

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

_____ І.Я. Антоненко
В.о.завідувача кафедри ТГБ

_____ В.Ф. Доценко
Декан факультету ГРТБ

КВАЛІФІКАЦІЙНА ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

за спеціальністю 242 «Туризм»

освітньо-професійна програма «Туризм»

на тему: **Оптимізація транспортного обслуговування у
міжнародному туризмі**

Науковий керівник:

доцент кафедри ТГБ,
канд. ф. -м.наук, доцент
Івченко Любов Олександрівна

Рецензент:

доцент кафедри готельно-
ресторанної справи
к. т. н., доцент
Шаран Лариса Олександрівна

Здобувач:

Плащинська Дар`я Олегівна

Київ – 2020 рік

РЕЗЮМЕ

НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ
ПЛАЩИНСЬКАОЇ ДАР'Ї ОЛЕГІВНИ
НА ТЕМУ:
« ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У
МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ »

Дипломна робота складається з 126 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 28, таблиць - 17.

Об'єктом дослідження є процес транспортного обслуговування у туризмі.

Предметом дипломної роботи є аналіз ефективності операційної діяльності туристичного підприємства «Анекс тур»

Метою дипломної роботи є шляхи підвищення ролі інформаційних технологій у організації транспортного обслуговування на туристичному підприємстві «Анекс тур».

У I розділі транспортне обслуговування у туризмі.

У II розділі аналіз ефективності операційної діяльності туристичного підприємства «Анекс тур».

У III розділі оптимізація транспортного в ТОВ «Анекс Тур» обслуговування шляхом підвищення ролі інформаційних технологій

У IV розділі. Впровадження сучасних інформаційних технологій на туристичному підприємстві ТОВ «Анекс тур».

КЛЮЧОВІ СЛОВА: транспортне обслуговування, інформаційні технології, авіаційні перевезення

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТРАНСПОРТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИЗМІ.	10
1.1 Загальна характеристика транспортних перевезень	10
1.2 Організація безпеки туристів під час туристичних подорожей	13
1.3 Характеристика видів транспортних засобів.	20
1.4. Особливості перевезень лоукост-компаніями у світі і Україні	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АНЕКС ТУР»	43
2.1. Характеристика системи управління туристичним підприємством «Анекс тур»	43
2.2. Економічна діагностика управління туристичним Підприємством	54
2.3. Організація транспортного обслуговування клієнтів туроператора «Анекс тур»	62
РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТОВ «АНЕКС ТУР» ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	73
3.1 Удосконалення транспортного обслуговування на турпідприємстві ТОВ «Анекс Тур» завдяки використанню послуг low-cost перевізників.	83
3.2. Особливості використання послуг low-cost авіакомпаній в діяльності турпідприємства ТОВ «Анекс Тур»	83
3.3. Економічне обґрунтування введення послуги бронювання авіаквитків low-cost компаній на тур підприємстві «Анекс Тур»	91

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АНЕКС ТУР»	100
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт туристичної діяльності в ТОВ «Анекс тур»	100
4.2. Аналіз Інтернет-контенту підприємства туризму ТОВ «Анекс тур»	105
4.3. Пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності підприємства туристичної діяльності ТОВ «Анекс тур»	110
ВИСНОВКИ	116
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	121

ВСТУП

Транспортні подорожі у туристичній діяльності виконують двоєдину функцію. По-перше, це невід'ємна частина будь-якої туристичної подорожі і одна із головних складових турпакету. По-друге, транспортні тури - транстури - це особливий випадок туристичної подорожі, в якій засіб пересування часто є засобом розміщення туриста (туристично-екскурсійні поїзди, круїзні судна тощо). Транспортне обслуговування туристів - найбільш складний у технологічному відношенні блок туру.

Транспорт є одним з головних чинників розвитку туризму. Важливу роль транспорт відіграє у вирішенні соціальних проблем, забезпеченні ділових, культурних, туристських та інших потреб.

Якість, обсяг та характер транспортних послуг в туризмі залежать від рівня розвитку транспортного комплексу і стану транспортної інфраструктури, як невід'ємних складових господарського комплексу країни.

Актуальність теми дипломної роботи полягає в тому що, транспортне обслуговування є однією із найважливіших галузей економіки будь-якої держави. Транспорт і туризм є самостійними галузями економіки. Транспорт є найважливішою галуззю національної економіки будь-якої країни, а також усього світового господарства у цілому. Аналіз наведених визначень свідчить, що транспортна послуга є невід'ємною складовою туризму. Таким чином взаємозв'язок транспорту і туризму закріплено на законодавчому рівні. Являючи собою частину сектора матеріального виробництва, він покликаний забезпечувати нормальну взаємодію підприємств між собою, створювати умови для раціонального розміщення продуктивних сил по території держави з урахуванням оптимального наближення підприємств різних галузей до джерел сировини і районів споживання продукції, сприяти розвитку спеціалізації та кооперації виробництва внаслідок суспільного розподілу праці. Ріст виробничих потужностей багатьох галузей і підгалузей економіки,

підвищення ефективності їхньої роботи знаходяться у прямої залежності від рівня розвитку транспорту та всієї транспортної системи держави.

Транспортні послуги в туризмі є невід'ємною складовою здійснення подорожі, умовою розвитку туризму і належать до основних послуг туристичної галузі. Якість, обсяг та характер транспортних послуг в туризмі залежать від рівня розвитку транспортного комплексу і стану транспортної інфраструктури, як невід'ємних складових господарського комплексу країни

Величезний вплив чинить транспорт і на розвиток сучасного туризму у всіх його видах та формах. Транспорт є важливою складовою туристичної індустрії, а транспортне обслуговування туристів вважається найбільш складним етапом в організації подорожей. Для перевезень туристів під час подорожі використовуються різні види транспорту: авіаційний, залізничний, водний, автомобільний. Кожен з них має свої техніко-економічні особливості, специфічну матеріальну базу, різні можливості для перевезення туристів.

