Болгарії та Румунії, Білорусії, Казахстану та прибалтійських країн у дев'яти найпопулярніших напрямках. Тез тур займається продажами турів за такими напрямками як:

- Туреччина (з 1994 року);
- Таїланд (з 1997 року);
- Єгипет (з 1999 року);
- Іспанія (з 2003 року);
- Куба і Домінікана (з 2004 року);
- Мальдіви і Шрі-Ланка (з 2007 року);
- Греція (з 2008 року).

З 2009 року було відкрито гірськолижний напрямок в Австрію і Андорру. В 2010 році - Бразилія, тури по Україні.

Компанія ТОВ «Tez tour» є фахівцем в різних сегментах ринку:

- масовий туризм;
- корпоративні поїздки;
- бронювання готелів і авіаквитків;
- відпочинок з дітьми;
- VIP- тури.

В даний час ТОВ «Tez tour» продовжує динамічно розвиватися, з кожним роком відкриваючи нові маршрути. У всіх куточках земної кулі, куди організовуються тури від Тез тур, відкриті власні підрозділи компанії - так, наприклад, у Туреччині їх налічується вже 3, а в Іспанії цілих 4.

Портфель компанії налічує більше 30 країн, сьогодні в її асортименті наступні напрямки, як: Австрія, Андорра, Білорусь, Болгарія, Угорщина, Греція, Домінікана, Єгипет, Ізраїль, Індонезія, Іспанія, Італія, Китай, Кіпр, Куба, Латвія, Литва, Маврикій, Мальдіви, Мексика, ОАЕ, Португалія, Росія, Таїланд, Туреччина, Франція, Чехія, Шрі-Ланка, Естонія. Співпраця «TEZ TOUR» з більш ніж 20 міжнародними та національними компаніями, що працюють на відправку і прийом туристів, дозволяє туроператору якісно надавати послуги туристам з Болгарії, Румунії, України, Латвії, Литви, Білорусії, Естонії, Молдавії та Казахстану.

Пакетні пропозиції сформовані на базі чартерних і регулярних рейсів провідних авіакомпаній світу з сучасним авіапарком. Серед них Aeroflot, iFly, S7 Airlines, Aegean Airlines, Ural Airways, Thai Airways, Emirates, Yakutia, Qatar Airways, Yamal, Air Baltic і інші [43].

У готельної сфері партнери туроператора - провідні готельні ланцюжки, серед них Marriott, Sheraton, Hilton, Jumeirah, Radisson, Aldemar, Grecotel, Le Meridien, Sol Melia, Princess, Hilton, Iberostar, Four Seasons, Icosidr.

У всіх країнах клієнтів обслуговують висококваліфіковані співробітники з великим досвідом роботи в туристичній сфері, забезпечують підтримку туристів на відпочинку і оперативне рішення будь-яких питань.

За довгі роки роботи ТОВ «Tez tour» завоювала репутацію однієї з найбільш передових та інноваційних компаній на вітчизняному туристичному ринку. Взаємодія всіх філій компанії максимально скоординовано і оперативно. В даний час ТОВ «Tez tour» об'єднує більше десятка міжнародних компаній, які відправляють на відпочинок туристів з Росії та країн СНД і зустрічаючих їх безпосередньо після прибуття. Також для максимальної зручності клієнтів, є можливість оперативного замовлення туру через Інтернет.

Тури від ТОВ «Tez tour» – це багатий вибір маршрутів на всі смаки. Це і групові тури, і сімейних відпочинків, і спеціальні пропозиції для дітей і підлітків, і корпоративний відпочинок для організацій, та індивідуальні романтичні подорожі для молодят, і багато іншого. А професійні та привітні співробітники завжди готові запропонувати варіанти, найбільш відповідні смаку і фінансовим можливостям клієнтів.

ТОВ «Tez tour» завжди займає лідируючі позиції в рейтингах російських та українських туроператорів, а також постійно виграє різні премії у сфері туризму.

Місія компанії: «Зробити захоплюючі, привабливі і незвичайні подорожі доступними для великого числа людей. Ми прагнемо враховувати всі потреби наших клієнтів на відпочинок. Високий рівень сервісу, великий вибір пропозицій, максимальне вивчення всіх нюансів перебування туристів в кожній країні і постійна турбота про клієнтів - все це спрямовано на те, щоб гарантувати нашим клієнтам незабутній відпочинок».

Офіційний сайт компанії ТОВ «Tez tour» <http://www.TEZ TOUR.com/>.

Персонал компанії складається з кваліфікованих спеціалістів, які забезпечують максимальну якість обслуговування та індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Головні переваги ТОВ «Tez tour»:

- власні офіси по всій території України;
- індивідуальний підхід до кожної заявки;
- широкий вибір турів і напрямів;
- великий досвід роботи і високий професіоналізм співробітників;
- оперативне вирішення будь-яких питань, підтримка 24/7;
- репутація однієї з найбільш високотехнологічних компаній на туристичному ринку.

Так само компанія є володарем безлічі нагород. Деякі з них: переможець премії Friends of Thailand Awards 2008 в номінації «Міжнародний туроператор», володар диплома в номінації «Кращий туроператор по напрямку Туреччина» XXV Міжнародної премії «Лідери туріндустрії» за 2019 рік і багато інших.

## **2.2. Аналіз внутрішнього середовища підприємства**

Внутрішнє середовище організації являє частину загального середовища її діяльності, яка знаходиться в межах організації. Це середовище чинить постійний і безпосередній вплив на функціонування організації. Тому після аналізу зовнішнього середовища керівництво має провести оцінку потенціалу організації з метою визначення її ефективної конкурентоспроможної стратегії. У силу цього аналіз внутрішнього середовища, здійснюваний в ім'я її стратегічних цілей, повинен бути системним і багатофакторним.

Проведемо аналіз динаміки основних показників обсягу наданих послуг туристського підприємства (таблиці 2.1).

Таблиця 2.1

**Динаміка основних показників обсягу наданих послуг  
туристського підприємства ТОВ «Tez tour»**

Показники	Роки		Абсолютни й приріст	Темп зростання	Темп приросту,%
	2018	2019	ланцюгови й	ланцюгови й	ланцюговий
1	2	3	4	5	6
Кількість обслугованих туристів, осіб	24218	29172	4954	120,0	20,0
у тому числі за видами:					
туристів, які виїжджали за кордон	12516	14587	2071	113,8	13,8
туристів, охоплених внутрішнім туризмом	11702	14585	2885	124,6	24,6
Кількість туро-днів, наданих туристам	114969	125366	10397	100,9	9,0
Обсяг наданих туристських послуг :	11290	11254	-36	87,5	-12,4
туристам ,які подорожують в межах України	6034	6036	2	100,5	5
туристам, які виїжджали за кордон України	5256	5218	-38	86,9	13,1
Витрати, пов'язані з наданням туристських послуг, тис.грн	106,3	127,6	21,3	120	20

Аналізуючи таблицю 2.1., можна зробити висновок, що діяльність ТОВ «Tez tour» у 2019 році покращила показники кількості обслуговуваних туристів та кількості туро-днів порівняно з 2018 роком , це підтверджується в їх розрахунку в таблиці 2.5. Це відбувається за рахунок збільшення якості, а як наслідок - і кількості, що наданих турпослуг. Загальна кількість туристів зросла на 12,8 % відносно 2018 року, а загальна кількість туро-днів - на 7,3 %.

За даними таблиці графічно на рис. 2.1 зобразимо динаміку загальної кількості туристів за 2018-2019 роки.

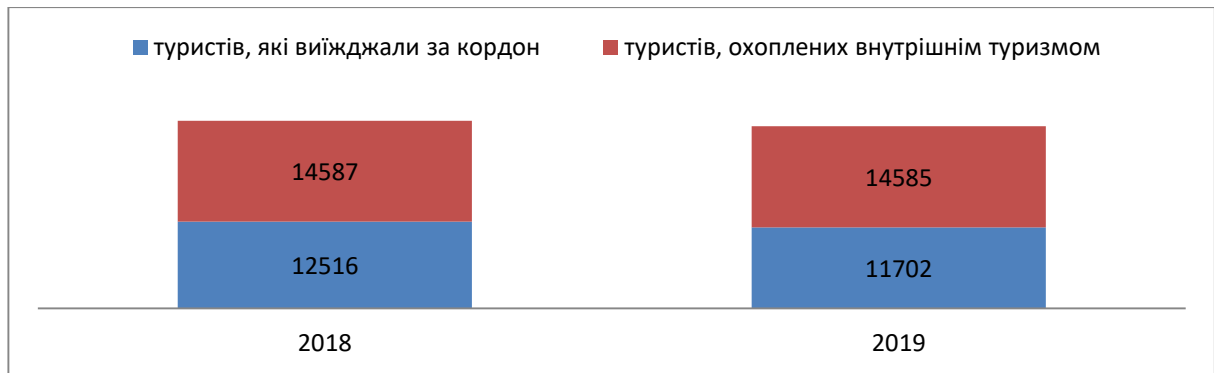


Рис.2.1. Динаміка загальної кількості туристів за 2018-2019 роки

Однією із класифікаційних ознак туризму є мета подорожі, за якою турист відвідує певну країну. Проведемо аналіз розподілу туристів за метою подорожі (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

**Розподіл туристів за метою подорожі в ТОВ «Tez tour» за 2018-2019 рр.**

Мета подорожі	Роки			
	2018		2019	
	осіб	%	осіб	%
1.Службова, ділова, бізнес, навчання	3870	16	5696	19
2.Дозвілля, відпочинок	19834	82	22853	79
3.Лікування	514	2	623	2
Всього	24218	100	29172	100

Аналізуючи таблицю 2.2, можна зробити висновок, що в діяльності ТОВ «Tez tour» у 2019 році зросла реалізація турпутівок за такими цілями подорожей як службова, ділова, бізнес, навчання, а на лікування навпаки - знизилась. Але основною метою подорожей туристів протягом двох років була така мета подорожі як дозвілля ,відпочинок.

За даними таблиці графічно на рис. 2.2 зобразимо динаміку кількості туристів,які подорожували (за метою подорожі)



Рис. 2.2. Динаміка кількості туристів, які подорожували(за метою подорожі) за 2018-2019 рр., осіб

Далі потрібно проаналізувати - розподіл туристів, подорожуючих зі службовою, діловою, метою бізнесу і метою навчання (таблиця 2.3)

Таблиця 2.3

#### Розподіл кількості обслуговуваних туристів в ТОВ «Tez tour»

Показники	Роки			
	2018		2019	
	осіб	%	осіб	%
Кількість обслугованих туристів, усього	24218	100	29172	100
туристів, які виїжджали за кордон	12516	52	14587	51
туристів, охоплених внутрішнім туризмом	11702	48	14585	49

Проаналізувавши таблицю 2.3., можна зробити висновок, що діяльність ТОВ «Tez tour» зорієнтована лише на внутрішній туризм. Кількість туристів, охоплених виїзним туризмом набагато менша ніж, кількість туристів, які виїжджали за кордон. Проте зросла відносно 2018 року.

Важливими показниками, що відображають попит на послуги туристського підприємства є кількість наданих туристам туро-днів і кількість туро-днів на 1 туриста, тобто тривалість подорожі. Тому необхідно визначити, як за аналізований період змінилися ці показники (таблиця 2.4)

Таблиця 2.4

**Динаміка кількості туро-днів наданих туристам і кількість туро-днів на 1 туриста в ТОВ «Tez tour»**

Показники	Кількість туро-днів			
	2018		2019	
	всього	на 1 туриста	всього	на 1 туриста
Кількість наданих туро-днів туристам усього, у т.ч.	11290	6	11254	8
туристам, які виїжджали за кордон	6034	7	6036	7
туристам, охопленим внутрішнім туризмом	5256	6	5218	5

Аналізуючи таблицю 2.4., можна зробити висновок, що діяльність підприємства покращила показник кількості туро-днів наданих туристам порівняно з 2018 роком, це простежується в їх розрахунках . Проте, кількість туро-днів на 1 туриста у 2019 році - зменшилась

На фірмі пропонуються як подорожі за заздалегідь розробленою програмою, так і ексклюзивні тури на замовлення в межах України. Також надаються послуги з екскурсійного обслуговування.

Далі проаналізуємо структуру обслугованих туристів за віковими категоріями. Отримані результати представимо у вигляді табл.2.5 і проілюструвати графічно. Зробити висновки щодо вікового складу обслугованих туристів, визначити перспективні сегменти туристів і надати пропозиції щодо необхідності активізації маркетингової діяльності для залучення окремих сегментів споживачів.

Таблиця 2.5

## Розподіл туристів за віковими категоріями

Показники	Рік		
	2017	2018	2019
	%	%	%
Кількість обслугованих туристів, у т.ч.	100	100	100
діти	26,5	27,69	23,83
підлітки	19,6	16,07	24,5
молодь	35,2	38,41	35,67
дорослі	9,7	10,22	10,17
Люди похилого віку	8,9	7,584	5,71

Отже, бачимо, що найбільшу частку клієнтів туристичної фірми ТОВ «Tez tour» займає молодь, так у 2017 році цей показник склав 35,2 %, у 2018 році – 38,42 % а у 2019 році 35,67 % з-поміж всіх клієнтів. Найменше звернулось клієнтів похилого віку, так у 2017 році цей показник склав – 8,9 % у 2018 році – 7,53, а у 2019 році – 5,71 %.

Що стосується звіту про фінансові результати підприємства, то для наочності слід проаналізувати його за допомогою абсолютного і відносного відхилення (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

**Основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Tez tour»  
за 2017-2019 рр.**

Показник	Рік			Відхилення абс		Відхилення відн, %	
	2017	2018	2019	2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	173 172	113 929	210 233	- 59 243	96 304	65	185
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	57 861	14 921	8 045	-42 940	-6 876	26	54
Валовий прибуток	115 311	99 008	202 188	- 16 303	103 180	86	204

## Продовження табл..2.6

Прибуток (Збиток) до Оподаткування	-6 031	49 901	179 059	43 870	129 158	827	359
Поточний податок на прибуток	1 536	11 204	37 987	9 668	26 783	729	339
Чистий прибуток	-7 567	38 683	141 078	31 116	102 395	511	365

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Ми можемо помітити, що за 2017-2018 рр. абсолютне відхилення чистого прибутку становить 31 116 тис. грн., а за період з 2018 по 2019 року 102 395 тис. грн. Це може свідчити про те, що за досліджуваний період підприємство працювало з прибутком.

Відносне відхилення, воно ж - темп зростання за період 2017 – 2018 рр. склало 65%, аналізуючи динаміку загальної виручки за період з 2018 по 2019 рр. - 185%, це може свідчити про її зростання.

Проаналізуємо також динаміку показників на рис.2.3.

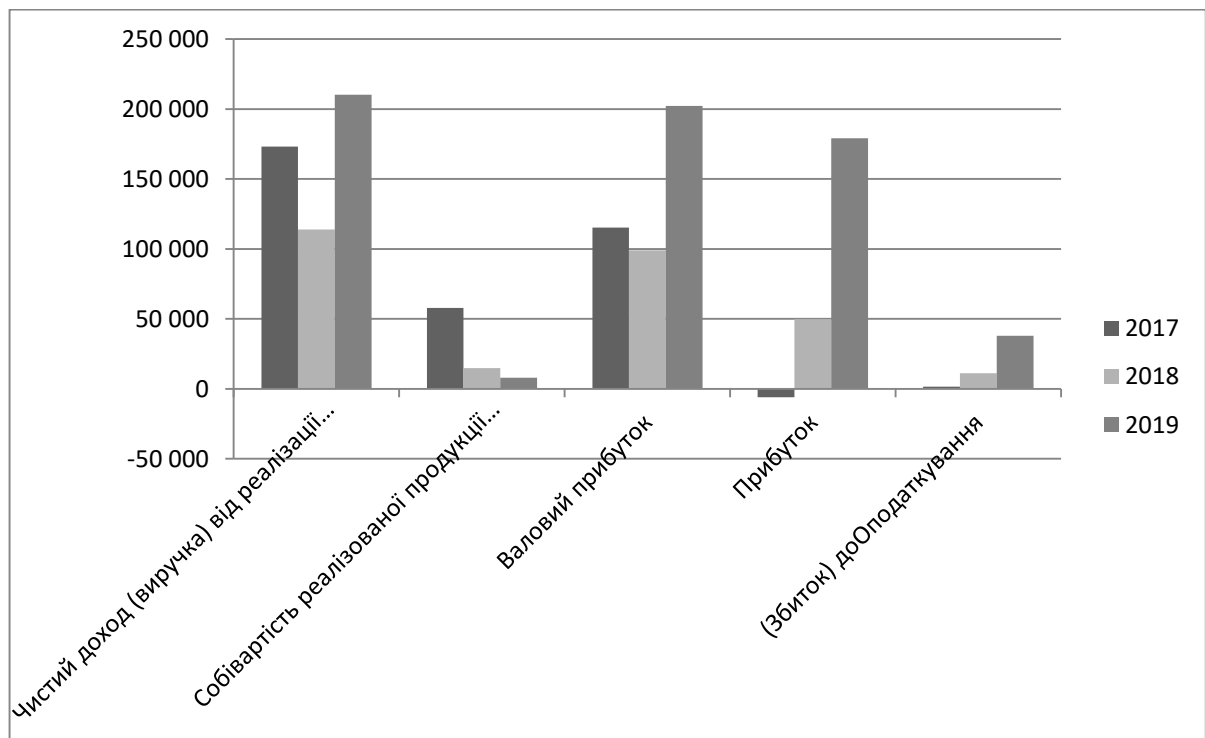


Рис.2.3. Основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Tez tour» за 2017-2019 рр., тис. грн.

Таким чином, спостерігаємо, що фінансове становище в організації протягом аналізованого періоду покращилось, підприємство значно наростило показники прибутковості.

Оцінимо показники ліквідності та платоспроможності, табл.2.7.

Таблиця 2.7

**Аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «Tez tour» за 2017-2019 рр.**

Показники	Норма	2017	2018	2019	Абс.відх	
					2018 до 2017	2019 до 2018
1.Коефіцієнт загальної ліквідності	1	0,85	1,11	1,14	0,26	0,03
2.Коефіцієнт поточної ліквідності	>0,6	0,56	0,58	0,75	0,02	0,17
3.Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-0,3	0,1	0,22	0,29	0,12	0,07

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Таким чином, спостерігаємо, що всі показники ліквідності за 2017-2019 рр. в нормі.

Проаналізуємо динаміку показників ліквідності та платоспроможності на рис.2.4.

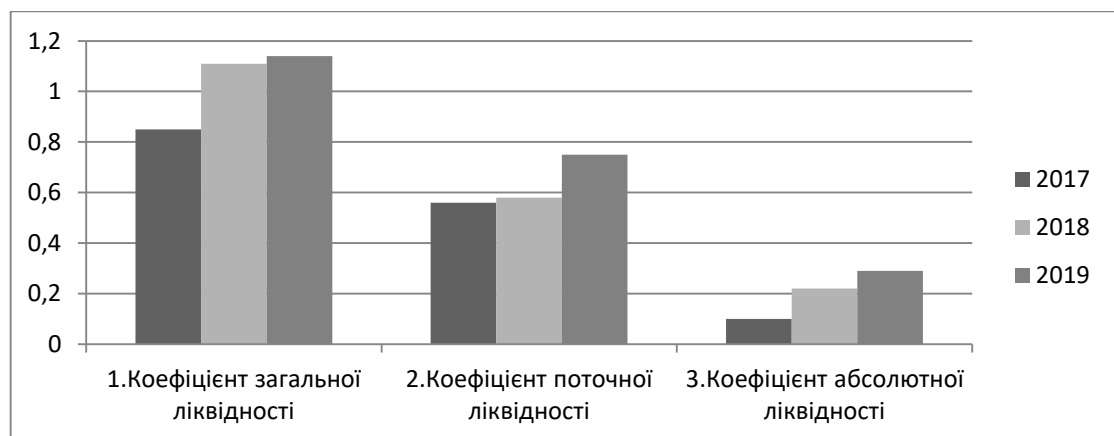


Рис.2.4. Аналіз ліквідності та платоспроможності ТОВ «Tez tour» за 2017-2019 рр.

Таким чином, бачимо, що коефіцієнт загальної ліквідності дає найбільш загальну оцінку ліквідності активів. Оскільки поточні зобов'язання підприємства погашаються в основному за рахунок поточних активів, для забезпечення нормального рівня ліквідності необхідно, щоб вартість поточних активів перевищувала суму поточних зобов'язань (ця вимога також впливає з “модифікованого золотого фінансового правила”). Нормальним значенням даного коефіцієнта вважається 1,5...2,5, але не менше 1. Показник загальної ліквідності ТОВ «Tez tour» знаходиться в межах норми.

Коефіцієнт поточної ліквідності — показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості. Цей показник показує платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Теоретично значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,6. В 2019 році показник коефіцієнту поточної ліквідності склав 0,75, що вважається нормою.