Мета дипломної роботи є розробка шляхів підвищення ролі інформаційних технологій у менеджменті туристичного підприємства «Анекс тур». Розробка оптимізації транспортного обслуговування у туризмі.

У роботі було поставлено такі завдання:

- дослідити формування сучасного ринку транспортних перевезень в туризмі;
- дослідити ринок міжнародних авіаперевезень ;
- дослідити особливості розвитку та шляхи подальшого використання сучасних можливостей українських та міжнародних авіаційних галузей ;

Предметом дослідження є аналіз ефективності операційної діяльності туристичного підприємства «Анекс тур»

Об'єктом дослідження є процес транспортного обслуговування у туризмі. Повітроплавання й авіація. Правові аспекти повітряних польотів. Правове регулювання повітряних польотів і перевезень. Засоби повітряних перевезень.

Повітряні кулі й дирижаблі. Планери, дельтаплани, пароплани й паромотори. Парашут. Дельтаплан. Вертолiт. Літаки. Аеродроми й аеропорти. Повітряна перевезення пасажирів. Транзит. Чартер. Комплексні послуги перевезення.

Послуги повітряного перевезення. Послуги на борті. Послуги наземних служб. Страхування повітряних перевезень. Безпека польотів. Представництва авіакомпаній.

Розклад. Особливості реалізації послуг авіаперевізників - продажу авіаквитків. Тарифи. Молодіжні тарифи. Авіаційні компанії й консорціуми. Дисконтні програми.

Багаж. Правила перевезення багажу. Міжнародна асоціація повітряних перевізників. Отже , ми розглянемо транспортне обслуговування у внутрішньому та зовнішньому транспортному туризмі, проведемо аналіз ефективності діяльності одного із туристичних підприємств та зрозуміємо ,як інформаційні технології впливають на сучасність в туристичному підприємстві.

РОЗДІЛ 1. ТРАНСПОРТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИЗМІ.

1.1. Загальна характеристика транспортних перевезень

Транспортні послуги в туризмі є невід'ємною складовою здійснення подорожі, умовою розвитку туризму і належать до основних послуг туристичної галузі. Якість, обсяг та характер транспортних послуг в туризмі залежать від рівня розвитку транспортного комплексу і стану транспортної інфраструктури, як невід'ємних складових господарського комплексу країни [1].

Стан транспортної інфраструктури характеризується густотою транспортної мережі, її технічним станом і відповідністю середньосвітовим стандартам, формуванням транспортних полімагістралей з розвиненою інфраструктурно-логістичною системою, здатною опрацьовувати зростаючий транспортний потік з мінімальними витратами часу. Наявність сучасних транспортних засобів, їх технічні характеристики (швидкість, надійність, комфортабельність) впливають не тільки на попит, а й визначають споживчі уподобання, гарантуючи якість обслуговування. Таким чином, розвинений транспортний комплекс дає можливість урізноманітнити транспортні послуги, зробити їх взаємозамінними і тим самим впливає на зростання загальної рухомості населення і розвиток туризму. Туризм, в свою чергу, забезпечує пасажирському транспорту обсяги діяльності, своєю ритмічністю визначаючи ритмічність його роботи, а структура туристичного попиту впливає на географію перевезень, організаційні форми діяльності [8].

Транспортне обслуговування включає ряд послуг, необхідних для виконання програми туру. До них відносять послуги трансферу (забезпечення зустрічі-проводів туристів) та транспортне обслуговування програмних заходів туру (відвідання музеїв, театрів). Також на ринку пропонуються спеціалізовані транспортні тури - морські (річкові) круїзи, туристичні поїзди.

Транспортні послуги в туризмі за характером діяльності умовно можна поділити на:



Рисунок 1.1 Характер транспортних послуг.

При виборі транспортного засобу споживач керується об'єктивними (вартість, швидкість, комфортність) і суб'єктивними чинниками (обмеження, пов'язані зі станом здоров'я, упередженість щодо певних видів транспорту тощо). Головне, що визначає переваги в такому випадку, є час, відстань і зручність її долання. Зазначені параметри визначають вартість транспортної послуги, її частку в загальній вартості тура [11].

Надійність туристичних зв'язків, з огляду як на об'єктивні, так і на суб'єктивні мотиви споживчих уподобань, обумовлена взаємозамінністю видів транспорту та різноманітністю пропозиції транспортних послуг (наприклад, подорожування різними класами). Оптимізація частоти рейсів відповідно до обсягів і коливань попиту, їх стиковка, організація чартерів впливають на вибір туристом того чи іншого виду транспорту, визначають кон'юнктуру на ринку транспортних послуг в туризмі. Визначальною характеристикою подорожування стає його тривалість і комфортність.

Комфортність - поняття комплексне, яке включає технічні характеристики транспортного засобу (швидкість, ергономічність), наявність безпересадочних переміщень ("від дверей до дверей"), супутні послуги під час

подорожування (харчування, зв'язок та інші), інфраструктури і послуги (зручності на вокзалах, в аеропортах, швидкість обробки вантажу, організація митного контролю тощо) [4].

Тобто, витрати часу і зусиль на весь транспортний процес плюс вартість транспортних послуг є об'єктивною основою вибору туристом певного виду транспорту для переміщення до місця відпочинку. Вибір транспортного засобу в місці відпочинку обумовлений наявністю пропозиції, її кількісними і якісними параметрами, метою подорожування та фінансовими можливостями туриста, організаційними формами туру (так, групові тури передбачають використання спеціалізованих автобусів в екскурсійному обслуговуванні).

Вибір виду транспортного туру (автомобіль, автобус, морський чи річковий круїз) є наслідком ринкової взаємодії споживача і виробника. Круїзи, об'єктивно, більш сталий ринковий продукт порівняно з автомобільними транспортними подорожами, варіативність яких практично безмежна. Зменшилась в організації транспортних подорожей питома вага залізничних подорожей, хоча розвинена залізнична мережа, транспортна інфраструктура та практична незалежність роботи транспорту від погодних умов надають перспективності застосуванню цього виду транспорту в туризмі. Таким чином, відстань до місця відпочинку і можливість її долання в максимально короткий термін з максимально можливими зручностями при розвиненому ринку відповідних транспортних послуг і вільному доступі до них (налагоджена збутова мережа і організація продажу квитків, різноманітна пропозиція і відповідна цінова політика), надійність транспортних сполучень (регулярність та "всепогодність"), суб'єктивні уподобання обумовлюють вибір туристом транспортних послуг [6].

Туристичні транспортні послуги, які здійснюються всіма видами пасажирського транспорту і надаються практично на всіх етапах подорожування, є основою комплексного турпродукту. Ринок транспортних послуг є видовим (галузевим) субринком на туристичному ринку будь-якого масштабу. Він структурований - компонентний склад представлений видами

транспорт, елементи (транспортні підприємства) характеризуються дискретністю, ієрархічністю, радіус їх обслуговування відповідний техніко-економічним параметрам.

Спостерігається, конкуренція серед видів транспорту, оскільки за зазначеними перевагами (час, комфортність, надійність і ціна) види транспорту не рівнозначні: залізничний транспорт більш дешевий і надійний, але програє іншим видам в комфортності і витратах часу; авіаційний, навпаки, комфортабельний, зменшує витрати часу, але підвладний коливанням погодних умов і тому менш надійний і значно дорожчий; автомобільний транспорт достатньо дешевий, але за іншими параметрами менш зручний; водний транспорт (морський і річковий) став одним з перших використовуватись як висококомфортабельний для організації транспортних подорожей. Конкуренція стимулює урізноманітнення пропозиції і удосконалення організаційних форм діяльності, тобто інтенсифікацію ринку туристичних послуг. З іншого боку, саме розвиток туризму і залучення до туристичного "обігу" нових територій залежать від розвитку транспортного комплексу, оскільки без транспортної інфраструктури освоїти нові території неможливо, і таким чином стимулюється екстенсивний шлях розвитку ринку транспортних туристичних послуг [15].

1.2 Організація безпеки туристів під час туристичних подорожей

Дуже важлива в даному питанні правдива і повна інформація для туристів про екологічний і політичний стан у країні (регіоні) подорожі. Якщо туристська фірма не може гарантувати безпеку в нестабільних політичних або неблагополучних екологічно районах, то подорожі в ці регіони скорочуються. Прикладів тому багато. Наприклад, під час війни в Перській затоці подорожі в країни цього регіону в той період скоротилися на 90%. Аналогічна ситуація є в наш час у Югославії і на Кавказі. Не провадяться подорожі в екологічно неблагополучні райони.

Турист їде в незнайоме йому місце, часто в іншу країну. Він не завжди знає, який там клімат, які речі, захисні засоби, ліки можуть знадобитися в подорожі. Йому важко буває зорієнтуватися на місці через мовні розходження. Передбачити, що може знадобитися туристу в подорожі, і дати йому найкращу пораду - задача туристської фірми [5].

Кожна туристична фірма виготовляє буклети про ті країни в які він надає туристичні послуги, здійснює туристичні подорожі. Поради цього буклету допоможуть туристу зробити подорож більш безпечним заходом із погляду здоров'я.

Насамперед, радять автори буклету, ще до виїзду в подорож необхідно дізнатися про кліматичні умови обраного місця. Можливо, вони не підійдуть по медичних показаннях (алергія, підвищений артеріальний тиск і ін.). Може бути, краще поїхати туди в інший, більш сприятливий період (сезон). Для відвідування деяких екваторіальних країн необхідно обов'язково робити щеплення від жовтої лихоманки, що діє приблизно 10 років, але повинне бути зроблена не пізніше 10-15 днів до в'їзду в країну й ін. Можливі й інші медичні вимоги.

Бажано підготувати запас з необхідними таблетками і медикаментами, тому що можна не знайти потрібних ліків у країні перебування, а аналог не гарантує тієї ж дії і відсутності побічних реакцій.

Необхідно в подорож брати із собою невеличку аптечку, до складу якої включаються антигістамінні, протизапальні, протиопікові, перев'язувальні і дезинфікуючі матеріали.

Також кожною фірмою виготовляються "Порадник мандрівника" , який звертає увагу туристів на необхідність дотримання обережності і стриманості при прийомі незнайомої їжі в інших країнах, а також про небажаність ужитку сирої води.

Плавати найкраще в спеціально позначених місцях водойм і в басейнах. У незнайомих місцях можна наткнутися на "підводні сюрпризи", а також сама вода може призвести до інфекційних або шкірних захворювань.

При подорожі в іншу країну необхідно пояснити туристам, як знайти кваліфікованого лікаря, куди звертатися в крайніх випадках. Корисно мати у своїх дорожніх документах на випадок непередбачених обставин бланк, де вказуються основні дані по стану здоров'я (група крові, можливі алергійні реакції, медичні проблеми і рекомендації). Страхування туристських подорожей грає велику роль у забезпеченні безпеки туристів. Особисте страхування на транспорті здійснюється в обов'язковому та добровільному варіантах. Обов'язкове страхування від нещасних випадків на транспорті здійснюється на підставі «Положення про обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті», затвердженого Постановою КМУ від 14 серпня 1996 р. № 959. Захищає пасажирів залізничного, морського, внутрішнього водного, автомобільного і електротранспорту, крім внутрішнього міського, під час поїздки або перебування на вокзалі, в порту, на станції, пристані, а також водіїв – працівників транспортних підприємств незалежно від форм власності та видів діяльності, які безпосередньо зайняті на транспортних перевезеннях (водіїв, машиністів та їх помічників, провідників, начальників (бригадирів), поїздних електромонтерів, кондукторів, працівників вагонів-ресторанів, механіків, працівників бригад медичної допомоги). Застрахованими вважаються: пасажир з моменту оголошення посадки в морське або річкове судно, поїзд, автобус або інший транспортний засіб до моменту завершення поїздки; водії тільки на час обслуговування поїздки.