Таким чином, аналізоване підприємство має високі показники ліквідності та платоспроможності.

Далі проводиться аналіз показників рентабельності за період 2017-2019 рр. (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Tez tour»  
за період 2017-2019 рр.**

Показник	Рік			Відхилення 2019/2017 р.
	2017	2018	2019	+/-
Рентабельність продукції, %	0,32	0,73	1,00	0,68
Рентабельність діяльності, %	0,25	0,50	0,53	0,28
Рентабельність активів, %	0,30	0,52	0,84	0,54
Рентабельність власного капіталу, %	0,06	0,07	0,11	0,05

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Провівши розрахунки рентабельності підприємства маємо зазначити, що всі показники є більшими нормативних значень. Отже, діяльність підприємства в цілому були ефективною. Проаналізуємо динаміку показників рентабельності на рис.2.5.

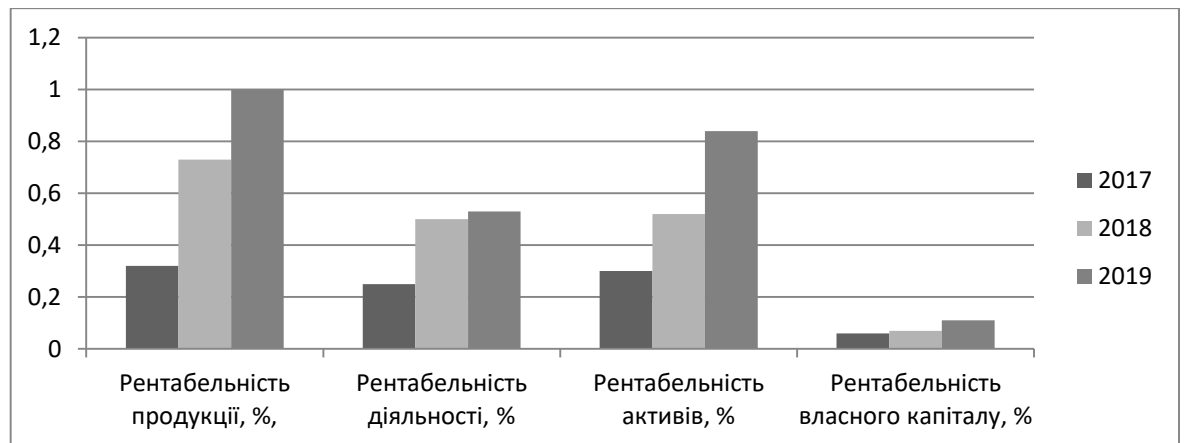


Рис.2.5. Аналіз рентабельності підприємства ТОВ «Tez tour» за період 2017-2019 рр.

Таким чином, рентабельність продукції зросла до 1, рентабельність діяльності до 0,53, рентабельність активів до 0,84.

Проаналізуємо організаційну структуру на прикладі Київської філії.

Організаційна структура туристичної фірми ТОВ «Tez tour» є лінійно-функціональною.

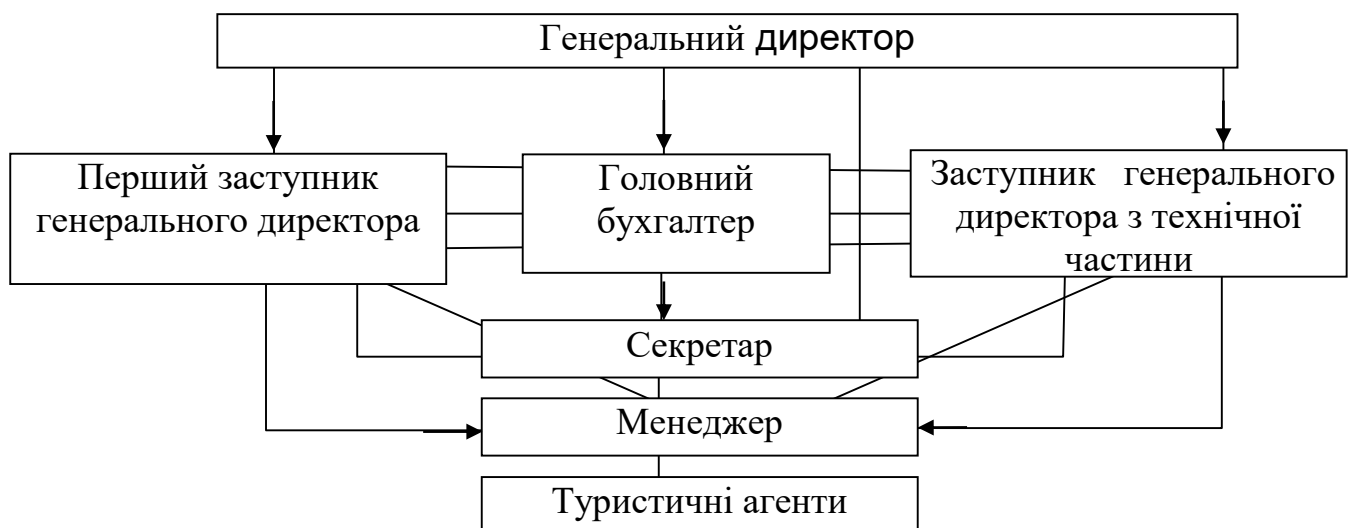


Рис.2.6. Організаційна схема ТОВ «Tez tour»

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

На підприємстві працюють: директор, менеджер по туризму, заступник директора, бухгалтер, секретар, туристичні агенти.

З малюнку видно, що в турфірмі існує три основних напрями комунікаційних потоків: зверху-вниз, знизу-догори та по горизонталі. Кожний з напрямів передбачає взаємодію співробітників, що знаходяться на різних рівнях організаційної ієрархії, тому значно відрізняються за своїми цілями, характером інформації, методами, тривалістю та частотою.

Ця структура застосовується у приватному туристичному підприємстві ТОВ «Tez tour» тому що:

- вся виконувана робота проста й одноманітна;
- власник підприємства має можливість постійно контролювати роботу персоналу.
- тут головною рисою є єдність розпорядження.
- перевагами цієї структури над іншими є:
- відповідальність;
- чітко визначені зобов'язання;
- чіткий розподіл обов'язків та повноважень;
- оперативний процес прийняття рішень;
- простота розуміння і використання;
- можливість підтримувати необхідну дисципліну.

*Таблиця 2.9*

### **Аналіз розподілу функцій управління в середині підприємства**

№	Посада	Функції посадової особи
1	Генеральний директор	Загальне керівництво діяльністю фірми Організація взаємодії всіх структурних підрозділів. Забезпечення виконання всіх прийнятих фірмою зобов'язань, включаючи зобов'язання перед бюджетами різних рівнів і за бюджетними фондами. Контроль за дотриманням законності в діяльності всіх служб. Захист майнових інтересів підприємств в суді, органах державної влади

## Продовження табл. 2.9

2	Заступник генерального директора	Організовує чітку і злагоджену роботу всіх структурних підрозділів і служб ТОВ «Tez tour». Розробляє перспективні плани розвитку виробництва, а також бюджет ТОВ «Tez tour». Забезпечує контроль за злагодженою роботою всіх підрозділів ТОВ «Tez tour», а також за порядком обліку на ТОВ «Tez tour». Контролює виконання всіх узятих зобов'язань.
3	Секретар	Здійснювати підготовку необхідних документів, забезпечувати фінансово-господарську діяльність підприємства необхідною документацією та документообігом. Забезпечувати прийом, облік, реєстрацію вхідної та вихідної документації, контроль за виконанням документів, інформаційно-довідкове обслуговування і збереження відповідної інформації. Контролювати якість підготовки, правильність складання, узгодження і затвердження документів, що подаються на підпис Здійснювати контроль за виконанням рішень і доручень керівника, вживати оперативних заходів, спрямованих на своєчасне і якісне їхнє виконання. Здійснювати організацію підготовки, ухвалення рішення і доведення їх до безпосередніх виконавців. Проводити аналіз довідок і доповідей, наданих керівнику, давати по них компетентні висновки.
4	Менеджер	Забезпечення і підготовка туристичних маршрутів, контроль за виконанням усіх послуг, зазначених у програмі турів, розгляд нових видів послуг і напрямків, що поліпшують якість обслуговування туристів, узгодження робіт з керівництвом підприємства, програми турів, підтримка контактів з партнерами, реалізація туристичного продукту.
5	Туристичні агенти	Пропонує клієнту наявний вибір варіантів проведення відпочинку, дає рекомендації і ради про вибір місць відпочинку, консультує клієнта про особливості соціально-демографічних і природно-кліматичних умов місця відпочинку.
6	Заступник генерального директора з технічної частини	Організовує роботу з питань, що стосуються виконання його обов'язків. Забезпечує технічну експлуатацію будівель та технічного обладнання. Забезпечує наявність документації, передбаченої нормативними вимогами, на будівлі, приміщення, обладнання підприємства.

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Дані для аналізу руху робочої сили підприємства наведено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

## Рух робочої сили на підприємстві ТОВ «Tez tour»

Показник	Минулий період	Звітний період	Відхилення	
			абсолютне (±)	%

## Продовження табл.2.10

1. Середньоспискова чисельність працівників, осіб	27	32	+5	18
2. Прийнято на роботу нових працівників протягом року	1	5	+4	400
3. Вибуло працівників	1	2	+1	100
у т. ч. з причин:				
а) з власного бажання	0	0	0	0
б) звільнення за порушення трудової дисципліни	1	2	+1	100
Коефіцієнт обігу прийому	1	0,4	-0,6	60
Коефіцієнт обігу вибуття	0,03	0,06	+0,03	200
Коефіцієнт плинності кадрів	1	0,4	-0,6	60

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Особливу увагу потрібно звертати на плинність кадрів, бо плинність, як було сказано, знижує продуктивність праці на підприємстві ТОВ «Tez tour». Для того, щоб розробити заходи, спрямовані на закріплення робочих кадрів, необхідно знати конкретні причини звільнень з власного бажання (складні умови праці, низька заробітна плата, незадовільні перспективи службового зростання, незадоволення професією, незадовільний моральний клімат у колективі тощо) і порушень трудової дисципліни. Важливим є встановлення динаміки показників обороту робочої сили, щоб визначити, в якому напрямку відбуваються зміни цих показників, який вплив на них справляють умови організації праці і виробництва на підприємстві в цілому і на окремих його ділянках.

Аналіз чисельності і структури працівників починається з оцінки їх відповідності трудомісткості виробничої програми та встановлення відхилень фактичної чисельності проти розрахункової чи проти минулого періоду. Розглянемо кадровий склад за віковим показником та освітнім, табл.2.11

Таблиця 2.11

**Поділ кадрового складу ТОВ «Tez tour» за віковим показником**

№	Віковий показник	Кількість працівників	Частка від загальної кількості	Поділ за статтю	
				чол	жін
1	18-25 років	9	28	2	7
2	26 – 35 років	10	31	3	7
3	36 – 50 років	13	41	5	7

Бачимо, що більшість працівників даного підприємства мають вік від 18 – 25 років. Найменша кількість працівників у віці 36-50 років. Проаналізуємо у відсотковому відношенні, рис.2.7.

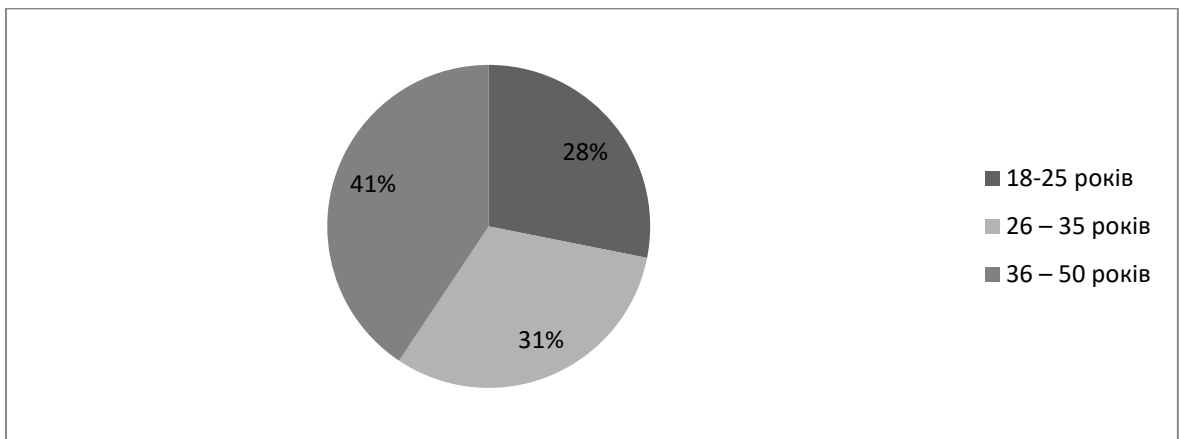


Рис.2.7. Поділ кадрового складу ТОВ «Tez tour» за віковим показником

Таким чином, бачимо, що працівники у віці 18-25 років складають 28 %, 26-35 років – 31 %, найменше працівників у віці 36-50 років – 41 %.

Розглянемо освітній рівень працівників туристичної фірми ТОВ «Tez tour» табл. 2.12.

Таблиця 2.12.

**Освітній рівень працівників туристичної фірми ТОВ «Tez tour»**

№	Працівники	Рівень спеціальної освіти	
		Середня спеціальна (коледж, технікум)	Вища (інститут, університет)

Продовження табл.2.12

1	Управлінська ланка	-	4
2	Менеджери по туризму	-	21
3	Працівники технічної сфери	7	-
5	Всього	7	25

Таким чином бачимо, що на підприємстві працюють люди як і без освіти так і з вищою освітою. Проаналізуємо відсоткові значення в залежності від рівня освіти, рис.2.8.

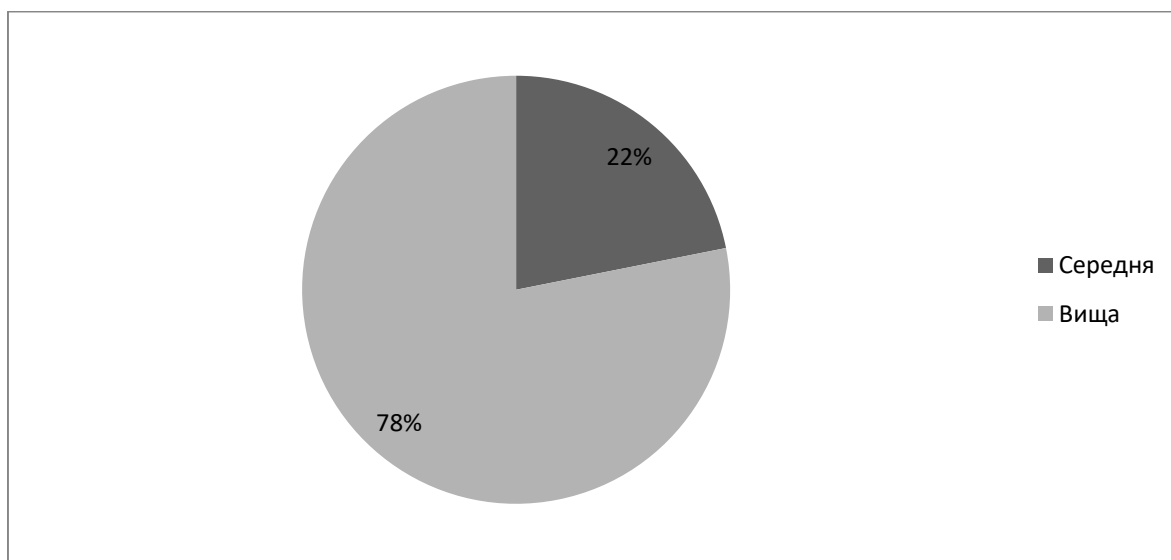


Рис.2.8. Освітній рівень працівників туристичної фірми ТОВ «Tez tour»

Таким чином, працівники, які мають вищу освіту складають найбільшу частку, а саме 78 %, середня освіта – 22 % працівників.

Розглянемо стаж працівників у туристичному підприємстві ТОВ «Tez tour», табл.2.13

Таблиця 2.13

**Стаж працівників підприємства ТОВ «Tez tour»**

№	Стаж	К-сть працюючих
1	1 – 3 роки	4
2	4 – 6 років	16
3	6 – 10 років	7
4	Більше 10 років	5

Розглянувши таблицю бачимо, що більшість працівників лише почали працювати в туристичній сфері, тому середній стаж на підприємстві не вище 8 років. Але хотілось би відзначити, що керівництво працює в туристичній сфері вже понад 10 років.

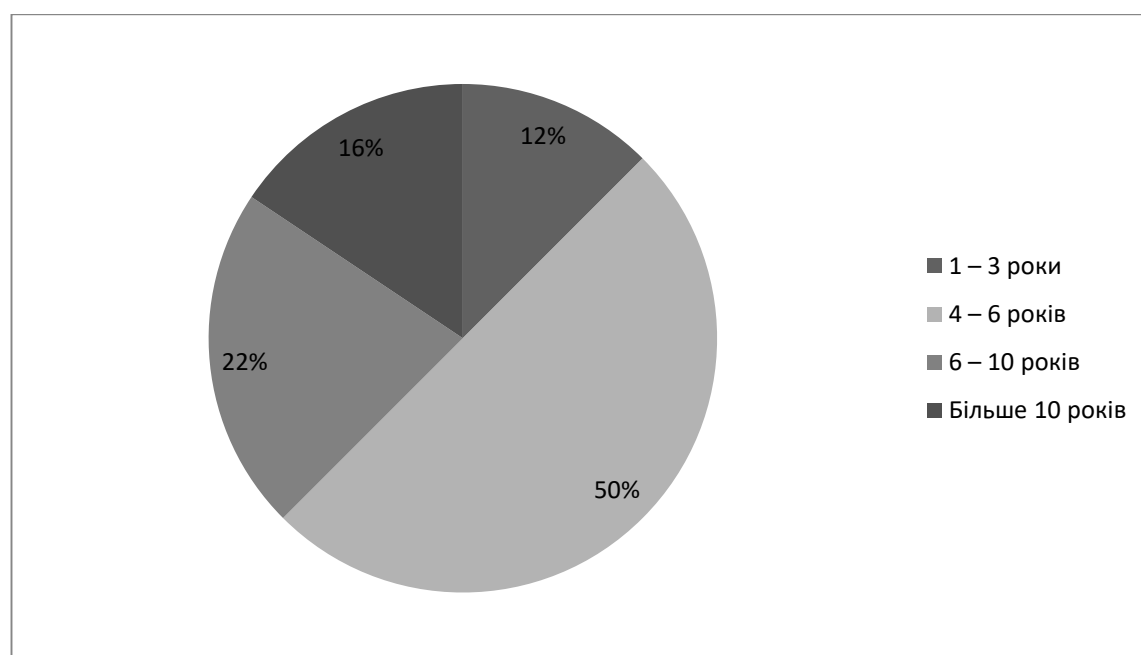


Рис.2.9. Стаж працівників підприємства ТОВ «Tez tour»

Отже, працівники зі стажем роботи 1-3 роки складають лише 12 % від загальної кількості працівників, 50 % працівників працюють в туристичній сфері 4-6 років, працівників зі стажем роботи 6-10 років – 22 %, значну частку складають кадри зі стажем роботи понад 10 років – 16 %.

Розрахункову чисельність працівників (особовий склад) визначають за планово-нормативними розрахунками самого підприємства; фактичну чисельність беруть за даними облікового складу, які наявні в службі (відділі) кадрів.

Проведемо оцінку маркетингової діяльності туристичного підприємства, табл.2.14

Таблиця 2.14

### Характеристика основних бізнес процесів ТОВ «Tez tour»

Назва бізнес проекту	Опис	Оцінка за 10 бальною шкалою	
		негативна	позитивна
Виробництво основних послуг	Діяльність, спрямована на створення позитивного іміджу турпродукту і його реалізація клієнтам		8
Виробництво додаткових послуг	Діяльність, спрямована на створення позитивного іміджу підприємства	5	
Матеріально технічне забезпечення	Експлуатація та ремонт комп'ютерів факсів і т.д.		9
Кадровий менеджмент	Підготовка кваліфікованих кадрів для турфірми		9
Фінансовий стан	Підтримання фінансового стану підприємства на межі допустимого		9
Маркетинг	Рекламна і інша маркетингова діяльність спрямована на поліпшення іміджу турфірми і придбання популярності		6
Інноваційний менеджмент	Реклама через інноваційні засоби		6
Екологічний менеджмент	Важливий засіб підвищення ефективності підприємств рекреаційного-туристичного комплексу, але й важливий чинник формування екологічної культури та забезпечення сталого розвитку суспільства		8
Корпоративна культура	Формування команди, яка злагоджено працює, — це один із вирішальних чинників підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми, її ефективності в умовах ринку		10
Імідж	престижна рекламау, зареєстрований товарний знак, високу якість своїх послуг, постійну турботу про клієнтів та інше		8

Таким чином, прийшли до загальних висновків, що підприємству необхідно звернути увагу на розвиток додаткових послуг. Загалом основні бізнес процеси на доволі високому рівні.