Страхувальниками водіїв є юридичні особи або дієздатні громадяни — суб'єкти підприємницької діяльності, які є власниками транспортних засобів чи експлуатують їх і уклали із страховою компанією договір страхування.

Страховими випадками є:

- загибель або смерть застрахованої особи внаслідок нещасного випадку на транспорті;

- одержання застрахованою особою травми внаслідок нещасного випадку на транспорті при встановленні інвалідності;
- тимчасова втрата застрахованою особою працездатності внаслідок нещасного випадку на транспорті.

Транспортна організація виступає страховим агентом, перераховує одержані страхові платежі від пасажирів страховикам, які одержали ліцензію на здійснення обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті. Відносини між транспортною організацією та страховою компанією щодо страхування пасажирів і водіїв визначаються укладеними між ними агентською угодою та договорами страхування. Таким чином, виходячи з викладеного, впливає, що лише транспортна організація, яка безпосередньо здійснює перевезення пасажирів (перевізник), може виконувати функції страхового агента та укладати договори зі страховими компаніями на страхування пасажирів.

Кожному застрахованому транспортна організація видає страховий поліс. Він може видаватися на окремому бланку або міститися на зворотному боці квитка. У страховому полісі зазначаються:

- вид обов'язкового страхування;
- адреса, телефон і назва страховика;
- розміри страхового платежу та страхової суми.

Згідно з зазначеною Постановою, страховий платіж утримується з пасажира транспортною організацією на лініях залізничного, морського, внутрішнього водного, автомобільного та електротранспорту на міжобласних і міжміських маршрутах у межах однієї області, Автономної Республіки Крим у розмірі до 2 % вартості проїзду, на маршрутах приміського сполучення до 5 % вартості проїзду.

При страхуванні пасажирів усіх видів транспорту міжнародних сполучень страховий платіж входить у вартість квитка у розмірі до 2 % вартості проїзду в національній валюті України. Якщо квиток повністю

реалізується за іноземну валюту, страховий платіж входить у вартість квитка та утримується з пасажирів у цій же валюті.

Пасажири, що мають право на безкоштовний проїзд відповідно до чинного законодавства, також підлягають такому страхуванню без сплати страхового платежу і без отримання ними страхового поліса.

Страховий платіж за обов'язковим особистим страхуванням водіїв визначається у розмірі до 1 % страхової суми за кожного застрахованого.

Зауважимо, що у разі перевищення обсягів страхових платежів над виплатами страхових відшкодувань, страхові компанії мають відраховувати транспортним організаціям до 50 % зазначених сум на фінансування запобіжних заходів, спрямованих на зменшення травматизму на транспорті.

Розмір страхової суми для кожної застрахованої особи становить 500 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Транспортна організація на кожний нещасний випадок, що стався із застрахованою особою на транспорті, повинна: скласти акт про нещасний випадок із застрахованим водієм; скласти акт про нещасний випадок із пасажирами галузевого зразка; видати довідку потерпілому (що мав право на безкоштовний проїзд відповідно до чинного законодавства) із зазначенням відомостей про страховика (найменування, адреса, телефон).

Страхові компанії:

— у разі смерті застрахованого внаслідок нещасного випадку на транспорті виплачують його сім'ї або спадкоємцю 100 % страхової суми;

— при встановленні інвалідності застрахованому внаслідок нещасного випадку на транспорті виплачують таке відшкодування:

за I групу — 90 % страхової суми; за II групу — 75 % страхової суми; за III групу — 50 % страхової суми;

— у разі тимчасової втрати застрахованою особою працездатності виплачують за кожну добу 0,2 % страхової суми, але не більше 50 % страхової суми.

Для отримання страхового відшкодування застрахована особа у страхову компанію подає такі документи: заяву про виплату, акт про нещасний випадок, лист непрацездатності або довідки спеціалізованих установ про встановлення інвалідності, у разі смерті застрахованого — копії свідоцтва про смерть та документа про правонаступництво для спадкоємців, а також страховий поліс або документ, що його замінює (для пільгових категорій пасажирів — документ, що підтверджує право на пільги).

Страхова сума виплачується не пізніше як через 10 діб з дня одержання всіх необхідних документів відповідно до рівня неоподаткованого мінімуму доходів громадян на день виплати.

Таким чином, певний захист від нещасних випадків на транспорті створює система обов'язкового страхування. В Україні більшість пасажирів не знають, що на час поїздки вони є застрахованими і можуть звернутися до страхової компанії для отримання страхового відшкодування при виникненні нещасного випадку.

На дітей знижки, як правило, не передбачені, а деякі компанії взагалі не страхують дітей молодше 2-3 років [16].

На залізничному транспорті питання безпеки громадян в Україні регламентується "Правилами безпеки громадян на залізничному транспорті України", які зареєстровані в Міністерстві юстиції України 24 березня 1998 р. за N 193/2633. Основні їх положення наступні.

Правила безпеки пасажирів:

1. Підніматися у вагон і виходити з вагона дозволяється тільки після повної зупинки потяга.
2. Посадку пасажирів у вагон і вихід їх з вагона необхідно проводити тільки з боку перонів або посадкових платформ. Дітей під час посадки у вагон і висадки із вагона слід тримати за руку або на руках.
3. Виходити із вагона під час зупинки можна тільки з дозволу провідника.

Пасажирам забороняється:

1. Проїжджати на дахах, підніжках, перехідних площадках вагонів.