### **2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції підприємства**

Для більш повного аналізу макросередовища підприємства був проведений PEST- аналіз, який відобразив політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, що впливають на функціонування туристичного агентства (таблиця 2.15).

*Таблиця 2.15*

#### **Аналіз факторів макросередовища туристичної компанії ТОВ «Tez tour»**

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка за 10 бальною шкалою
1. Політична	Зміна законів, що регулюють туристську галузь;	10
	Політичні конфлікти між державами;	8
	Тимчасове закриття кордонів для в'їзду туристів (призупинення авіасполучення і т.д.)	8
2. Економічна	Різка зміна курсу валют;	8
	Безробіття, в зв'язку з самоізоляції;	8
	Низький рівень доходів населення;	10
	Нестабільна економічна ситуація в світі	6
	Стан розвитку туристичної галузі за кордоном	
3. Соціально демографічна	Введення режиму самоізоляції у зв'язку з поширенням вірусу Covid19;	8
	Побоювання туристів виїзду за кордон;	10

## Продовження табл.2.15

	Зростання популярності самостійного туризму	5
4.Технологічна	Розвиток технологій інтернет - продажів;	8
	Зростання популярності віртуального туризму;	7
	Популярність технологій ГІС в туризмі	8

Таким чином, бачимо, що зовнішнє середовище досить сильно впливає на діяльність підприємства, тому при роботі необхідно завжди оцінювати ризики змін в зовнішньому середовищі.

Крім факторів зовнішнього середовища, на функціонування компанії прямий вплив має також і внутрішнє середовище. Для виявлення сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей компанії був проведє SWOT-аналіз ТОВ «Tez tour», ознайомитися з яким можна в таблиці 2.16.

Для визначення конкурентних переваг поширеним є метод SWOT.

SWOT-аналіз (strengths, weaknesses, opportunities, threats) - аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз є одним з найважливіших етапів.

SWOT-аналіз проводять, як для діяльності фірми в цілому, так і для певних продуктів, сегментів ринку, географічних територій. Методика проведення SWOT-аналізу дуже проста, завдяки чому менеджер може зосередитися на фактах, не витрачаючи свій час ні якісь функціональні питання. Сам аналіз складається з двох частин. можливості та загрози є аналіз зовнішнього середовища. Сильні і слабкі сторони - це внутрішній аналіз компанії / продукту. Зазвичай SWOT-аналіз починають з виявлення сильних і слабких сторін. Ось деякий перелік, часто зустрічаються в аналізі сильних і слабких сторін факторів:

- 1) Репутація компанії;
- 2) Якість продукту;
- 3) Якість обслуговування;

- 4) Частка ринку;
- 5) Ціна;
- 6) Логістика;
- 7) Ефективність просування;
- 8) Якість роботи торгових агентів;
- 9) Географічне охоплення;
- 10) Впровадження нововведень;
- 11) Витрати;
- 12) Фінсова стійкість;
- 13) Працівники;
- 14) Технічне оснащення;
- 15) Здатність укладатися в терміни;
- 16) Гнучкість, швидка реакція на події;
- 17) Асортимент;
- 18) Досвід;
- 19) Ресурси;
- 20) Знання покупців.

Аналіз сильних і слабких сторін – це не справа одного дня. Для того щоб зібрати всі необхідні відомості знадобиться час. Важливо, щоб дані були реальними фактами, а не чиймись припущеннями. До того ж дуже погано, коли обов'язок на створення SWOT-аналізу лежить на одній людині. Виходить трохи однобоке бачення. Сам аналіз може проводитися по-різному. Можливості та загрози. Це все елементи зовнішнього середовища, які ніяк не залежать від компанії. До зовнішніх можливостей і загроз відносяться:

- 1) Економічна ситуація в країні і світі;
- 2) Демографічна ситуація;
- 3) Політична;
- 4) Громадські рухи;
- 5) Технічний прогрес;

- 6) Аналіз конкурентів;
- 7) Законодавства;
- 8) Культурні фактори;
- 9) Соціальні питання.

Таблиця 2.16

**SWOT-аналіз ТОВ «Tez tour»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вигідне розташування офісу в центрі міста;</li> <li>2. Використання популярного бренду «TezTour»;</li> <li>3. Постійно зростаюча клієнтська база;</li> <li>4. Індивідуальний підхід до кожного клієнта;</li> <li>5. Допомога в оформленні віз, купівля авіаквитків і т.д .;</li> <li>6. Висока кваліфікація персоналу</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постійне збільшення фірм-конкурентів, внаслідок чого доводиться вводити інновації, щоб привабити нових клієнтів;</li> <li>2. Відсутність деяких новітніх технологій в просуванні турпродукту;</li> </ol>
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Доступність інвестицій та кредитів;</li> <li>2. Обслуговування додаткових груп споживачів;</li> <li>3. Вихід на новий сегмент ринку;</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Різка зміна курсу валют;</li> <li>2. Нестабільна економічна ситуація, в цілому;</li> <li>3. Політичні конфлікти між державами;</li> <li>4. Низький рівень доходів населення</li> </ol>

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Основними можливостями підприємства є: розвиток технологій інтернет - продажів. Що стосується загроз, то головними з них були виявлені: політичні конфлікти між державами; різка зміна курсу валют і нестабільна економічна ситуація, в цілому. В даному випадку одна загроза є наслідком попередньої і безпосередньо впливає як на діяльність компанії, так і на рівень доходу населення. До основних сильних сторін фірми відносяться: індивідуальний підхід до кожного клієнта і висока кваліфікація персоналу. Головною слабкою стороною компанії є високий рівень конкуренції на ринку.

Для визначення відносного рівня конкурентоспроможності підприємства ТОВ «Tez tour», були визначені основні конкуренти фірми і виставлені в експертних оцінках на основі сприйняття ціни і якості обслуговування. Всі показники розташовані в порядку убудування їх значущості, тому для визначення їх ваги використовуються зворотні числові значення місць, які займає цими показниками.

Таблиця 2.17

**Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів**

Показники	Coral Travel	ТОВ «Tez tour»	TUI	Join UP
місце розташування	4	5	3	3
середній рівень завантаженості	4	5	1	3
популярність серед населення	3	4	3	2
асортимент додаткових послуг	4	5	2	4
рівень професіоналізму персоналу	4	4	4	4
якість основних послуг	4	5	4	5
якість рекламних засобів	4	4	3	2
цінова політика	4	5	3	4
Загальна сума балів за показниками	31	41	23	27

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Таким чином, компанія ТОВ «Tez tour» та «Coral Travel» мають найвищі конкурентні позиції та є лідерами галузі.

В цілому, провівши характеристику ТОВ «Tez tour», можна сказати, що, незважаючи на довге функціонування на ринку туристичних послуг, компанія встигла завоювати певний авторитет у своїх клієнтів і зайняти провідні позиції серед своїх конкурентів.

## Висновки до розділу 2

ТОВ «Tez tour» для здійснення ефективної діяльності має у своєму розпорядженні необхідні активи та капітал. За даними проведеного аналізу можна стверджувати, що підприємство працює успішно. За аналізований період покращилися результати роботи: зріс валовий дохід, валовий прибуток, чистий прибуток, зросла кількість обслугованих туристів. Програма обслуговування в ТОВ «Tez tour» є якісною і привабливою для туристів.

Проаналізувавши зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства ТОВ «Tez tour», можна зробити наступні висновки. На сьогоднішній день аналізоване підприємство знаходиться під прямим впливом зовнішніх чинників, які не дають їй право на повноцінне функціонування.

Аналіз внутрішнього середовища показав, на що варто звернути увагу ТОВ «Tez tour» у час закритого режиму роботи. Слід зайнятися маркетинговою політикою, зайнятись пошуком розширення позицій на ринку, вихід на нових постачальників послуг, збільшення обсягу туристів.

Отже, щоб своєчасно реагувати на зниження задоволеності клієнтів наданими послугами, організація не повинна нехтувати оцінку такого важливого показника, як якість послуг, що надаються.

## **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА БАЗІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ТЕЗ TOUR»**

### **3.1. Особливості організації лікувально-оздоровчих турів на базі ТОВ «Tez Tour»**

Лікувально-оздоровчі тури – це прекрасна можливість об'єднати приємне з корисним: відпочити, поправити своє здоров'я, побачити нові країни, розширити горизонти пізнання. Тому ТОВ «Tez tour» пропонує тури для відпочинку з лікуванням, як на морі, так і в місцях з унікальним мікрокліматом, де сама природа лікує. Лікувально-оздоровчі тури в екологічно чисті місця планети стають все більш популярними.

Як правило, лікувально-оздоровчий туризм включає відвідування бальнеологічних, грязьових і кліматичних курортів, де в ролі основних оздоровчих ресурсів виступають цілюще повітря, мінеральні води, лікувальні грязі, морська вода, гірське повітря, мікроклімат печер і цілющі властивості лікарських рослин. Тому вибір лікувально-оздоровчого туру залежить від того, якого ефекту від лікування очікує турист.

Найпопулярнішими серед лікувально-оздоровчих курортів країн Європи і Азії вважаються тури з лікуванням в Угорщину, Ізраїль, Грецію, країни Азії, де процедури з лікування, оздоровлення та реабілітації суміщені з пляжним відпочинком. Але найвідоміша здравниця серед них - це Чехія і найбільший курортне місто Маріанські Лазні, багатопрофільний чеський курорт. Тут лікувальний і оздоровчий туризм набирає все більшої популярності серед людей, що страждають від захворювань сечостатевої, нервової та дихальної систем, шлунково-кишкового тракту, порушень опорно-рухового апарату і дисфункції залоз внутрішньої секреції.

Як і Чехія, популярність придбала Угорщина, особливо її озеро Хевіз - найбільше термальне озеро Європи і унікальне чудо природи. Кожен день

природним шляхом вода в ньому повністю оновлюється і насичується корисними солями і мінералами. Тому лікувальні тури на озеро Хевіз вибирають ті, хто страждає захворюваннями кісток, сечостатевої системи і хворобами ЛОР-органів.

Застосування комплексу лікувальних і оздоровчих методів з використанням властивостей морської води, насиченого солоного повітря, водоростей і лікувальних грязей є пріоритетним при виборі туру для відпочинку з лікуванням на море. Під час такого відпочинку організму очищається, клітини шкіри оновлюються, а імунітет зміцнюється.

Найбільшим попитом серед туристів вважаються тури з лікуванням на Мертве море, в санаторіях якого лікують дерматити, захворювання опорно-рухового апарату, нервової системи, ЛОР-органів, сечовивідних шляхів. Крім того популярністю користуються тури з лікуванням на курортах Тунісу, основними центрами таласотерапії якого вважаються Монастір, острів Джерба, Хаммамет, Сусс і Махдія.

Під оздоровчо-лікувальними турами в Італії мається на увазі поїздка на її курорти з термальними джерелами, найпопулярнішими серед яких вважаються Лаціо, Венето, Кампанія і південний острів Іскья, цілющі води якого рекомендуються для лікування захворювань дихальних шляхів. А на півночі Італії, біля підніжжя Еуганських пагорбів знаходиться один з найдавніших курортів світу - Абано Терме, де ефективно борються з ревматизмом, гінекологічними захворюваннями і проблемами органів дихання.

У сучасному світі, наповненому напруженим ритмом життя, стресами і щоденною рутиною сьогодні набирають все більшої популярності SPA – тури, що стають рятівним втечею в обитель спокою і гармонії.

Традиція прийняття ванн для релаксації тіла і відновлення душевної гармонії активно використовувалася ще древніми греками в V-VI століттях до н.е. За цей час SPA - традиція розвинулася в таку популярну глобальну

систему, що включає SPA курорти і SPA готелі по всьому світу, що працюють у відповідності з останніми інноваціями в області СПА терапії.

З давніх-давен пацієнтам, що страждають різноманітними захворюваннями, лікарі радили «поїхати на води». Сьогодні в аналогічних випадках вам пропонують оздоровчі SPA тури, але суть рекомендації від назви не змінюється. Курорти, на яких основним лікувальним засобом є вода, є майже в будь-якій країні світу.

ТОВ «Tez tour» пропонує бажаючим SPA тури в такі країни як Італія, Франція, Австрія, Індонезія, Індія, Швейцарія, Туніс, Таїланд - при цьому враховуються не тільки медичні показання, але і переваги клієнта щодо умов розміщення, сервісу, екскурсійних програм. Залежно від країн, їх оздоровчі програми можуть помітно відрізнятися: так, на Балі туристам запропонують унікальні види масажу, на Гоа - процедури, засновані на аюрведичесних принципах, а в європейських SPA турах велике значення надають таласотерапії, грязьовим ваннам і прийому мінеральних вод всередину.

Перш ніж вибрати оздоровчий курорт, слід проконсультуватися з лікарем, і на основі його рекомендацій ТОВ «Tez tour» підбирає найбільш підходящий туристу лікувальний тур.

ТОВ «Tez tour» пропонує лікувально-оздоровчі тури в наступні країни: Австрія, Азербайджан, Вірменія, Білорусь, Болгарія, Угорщина, Німеччина, Ізраїль, Індія, Йорданія, Італія, Китай, Куба, Латвія, Литва, Мальта, Монголія, ОАЕ, Польща, Росія, Румунія, Сербія, Сінгапур, Словенія, Туніс, Туреччина, Україна, Франція, Хорватія, Чорногорія, Чехія, Швейцарія, Швеція, Шрі-Ланка, Естонія.

ТОВ «Tez tour» організовує лікувально-оздоровчі тури як на території України, так і поза її межами. З санаторіями та курортами України взаємодія ТОВ «Tez tour» будується на договірній основі. Між цими підприємствами укладається агентська угода. Предметом такої угоди є надання туристським підприємством ТОВ «Tez tour» послуги з бронювання та продажу за

винагороду путівок на одержання санаторно-курортних послуг в санаторно-курортних закладах і установах.

Лікувально-оздоровчі установи надають ТОВ «Tez tour» всю необхідну інформацію про заклад та умови надання послуг.

Лікувально-оздоровчі установи за запитом ТОВ «Tez tour» надають інформацію про наявність і кількість вільних номерів із вказівкою їх категорії, про обсяг додаткових послуг та їх ціни.

У разі зміни вартості путівок або інших умов надання санаторно-курортних послуг лікувально-оздоровчі установи надають ТОВ «Tez tour» нову редакцію умов надання послуг, що фіксується Сторонами в додатковій угоді до договору.

Агент виписує клієнтам квитанцію на бронювання (або ваучер) після оплати клієнтами вартості путівки й отримання від лікувально-оздоровчої установи письмового (шляхом факсимільного зв'язку) підтвердження факту бронювання. Лікувально-оздоровча установа надає ТОВ «TEZ TOUR» підтвердження факту бронювання при умові повного та правильного заповнення Заявки на бронювання, наявності вільних номерів та перерахування Агентом вартості путівки за відрахуванням агентської винагороди.

У заявці на розміщення і поселення клієнтів повинні бути вказані:

- номер і дата договору;
- ПІБ клієнта;
- країна, громадянином якої є клієнт;
- дата приїзду і від'їзду, кількість днів;
- категорія і кількість необхідних номерів;
- посада, прізвище і підпис співробітника, який складав заявку.

Бронювання вважається офіційно здійсненим з моменту підписання сторонами заявки на бронювання.

Розміщення клієнтів у лікувально-оздоровчій установі можливе тільки за наявності у них документів, які ідентифікують їх особу (паспорт).

Передача путівок і надання санаторно-курортних послуг лікувально-оздоровчою установою здійснюється виключно при умові пред'явлення ними квитанції на бронювання (ваучеру), виписаної на їх ім'я ТОВ «Tez tour», наявності підтвердженого лікувально-оздоровчою установою факту бронювання, 100% оплати клієнтами вартості путівки, виконання клієнтами і ТОВ «Tez tour» всіх умов договору, а також надання письмового підтвердження клієнтів про ознайомлення з правилами перебування на території лікувально-оздоровчої установи.

ТОВ «Tez tour» зобов'язується дотримуватися умов продажу путівок, графіків, строків та порядку заїзду й виїзду та ознайомити з ними клієнтів.

Лікувально-оздоровча установа забезпечує ТОВ «Tez tour» необхідними технологічними, методичними та рекламно-інформаційними матеріалами для надання послуг.

У договорі визначається порядок розрахунків між клієнтом, лікувально-оздоровчою установою і ТОВ «Tez tour», граничні терміни відмови клієнта від путівки, штрафні санкції при порушенні клієнтом граничних термінів, порядок відшкодування вартості путівки та штрафні санкції, якщо ТОВ «Tez tour» виписав клієнту квитанцію про бронювання (або ваучер) без отримання від лікувально-оздоровчої установи письмового підтвердження факту бронювання і без перерахування вартості путівки.

У договорі наводяться також правила надання санаторно-курортних послуг лікувально-оздоровчою установою, визначаються розрахункова доба і розрахункова година, вказується перелік документів, які повинен мати при собі клієнт, що прибуває до лікувально-оздоровчої установи, та інша інформація.

Договором обов'язково визначається відповідальність сторін за порушення умов договору, дії сторін у форс-мажорних обставинах, термін дії договору, місцезнаходження і реквізити сторін.

Взаємовідносини між туристськими підприємствами й санаторно-курортними установами і закладами регулюються укладеними між ними угодами та нормами діючого законодавства.

Таким чином, проаналізуємо кількість лікувально-оздоровчих турів проданих ТОВ «Tez tour» за 2015-2019 рр., шт., рис.3.1.

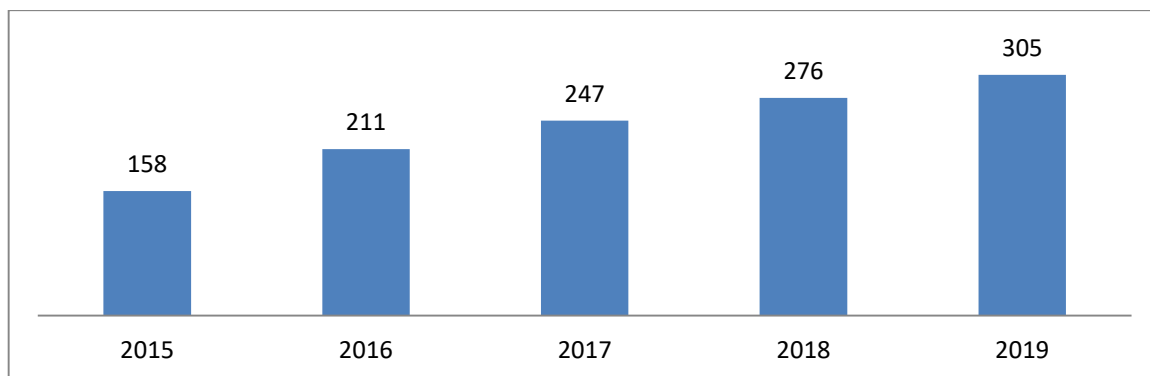


Рис.3.1. Кількість лікувально-оздоровчих турів проданих ТОВ «Tez tour» за 2015-2019 рр..

Таким чином, протягом аналізованого періоду ТОВ «Tez tour» нарощувала кількість проданих лікувально-оздоровчих турів, так для прикладу у 2015 році було продано 158 турів, а вже у 2019 році – 305.

Також розглянемо розподіл лікувально-оздоровчих турів по напрямках, рис.3.2.

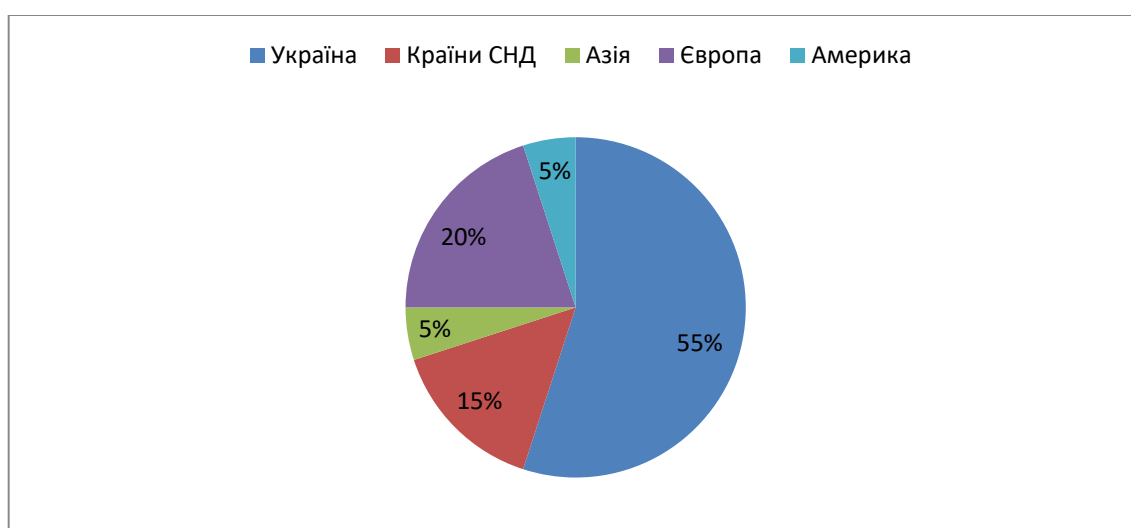


Рис.3.2. Розподіл лікувально-оздоровчих турів по напрямках у 2019 році,

%

Отже, бачимо, що із всієї кількості проданих лікувально-оздоровчих турів, туристи надають перевагу лікувально-оздоровчим закладам України, всього 55 % від загальної кількості. 15 % туристів надають перевагу лікувально-оздоровчим турам в країнах СНД, ще 20 % лікуються в країнах Європи та ще по 5 % в країнах Азії та Америки.