2. Заходити до вагону і виходити з вагона під час руху потяга.
3. Висуватися із вікон вагонів і дверей тамбурів під час руху потяга.
4. Стояти на підніжках і перехідних площадках, відчиняти двері вагонів під час руху потяга, затримувати автоматичні двері вагонів під час їх зачинення і відчинення.
5. Проїжджати у вантажних потягах без спеціального дозволу.
6. Знаходитись у потязі в нетверезому стані.
7. Залишати дітей без нагляду на вокзалі та в потязі.
8. Провозити у вагоні легкозаймисті, шкідливі і вибухові речовини.
9. Виходити із вагона на міжколійя і знаходитись там під час руху потяга.
10. Стрибати з платформи на залізничні колії.
11. Проводити на пасажирських платформах рухомі ігри.
12. Палити у вагоні (у тому числі в тамбурах) приміських потягів, а також у непередбачених для паління місцях вагонів пасажирських потягів.
13. Бігти по платформі поруч із вагоном потяга, що прибуває або відходить, а також перебувати ближче ніж 2 метри від краю платформи під час проходу потяга без зупинки.
14. Підходити до вагона до повної зупинки потяга.
15. Без потреби самовільно зупиняти потяг.
16. Самостійно перевозити ручну поклаж засобами, які призначені для перевезення пошти або багажу працівниками пошти та залізниці.
17. Розміщувати ручну поклаж у тамбурі вагона, коридорі салону, проходах купе та в проході вагона потяга.

Як бачимо, у цих правилах немає нічого складного, але їх належне виконання гарантує пасажирам і туристам безпечний відпочинок, від якого можуть залишитися тільки позитивні враження.

Забезпечення безпеки туристів під час подорожі - головна турбота туристської фірми. На забезпечення безпеки туристів спрямований цілий

комплекс заходів, здійснюваних туристськими організаціями. При цьому першорядне значення мають стабільна політична обстановка в місцях відпочинку або подорожі й екологічний стан цих місць. При невідповідності цих чинників нормі - туризм важкий і небезпечний [3].

1.3 Характеристика видів транспортних засобів.

Загальна характеристика сухопутного транспорту

При здійсненні розробки транспортних подорожей необхідно враховувати вид транспорту та транспортний засіб, що буде використано для надання послуг перевезення туристів.

Світова туристична організація (UNTO) виділяє три основних види транспорту: водний, сухопутний, повітряний.

Таблиця 1.1

Вид транспорту	Транспортні засоби
Сухопутний	автомобілі, караванінг, автобуси; залізничні потяги, ретро-потяги
Водний	надводні пасажирські морські та річкові теплоходи, що здійснюють лінійні перевезення; надводні морські та річкові круїзні теплоходи; морські та річкові пороми; прогулянкові судна: яхти, катери, човни (гондоли, фелуки); підводні човни
Повітряний	літаки, гелікоптери, повітряні кулі, космічні кораблі

Сухопутні транспортні засоби:

Поділяються на автомобільні, автобусні та залізничні.

Автомобільний транспорт можна з повним правом назвати транспортом всезагального застосування в сфері туризму, бо він використовується всюди: від трансферу й екскурсій до оренди малолітражних автомобілів туристами для особистого використання на відпочинку.

Автопослуги, які використовуються в туристичному обслуговуванні, об'єднують три основні напрямки:

- 1) організація подорожей на власному транспорті туристів;
- 2) прокат автомобілів.

Важливе значення відводиться організації подорожей із використанням власного транспорту туристів. Найбільш популярні виїзди до місць відпочинку, на природу, пізнавальні поїздки по історичних місцях, до пам'яток культури, архітектури тощо. У зв'язку з близькістю кордонів ряду європейських країн все частіше використовується власний автотранспорт для поїздок за кордон, особливо поширена така форма організації туристичних поїздок у прикордонних областях.

Поширеною послугою для туристів, які перебувають в стаціонарних місцях відпочинку, є прокат автомобілів. Оренду автомобіля можна замовити ще під час придбання туру в туристичному агентстві, включивши її в пакет послуг.

Завдяки своїй економічності, доступності широким верствам населення, автобусні подорожі є найбільш масовим видом туристичних перевезень, який постійно розвивається і має тенденції до нарощування обсягів. турист транспортний подорож екскурсія

Переваги автомобільного транспорту є: мобільність, невисокі тарифи, можливість транспортування багажу, можливість зупинок в дорозі, широкий огляд, невисокі питомі капітальні затрати та ін. Недоліки даного виду транспорту: невисока пасажиромісткість і експлуатаційна швидкість,

забруднення довкілля продуктами згоряння палива, невисокий рівень комфортного життєзабезпечення під час тривалих подорожей, висока аварійність та ін.

У відповідності з рішенням Європейської конвенції по роботі екіпажів транспортних засобів з 24 квітня 1995 р., всі автобуси з кількістю місць більше 9 повинні бути обов'язково обладнані тахографами.

Тахограф - це бортовий прилад для об'єктивного контролю і обліку роботи автомобіля і водія. Він автоматично записує і показує швидкість руху, пробіг, поточний час, різні періоди праці і відпочинку водія.

Автобусні перевезення можуть бути організовані на автобусах, які належать туристичним фірмам, а також на орендованих автобусах, власниками яких є незалежні автотранспортні підприємства.

Європейська конференція міністрів транспорту (1984 р.) виділяє три види автобусних подорожей:

- поїздки на рейсових автобусах;
- поїздки на човникових автобусах;
- спеціальні (чартерні) рейси.

При організації автобусних поїздок в країни ЄС необхідно суворо дотримуватися вимог, передбачених Європейською угодою про міжнародні перевезення пасажирів автобусами.

В Європі серйозна увага приділяється технічному стану автобусів, які використовуються для перевезень туристів. Так, у багатьох країнах заборонене використання на туристичних маршрутах автобусів, термін експлуатації яких перевищує 8 років.

Законодавством передбачені правила перевезення туристів автотранспортом:

1. Максимальна кількість туристів для перевезення автобусом не повинна перевищувати кількості місць для сидіння згідно з паспортом заводу виготовлювача.