Проаналізуємо хвороби з якими звертаються туристи для покупки лікувально-оздоровчих турів, рис.3.3.

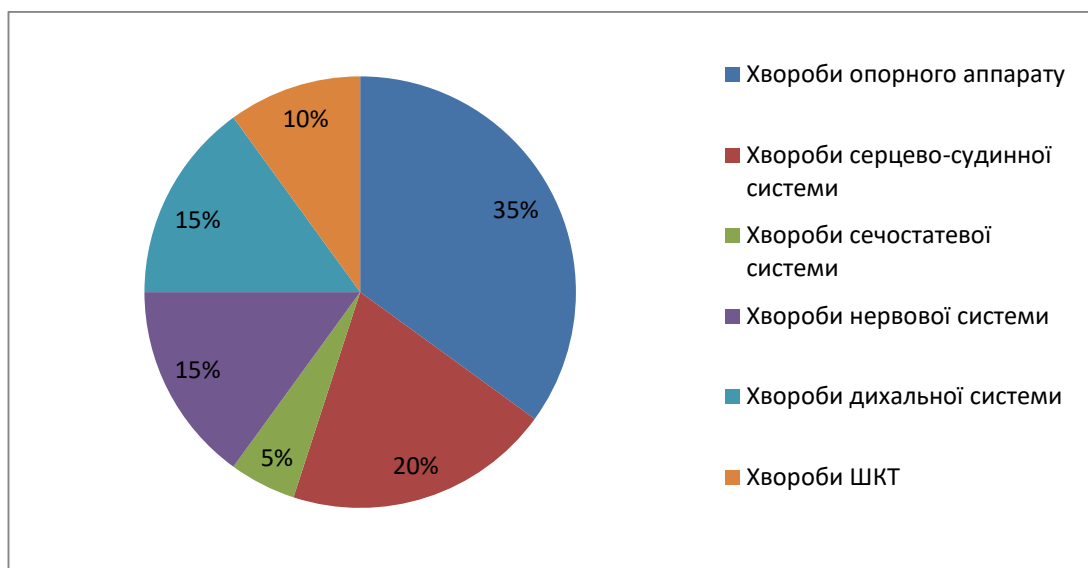


Рис.3.3. Хвороби з якими звертаються туристи для покупки лікувально-оздоровчих турів у 2019 році, %

Отже, бачимо, що туристи підбирали тури згідно з лікувальними показаннями. Найбільше туристів звертались для підбору туру з кваліфікацією на лікування та оздоровлення при хворобах опорного апарату, таких туристів було – 35 %. Також 20 % підбирали тури при хворобах серцево-судинної системи. На хвороби сечостатевої системи припало лише 5 % туристів. По 15 % розподілились туристи, котрі підбирали тури для лікування та профілактики хвороб нервової та дихальної системи. Лікувально-оздоровчі тури для покращення стану здоров'я при хворобах ШКТ підбирали 10 % туристів.

Далі проаналізуємо лікувально-оздоровчі тури по Україні та за кордон, табл.3.1.

Таблиця 3.1

## Лікувально-оздоровчі тури по Україні

№	Назва	Коротка характеристика	Кількість днів	Вартість, грн
1	2	3	4	5
1	Релакс-тур “Термальне Закарпаття”	замок Сент-Міклош у Чинадієво, купання в термальних басейнах Косино та в лумшорських чанах, дегустація вин Берегівщини, центр та замок в Ужгороді.	3	3 ночівлею у готелі -2295 грн
2	Жіночий ретрит на травневі свята на Шацьких озерах. «Сила жінки – цвітіння»	- тілесні практики (йога, гімнастика Дакіні, спонтанний танець) - походи в місця сили, медитації на пробудження своєї сили та люблячого серця - очищення та розслаблення в Чанах - вечорниці та співи біля вогнища - танок Мадала - купання та оздоровлення в цілющих озерах, насичених сріблом та гліцерином	3	2900
3	Замок паланок, термальні води косино і вино	Мукачівський замок Паланок, термальні води Косино та дегустація закарпатських вин	2	1195
4	SPA-тур у Карпати	Зоопарк у Меденичах, Церква святої Анни Борислав, Східниця відпочинок, мінеральні води, Спа Трускавець, басейни та сауни, Royal SPA & Wellness центр, Mirotel Resort & Spa	2	2595
5	Карпатські новинки за 5 днів	4 термальні купання, 4 дегустації, замки, канатна дорога, водоспади, наскельна фортеця, мальовничі гори, давні храми	5	3195
6	Йога-тур натхнення на о. Синевир	Йога-тур натхнення на озері Синевир - це яскрава подорож до одного з найбільш містичних місць України, наповнене практиками йогою, екскурсіями і шакарними видами українських Карпат.	4	4800

## Продовження табл.3.1

7	SPA-YOGA-TOUR натхнення в Карпатах	Особливістю туру є неймовірний відпочинок, наповнений йогою, екскурсіями, мальовничими пейзажами, приємним спілкуванням і купанням в одному з найкрасивіших і панорамних басейнів Карпат	4	5600
8	Східниця курорт	Відпочинок для людей з хворобами ШКТ, нервової та дихальної системи, ураження сечостатевої системи. Курорт має два джерела мінеральної води — гідрологічна пам'ятка природи, джерела мінеральної води типу «Нафтуса»	9	6400
9	Фтнес кемп «Відновлення. Карпати. Релакс»	Чисте карпатське повітря, неймовірні пейзажі, активні тренування, до деталей продумані активності	7	Стандарт SGL - 12 300 грн / 1 особа Суперіор SGL - 13 200 грн / 1 особа Стандарт DBL - 17 460 грн / 2 особи Суперіор DBL - 18 300 грн / 2 особи
10	Санаторій Кришталеве Джерело	Санаторій «Кришталеве джерело» (Закарпаття) – відокремлене і чисте місце біля підніжжя лісу на схилі Карпат, в долині гірської річки і зовсім поруч зі знаменитим бальнеокурортом Поляна. Цілющі води, м'який клімат, можливість відпочити від перевантажень цивілізації і відмінно поправити здоров'я під наглядом кваліфікованих лікарів	7-14 днів	індивідуально

Отже, всього у асортименті ТОВ «Tez tour» десять різноманітних турів. Окрім представленого переліку ТОВ «Tez tour» може індивідуально розробити та запропонувати тур туристу. Із запропонованого переліку ТОВ «Tez tour» в основному продає тури на Західну Україну, адже саме вона вважається серцем лікування України.

Бачимо, що в основному тури розраховані в середньому 7 днів, але також пропонуються короткочасні тури на 3 дні. Найбільш довготривалі тури пропонуються в санаторії, там лікувально-оздоровчий відпочинок може затягтись від 7 до 21 дня, в залежності від побажань клієнта. Вартість путівок різниця за місцем відпочинку, тривалістю та якістю надання послуг. Так наприклад найбільш дешевим туром є Замок паланок – лише 1195 грн. Найбільш дорого вартісним є відпочинок «Відновлення.Релакс.Карпати», так як туристи проживають в найкращому готельному комплексі Reikartz Travel, вартість відпочинку починається від 12300 за одну особу за 7 днів.

Також проаналізуємо лікувально-оздоровчі тури за кордоном, табл.3.2.

Таблиця 3.2

### Лікувально-оздоровчі тури за кордоном

№	Назва	Коротка характеристика	Кількість днів	Вартість, дол..США
1	Йога-тур натхнення в Єгипті	Йога-тур натхнення в Єгипті - це неймовірна подорож для любителів йоги і якісного відпочинку.  Ми будемо жити в чудовому готелі Reef Oasis Beach Resort 5*, який розташований прямо на березі моря, будемо зустрічати світанки і заходи з йоогою. Щодня будемо занурюватися в підводний світ Червоного моря - при готелі один з кращих кораловий рифів в Шарм Ель Шейху! пляж розташований в затишній бухті, в якій тихо і спокійно навіть в сезон вітрів.	8	865
2	Йога-тур натхнення в Туреччині	Для проживання ми вибрали невелике турецьке містечко Чамьюва, яке розташоване в мальовничій бухті на березі Середземного моря. Великий пляж, мальовничі гори навколо, чиста вода і відсутність натовпів туристів - це лише мала частина того, що чекає нас в йога-турі.  Заняття йоогою будуть проходити на морському узбережжі і інших мальовничих місцях в околицях нашого готелю. Програма туру побудована таким чином, що нам вдасться об'єднати практику йоги, комфортний відпочинок і цікаві екскурсії по довколишніх пам'ятках	8	750

## Продовження табл.3.2

3	Йога-тур натхнення в Чорногорії	Заняття йогою будуть проходити на березі Адріатичного моря з видом на гори або в інших красивих місцях на території нашого готелю. Програма туру побудована таким чином, що нам вдасться об'єднати практику йоги і цікаві екскурсії по довколишніх пам'яток.	8	930
4	Йога-тур натхнення в Грузії	Йога-тур натхнення в Грузії - це колоритний і комфортний відпочинок з йогою на березі Чорного моря! Ми щодня будемо займатися йогою і поєднувати пляжний відпочинок з захоплюючими екскурсіями, які ми детально спланували і продумали (рекомендуємо заглянути в розділ ЕКСКУРСІЇ). Основна мета цього туру - зарядитися енергією і перезавантажитися по повній. І в цьому нам відмінно допоможуть грамотно сплановані практики йоги і цікаві екскурсії по визначних пам'ятках Грузії.	8	768
5	Спа -тур в Хайдусобосло, Угорщина	6 днів неповторного релаксу в угорському Хайдусобосло - відпочинок, оздоровлення +шопінг	6	300
6	Королівський відпочинок - Термальний курорт Бешенева	Термальний курорт Бешенева знаходиться у Низьких Татрах в 12км від міста Ружомберок, 20км від міста Ліптовський Мікулаш. Термальний курорт Бешенева відомий завдяки геотермальними джерелами, які досягають температури до 70°C. На даний момент на території курорту доступно: 8 відкритих басейнів з термальною водою (7 відкриті цілий рік), 5 басейнів з прісною водою з атракціонами, дитячий басейн, «дика ріка» - 9 потоків води створюють течію річки, релаксаційний басейн «MARA» з підводними масажними потоками.	6	410
7	Угорський тандем + Балатон та Хевіз	Тур з можливістю відвідати термальні меки Угорщини	5	210

Отже, туристичне підприємство ТОВ «Tez tour» пропонує в основному тури в Угорщину, Словаччину, Чорногорію, Грузію, Туреччину та Єгипет. Тури розраховані на 5-9 днів. Найдешевші тури в Угорщину, в середньому

210-300 дол.США. Найдорожчі тури в Єгипет – 865 дол.США та Чорногорію на 9 днів за 930 дол. США.

Таким чином, проаналізувавши організацію лікувально-оздоровчого туризму туристичним підприємством ТОВ «Tez tour», відзначили, що загалом воно має доволі широкий асортимент турів як в межах України так і за її кордоном. Також ТОВ «Tez tour» надає можливість індивідуальної розробки туру згідно з побажаннями клієнтів.

### **3.2. Напрями розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні на базі ТОВ «Tez Tour»**

Лікувально-оздоровчий туризм охоплює безліч українських регіонів і пропонує досить ефективне та професійне лікування, засноване, в основному, на кліматичних особливостях місцевості і бальнеологічних можливості того чи іншого курорту.

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку та стають поліфункціональними оздоровчими центрами, розрахованими на широке коло споживачів.

Сучасні трансформації курортних центрів обумовлені двома обставинами. Перш за все, це пов'язано зі зміною характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. В моду входить здоровий спосіб життя, і в усьому світі зростає число людей, які хочуть підтримувати хорошу фізичну форму і потребують відновних антистресових програмах. В основному це люди середнього віку, які віддають перевагу активному відпочинку і часто обмежені в часі. На думку багатьох експертів, споживачі такого типу будуть головними клієнтами санаторних курортів, що гарантують процвітання лікувально-оздоровчого туризму в ХХІ ст.

Друга причина переорієнтації курортів полягає в скороченні їх традиційної підтримки, в тому числі фінансової, з боку муніципалітетів і

держави. Здравніці змушені диверсифікувати свій продукт, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку та залучити додаткових клієнтів.

Розглядаючи сучасний ринок надання даних послуг, можна виділити технологічні особливості організації лікувально-оздоровчого туризму, які проявляються в наступних характеристиках:

1. Мета: оздоровлення, лікування, відпочинок.
2. Організація даного виду туризму вимагає специфічних рекреаційних ресурсів (клімат, мінеральні води, грязі).
3. При організації лікувально-оздоровчого туризму необхідно забезпечити безпеку потенційних клієнтів.
4. У центрах лікувально-оздоровчого туризму повинен бути присутнім медичний персонал.
5. Високий рівень обслуговування і комфорту в місцях розміщення клієнтів.
6. Специфічна культура клієнтів: переважають люди середнього і старшого віку і люди з ослабленим здоров'ям.
7. Сезонність (особливо на європейських курортах).
8. Переважання внутрішньорегіональних поїздок.
9. Наявність різних варіантів харчування.

На перспективу розвитку даної галузі, впливають різноманітні програми лікувально-оздоровчих турів. Готуючи туристський продукт, необхідно пам'ятати, що це робиться для людей, охочих відпочити і поправити своє здоров'я. Тому необхідно спланувати і створити такий туристський продукт, який дозволить найбільш успішно задовольняти потреби і запити клієнтів під час оздоровчого відпочинку.

В Україні налічується 241 населений пункт, віднесених до курортних, серед яких переважна більшість знаходиться в Одеській (22), Львівській (18) та Херсонській (12) областях. Решта регіонів України мають від 1 до 9 курортних територій. В Одеській області налічується 22 курорту, розташованих переважно на Чорноморському узбережжі в межах наступних

адміністративно-територіальних одиниць: обласний центр - м Одеса; Білгород-Дністровський район - 7 селищ: Затока, Сергіївка, Косівка, Курортне, Миколаївка, Попаздра, Приморське; Комінтернівський район - 6 селищ: Гвардійське, Ліски, Фонтанка, Крижанівка, Нова Дофінівка, Сичавка; Овідіопольський район – 5 селищ: Грибівка, Дальник, Кароліно-Бугаз, Санжейка, Іллічівка; Татарбунарський район - 3 селища: Лебедівка, Приморське, Тузли.

Виявити позитивні аспекти та стримуючі фактори, що впливають на реалізацію лікувально-оздоровчих турів, дозволяє SWOT-аналіз (табл. 3.3).

Результати аналізу доводять, що природний потенціал регіонів України та високий ступінь екологічної чистоти більшості областей виступають передумовами розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Основним фактором, що лімітує розвиток і реалізацію його потенціалу, є не сформованість регіонального санаторно-оздоровчого комплексу.

Програми оздоровчих турів будуються з урахуванням того, що споживачам туристичних послуг приблизно половину часу необхідно приділяти на лікувально-оздоровчі процедури.

Програми перебування на курортах і крім різних курсів лікування передбачають проведення всіляких культурних і спортивних заходів. Вони пропонують широкий вибір комплексів оздоровчих і відновлюють сили послуг. Дуже популярна останнім часом в приморських готелях таласотерапія, підвищеним попитом користуються програми «Антицелюліт», «Фіто-Краса-Омолодження».

У роботі з відпочивальниками при організації турів та екскурсій слід виходити з того, що головним завданням їх перебування в даній установі є лікування, зміцнення здоров'я. Тому важливо забезпечити тісну співпрацю працівників екскурсійних організацій з медперсоналом санаторно-курортних установ.

Таблиця 3.3.

**SWOT-аналіз потенціалу розвитку лікувально-оздоровчого туризму**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Наявність мережі санаторно-оздоровчих закладів: санаторіїв і профілакторіїв, медичних установ і дитячих оздоровчих центрів;</li> <li>- сформована на достатньому рівні і відповідна сучасним стандартам матеріально-технічна база приватних клінік;</li> <li>- кваліфікований медичний персонал приватних клінік;</li> <li>- невисока (щодо мегаполісів) вартість медичних послуг;</li> <li>- сприятливі для оздоровлення природні умови (соснові бори, мінеральні джерела і т. п.);</li> <li>- високий ступінь екологічної чистоти більшості районів України.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Не відповідає сучасним стандартам рівень матеріально-технічної бази санаторно-оздоровчих закладів;</li> <li>- невисока якість обслуговування в санаторно-оздоровчих закладах;</li> <li>- недолік кваліфікованого медичного персоналу в санаторіях і профілакторіях;</li> <li>- невідповідність співвідношення «ціна та якість» пропонованих послуг в санаторно-оздоровчих закладах;</li> <li>- конкуренція з боку курортних зон півдня України, курортів інших країн.</li> </ul>
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зростання попиту на регіональні тури за рахунок скорочення виїзного потоку туристів і переорієнтації мотивів подорожі, обумовлених нестабільною соціально-економічною ситуацією і епідеміологічною напруженістю в світі;</li> <li>- розвиток регіонального ринку туризму;</li> <li>- залучення інвесторів, реалізація перспективних інвестиційних проектів в рамках кластерного розвитку сфери туризму регіону;</li> <li>- стабілізація і поліпшення соціально-економічної ситуації в області;</li> <li>- поява додаткових робочих місць;</li> <li>- розширення комплексу запропонованих лікувально-оздоровчих послуг;</li> <li>- диверсифікація турпродукту з метою: <ul style="list-style-type: none"> <li>а) індивідуалізації пакету туристських послуг;</li> <li>б) поліпшення якості обслуговування і безпеки туристів;</li> </ul> </li> <li>- розробка і активне просування нових туристичних програм і проектів;</li> <li>- підвищення рівня інформаційної забезпеченості, маркетингової активності в сфері туризму.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Звуження попиту на регіональний турпродукт в силу ряду причин: <ul style="list-style-type: none"> <li>а) невідповідність співвідношення «ціна та якість» туристських послуг, невисокий рівень готельного сервісу і якості послуг організацій мережі живлення;</li> <li>б) конкуренція з боку популярних туристичних центрів України, а також ближнього і далекого зарубіжжя;</li> </ul> </li> <li>- погіршення екологічних умов і втрата рекреаційних ресурсів внаслідок незбалансованого природокористування;</li> <li>- нестійкість епідеміологічної обстановки;</li> <li>- негативний вплив фінансово-економічної кризи, нестабільність соціально-економічної ситуації в країні в цілому.</li> </ul>

Разом з тим на лікувальних курортах зберігається вся структура, притаманна просто оздоровчим центрам. Вона забезпечує комфортні умови проживання відпочиваючих і реалізацію цікавих розважальних і спортивних програм. Тому відпочинок на лікувальних курортах завжди коштує набагато дорожче інших видів оздоровчого відпочинку. Такі привабливі умови сприяють використанню курортів не тільки в лікувально-оздоровчих, а й інших цілях.

У процесі свого розвитку світова курортна галузь зазнавала істотних змін. У лікувальну практику поряд з використанням природних лікувальних факторів все ширше впроваджувалися фізіотерапевтичні, психотерапевтичні та інші методи лікування. Змінювалися і вимоги суспільства до курортів. Важливе значення набували не тільки медичні послуги, але і рівень комфортності номерів, спортивного оснащення, різноманітності інших послуг. На види медичних послуг впливає і мода. Так, в останні роки західні курорти зосередили свою увагу на розробці різних косметичних послуг з корекції обличчя і постаті.

Таким чином, пропонуємо до розробки новий лікувально-оздоровчий тур до Львівської області.

Львівська область є перспективним регіоном для розвитку санаторно-курортної діяльності. На даному етапі розвитку вона займає четверте місце серед областей України за питомою вагою в структурі ліжкового фонду санаторно-курортного господарства країни (14%).

Конкурентними перевагами Львівської області є найбільш сприятлива екологічна обстановка на території України, багатство лікувального рекреаційно-ресурсного потенціалу, більш низька середня вартість лікувально-оздоровчих турів. Отже, позиціонування туру буде будуватися на наявності унікальних рекреаційних ресурсах і їх доступності.

Для збільшення в'їзного потоку на територію Львівської області необхідно проводити заходи з розвитку лікувально-оздоровчого туризму і розширювати інфраструктуру.