2. Перевезення туристів здійснюється на підставі довгострокового договору або договору разового перевезення, зразки яких затверджуються Мінтрансом та Держтурадміністрацією. У договорі визначаються вимоги до транспортного засобу та його обладнання, умови відпочинку і харчування водіїв тощо.
2. Договір на разове перевезення туристів укладається з пасажирським перевізником суб'єктом туристичної діяльності, який є замовником на перевезення, у формі замовлення не пізніше ніж за 48 годин до здійснення перевезення. Зміни у замовленні на перевезення повинні бути подані замовником у письмовій формі за підписом уповноваженої особи.
3. Перевезення туристів здійснюється за маршрутом, що визначається суб'єктом туристичної діяльності.
4. Візуальна інформація на автобусі розміщується на передньому трафареті (напис чорною фарбою "Туристичний").
5. У салоні автобуса повинні бути позначені місця розташування аварійних виходів із зазначенням способу їх відкриття, вогнегасника, аптечки та кнопки екстреної зупинки. Написи можуть замінюватися або дублюватися відповідними символічними зображеннями.
6. Для належної організації туристичних перевезень пасажирському перевізнику необхідно:
 - а) визначити маршрут перевезення туристів, як правило, такий, яким уже здійснюються регулярні автобусні перевезення;
 - б) визначити місця зупинки автобуса з урахуванням, що після керування автобусом протягом чотирьох з половиною годин водій повинен зробити перерву не менше ніж на 45 хвилин, якщо не настала перерва на обід;
 - в) скласти схему маршруту з нанесенням на неї ділянок доріг, населених пунктів, місць концентрації дорожньо-транспортних подій, аварійно небезпечних ділянок тощо;
 - г) скласти розклад руху.

Права і обов'язки перевізника і туристів регламентуються договором на перевезення, угодою на туристичне обслуговування і ваучером.

Залізничні подорожі, або перевезення туристів залізницею, є зручним засобом транспортування будь-якої категорії туристів, починаючи від туристів-індивідуалів, великих і малих туристичних груп на регулярних лініях і чартерних поїздах і закінчуючи організацією спеціальних туристично-екскурсійних поїздів місцевого і далекого сполучення.

В системі пасажирських перевезень поїзди поділяються на рейсові, які рухаються по суворо встановленому маршруту, з дотриманням часового проміжку та графіку руху, і позарейсові (чартерні), що комплектуються в міру необхідності. Це стосується і туристичних поїздів.

Поїзди і вагони поділяються на різні категорії. Категорії поїздів: приміський, пасажирський, швидкий, швидкісний. Категорії вагонів: сидячий, плацкартний, купейний, спальний, вагон-ресторан, поштовий.

Організація транспортних перевезень залізницею має переваги тоді, коли використовується пряме сполучення між місцем проживання і місцем відпочинку. Особливо це важливо при транспортуванні туристів за кордон. Україна має густу мережу залізних доріг, що дозволяє організовувати різноманітні по формі і змісту маршрути з використанням можливостей залізниці.

Загальна характеристика водного транспорту

Водний транспорт є найдавнішим видом транспорту. Як мінімум до появи трансконтинентальних залізниць (друга половина XIX століття) залишався найважливішим видом транспорту. Навіть найпримітивніше вітрильне судно за добу долало в чотири-п'ять разів більшу відстань, ніж караван. Перевозиться вантаж був більшим, витрати на експлуатацію - менше.

Водний транспорт до цих пір зберігає важливу роль. Завдяки своїм перевагам (водний транспорт - найдешевший після трубопровідного), водний транспорт зараз охоплює 60-67% всього світового вантажообігу. Роль водного транспорту у пасажирських перевезеннях значно знизилася, що пов'язано з його низькими швидкостями. Виключення - швидкісні судна на підводних крилах (іноді беруть на себе функцію міжміських автобусів-експресів) та судна на

повітряній подушці. Також велика роль поромів та круїзних лайнерів. Також для водного транспорту характерна обмежена географія маршрутів, що обмовлена існуючими водними артеріями.

Але, крім недоліків, цей вид транспорту має і свої переваги. Адже морські та річкові пасажирські перевезення характеризуються високою пасажиромісткістю, диференційованою вартістю і рівнем комфорту.

Особливою формою морських подорожей є круїзи - це морська або річкова туристична поїздка, що використовується як засіб перевезення, розміщення, харчування, розваг, включає у рекламу обслуговування на березі.

Є дві системи круїзів подорожей:

- Європейська передбачає подорожі із заходом в різні порти із екскурсійною програмою.
- Американська основною метою має надання можливості круїзним відпочинком на пляжах та інше.

Теплохідні тури - це подорожі організовані на річкових або морських суднах для здійснення подорожей.

Регулярні судноперевезення - організація руху одного або групи людей закріплених за лінією суден для перевезення пасажирів за визначеними нормами та розкладом [10].

Судна поділяються на декілька груп:



Рисунок 1.2 Види суден.

Рейси класифікуються в залежності від мети та виду, дальності плавання форми сполучення, швидкості.

За метою та видами є:

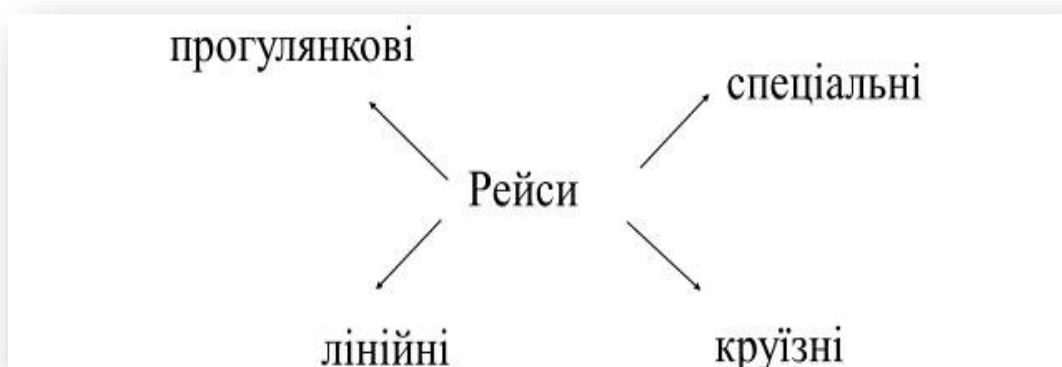


Рисунок 1.3. Мета рейсів.