Санаторій «Світязь» розташовується в місті Трускавець Львівської області. Його оточує хвойний ліс, переважно на території санаторію ростуть такі породи дерев: сосна, ялина, клен і береза. Також територія санаторію включає в себе два мінеральних озера.

Медичний профіль санаторію «Світязь»:

- хвороби системи кровообігу;
- хвороби органів дихання;
- хвороби нервової системи;
- хвороби кістково-м'язової системи та сполучної тканини;
- хвороби нирок і сечовидільної системи.

У пропонованому турі буде розглянута програма, що включає в себе відпочинок і оздоровлення в санаторії «Світязь» Львівської області, оглядова екскурсія по м. Львову, відвідування мінеральних джерел (табл.3.4).

Унікальність туру полягає в тому, що тур фірма користується великим попитом серед клієнтів, та багато хто хотів би відправитись саме у лікувально-оздоровчий тур. Розробка даного туру є економічно вигідною як для підприємства так і для клієнтів.

Сезон: весна - осінь

Час туру: 10 днів

Кількість осіб: 15

*Таблиця 3.4*

### **Програма туру «Здоров'я, сила та релакс»**

Дні	Програма туру
1 день	Збір групи біля офісу туристичного підприємства. Переїзд на автобусі з Києва. Прибуття в м Львів. Трансфер до санаторію. Розміщення. Сніданок 9:30-10:00 Консультація лікаря, призначення лікувально-оздоровчих процедур. Оглядова екскурсія по території санаторію. Процедури: теплолікування (парафін-озокеритові аплікації на одну зону), ЛФК, галотерапія, прийом лікувальних мінеральних вод, фітотерапія. Обід 14: 30-15: 00. Вільний час: відвідування бібліотеки, прогулянка до озера, настільний теніс. Вечеря 19: 30-20: 00. Концерт самодіяльних колективів.

## Продовження табл.3.4

2 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: інгаляція, ЛФК, питне лікування мінеральною водою, електросвітлолікування, водолікування (ванни, душ циркулярний або висхідний), масаж (ручний на одну зону), фітотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Вільний час: лижна прогулянка (в залежності від погодних умов)</p> <p>Вечеря.</p> <p>Кінозал. Вечір пісень / дискотека.</p>
3 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: ЛФК, питне лікування мінеральною водою, галотерапія, теплолікування, фітотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Вільний час: прогулянка на озера.</p> <p>Вечеря.</p> <p>Більярд. Караоке. Концерт художньої самодіяльності силами відпочиваючих.</p>
4 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: інгаляція, ЛФК, питне лікування мінеральною водою, електросвітлолікування, водолікування (ванни, душ циркулярний або висхідний), масаж (ручний на одну зону), фітотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Вільний час: пішохідна прогулянка по околицях.</p> <p>Вечеря</p> <p>Вільний час: концерт колективів, можлива оренда майданчика для шашликів.</p>
5 день	<p>Сніданок.</p> <p>Оглядова екскурсія по м. Трускавцю. Відвідування Церкви святого Миколи, концерт органної музики.</p> <p>11:00 Від'їзд до Львові. Оглядова екскурсія по м Львіву.</p> <p>13:00 Відвідування музею Львівського шоколаду.</p> <p>14:30 Обід в кафе.</p> <p>15:30 Відвідування Софійського собору, огляд собору і його території. Екскурсія по музею історії архітектури Софійського собору.</p> <p>Від'їзд в санаторій.</p> <p>Вечеря.</p> <p>Вільний час: більярд, ігрові столи, кінозал, спортивні змагання.</p>
6 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: ЛФК, питне лікування мінеральною водою, теплолікування, фітотерапія, галотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Вільний час: читання, пішохідні прогулянки, лижні прогулянки, настільний теніс.</p> <p>вечеря</p> <p>Вільний час: концерт колективів, караоке, кінозал, ігрові столи.</p>

## Продовження табл.3.4

7 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: інгаляція, питне лікування мінеральною водою.</p> <p>11:00 Відвідування біосферного заповідника.</p> <p>План відвідування заповідника:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Експерсія в музеї природи «Тваринний світ заповідника»;</li> <li>2. Кінна експерсія «По зеленому раю»</li> <li>3. Обід в кафе «Лісовий трактир»</li> <li>4. Експерсія в вольєрах. Можливість подивитися тварин (зубр, ведмідь, лось, вовк, рись) в умовах близьких до середовища проживання.</li> </ol> <p>Від'їзд.</p> <p>Вечеря в санаторії.</p> <p>Вільний час: можливий похід у ресторан, дискотека.</p>
8 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: ЛФК, питне лікування мінеральною водою, теплолікування, фітотерапія, галотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Вільний час: читання, пішохідні прогулянки, лижні прогулянки, настільний теніс.</p> <p>вечеря</p> <p>Вільний час: концерт колективів, караоке, кінозал, ігрові столи.</p>
9 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: інгаляції, водолікування, ЛФК, питне лікування мінеральною водою, електросвітлолікування, масаж, фітотерапія, галотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Відвідування лікаря.</p> <p>Вільний час: відвідування лазні, тренажерного залу.</p> <p>Вечеря</p> <p>Вільний час: спортивні змагання серед відпочиваючих і сімей.</p>
10 день	<p>Сніданок.</p> <p>Процедури: інгаляції, водолікування, ЛФК, питне лікування мінеральною водою, теплолікування, електросвітлолікування, масаж, фітотерапія, галотерапія.</p> <p>Обід.</p> <p>Відвідування лікаря.</p> <p>Вільний час: прогулянка на оз. Довжині.</p> <p>Вечеря</p> <p>Виселення з санаторію.</p> <p>Від'їзд з санаторію до Києва</p>

По прибуттю в санаторій «Світязь» туристи оплачують курортний збір, який становить 5% від вартості путівки в грн.

Оглядова експерсія по м. Трускавцю включає в себе огляд пам'яток і історичних будівель: парку Адамовки, художнього музею імені Михайла

Біласа, який розташовується в дуже оригінальному будинку - віллі «Гопляна», дерев'яний ринок.

Відвідування біосферного заповідника включає в себе екскурсію в музеї, кінну прогулянку, знайомство з тваринним світом заповідника. Загальна площа заповідника - 85,2 тис. гектарів. Завдяки своїм біологічним різноманіттям та унікальності природних комплексів заповідник має виняткову важливість не тільки для Білорусі, але і для всієї Європи в цілому. Тут присутні чотири типи екосистем: густі ліси, тонкі болота, швидкоплинні водойми і чисті луки. У заповіднику мешкає безліч видів рослин і тварин, частина з яких занесені в Червону книгу (понад 80 видів рослин і понад 100 видів тварин).

Програма відвідування біосферного заповідника включає: екскурсію в музей «Тваринний світ заповідника». Екскурсія розрахована на 1 годину. В ході екскурсії туристи познайомляться з різноманіттям тварин і птахів, які мешкають в заповіднику, поринуть в первозданну красу і багатство лісів, водойм, рослинного і тваринного світу Білорусі.

Далі невелика кінна екскурсія «Зелений рай», розрахована на 1 годину. В ході екскурсії туристи відвідують станцію фонового моніторингу, сосновий бір, занедбане заростає поле, околиця верхового болота.

Завершальним елементом знайомства з заповідником є відвідування екскурсії в вольєрах з дикими тваринами «Лісовий зоопарк». Вольєри дають можливість подивитися таких тварин як зубр, лось, ведмідь, вовк і рись в умовах, максимально близьких до їх природним місцепроживання.

Наведемо інформаційний листок до туристської путівки, табл.3.5.

*Таблиця 3.5*

### **Інформаційний листок до лікувально-оздоровчого туру**

<b>Параметри</b>	<b>Характеристика</b>
Назва країни перебування	Україна
Найменування міст перебування	Львів, Трускавець

## Продовження табл.3.5

Державний устрій країни перебування	Унітарна, суверенна, незалежна, демократична
Великі міста	Львів, Трускавець
Релігія	Християнство
Коротка інформація про транспортне обслуговування, заклади розміщення та харування	Транспортне обслуговування: по маршруту пересування на туристичному автобусі.
Основні визначні пам'ятки	парк Адамовка, художній музею імені Михайла Біласа, який розташовується в дуже оригінальному будинку - віллі «Гопляна», дерев'яний ринок, Костел єзуїтів, Латинський кафедральний собор, Бернардинський костел Успенська церква, Костел Марії Сніжної
Корисні поради туристам	Екскурсія по церквам займає значну дистанцію, тому доцільно брати в поїздку спортивне взуття. Також с собою мати 1 л питної води.
Рекомендації з правилами поведінки при здійсненні поїздки	1.Не залишати туристичну групу без відома керівника групи 2.Не порушувати умови відвідування туристичних об'єктів

Таким чином, при організації лікувально-оздоровчого турів ТОВ «Tez toug» слід враховувати, що даний напрямок має головну мету - профілактика здоров'я і відпочинок. Організація даного виду туризму вимагає специфічних рекреаційних ресурсів (клімат, мінеральні води, грязі). Лікувально-оздоровчий туризм характеризується більшою тривалістю подорожі, відвідуванням меншої кількості міст і більшою тривалістю перебування в одному місці, а також переважанням людей середнього віку. Програми оздоровчих турів повинні будуватися з урахуванням того, що споживачам туристичних послуг приблизно половину часу необхідно приділяти на лікувально-оздоровчі процедури.

Стимулювання попиту на розроблений тур спрямоване не тільки на кінцевих споживачів, але і на виробників туристичних послуг, посередників, на засоби масової інформації, громадські організації, фінансові та страхові компанії.

Реклама, будучи засобом просування, багатьма дослідниками визначається як форма комунікації з клієнтами, яка здійснюється через

платні засоби поширення інформації. Виділяють основні напрямки рекламно-інформаційної діяльності ТОВ «Tez tour»:

- реклама для роботи з туристичними агентствами;
- реклама туристичних дестинацій;
- реклама для роботи з потенційними і реальними споживачами туристичних послуг;
- реклама, спрямована для роботи з суміжними галузями і підприємствами.

Виділяють два різновиди ефективності реклами: торгова реклама та комунікативна реклама. Відмінність полягає в тому, що торгова ефективність рекламної компанії визначається як збільшення відсотків обсягів продажів до і після початку рекламної компанії. Комунікативну ефективність реклами визначають методами досліджень, а також використовуючи анкетні опитування.

Кожен вид реклами має переваги і недоліки. Тому в процесі розробки стратегії просування продукту необхідно вибрати правильний вибір потрібного засобу реклами з метою отримання позитивного результату. Таким чином, за допомогою досліджень необхідно отримати достовірну інформацію про споживачів, їх інтереси, захоплення та вподобання.

Основні фактори, які впливають на просування розробленого туру є:

- інформування суб'єктів туристичного ринку і потенційних споживачів про появу нового туру і його конкурентні переваги;
- пробудження споживачів до придбання продукту, що просувається туру, а агентів - до довгострокової спільної роботи.

Процес просування даного туру передбачає проведення комплексу заходів і вибір ряду засобів просування, кожне з яких має свої унікальні характеристики і вимагає певних капіталовкладень.

Робота зі стратегією просування санаторно-курортної сфери можна представити у вигляді схеми впливу зовнішнього і внутрішнього середовища.

Цілеспрямовано використовувати технології менеджменту і маркетингу для поліпшення управління оздоровчим напрямком туризму, раціонального і ефективного використання всіх його ресурсів для повного задоволення потреби і попиту населення на санаторно-курортні послуги, підтримки конкурентоспроможності лікувально-оздоровчого спрямування, і ще для формування інтересу потенційних покупців лікувально-оздоровчих послуг за рахунок розширення їх спектру та сервісу. Присутність продуманої і чудово спланованою стратегії менеджменту вважається важливим становить не стільки в господарській діяльності окремих туристських компаній, але і інших координуючих і регулюючих органів та організацій.

Далі розглянемо конкретні варіанти просування туру для туристів. В першу чергу, слід розглянути просування турів шляхом поширення через агентів. Для цього розглянемо можливу систему знижок.

#### 1. Бонуси для туристичних агентів.

Новітній механізм роботи з туристичними агентами стане базуватися на встановленні тарифів для агентів з урахуванням наданих їм бонусів. Щоб проковувати агентів на найбільш енергійну роботу реалізації туристичних поїздок передбачається встановлювати бонуси виходячи з розміру продажів, що припадає на того чи іншого агента. При цьому обсяг комісійних відрахувань рекомендовано зробити плаваючою - комісійні відрахування від вартості цього місяця залежить від продажів агента за попередній місяць (табл.3.6).

*Таблиця 3.6.*

#### **Система комісійних для туристичних агентів**

Об'єм продажу	Розмір комісійних
до 10 тис. грн.	немає
11-20 тис. грн.	1%
20-30 тис. грн	3%
31-40 тис. грн	5%
понад 40 тис. грн	7%

Отже, граничний обсяг комісії стане складати 7% від вартості що стане провокувати агентів до нарощування обсягів продажів.

## 2. Бонуси для відвідувачів

У багатьох варіантах бонуси в туризмі діють в іншу сторону: вартість туру завищується на 4-5%, а далі вам робиться знижка 3%.

Таким чином, розроблений тур та внесені пропозиції щодо його просування допоможуть покращити імідж підприємства та підвищити фінансові показники діяльності.

### 3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів

В ході розробки туру нами було проведено маркетингове дослідження, щодо прогнозування можливого попиту на розроблений тур. Було опитано 80 клієнтів ТОВ «Tez tour». Результати опитування наведено у табл.3.7.

Таблиця 3.7

#### Результати опитування за напрямком «Здоров'я, сила та релакс»

Аналізовані показники	Респоденти за віковою градацією						Співвідношення, %
	Разом	17-24	25-35	36-49	50-65	Старші 65	
Ваша стать							
Чоловіча	50	1	2	15	22	-	50
Жіноча	50	1	1	14	24	-	50
Скільки раз Ви здійснюєте подорож на рік							
1 раз	14	11	1	1	1	-	20
2 рази	22	12	4	4	2	-	60
3 та більше	3	-	1	1	1	-	15
Ні разу	1	1	-	-	-	-	5

## Продовження табл.3.7

Якому виду туризму Ви віддасте перевагу							
Діловий	-	-	-	-	-	-	-
Екологічний	-	-	-	-	-	-	-
Лікувально-оздоровчий	18	-	-	8	10	-	23
Пізнавальний	27	8	16	2	1	-	34
Подієвий	-	-	-	-	-	-	
Пригодницький	14	2	2	-	-	-	17
Релігійний	10	-	2	2	6	-	13
Зелений	1	1	-	-	-	-	1
Спортивний	1	1	-	-	-	-	1
Інший	8	-	3	5	-	-	11
Яка вартість на добу туристичної подорожі у середньому є прийнятною, грн							
Не більше 500	34	17	17	-	-	-	70
500-750	11	2	4	4	1	-	15
750-1000	3	-	1	1	1	-	10
Більше 1000	2	-	1	1	-	-	5
Наскільки Ви обізнані з умовами, культурою та історією напрямку «Здоров'я, сила та релакс»							
Відмінно	2	-	-	1	1	-	5
Добре	3	-	1	1	1	-	10
Не дуже	15	12	2	1	-	-	15
Нічого не знаю	30	23	2	2	3	-	60
Чи готові Ви відправитись у тур «Здоров'я, сила та релакс»							
Так	35	4	4	15	14	-	75
Ні	15	8	5	5	-	-	25
З яких джерел Ви отримуєте інформацію про туристичні подорожі							
Радіо та ТБ	3	-	1	1	1	-	5
Друковані ЗМІ	3	-	1	1	1	-	5
Інтернет	40	15	15	5	5	-	80
Вулична реклама	4	1	1	1	1	-	10

Таким чином, провівши опитування ми відзначили, що більшість частина респодентів віддають перевагу пізнавальному та пригодницькому туризму, але 23 % зацікавлені в лікувально-оздоровчому туризмі. Так як середня вартість на добу в турі складає близько 400-500 грн, то згідно опитування саме ця сума є найбільш прийнятною для туристів. Також напрямок може користуватись попитом так як більшість туристів не відвідували ці місця та не знайомі з їх історією. На основне питання чи готові туристи відвідати запропоновані туром місця, 75 % респондентів відповіли, що згодні.

Отже, провівши дослідження, можемо спрогнозувати значний попит на розроблений тур.

Визначення економічної ефективності туристського продукту проводиться за наступною схемою:

Таблиця 3.8

### Розрахунок собівартості туру

№	Назва статті	Вартість (грн.)	Кількість (од.)	Загальна вартість (грн.)	
				за одну людину	За всіх
1.	Транспортні послуги	800	15	800	12000
2.	Проживання в санаторії на 10 днів	3000	15	3000	45000
3.	Харчування в санаторії на 10 днів	2200	15	2200	33000
4.	Страховання	300	15	300	4500
5	Організація екскурсій (вартість вхідного квитка)	50	15	50	750
5.1	Костел єзуїтів	10	15	10	150

## Продовження табл.3.8

5.2	Латинський кафедральний собор	10	15	10	150
5.3	Костел Марії Сніжної	10	15	10	150
5.4	Бернардинський костел	10	15	10	150
5.5	Успенська церква	Безкоштовно	15/1	Безкоштовно	-
6.	Послуги гіда (керівника групи):	6000	1	400	6000
7.	Відвідування біозаповідника	300	15	300	4500
Загальна вартість туру (на групу)			15	7090	106350
Прибуток 30%				+30%	138255
Загальна вартість туру з ПДВ 20%				+20 %	165906

Ринкова ціна встановлюється з огляду на дані маркетингових досліджень, розрахунку собівартості продукту, величину постійних витрат фірми за рік, бажаний рівень прибутку на одну послугу й загальний обсяг реалізації турпродукту в плановому періоді або за рік з урахуванням сезонності. В умовах ринкової економіки потужним регулятором цін є сам ринок, де ціна визначається в результаті поєднання попиту і пропозиції. Для спрощення розрахунку ціни розробленого туру використовують метод «витрати + прибуток». Таким чином ціна туру буде визначатися по формулі :

$$Ц_{од} = C_{од} + П_{дод}^{од} + \Phi_{ком} \quad (3.1)$$

де  $Ц_{од}$  – установлена підприємством ціна на послугу;

$C_{од}$  – собівартість одиниці продукції, послуги (турпродукту);

$П_{дод}^{од}$  – припустимий для даної галузі прибуток, що доводиться на одиницю продукції.

$$Ц = 7090 + 30\% = 9217 \text{ грн.}$$

Згідно маркетингових досліджень на рік заплановано реалізацію даного туру (таблиця 3.9):

Таблиця 3.9

**Прогнозований план реалізації лікувально-оздоровчого туру  
«Здоров'я, сила та релакс» на 2021 рік**

<b>Місяці</b>	<b>Кількість реалізованих турів в місяці</b>
Січень	-
Лютий	-
Березень	1
Квітень	1
Травень	2
Червень	5
Липень	5
Серпень	5
Вересень	5
Жовтень	3
Листопад	3
Грудень	-
<b>Разом</b>	<b>30</b>

Тобто за рік планується здійснити 30 турів по 15 осіб, у цілому за рік таким чином буде продано 450 індивідуальних турів.

$$M_p = M_{\text{тур}} \times N_{\text{тур}} = 450 \times 9217 = 4147650 \text{ грн.}$$

Вартість турпродукту для кінцевих споживачів визначається згідно чинного податкового законодавства України, що передбачає збільшення ціни на ставку ПДВ. Ставка ПДВ дорівнює 20%. Таким чином вартість турпродукту для споживачів складатиме  $4147650 + 20\% = 4977180$  грн.

Крім врахованих у собівартості тура прямих витрат, фірма несе й постійні витрати по організації й реалізації даного й інших турів. Сума постійних витрат на даний тур складатиме 5000 грн.

Знаючи величину річного маржинального доходу ( $M_p$ ) і суму постійних витрат за рік ( $V_{\text{пост}}$ ), визначають річний валовий прибуток ( $\Pi_{\text{вал}}$ ), одержуваний фірмою по даному турпродукту:

$$P_{\text{вал}} = M_p - B_{\text{пост}} = 4977180 - 5000 \times 12 = 4917180 \text{ грн.}$$

Для визначення чистого прибутку необхідно відняти із валового прибутку податок на прибуток, що в Україні становить 18%:

$$P_{\text{ч}} = 4917180 - 18\% = 4032087 \text{ грн.}$$

Оцінити економічну ефективність нового продукту можна за допомогою показників рентабельності й прибутковості продукції.

Показник прибутковості розраховується по формулі:

$$P_{\text{пр}} = P_{\text{вал}} / S_{\text{пр}} \times 100 \% \quad (3.3)$$

Де  $P_{\text{пр}}$  - прибутковість нового продукту, послуги;

$P_{\text{вал}}$  - валовий прибуток компанії, одержуваний від продажів нового продукту, послуги, грн.;

$S_{\text{пр}}$  - сума продажів нового продукту, послуги, грн.

$$P_{\text{пр}} = 4032087 / 4917180 \times 100\% = 82 \%$$

Коефіцієнт рентабельності розраховується по формулі:

$$R_{\text{пр}} = P_{\text{чист}} / S_{\text{пр}} \quad (3.4)$$

Де  $R_{\text{пр}}$  - коефіцієнт рентабельності нового продукту;

$P_{\text{чист}}$  - чистий прибуток компанії, одержуваний від продажу нового продукту, послуги, грн.

$$R_{\text{пр}} = 4032087 / 4147650 \times 100\% = 97,17 \%$$

Тобто, відповідно до маркетингу даного турпродукту, туроператор встановлює норму рентабельності (%) і чим вона вища, тим більша сума прибутку. Норма рентабельності коливається в широких межах (від 5% до 100 і більше) і залежить від кон'юнктури попиту та стану конкурентного середовища на ринку даного цільового сегменту.

Рентабельність використовують для оцінки діяльності підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні. Він показує, скільки підприємство має прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. В даному випадку підприємство має 82 % прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. А

коефіцієнт прибутковості – характеризує досягнутий керівництвом підприємства рівень віддачі на вкладені кошти. Він становить 82 %.

Таким чином, рентабельність розробленого туру складає 97,1 %, що є позитивною і перспективною тенденцією при впровадженні розробленого лікувально-оздоровчого туру «Здоров'я, сила та релакс».

### **Висновки до розділу 3**

Отже, проаналізувавши організацію турів лікувально-оздоровчого напрямку, прийшли до висновку, що ТОВ «Tez tour» організовує тури як в межах України так і за кордоном. Вартість путівок досить різна. Найдешевший тур в межах України коштує 1195 грн, за кордоном 210 дол.США. В ході аналізу виявили, що більшість туристів віддають перевагу вітчизняним лікувально-оздоровчим закладам. Тому в ході роботи було запропоновано розробити лікувально-оздоровчий тур, котрий буде приваблювати ще більше клієнтів.

На основі вивченої інформації був розроблений економічно вигідний лікувально-оздоровчий тур в санаторій «Світязь» у Львівській області, була досягнута мета дослідження і виконані завдання. Цільовою аудиторією є: відвідувачі санаторію від 35 до 59 років, обраний сезон – весна - осінь. Даний тур є актуальним, тому що при безперервному оздоровленні туристи отримують можливість проводити вільний час з користю для себе: відвідати з екскурсією м.Трускавець та Львів, концерт органної музики, побувати в біосферному заповіднику, зробити кінну прогулянку по території санаторію, а також взяти участь у багатьох дозвіллевих заходах на свіжому повітрі.

Для просування розробленого туру доцільно проводити рекламу та пропонувати додаткові комісійні іншим туристичним агентам. Прибільшій кількості проданих турів, агент отримує більший відсоток.

Однією з основних проблем розвитку санаторно-курортного комплексу України залишається недостатня динаміка розвитку інфраструктури, що

створює ряд проблем: нетривале перебування туристів, некомплексне використання лікувальних ресурсів (спеціалізація переважно на лікувально-оздоровчих турах за медичними показаннями), висока питома вага установ, які функціонують тільки влітку. З урахуванням значного ресурсного потенціалу цього регіону може розглядатися як пріоритетний для здійснення нового рекреаційного будівництва та інвестування в оновлення матеріально-технічної бази санаторно-курортного господарства.

## **РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМТСВІ ТОВ «ТЕZ TOUR»**

### **4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення підприємства**

В першу чергу розглянемо інформаційне забезпечення ТОВ «Tez tour».

Інформаційне забезпечення включає сукупність єдиної системи класифікації та кодування інформації, уніфікованих систем документації, схем інформаційних потоків, що циркулюють в організації, а також методологію побудови баз даних.

Для автоматизації зовнішнього і внутрішнього документообігу ТОВ «Tez tour» використовується програмне забезпечення 1С: Підприємство.

Для опису інформаційного забезпечення ТОВ «Tez tour» потрібно визначити, яка інформація необхідна для здійснення процесу збуту (продажів) туристичних послуг. Крім цього, потрібно визначити джерело інформації, виявити суб'єкта, який збирає цю інформацію, методи збору і спосіб зберігання інформації.

Проаналізувавши інформаційного забезпечення організації ТОВ «Tez tour» були зроблені наступні висновки:

Керівник і менеджери ТОВ «Tez tour» не мають можливості оперативно отримувати дані про поточну роботу і продажах в різних відділах. Списання проданих турів проводиться на підставі звітів про продаж в документальній формі, які роздруковуються підприємством 1 раз в тиждень. Таким чином, списання проданих турів відбувається з запізненням від двох-трьох тижнів.

Далі проведемо аналіз програмного забезпечення інформаційної системи та інформаційних технологій ТОВ «Tez tour». Програмне забезпечення являє собою сукупність алгоритмів і програм для реалізації цілей і завдань інформаційної системи, а також для нормального функціонування комплексу технічних засобів. Бухгалтер підприємства працює в програмі 1С:

Бухгалтерія. Фахівці працюють з програмним забезпеченням 1С: Підприємство 8 (Торгівля). Програмне забезпечення, що використовується фахівцями в ТОВ «Tez tour», призначене для вирішення широкого кола завдань по автоматизації.

За допомогою даної програми фахівці ТОВ «Tez tour»здійснюють такі операції:

- перегляд списку контрагентів в меню «Довідники». У цьому списку фіксуються ті фірми, з якими співпрацює туристична організація;
- оформлення накладних на надання туристичних послуг;
- оформлення рахунків;
- перегляд списку оформлених товарних накладних та виписаних рахунків.

Перерахуємо позитивні напрямки використання програмного забезпечення 1С: Підприємство 8:

- наявність єдиного сховища інформації і системи, в які миттєво поміщаються і з яких негайно доступні всі відомості про всі випадки взаємодії з клієнтами;
- дає можливість проаналізувати роботу менеджерів;
- існують помічники по звітності, є можливість перегляду звіту з продажу по локальній мережі;
- потужна система звітностей, що дозволяє отримувати всі необхідні дані з потрібними, налаштованим користувачем, угрупованнями і фільтрацією;

В базі програми існує:

- календар користувача;
- робоче місце менеджера;
- зберігання історій взаємин;
- система нагадувань;
- вбудована електронна пошта.

Програмне забезпечення 1С: Підприємство 8 дозволяє автоматизувати завдання контролю і аналізу торгових операцій:

- формування цін на тури та розрахунок собівартості;
- зберігання інформації про ціни конкурентів і постачальників послуг;
- автоматичне оновлення цін;
- порівняння цін компанії і цін конкурентів і постачальників;
- застосування знижок і націнок при формуванні турів.

Автоматизований облік операцій надходження і реалізації товарів. При продажі товарів виписуються рахунки на оплату, оформляються накладні та рахунки-фактури.

Отже, застосування програмного забезпечення 1С: Підприємство 8 забезпечує ефективне управління торговим бізнесом сучасного підприємства.

Таким чином, у ході дослідження були виокремлені недоліки програмного забезпечення інформаційної системи ТОВ «Tez tour», а так само вивчення бізнес процесів:

- підприємство використовує неліцензований програмний продукт MS Office;
- рівень системи захисту інформації на підприємстві недостатній. Наприклад, антивірусні програми встановлені не на всіх комп'ютерах ТОВ «Tez tour», мають вихід в Internet.

Потім проведемо аналіз технічного забезпечення інформаційної системи та інформаційних технологій ТОВ «Tez tour».

Передача інформації є першорядним фактором нормального функціонування підприємства. При цьому особливого значення набуває забезпечення оперативності та достовірності відомостей. Достатня оперативність і точність відомостей може бути досягнута при хорошій технічній оснащеності роботи персоналу ТОВ «Tez tour». Технічне забезпечення інформаційної системи та інформаційних технологій є комплексом технічних засобів, призначених для роботи інформаційної

системи, який складається з комп'ютерів, пристроїв збору, обробки та передачі інформації.

Практично кожен менеджер ТОВ «Tez tour» працює на ПК, створені малі локальні мережі, вихід в Інтернет і електронна пошта. В роботі використовуються принтери, сканер, факсимільний зв'язок. Фахівці ТОВ «Tez tour» мають автоматизовані робочі місця: встановлено комп'ютер, принтер.

На підставі аналізу бізнес процесів були зроблені наступні висновки про технічне забезпечення інформаційної системи та інформаційних технологій ТОВ «Tez tour»:

1. Комп'ютери, оснащені спеціалізованими програмними засобами, є технічною базою та інструментом для інформаційних систем. Однак технічний директор ТОВ «Tez tour» говорить про потребу в нових комп'ютерах і оргтехніки. Це обґрунтовано тим, що техніка організації давно не змінювалася, більшість автоматизованих процесів тривають довше, ніж повинні через технічним проблем.

2. Технічний директор ТОВ «Tez tour» зазначив, що часто не вистачає оперативного сервісного обслуговування техніки та супроводу програмного забезпечення.

Провівши аналіз інформаційних систем та інформаційних технологій в організації ТОВ «Tez tour», були виявлені недоліки, які необхідно виправити для підвищення ефективності діяльності організації.

Підприємство у своїй роботі користується спеціальним програмним забезпеченням «Мастер-Тур». Розглянемо основні функції даної програми:

#### 1. Створення турпродукту

- Формування простого туру або складного, з декількома перельотами, готелями, автобусними переїздами і трансферами;
- Імпорт цін на автоматі і напівавтоматі;
- Алгоритм створення ціни для автоматичної зміни;

- Блискавична зміна цін на тури з урахуванням використання функцій акцій, доплат, систем;
- Взаємодія з агентствами
- Відсутність перепродажів: можна побачити завантаження будь-якого туру;
- Попередження про терміни завершення договорів;
- Індивідуальне квотування партнерам на послугу проживання: певний номер, заїзд і тривалість.

### 3. Взаємодія з оформленими турами

- Будь-яка кількість туристів на 1 або кілька туристичних путівок;
- Нагадування про терміни подачі документів для консульств;
- Автоматичні розсилки клієнтам і туристам по електронній пошті;
- Друк документів, включаючи партнера-агентство з його особистого кабінету;
- Автоматичне розпізнавання відсканованого паспорта та внесення в систему.

### 4. Онлайн продажу

- Особистий кабінет клієнта, де можна роздрукувати пакета документів і оплати заброньованого туру;
- Бронювання з глобальної дистриб'юторської системи GDS;
- Відображення посадочних місць і можливість їх вибору при бронюванні;
- Програми лояльності.

### 5. Звітність і статистика

- Наочна інформація з фінансів, путівками, продажу.
- Взаємодія з 1С Бухгалтерією;
- Розрахунки з покупцями і партнерами;
- Дані по фінансовому становищу;
- Платежі за курсом (виходячи з дати формування заявки, дати оплати або дати підтвердження).

До головних переваг програми можна віднести:

- гнучке ціноутворення;
- передача турпродукту відбувається на автоматі з урахуванням цін, квот, стопів;
- контроль за турпутівками;
- вв'їз та експортування документів;
- зрозумілий інтерфейс;
- можливість бронювання.

#### **4.2. Аналіз інтернет контенту підприємства**

Ефективність комерційної діяльності найчастіше спрямована зі боку керівників на отримання максимального прибутку і на отримання фінансового результату, ці напрямки не завжди виявляються успішними для підприємств.

Будь-який розвиток і економічне стимулювання, має на увазі під собою особливі способи просування товару, спрямовані на залучення потенційних клієнтів акцентуючи їх увагу на послуги наданих саме вашої організації. У зв'язку з цим правильніше акцентувати увагу не просто на економічну ефективність підприємства, а забезпечити його комплексом заходів, що підвищують загальну комерційну діяльність всієї організації.

У зв'язку з тим, що інтернет перестав бути чимось другорядним, актуально просувати свою рекламу саме на інтернет ресурсах. Для ТОВ «Tez tour», як для компанії, що займається наданням туристичних послуг, це повинен бути одним з ключових елементів просування турпродуктів. Важливо розуміти, що інтернет - маркетинг не може існувати як окремий спосіб ведення маркетингової політики компанії, обов'язкова умова для максимального результату - це об'єднання звичних способів впровадження реклами та реклами на Інтернет-ресурсах. Для підвищення ефективності

комерційної діяльності підприємства ТОВ «Tez tour», рекомендується акцентувати увагу на впровадження інтернет - маркетингу і впровадження додаткових інструментів таких як:

- впровадження сервісів по поліпшенню діяльності та оптимізації сайту компанії;
- впровадження сервісів SEO (Searchengineoptimization) – це дозволить підвищити швидкість пошуку підприємства за допомогою пошукових систем, виводячи підприємство на лідируючі позиції;
- впровадження сервісів директ-реклами на підприємство - це дозволить сконцентрувати увагу на споживачах, які хоч раз цікавилися пошуком даних послуг;
- впровадження сервісів контент-маркетингу - це дозволить створити більш ефективну і інформативну текстову складову на інтернет ресурсах.

Розглянемо структуру сайту, рис.4.1.

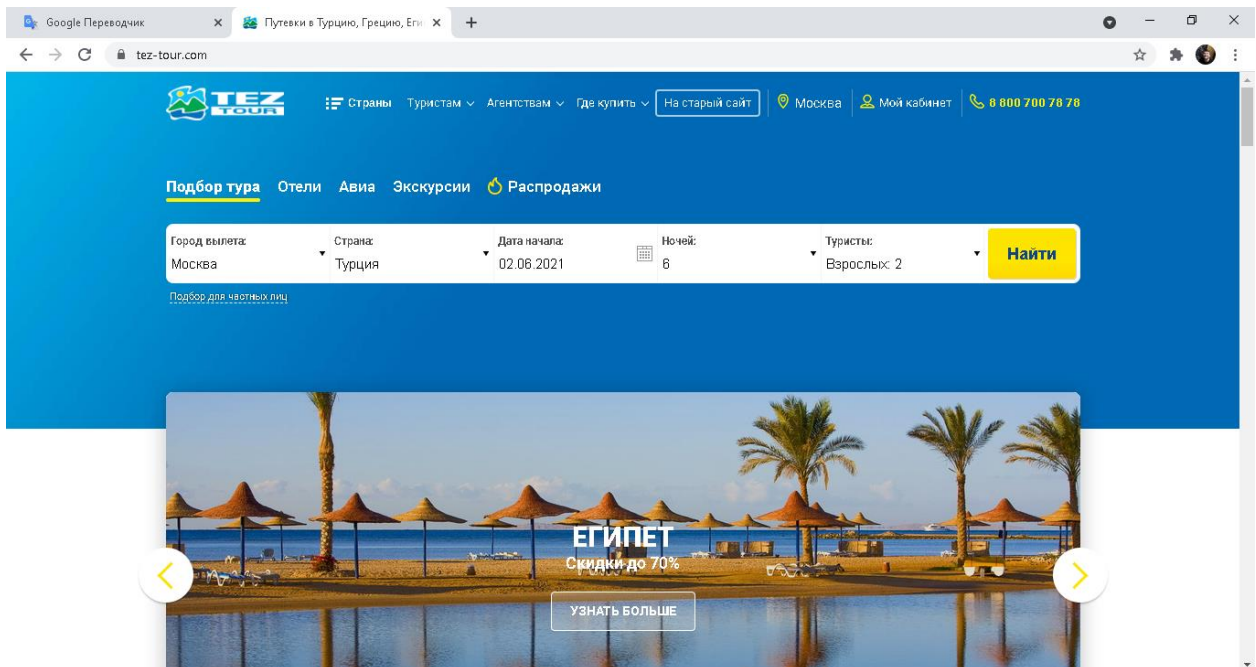


Рис.4.1. Структура сайту ТОВ «Tez tour»

Під час аналізу головної сторінки Інтернет-сайту компанії ТОВ «Tez tour» відзначається, що відкриваючи першу сторінку, відразу звертаєш увагу

на «рекламні вікна», які з'являються та рухаються: «Підписатися на розсилку турів» та «Відправте нам повідомлення». Експерти зазначають, що, можливо, краще б було розмістити їх окремо, оскільки вони перекривають головну сторінку і це уповільнює процес роботи (і дратує відвідувача сайту). Цей сайт орієнтований для клієнтів декількох міст. Для роботи на ньому необхідно вибрати потрібне місто. Це знову ж уповільнює процес роботи. Назва фірми написана складним шрифтом, тому не відразу звертає на себе увагу. Зверху «шапки» є сервіси «Зворотний дзвінок» та «Он-лайн консультація», що є корисним для відвідувачів сайту.

Телефон компанії знаходиться ліворуч в окремому вікні і, напевне, теж складно сприймається під час пошуку, оскільки відразу не привертає уваги. Разом із тим існують рухливі картинки з інформацією про тури, що «горять». Також є можливість вибрати потрібний тур. Додатково представлена інформація про авіаперельоти із зазначенням вартості безпосередньо навколо напрямку мандрівки, що є зручним для користувача, оскільки він орієнтується передусім на цінову політику. За такого зручного розташування інформації про ціну він відразу має можливість вирішити, чи підходить йому такий переліт. Дуже важливою є наявність розділу «Бронювання квитків». У нижній частині головної сторінки багато додаткової інформації, що є перевантаженим для сприйняття. Клієнт губиться у виборі, оскільки там представлені і новини туризму, і інформація про оформлення паспортів, віз і т. п. Крім того, експерти зазначають, що позитивним моментом є те, що всі зразки документів представлені на сторінці і немає необхідності скачувати їх як окремий документ. Заходячи на будь-яку сторінку, є можливість повернутися на будь-яку з внутрішніх сторінок відразу ж, не повертаючись на головну, тобто навігація «хлібні крихти» досить зручна і функціонує. Але зайшовши в певний розділ якоїнебудь сторінки, немає можливості повернутися на інші розділи, необхідно повертатися до певної сторінки наново. Також існують посилання на соціальні мережі, в яких фірма представлена. Але разом із тим відсутні додаткові зручні опції: немає

можливості подивитися погоду, курс валют та іншу необхідну для туриста інформацію. У цілому відмічалось, що Інтернет-сайт компанії ТОВ «Tez tour» є досить інформативним, але водночас має суттєвий недолік – перевантаження головної сторінки, що ускладнює роботу користувача.

Проведемо оцінку інтернет-контенту туристичного підприємства ТОВ «Tez tour». Проаналізуємо всі характеристики сайту та зробимо відповідні висновки.

*Таблиця 4.1*

**Оцінка інтернет-контенту туристичного підприємства ТОВ «Tez tour»**

№ з/п	Критерії	Оцінка підприємства
1	Дизайн сайту	8
2	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	10
3	Форма для зворотнього зв'язку із турфірмою або вікно для онлайн виклику	9
4	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	8
5	Наявність мапи сайту	5
6	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10
7	Наявність мобільного додатку	5
8	Характеристика турів	5
9	Галерея	5
10	Характеристика турфірми, об'єм корисної інформації для гостя	8
11	Наявність на сайті відеоматеріалів	5
12	Можливість бронювання авіаквитків	5
13	Огляд новин	5
14	Наявність гостьової книги відгуків	5
15	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	5

*Продовження табл.4.1*

16	Інформація про акції турфірми	8
17	Опис основних і додаткових послуг	8
18	Наявність розсилки на e-mail споживачів	10
19	Графа зустрічей та заходів	5
20	Інформація про співпрацю або партнерів	5
21	Наявність віконця курсу валют	1
22	Вакансії турфірми	1
23	Зручність сайту	6
24	Рівень подання інформації	8
	Середнє значення	160

Таким чином, на даний момент сайт компанії функціонує справно, проте не відповідає основним вимогам, що є основоположними для успішної роботи з клієнтами.

#### **4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню використання інформаційних технологій на підприємстві**

Продуктивність підприємства насамперед залежить від його системи управління, досконалість якої визначається багатьма чинниками, серед яких можна назвати відповідність умовам господарювання та рівень координованості системи управління. Визначені чинники мають особливе значення, адже середовище господарювання підприємства має певну динаміку змін ринкової ситуації, яка збільшує рівень невизначеності зовнішнього середовища, та безпосередньо враховують рівень інформаційного забезпечення впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства. Умови невизначеності та значної динамічності навколишнього середовища вимагають від підприємств впровадження механізмів інформаційного забезпечення в системах управління, які б

забезпечували значну гнучкість, відкритість до зовнішнього середовища, здатність своєчасного вдосконалення.

Необхідно провести наступні удосконалення існуючої інформаційної діяльності підприємства:

- проведення типографізації тексту;
- прикріплення відеоогляду до всіх турів на сайті;
- розробка адаптивної версії сайту або створення версії для портативних пристроїв;
- прикріплення форми пошуку по ресурсу;
- виставлення позначки компанії на картах «Google» і «Yandex»;
- створення сторінки під прайс-лист, який користувачі зможуть завантажити і роздрукувати;
- підключення додаткових сервісів для онлайн-спілкування клієнтів з консультантами і т.д.