За дальністю плавання та географією нормів:

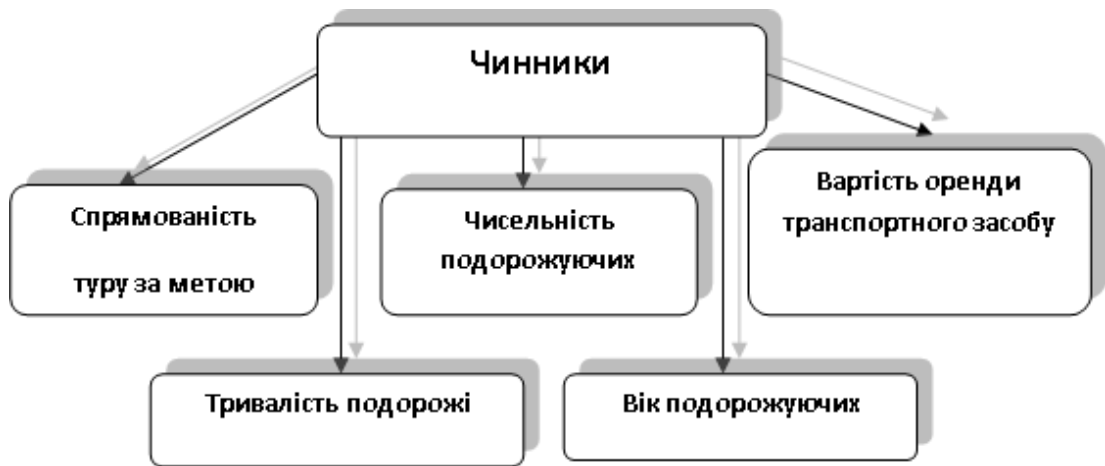


Рис. 1.4 Чинники, що обумовлюють вибір транспортного засобу

В залежності форми сполучення:



Рисунок 1.5 Форма сполучення

За швидкістю руху:



Рисунок 1.6 Швидкість руху

При реєстрації в обмін на туристичну путівку туристу вручають туристичну книжку в цій книжці вказано номер каюти, місце, зміна харчування, салон ресторан, номер екскурсійної групи.

Потрібно попередити, що ця книжка є пропуском на судно, і повинна бути завжди з туристом у службі резент адміністратори видають ключі за книжкою.

При організації екстремального туризму використовуються гірські річки Карпатського регіону України, якими сплаваються на човнах, плотах, байдарках.

Загальна характеристика авіап перевезень

Повітряний транспорт є основним засобом перевезення туристів на великі відстані завдяки високій швидкості та рівню сервісу. На відстані понад 1 тис. км частка авіатранспорту складає 2,5-5%, але вона зростає до 50-100%, якщо відстань понад 3 тис. км. Перевезення туристів повітряним транспортом здійснюється чартерними і рейсовими літаками. Використання чартерних рейсів та пекідж-турів надають можливість для істотного зниження вартості поїздки (до 50% від базового тарифу).

Залежно від умов комфорту, харчування та інших факторів місця в літаках поділяються на класи:

Перший клас	→	F
Бізнес-клас	→	C
Економічний клас	→	Y

Рисунок 1.7 Класифікація місць літака.

Туристичні авіаційні подорожі здійснюються на регулярній, сезонній або разовій основі.

Останнім часом у туристичному бізнесі все більшої популярності набувають чартерні авіап перевезення. Чартер - договір фрахтування, згідно з яким фрахтувальник зобов'язаний надати фрахтовику за плату всю чи частину вміщувальності одного або декількох транспортних засобів на один або декілька рейсів для перевезення, вантажу багажу, пасажирів. Особливість чартерів така, що один повний рейс виконується без туристів (перший зворотний виліт після першого завезення і останній туди перед зворотним вивезенням). Останнім рейсом літак забирає останніх туристів, але не привозить нових, тому що за ними уже не повернеться.

Підписуючи угоду про організацію чартерних перевезень, авіакомпанія завжди ставить туроператора в жорсткі умови. Перш за все від фрахтувальника (фірми-орендатора) вимагається попередня оплата першого і останнього рейсів чартерного циклу. У такий спосіб авіакомпанія страхує себе і туристів від можливих неплатежів і невчасного повернення їх до основного місця проживання.

Авіап перевезенням туристів України займаються як національні, так і іноземні авіакомпанії.

Усі види транспорту відрізняються ступенем комфортності, швидкістю руху, комерційним навантаженням, безпечністю та вартістю перевезень. Кожен вид транспорту має свої недоліки та переваги. При здійсненні перевезень на відстань до 500 км найбільш раціонально використовувати автотранспорт.; від 500 до 1500 км - авіаційний. Водний транспорт займає окреме місце на ринку, його використання обмежується наявністю водних артерій.

Транспортне обслуговування в Туризмі в Україні.

Україна належить до країн з високою інтенсивністю використання природних ресурсів, що обумовлені їхнім багатством разом із постійно зростаючою потребою населення в рекреації. Важливу роль у розвитку

туристичної діяльності відіграють об'єкти природно-заповідного фонду – місця організації масового відпочинку й екскурсій.

Україна - одна з найбільших країн Європи, площа якої становить 603,7 тис. кв. км. Її територія простягається зі сходу на захід на 1316 км, а з півночі на південь - на 893 км. Географічний центр України розміщений на північній околиці села Мар'янівка (Шполянський район) між райцентром Шпола і селом Матусів Черкаської області. У 2012 році на цьому місці почали зводити історико-географічний комплекс, який має назву «Географічний центр України» [17].

Через порти Чорного і Азовського морів Україна здійснює інтенсивні зв'язки із зарубіжними країнами. Вихід в Дунай забезпечує їй водне сполучення з 7 країнами Західної Європи. В Україні наявна розвинена автомобільна, залізнична, авіаційна мережа.