Здійснити всі ці та додаткові дії для удосконалення сайту можна разово звернувшись до спеціалістів що спеціалізується на цьому або, що буде більш доцільно, найнявши фахівця з даного питання, який віддалено зможе не тільки виправити наявні проблеми і додати удосконалення, а й проводити контроль та обслуговування сайту надалі.

Проаналізувавши найпопулярніші сервіси по обслуговуванню сайтів можна сказати, що оптимальним варіантом буде вибір сервісу «Sysale» з місячним обслуговування і вартістю в 3500 грн. Дана організація бере на себе щоденний моніторинг сайту, перевірку сайту на працездатність, зміну або внесення нових статей, інформації, фото- і відеофайлів, проведення робіт з модернізації сайту, маркетинговий аналіз сайту кожен місяць і т.д.

Впровадження сервісів SEO (Search engine optimization). За нинішньої конкуренції, необхідно не тільки надавати клієнтам якісне виконання послуг, а й також «бути у клієнта на очах», тобто здійснювати легкий доступ до свого інтернет - ресурсу. SEO - найефективніший спосіб вивести сайт або інший інтернет - ресурс на перші місця в пошукових системах. Це допоможе

створити позитивний авторитет компанії, тому що існує стереотип, що сайти, що знаходяться в «топі» пошукової системи, - як правило, найбільш популярні сайти.

Здійснити цей захід можна за допомогою спеціалізованих сервісів. В даний момент це здійснюють безліч різних інтернет-компаній, проте найбільш оптимальними сервісами для підприємства ТОВ «Tez tour» будуть «GoogleAdwords», тому що даний сервіс задовольняє потреби в підвищенні відвідуваності, а також у доступній вартості послуг.

Після аналізу комерційної діяльності підприємства ТОВ «Tez tour» було запропоновано кілька заходів по впровадженню інструментів інтернет-маркетингу, які повинні сприятливо вплинути на комерційну діяльність. Доцільно звернутись в спеціалізовану компанію AG Marketing. Говорячи про дані рекомендації, розглянемо вартість послуг даної компанії в таблиці 4.2.

*Таблиця 4.2*

**Розрахунок витрат на заходи щодо впровадження інтернет-маркетингу компанією AG Marketing**

Захід	Вартість	Витрати на рік
Впровадження сервісів по поліпшенню діяльності та оптимізації сайту	3500	$3500 \cdot 12 = 42000$
Впровадження сервісів SEO	1200	$1200 \cdot 12 = 14400$

Використання послуг компанії AG Marketing та просування послуг ТОВ «Tez tour» в інтернеті допоможе наростити обсяги реалізації. Активні посилання на сайт будуть розташовуватись в соціальних мережах, на спеціалізованих сайтах тощо.

Загальні витрати на заходи щодо впровадження інтернет-маркетингу на підприємстві ТОВ «Tez tour» складають 56400 грн. Ціни на дані заходи були обрані шляхом аналізу запропонованих на ринку послуг і відбору найбільш

оптимальних для компанії, в залежності від якості виконуваної роботи і ціни. Тривалістю проведення всіх заходів був обраний проміжок часу на 1 рік.

Таким чином, запропоновані заходи є ефективними, сприяють поліпшенню економічних показників діяльності туристичної фірми.

#### **Висновки до розділу 4**

Підприємство ТОВ «Tez tour», що займає одне з лідируючих місць на ринку в галузі організації туристичної діяльності, на даний момент часу знаходиться в сприятливих умовах, а також ефективно здійснює свою комерційну діяльність.

У розділі нами були дані основні рекомендації по підвищенню комерційної діяльності на підприємстві ТОВ «Tez tour» за рахунок впровадження інструментів інтернет маркетингу: захід по удосконалення сайту, захід по впровадженню SEO і директ - реклами.

Пропонується співпраця з спеціальною компанією по просуванню послуг в інтернеті ТОВ «Tez tour».

З урахуванням можливої реалізацією запропонованих заходів ТОВ «Tez tour» по просуванню послуг здатне підвищити свою комерційну діяльність, підняти авторитет компанії на ринку, а також зробити ім'я компанії більш впізнаваним, шляхом просування турпродукту на інтернет-ринку.

## ВИСНОВКИ

Розкривши поняття та структуру лікувально-оздоровчого туризму відзначили, що лікувально-оздоровчий туризм – масовий і популярний напрямок медичного туризму. Один з найбільш давніх – відомий з античних часів. У ХХ ст. виникає курортна індустрія. Поширюються нові види курортів та послуг – SPA-курорти (SPA-готелі), wellness-програми (оздоровчі, антистресові, косметологічні), морські курорти, зокрема з центрами таласотерапії.

Розглянувши лікувально-оздоровчий туризм в структурі туристичного ринку України відзначили, що в Україні сектору лікувально-оздоровчого туризму відповідають санаторнокурортні заклади (перш за все санаторії та пансіонати з лікуванням, а також бальнеологічні та грязелікарні), що належать до під сектору традиційного лікувального туризму, заклади готелі та інші місця для тимчасового проживання зі спа, а також окремі заклади, які відносяться до сфери торгівлі та побутового обслуговування населення (зокрема, спа-центри, салони краси тощо), що належать до сектору відпочинково-оздоровчого, велнес-туризму.

Провівши структурно-функціональний аналіз туристичного підприємства ТОВ «Tez tour» відзначили, що ТОВ «Tez tour» є відомим мережевим туристичним агентством на ринку м. Києва та України з виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму. На ринку туристичних послуг України підприємство працює більш як 10 років. Метою компанії є отримання прибутку від здійснюваної діяльності; досягнення довгострокової співпраці з будь-яким клієнтом. Головне завдання - високоякісне обслуговування туристів, виходячи з їх запитів. За час своєї господарської діяльності підприємство накопичило значний досвід організації туристичних послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

ТОВ «Tez tour» пропонує досить велику кількість лікувально-оздоровчих турів в різні куточки світу. Туристичне підприємство ТОВ «TEZ TOUR» пропонує в основному тури в Угорщину, Словаччину, Чорногорію, Грузію, Туреччину та Єгипет. Тури розраховані на 5-9 днів. найдешевші тури в Угорщину, в середньому 210-300 дол.США. найдорожчі тури в Єгипет – 865 дол.США та Чорногорію на 9 днів за 930 дол. США. В процесі роботи було розроблено лікувально-оздоровчий тур до санаторію «Світязь», проведено витрати та вартість туру для однієї особи. Таким чином 1 тур складе 9217 грн.

Проаналізувавши впровадження сучасних інформаційних технологій на підприємстві ТОВ «Tez tour» відзначили, що підприємство використовує різні методи інформаційних технологій, але також визначили, що необхідно оновити сайт та покращити його функціонування. Обрахувавши витрати визначили, що на рік обслуговування та оновлення необхідно 54200 грн. Такі витрати є обґрунтованими та покращують привабливість сайту та його функціонування, виведе сайт на перші місця Гугл пошуку. Таке оновлення збільшить зацікавленість підприємством та привабленням нових клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995. - №31./ - Ст.241 (в редакції від 04.08.2011) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324%2F95-%E2%F0>
2. Загальне положення про санаторно-курортний заклад, затверджене постановою КМУ від 11.07.2001 № 805 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
3. Про курорти: Закон України / Відомості Верховної Ради. – 2000. – №50./ – Ст.435.
4. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / Людмила Агафонова, Ольга Агафонова; Київський ун-т туризму, економіки і права. – К.: Знання України, 2002. – 351 с.
5. Александрова А.Ю. География мировой индустрии туризма / А.Ю.Александрова. – М., 1998. – 282 с.
6. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник / А.Ю.Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
7. Бабинец Е.Э. Лечебно-минеральные воды / .Бабинец Е.С., .Шестопапов В.М., Моисеева Н П., – К.: Наукова думка, 2006. – 140 с.
8. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / О. О. Бейдик. – К.: Палітра, 1998. – 130 с.
9. Веденин Ю. А. Мифология туристских ресурсов и эволюция представлений о ресурсном потенциале территорий / Ю. А. Веденин // Известия РАН. Сер. геогр. – М., 1998. - № 4. – С.11-13.
10. Вивчення потенційних ринків для Спа-лікувального туристичного сектору Криму // Звіт Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) Проекту «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність». – К., 2010. – 110 с.

11. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс] :Офіційний сайт. - Режим доступу: <http://unwto.org/>
12. Головне управління статистики України [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/ukgturizm.htm#\\_san](http://www.ukrstat.gov.ua/ukgturizm.htm#_san)
13. Державне агентство України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://www.tourism.gov.ua/> 114
14. Дмитревский Ю..Д. Туристские районы мира: Учеб. пособие / Ю..Д.Дмитриевский. - Смоленск, 2010. – 316 с.
15. Дубовик І. А. Країнознавчий словник-довідник / І. А. Дубовик. – 2-е вид. – Львів.: Панорама, 2003. – 575 с.
16. Єжов В.В. Спа-технології у відновлювальній медицині та курортології: стан та перспективи розвитку в Україні [Електронний ресурс] / В..В.Єжов, О. А. Гоженко, С. Н. Бучинський, І.Ф. Душкін. – Режим доступу: <http://sankurort.ua/uk/4/22/31/>.
17. Индустрия туризма / [Биржаков М..Б., Никифоров В..И., Велемеев.Р..А., и др.]. – М., 2001. – 399 с.
18. Ідеї для професіоналів СПА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.spatrade.com>
19. Квартальнов В. А. Иностраный туризм / В.А.Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 312 с.
20. Квартальнов В. А. Международный туризм: политика развития: Учеб. пособие для студ., изуч. курс Междунар. политика туризма / В..А..Квартальнов, А. А. Романов. – М.: Советский спорт, 1998. – 142 с
21. Ковалев-Случевский К. Spa – новый вид отдыха и лечения: Минипутеводитель: что, почему и где лучше [Электронный ресурс] / К.Ковалев-Случевский.–Режим доступа: [http://www.kkovalev.ru/SPA\\_1.htm](http://www.kkovalev.ru/SPA_1.htm)
22. Корякина А. Влияние восточной философии на формирование современного направления оздоровительной индустрии – велнес

- философии / А. Корякина; автореферат дисертації. - Екатеринбург, 2008
23. Котлер Ф. Маркетинг: Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз: пер. с англ. – М., 1998. – 411 с.
24. Курортні ресурси України. – К.: ЛТД, 2005. – Вип. IV, ч. I. – 155 с.
25. Кучиркина М. Знакомтесь: SPA-индустрия / М.Кучиркина // Парад Отелей. – 2006. – №3. – С.10-12.
26. Мальська М.П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія / М. П. Мальська М.П., М. Й. Рутинський, Н.М.Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 268 с.
27. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661.с.
28. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух – К.: ЦУЛ, 2004. – 272 с.
29. Маньшина Н. В. Спа-туризм: исторический опыт и перспективы развития./ Н. В. Маньшина; 7-ая международная выставка эксклюзивного туризма – LUXURY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.luxury-moscow.ru/forum/arch/2006/article.php>.
30. Масляк П.О. /Країнознавство: Підручник. – К.: Знання, 2007. – 292 с.
31. Міжнародна СПА Асоціація (International SPA Association) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.experienceispa.com/>. Міністерство курортів і туризмів [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>
32. Окладникова Е. А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира / Е. А. Окладникова. – М. – СПб., 2010. – 384 с
33. Организация и управление гостиничным бизнесом: Ученик / Под ред. А. Л. Лесника, И. П. Мацицкого, А. В. Чернышева. - М., 2006. – 371 с.

34. Пирожник И. И. Международный туризм в мировом хозяйстве: Учеб. пособие / И. И. Пирожник. – Минск, 2008. – 342 с.
35. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: зб. нормативноправових актів; під заг. ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640 с.
36. Пузакова Е. П. Международный туристический бизнес / Е. П. Пузакова, В. А. Честникова. – М.: Экспертное бюро-М, 1997. – 176 с.
37. Редін В. Курорти як ринок лікування та відпочинку / В. Редін, І. Решетов, І. Ільчішина // Часопис соціально-економічної географії. Міжрегіональний збірник наукових праць. – 2009. – №6. – 117 с.
38. Роїна О. М. Туристична діяльність в Україні: нормативно-правове регулювання / О.М. Роїна; 2-е вид., змін та доп. – К.: КНТ, 2006. – 464 с.
39. Самойленко А. А. География туризма / А. А. Самойленко – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 368 с.
40. Сайт TEZ TOUR [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.teztour.ua/>
41. Сапрунова В. Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг / В.Б.Сапрунова. – М., 2005. – 112 с.
42. Сенин В.С. Организация международного туризма / В. С. Сенин. – М., 2003. – 217 с.
43. Скабара Р. Передумови та основні напрями інвестування санаторнокурортного господарства Львівської області [Електронний ресурс] / Роман Скабара. – Режим доступу: [http://conftiapv.at.ua/publ/konferenciji\\_2011/section\\_5/peredumovi\\_ta\\_osnovni\\_naprjami\\_investuvannja\\_sanatorno\\_kurotnogo\\_gospodarstva\\_lvivskoj\\_oblasi/11-1-0-825](http://conftiapv.at.ua/publ/konferenciji_2011/section_5/peredumovi_ta_osnovni_naprjami_investuvannja_sanatorno_kurotnogo_gospodarstva_lvivskoj_oblasi/11-1-0-825)
44. Спеціалізований веб портал для спа-туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.getawayspas.com>

45. Статистичний бюлетень «Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk/druk/katalog/poslugi/>
46. Статистичний бюлетень «Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/druk/katalog/poslugi/skl\\_11.zip](http://ukrstat.org/uk/druk/katalog/poslugi/skl_11.zip)
47. Статистичний бюлетень «Туризм в Україні» / Державна туристична адміністрація України. – К., 2007. – 48 с.
48. Статистичний бюлетень «Туризм в Україні» / Державна туристична адміністрація України. – К., 2018. – 51 с.
49. Томаневич Л. Вплив євроінтеграційних процесів на підвищення ефективності розвитку туризму в Україні / Л. Томаневич // Формування ринкової економіки в Україні. Наук. зб. - Спец. вип. - 13. Львів: Інтереко, 2004. – С.186-194.
50. Томаневич Л. Лікувально-оздоровчий туризм в Україні як об'єкт державного регулювання / Л. Томаневич // Наук. вісник Львівського юридичного інституту внутрішніх справ. – Серія економічна. Вип. 1. – 2005. – С.210-217.
51. Томаневич Л. Основні шляхи підвищення ефективності розвитку міжнародного туризму в Україні / Л. Томаневич // Формування ринкової економіки в Україні. Наук. зб. – Вип.6. – Львів: Інтереко, 2005. – С-53-57.
52. Томаневич Л. Про побудову організаційно-управлінської моделі в сфері туристично-рекреаційної діяльності в Україні / Л. Томаневич // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці: АНТ Лтд, 2005. - Вип. IV. Економічні науки. – Ч.1. – С. 221-231.
53. Томаневич Л. Структуризація лікувально-оздоровчих послуг як об'єкту маркетингового управління / Л. Томаневич // Вісник Донецького 119

- державного університету управління. Наук. зб. – Вип. 2 (28). – Донецьк, 2004. – С.119-122.
54. Туризм в Україні. – К.: Державний комітет статистики України, 2008. – 223 с.
55. Туризм та активний відпочинок [Електронний ресурс] / Веб-портал, що містить інформацію про спа, веленес ресурси в Україні, а також діловий туризм. – Режим доступу: <http://spa.net.ua/>
56. Увесь світ у цифрах і фактах: Довідник. - 2-е вид., випр. та допов. – К.: Мапа, 2010. – 149 с.
57. Федорченко В. К. Туристський словник-довідник: Навч. посіб. / В.К.Федорченко, І. М. Мінін. – К.: Дніпро, 2000. – 160 с.
58. Харрис Г., Кац К М. Стимулирование международного туризма в XXI веке. (Пер. с англ.). – М., 2009. – 402 с.
59. Что такое Велнес и как к нему относиться [Електронний ресурс] / Всероссийская сеть велнес-центров. - Режим доступу: <http://www.fitness.nnov.ru/Destination Spa locations>
60. Destinations Spa Vacations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.destinationspas.com/>

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Шляхи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні

Кононенко А.Р.

*Національний університет харчових технологій*

**Вступ.** Лікувально-оздоровчий туризм охоплює безліч регіонів України і пропонує досить ефективне та професійне лікування, засноване, в основному, на кліматичних особливостях місцевості і бальнеологічних можливостях того чи іншого курорту. Вимоги часу до поліпшення якості життя населення розвинених країн вносять деякі корективи в організації їх відпочинку та оздоровлення. Зростає потреба в отриманні якісних медичних послуг і використанні сучасних технологій оздоровчого відпочинку.

**Матеріали і методи.** Матеріалами для написання тез стали наукові статті та монографії з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналіз та синтез – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

**Результати.** Ринок лікувально-оздоровчого туризму як економічна система являє собою сукупність економічних відносин і інститутів, що визначають характер функціонування, взаємодії суб'єктів господарювання, які забезпечують виробництво і реалізацію лікувально-оздоровчих послуг. На вході в цю систему знаходяться туристичні та природно-рекреаційні ресурси, а на виході - санаторно-курортні та оздоровчі послуги.

Розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Україні необхідна складова частина економіки. Але в Україні цей напрямок здебільшого перейшов в організацію туристсько-рекреаційної діяльності, але в лікувально-оздоровчому туризмі можна виділити наступні проблеми:

1. Відсутність окремої програми регулювання розвитку лікувально-оздоровчого туризму, що є дуже важливою складовою економіки країни.
2. Низький туристичний потік формує малу заповнюваність лікувально-оздоровчих організацій, що призводить до зниження показників.
3. Незначна заповнюваність лікувально-оздоровчих організацій визначена низьким потоком туристів із різних регіонів країни, з-за кордону.
4. Сезонність попиту негативно впливає на економіку лікувально-оздоровчих організацій, що проявляється в зниженні доходів, низькій зайнятості населення, простою обладнання і ін.

Україна має великі перспективи по розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Вона має широкі можливості для розвитку більшості видів туризму, включаючи лікувально-оздоровчий туризм. Прискорення соціально-економічного розвитку сприяло відкриттю нових можливостей для всебічного розвитку цієї сфери. Курортна галузь нашої країни заснована на сукупності курортів, лікувально-оздоровчих територій та їх природних лікувальних ресурсах. Природно-кліматична, географічна структура та топографія України відрізняється своїм культурним різноманіттям.

В системі лікувально-оздоровчого господарства України функціонують різні типи рекреаційних установ. Санаторно-курортні організації включають санаторії, студентські санаторії-профілакторії, дитячі реабілітаційно-оздоровчі центри. Оздоровчі організації включають профілакторії, оздоровчі центри (комплекси), освітньо-оздоровчі центри, оздоровчі та спортивно-оздоровчі табори, будинки (бази) відпочинку, пансіонати та ін..

Комплексний підхід до формування сучасного ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні диктує необхідність вдосконалення нормативно - правової бази, яка регулює правовідносини в сфері модернізації санаторно-курортного комплексу регіонів, системи оподаткування, вирішення питань власності, системи державного регулювання і підтримки туристської діяльності. Для цього необхідне коригування національної системи сертифікації курортно-оздоровчих послуг та категоризації санаторіїв як засобів розміщення з урахуванням процесів інтеграції України в міжнародний турринок. А також розробка організаційно-правового механізму впровадження міжнародних та національних стандартів туристсько-рекреаційного обслуговування, врегулювання питань землекористування на пляжах Азово-Чорноморського узбережжя, системних заходів з управління берегової морської зоною, формування реєстрів курортних і екскурсійних об'єктів, природних лікувальних ресурсів, проведення експертних досліджень стану екологічної обстановки на курортних територіях.

**Висновки.** Проведені дослідження потенціалу ринку лікувально-оздоровчого туризму в Україні переконують у необхідності розробки маркетингової стратегії розвитку курортних територій, регіональних програм системного розвитку і підтримки рекреаційних підприємств валеологічного типу, підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг. Стратегія розвитку курортів України буде більш ефективною і за рахунок формування на міжрегіональному рівні стратегічних альянсів регіональних влад і туроператорів, підприємств гостинності.

**Список використаної літератури.**

1. Парфіненко А. Ю. Проблеми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні (у порівнянні з країнами Центральної Європи) / А. Ю. Парфіненко, І. І. Волкова, В. І. Щербина // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. - 2018. - Вип. 7. - С. 130-135
2. Холявка, В. З. Сучасні аспекти, фактори впливу і перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України, 2019 №1 С, 25-33.

## Персонал та офіс туристичного підприємства



## Договір на туристичне обслуговування

### УМОВИ ДОГОВОРУ НА ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЗ ТУР» (м. Київ, вул. Велика Васильківська, 63, оф. 2; ліцензія Державної служби туризму і курортів на туроператорську діяльність серія АВ, № 566448 від 04.02.2011р.; тел. (044) 495-55-05, код ЄДРПОУ 32348756) надалі Туроператор з одного боку та Турист, з другого боку, уклали даний Договір про нижченаведене:

#### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Туроператор відповідно до замовлення, поданого Туристом з використанням інформаційно-телекомунікаційної системи Туроператора, за плату зобов'язується надати Туристу туристичну послугу або комплекс туристичних послуг (туристичний продукт, Турпродукт). Під Туристом розуміється Турист або інша особа, яка замовляє туристичну послугу або Турпродукт від власного імені, у тому числі законний представник неповнолітнього туриста. Скрізь, по тексту Договору де зазначений Турист, розуміються також і треті особи, в інтересах яких діє Турист, які супроводжують його у турі або яких він супроводжує.

#### 2. ОBOB'ЯЗКИ СТОPIН

2.1. Туроператор зобов'язується:

2.1.1. Забронювати замовлені Туристом туристичні послуги та надати йому для самостійної роздрукування необхідні документи, які посвідчують право Туриста на отримання туристичних послуг, наприклад, ваучер, страховий поліс, авіаквитки на авіарейси згідно з графіком відправлення за маршрутом, вказаним в замовленні.

2.1.2. Надати Туристу інформацію, передбачену чинним законодавством України. Інформація, про яку йдеться у цьому пункті надається у вигляді Пам'яток, буклетів, каталогів, інформації розміщеної на сайті [www.teztour.ua](http://www.teztour.ua). При цьому слід мати на увазі, що інформація, яка міститься в друкованих матеріалах, може змінюватись, тому якщо у Туриста є питання відносно суттєвих для нього умов або йому потрібна додаткова інформація, він повинен звернутися до Туроператора з відповідним письмовим запитом, відправивши його на електронну адресу: [tourist@teztour.ua](mailto:tourist@teztour.ua).

2.1.3. Протягом 25 (двадцяти п'яти) робочих днів з моменту відмови Туриста від цього Договору повернути йому грошові кошти, за виключенням сум, розмір яких дорівнює витратам Туроператора, пов'язаним з відмовою Туриста від цього Договору.

Туроператор також повертає Туристу усі сплачені Туристом кошти протягом трьох банківських днів з моменту настання скасувальної обставини, визначеної у п. 6.2 цього Договору.

2.2. Турист зобов'язується:

2.2.1. Оплатити Туроператору вартість замовлених туристичних послуг.

2.2.2. У випадку виявлення недоліків у документах, що надані туроператором Туристу для роздрукування

негайно проінформувати про це Туроператора будь-яким доступним способом.

2.2.3. Надати Туроператору достовірну персональну інформацію для її внесення в документи, що надають право Туристу скористатися замовленими та оплаченими туристичними послугами.

2.2.4. За добу до початку туру уточнити у Туроператора та в довідці аеропорту час та місце вильоту літака.

2.2.5. Не пізніше ніж за 2 (дві) години до часу вильоту (виїзду) прибути на місце реєстрації. При перебуванні у турі дотримуватись вказівок гідів приймаючої сторони та повідомлень, розміщених в готелі на інформаційних стендах щодо часу вильоту (виїзду) рейсів та часу початку реєстрації.

2.2.6. Надати Туроператору повну та достовірну інформацію про свою адресу, контактні телефони для оперативного зв'язку. У випадку придбання туру для третіх осіб, ознайомити їх з умовами цього Договору надати усю необхідну інформацію про тур. Умови цього Договору розповсюджуються на усіх туристів, від імені яких діє Турист.

2.2.7. Дотримуватись правил перебування в країні тимчасового перебування, звичаїв, традицій місцевого населення, а також митних правил та правил в'їзду/виїзду до/з країни тимчасового перебування; не порушувати громадський порядок та вимоги законів, чинних на території країни тимчасового перебування; дотримуватись правил внутрішнього розпорядку та протипожежної безпеки в місцях розміщення та перебування. Правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там містяться на офіційному сайті туроператора [www.tez-tour.com](http://www.tez-tour.com).

2.2.8. Своєчасно, та в повному обсязі здійснити оплату за використання додаткових послуг в місцях перебування.

2.2.9. Оплатити вартість в'їзної візи при проходженні паспортного контролю, якщо придбання візи у спрощений спосіб передбачено законодавством країни, до якої в'їжджає Турист.

2.2.10. У випадку невідповідності умов туру умовам даного Договору повідомити про це Туроператора не пізніше двох тижнів з моменту закінчення подорожі. При цьому до претензії повинен додаватись акт, складений Туристом та уповноваженим працівником організації, що надавала йому послуги та завірений підписом представника приймаючої сторони в країні перебування та інші матеріали, які підтверджують факт невідповідності умов туру умовам даного Договору. Відсутність претензії, поданої Туристом у зазначені строки, свідчить про належне виконання Туроператором зобов'язань за цим Договором.

2.2.11. Дотримуватись вимог чинного законодавства України щодо перетину Державного кордону України, а також прикордонних та митних правил інших країн, через (до) які (яких) подорожує Турист.

2.2.12. Відшкодувати Туроператору його витрати, пов'язані з відмовою Туриста від цього Договору(про відмову від Договору Турист повідомляє Туроператора шляхом надсилання листа на електронну адресу [tourist@teztour.ua](mailto:tourist@teztour.ua), або анулює в особистому кабінеті на сайті [teztour.ua](http://teztour.ua). Для повернення сплачених коштів або їх частини Турист заповнює на папері і надсилає (надає) заяву Туроператору. Форма заяви розміщена на сайті [teztour.ua](http://teztour.ua) ).Зазначені витрати відповідно до укладених Туроператором угод з основними партнерами, які надають туристичні послуги для реалізації, можуть складати:

Термін відмови Туриста від Договору до початку подорожі	Сума, що підлягає стягненню з Туриста (витрати Туроператора)
Від 7 днів до 4 днів	-30 (тридцять) відсотків від вартості Турпродукта*;
Від 3 днів до 2 днів	-50 (п'ятдесят) відсотків від вартості Турпродукта*;
Від 1 дня і менше	- 100 (сто) відсотків від вартості Турпродукта*.
<p>*Тут до вартості Турпродукта не включена вартість квитків на чартерні та регулярні авіарейси. Вартість авіаперевезення до/з країн, в'їзд до яких для громадян України потребує попереднього оформлення візи, стягується в розмірі 100 (ста) відсотків вартості авіаперевезення при відмові Туриста від Договору у строк від 21 дня і менше до початку подорожі.</p> <p>Вартість авіаперевезення до/з країн, в'їзд до яких для громадян України не потребує попереднього оформлення візи, або до/з безвізових для громадян України країн, стягується в розмірі 100 (ста) відсотків вартості авіаперевезення при відмові Туриста(ів) від Договору у строк від 14 днів і менше до початку подорожі.</p> <p>Вартість авіаперевезення на чартерних авіарейсах зазначена на сайті Туроператора <a href="http://www.teztour.ua">www.teztour.ua</a>.</p> <p>Вартість авіаперевезення на регулярних авіарейсах Туроператор повідомляє Туристу при укладенні цього Договору.</p>	

При відмові Туриста від цього Договору за яким подорож починається у період Новорічних та Різдвяних свят (з 20 грудня по 10 січня), у період Травневих свят (з 26 квітня по 10 травня) у періоди виставок, ярмарок або при зміні Заявки, з Туриста стягується на користь Туроператора його витрати із забезпечення надання Туристу туристичного продукту. Ці витрати відповідно до укладених Туроператором угод з основними партнерами, які надають туристичні послуги для реалізації, складають:

Термін відмови туриста(тів) від Договору до початку туру	Сума, що підлягає стягненню з Туриста(тів) (витрати Туроператора)
Від 14 днів до 8 днів	- 30 (тридцять) відсотків від вартості Турпродукта*;
Від 7 днів до 2 днів	- 50 (п'ятдесят) відсотків від вартості Турпродукта*;
Від 1 дня та менше	- 100 (сто) відсотків від вартості Турпродукта*.
<p>*Тут до вартості Турпродукта не включена вартість квитків на чартерні та регулярні авіарейси. Вартість авіаперевезення до/з країн, в'їзд до яких для громадян України потребує попереднього оформлення візи, стягується в розмірі 100 (ста) відсотків вартості авіаперевезення при відмові Туриста від Договору у строк від 28 днів і менше до початку подорожі.</p> <p>Вартість авіаперевезення до/з країн, в'їзд до яких для громадян України не потребує попереднього</p>	

оформлення візи, або до/з безвізових для громадян України країн, стягується в розмірі 100 (ста) відсотків вартості авіаперевезення при відмові Туриста(ів) від Договору у строк від 21 дня і менше до початку подорожі.

Вартість авіаперевезення на чартерних авіарейсах зазначена на сайті Туроператора [www.teztour.ua](http://www.teztour.ua).

Вартість авіаперевезення на регулярних авіарейсах Туроператор повідомляє Туристу при укладенні цього Договору.

2.2.13. Якщо розмір витрат Туроператора, яких він зазнав через відмову Туриста від цього Договору, перевищує розміри, зазначені в п. 2.2.12, Турист відшкодовує Туроператору витрати у повному обсязі.

### 3. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

3.1. У випадку невиконання або неналежного виконання умов даного Договору сторони несуть відповідальність згідно чинного законодавства України та умов цього Договору.

3.2. Турист несе відповідальність за пошкодження майна або здійснення протиправних дій під час поїздки, згідно з чинним законодавством країни тимчасового перебування.

3.3. У випадку порушення Туристом діючих правил проїзду, реєстрації чи провозу багажу, нанесення збитків майну транспортної компанії чи порушення правил проживання в готелі або недотримання законодавства країни перебування, штрафи стягуються з Туриста в розмірах, передбачених відповідними правилами і нормами транспортної компанії, готелю, країни перебування. Туроператор в даному випадку відповідальності не несе.

3.4. У випадку відмови Туроператора від виконання даного Договору, Турист має право на відшкодування збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних внаслідок розірвання даного Договору, крім випадку, коли це відбулося з вини Туриста.

3.5. У випадках скасування чи зміни часу відправлення та/чи прибуття чартерних авіарейсів і пов'язаними з цим змінами тривалості і програми туру, претензії приймаються Туроператором (перевізником за договором) до розгляду. При цьому на Туроператора поширюються всі умови та обмеження відповідальності, які встановлені Правилами повітряних перевезень пасажирів і багажу, Правилами фактичного перевізника, міжнародними конвенціями в галузі повітряних перевезень та іншими нормативними актами в сфері перевезень.

У випадках скасування чи зміни часу відправлення та/чи прибуття регулярних рейсів, відмови у перевезенні на регулярному рейсі і пов'язаними з цим змінами тривалості і програми туру Туроператор, як агент з продажу перевезень авіакомпанії, передає претензії Туриста на розгляд авіакомпанії, яка уклала з Туристом за посередництва Туроператора договір перевезення.

3.6. Туроператор не несе відповідальності за схоронність багажу, цінностей та документів Туриста протягом усього періоду перебування у подорожі.

3.7. Туроператор не несе відповідальності, якщо рішенням влади чи відповідних осіб Туристу відмовлено в можливості в'їзду чи виїзду внаслідок порушення правопорядку або інших причин, або якщо внаслідок будь-яких інших причин, незалежних від Туроператора, Турист не скористався Турпродуктом у тому числі в наслідок наявних у нього захворювань (у тому числі хронічних) або медичних протипоказань, що не дозволяють здійснити туристичну поїздку.

3.8. Туроператор не несе відповідальності щодо відшкодування грошових витрат Туриста за оплачені послуги, якщо Турист у період обслуговування за своїм розсудом чи в зв'язку із своїми інтересами не скористався всіма чи частиною запропонованих та сплачених послуг та не відшкодовує Туристу

- витрати, що виходять за межі послуг, обумовлених цим Договором.
- 3.9. Туроператор не несе відповідальності за витрати Туриста, пов'язані із настанням страхового випадку. У разі настання страхового випадку, претензії та заяви по витратах Турист пред'являє в страхову компанію, вказану в страховому полісі.
- 3.10. Туроператор не несе відповідальності за відмову посольства іноземної держави у видачі віз Туристу за маршрутом туристичного продукту.
- 3.11. У випадку невиїзду Туриста внаслідок неправильного оформлення паспортних, візових та інших документів, або у разі неправильного зазначення даних цих документів при бронюванні туру, Туроператор відповідальності не несе.
- 3.12. Не заселення Туриста в номер готелю в дату, вказану в замовленні, з причин, що не залежать від дій Туроператора та/або готелю, вважається відмовою Туриста від виконання цього Договору (строк від одного дня і менше) і тягне за собою застосування п.2.2.12 цього Договору.
- 3.13. Якщо Турист неправомірно з власної ініціативи залишився в країні тимчасового перебування після закінчення строку туру, він зобов'язаний компенсувати Туроператору усі його витрати, пов'язані з таким неправомірним вчинком.

#### 4. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СУПЕРЕЧОК

- 4.1. Всі суперечки, які можуть виникнути в ході виконання даного Договору, Сторони зобов'язуються вирішувати шляхом переговорів, а у випадку недосягнення згоди – згідно чинного законодавства України.

#### 5. ДОДАТКОВІ УМОВИ

- 5.1. Даний Договір укладений українською мовою, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної Сторони.
- 5.2. Сторони погодилися з тим, що їх права та обов'язки за цим договором, крім обов'язку Туроператора повернути Туристу сплачені ним кошти в строк, вказаний в п.2.1.3. цього договору, припиняються при настанні скасувальної обставини, якою є відмова партнерів Туроператора, які надають туристичні послуги для реалізації, у наданні таких послуг.
- 5.3. Туроператор у випадку виникнення обставин непереборної сили має право за погодженням з Туристом замінити замовлений готель або номер у готелі на рівноцінний або вищої категорії без зниження в класі обслуговування.
- 5.4. За цим Договором Турист надає згоду на обробку його персональних даних Туроператором з метою забезпечення надання туристичного продукту або туристичної послуги в обсязі, необхідному для досягнення зазначеної мети. Право визначення обсягу обробки персональних даних Турист надає Туроператору.
- Включення персональних даних Туриста до бази персональних даних Туроператора відбувається в момент укладення цього Договору. За цим Договором Турист засвідчує свою обізнаність про таке включення, про свої права, визначені у законі України «Про захист персональних даних», про мету збору даних та осіб, яким передаються його персональні дані.
- 5.5. Перевезення Туриста може здійснюватися рейсом будь-якої авіакомпанії, незалежно від того, яка авіакомпанія зазначена у авіаквитку. Туроператор гарантує авіаперевезення Туриста з міста вильоту до

міста призначення. Аеропорти міста вильоту та міста призначення можуть відрізнятися від зазначених в авіаквитку.

5.6. Турист та інші особи, в інтересах яких Турист придбаває туристичний продукт, вважаються повідомлення про таке:

5.6.1. При придбанні турпродукту, в якому в якості номера проживання, згідно прайс-листа Туроператора використовуються позначення Standart, St., ROH або не вказано тип номера, незалежно від кількості проживаючих у номері осіб, надається для проживання однокімнатний стандартний номер (Standart). Площа номера, включаючи санвузол і балкон, вказується в каталозі готелю або Туроператора (на момент видання такого каталогу), а також на сайті Туроператора. Всі інші нестандартні номери продаються тільки на підставі опису для кожного конкретного готелю, згідно специфікації і номенклатури, що надається в каталозі Туроператора, а також на сайті Туроператора. Будь-яка інформація про номер готелю, отримана з інших джерел, включаючи збіг в назві нестандартного номера, не є об'єктивною інформацією і не є складовою частиною цього договору. Особам, які отримують послуги, не гарантується і не є складовою частиною цього Договору, їх вселення в номери готелю негайно після їх прибуття в готель, а також їх виселення з номерів готелю безпосередньо перед відбуттям з готелю. Дана умова договору пов'язана з розрахунковою годиною (час заселення / виселення в / з номера готелю), які встановлюються кожним готелем самостійно, і застосовується з метою мінімізації фінансових витрат з оплати вартості проживання в готелі. Відповідно до загальноприйнятої міжнародної практики, орієнтовно розрахунковий час в готелях настає в 12 год. 00 хв за місцевим часом (у деяких країнах година заселення туристів в готель може відрізнятися і варіюватися в період з 12 годин 00 хвилин до 16 годин 00 хвилин за місцевим часом). У прайс-листах туроператора вказується кількість ночей проживання, придбаних у складі Турпродукту, з 12 год. 00 хв дня початку туру до 12 год. 00 хв дня закінчення туру, даний час перебування оплачується Туристом повністю, незалежно від часу фактичного знаходження в готелі. Заселення в номер готелю раніше розрахункової години, так само як і виселення з його номера пізніше розрахункової години, тягнуть зобов'язання по оплаті вартості повних діб проживання в готелі, незалежно від фактично проведеного в номері готелю часу до / після настання розрахункової години.

5.6.2. У прайс-листах Туроператора використовуються міжнародні терміни і літерні скорочення позначають такі поняття: RO - розміщення без харчування; BB - тільки сніданок; HB - напівпансіон - сніданок і вечеря (шведський стіл), безкоштовні: чай, кава, вода на сніданок; HB + - напівпансіон - сніданок і вечеря (шведський стіл), плюс алкогольні і безалкогольні напої місцевого виробництва під час прийому їжі; FB - повний пансіон - сніданок, обід і вечеря (шведський стіл); FB + (EFB) - повний пансіон - сніданок, обід і вечеря (шведський стіл), плюс напої (в ряді готелів пиво і вино) під час прийому їжі; AI - Allinclusive - все включено: повний пансіон, алкогольні та безалкогольні напої місцевого виробництва; UAI (UltraAllinclusive) = SAI (SuperiorAllinclusive) = SAIVIPS (SuperiorAllinclusive VIP Service) = NWI (NewWaveInclusive) = MAI (MegaAllinclusive) = AEAI (AllexclusiveAllinclusive) = DLAI (DeluxeAllinclusive) = MSAI (MaximumSystemAllinclusive) = VIPAI (VIP CLASS Allinclusive) - це Allinclusive, плюс імпортовані спиртні напої і додаткові послуги на розсуд адміністрації; HCAI - Highclassallinclusive - все безкоштовно крім: магазинів, телефону, лікаря, перукарні, деяких водних видів спорту і підводного плавання; DBL (2 B3P) - вартість стандартного двомісного номера для розміщення 2 дорослих; SGL (1 B3P) - вартість стандартного одномісного номера при розміщення 1 дорослого; DBL + EX.BED (3 B3P) - вартість стандартного двомісного номера для розміщення 3 дорослих (один дорослий розміщується на додатковому ліжку); SGL + CHD

- (1 ВЗР + 1 РЕБ) - стандартний двомісний номер для розміщення 1 дорослого та 1 дитини; SGL + 2CHD (1 ВЗР + 2 РЕБ) - стандартний двомісний номер для розміщення 1 дорослого та 2 дітей (один з дітей розміщується на додатковому ліжку); DBL + CHD (2 ВЗР + 1 РЕБ) - стандартний двомісний номер для розміщення 2 дорослих та 1 дитину (дитина розміщується на додатковому ліжку); DBL + 2CHD (2 ВЗР + 2 РЕБ) - стандартний двомісний номер для розміщення 2 дорослих та 2 дітей (діти розміщуються на додатковому ліжку); Додаткове ліжко - додаткове спальне місце. У стандартному номері надається тільки ОДНЕ додаткове ліжко.
- 5.7. Згода з умовами цього договору засвідчує також факт отримання Туристом усієї необхідної інформації, передбаченої Законом України «Про туризм».
- 5.8. Усі правовідносини, що виникають з цього Договору або пов'язані із ним, у тому числі пов'язані із дійсністю, укладенням, виконанням, зміною та припиненням цього Договору, тлумаченням його умов, визначенням наслідків недійсності або порушення Договору, регламентуються цим Договором та відповідними нормами чинного в Україні законодавства, а також застосовними до таких правовідносин звичаями ділового обороту на підставі принципів добросовісності, розумності та справедливості.
- 5.9. Після набрання чинності цим Договором всі попередні переговори за ним, листування, попередні договори, протоколи про наміри та будь-які інші усні або письмові домовленості Сторін з питань, що так чи інакше стосуються цього Договору, втрачають юридичну силу, але можуть братися до уваги при тлумаченні умов цього Договору.
- 5.10. Сторони несуть повну відповідальність за правильність вказаних ними у цьому Договорі реквізитів та зобов'язуються своєчасно у письмовій формі повідомляти іншу Сторону про їх зміну, а у разі неповідомлення несуть ризик настання пов'язаних із цим несприятливих наслідків.
- 5.11. Додаткові угоди та додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами і мають юридичну силу у разі, якщо вони викладені у письмовій формі та підписані Сторонами.

## Нагороди туристичної організації



## Certificate OF PARTICIPATION

This certificate has been issued to *Reshetova Svetlana* for the participation of  
**"2012 TEZ TOUR TÜRKİYE HOTELS PRESENTATION PROGRAM"**

We appreciate for the excellent, harmonius, productive cooperation and we wish to achieve more success together in the future.

Neşe BAĞCI  
Quality Manager