Морськими, річковими, повітряними, сухопутними шляхами Україна зв'язана майже з усіма куточками земної кулі. Вона являє собою своєрідний міст між Європою і Азією .

Україна має все необхідне для розвитку подорожей і оздоровлення: сприятливі природні умови, історико-культурні, матеріальні та людські ресурси. Туристично - рекреаційний потенціал створює можливості для всебічного задоволення пізнавальних, оздоровчо-спортивних і духовних потреб вітчизняних та іноземних туристів.

Територія України характеризується винятково сприятливими кліматичними умовами для відпочинку, лікування, різними видами туризму. Важливою складовою рекреаційних ресурсів є водні ресурси, до яких належать моря, озера, водосховища, річки, придатні для організації відпочинку і оздоровлення. На туристичній карті України виділяють сім регіонів, сприятливих для розвитку туризму

На туристичній карті України виділяють сім регіонів, сприятливих для розвитку туризму:

1. Карпатський (західний): Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області.
2. Волинсько-Тернопільський (північно-західний, або поліський): Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Рівненська області.
3. Житомирсько-Вінницький (буферний): Житомирська, Вінницька області.
4. Київський (центральний): Чернігівська, Київська, Черкаська, Кіровоградська області.
5. Харківський (північно-східний): Сумська, Полтавська, Харківська, Луганська області.
6. Дніпровсько-Донецький (південно-східний): Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області.
7. Причорноморський (південний): Одеська, Миколаївська, Херсонська області.

Розвиток туристичної діяльності в цих регіонах визначається наявністю багатих туристичних ресурсів: природно - рекреаційних й історико - культурних укупі з відповідними соціально - економічними умовами

Розвиток спільного інформаційного простору, створення централізованих туристичних банків даних, технічна та технологічна кооперація, проведення спільних досліджень ринку і маркетингових заходів, вироблення та впровадження стандартів якості туристичних послуг, вирішення комплексу питань, пов'язаних зі спрощенням туристичних пересувань, прикордонних і митних формальностей, лібералізацією торгівлі туристичними послугами, забезпеченням безпеки туристів, узгодження законодавчої бази, здійснення спільних навчальних і стажувальних програм з метою формування високопрофесійних туристичних фахівців, розбудова інфраструктури туризму, в тому числі облаштування мережі міжнародних транспортних коридорів, розвиток курортів, залучення інвесторів, фондів структур, приватного сектора у туристичну індустрію, зокрема Євросоюзу, для фінансування міжнародних проектів, - все це актуальні питання

багатостороннього співробітництва країн ЧЕС, ЦЕІ, СНД, Балтійського регіону.

1.4. Особливості перевезень лоукост-компаніями у світі і Україні

Low Cost перевізник – це перевізник, який надає послуги за мінімальними тарифами і з мінімальним безкоштовним сервісом. Першою успішною компанією, яка відома як лоукост була американська Pacific Southwest Airlines. Історичний політ першого рейсу з цінами на квитки у кілька разів дешевше, ніж у конкурентів відбувся 6 травня 1947 року.

На європейському ринку першими бюджетними авіакомпаніями стали ірландська Ryanair і британська EasyJet, засновані в 90-х роках. Їх швидкий ріст був пов'язаний зі створенням ЄС та наступною дерегуляцією повітряного простору Європи – авіакомпанії отримали право літати між країнами Європейського союзу без необхідності отримувати спеціальні дозволи і понеслася.

Тільки за останні 10 років у світі з'явилося більше 100 нових авіакомпаній, що почали польоти за принципами low cost, а частка пасажирів, які подорожують лоукостерами зросла з 13% до 29% від загального світового пасажиропотоку. Багато класичних авіакомпаній під тиском конкуренції також змінили свої бізнес-моделі, перетворившись на авіакомпаніг-дискаунтери.

У 2018 році проаналізувавши відгуки мандрівників з усього світу, організація Skytrax назвала лоукостер Air Asia з Малайзії найкращою бюджетною авіакомпанією світу. На другому місці виявився норвезький перевізник Norwegian Air, на третьому – американський JetBlue, і за ними слідує британська EasyJet і Virgin America з США.

Основні риси лоукостера:

Авіаційні лоукостери мають лише 2 плюси: відносно низька ціна (далеко не завжди) та нові літаки. Усі інші характерні риси цих авіакомпаній можна, скоріше, віднести до мінусів.

З погляду авіаційного бізнесу призначення лоукостера — забезпечити максимальне завантаження борту. Якщо рейс не завантажуватиметься вище певного мінімуму (в кожній авіакомпанії він свій), рейс просто скасують. Такі випадки траплялися в минулому та ніхто не застрахований від їхнього повторення.

Класичні лоукостери на кшталт Wizz Air, Ryanair, EasyJet та подібні не здійснюють трансфертних перевезень. Це означає, що при купівлі квитків на рейси авіакомпанії-лоукостера за маршрутом, наприклад, Київ — Варшава — Лісабон пасажир бере на себе усі ризики стикування. Тобто якщо перший рейс скасують або перенесуть, або ж він сильно запізниться. В той же час якщо другий полетить вчасно, то пасажир, який через це спізниться на рейс, не отримає жодної компенсації.

У разі польоту звичайною чи гібридною авіакомпанією за трансфертним квитком перевізник зобов'язаний доставити пасажирів в кінцевий пункт. Тож, якщо виникають накладки, вони вирішуються за рахунок саме авіакомпанії, а не пасажирів.

Тут слід відрізнити класичних лоукостерів від гібридних авіакомпаній, які у своїй бізнес-моделі використовують елементи як класичних авіакомпаній, так і лоукостерів. У пресі ці авіакомпанії також називають лоукостерами. Хоча насправді це неправильно: наприклад, турецька авіакомпанія Pegasus Airlines, латвійська airBaltic — це типові приклади гібридних авіакомпаній, які здійснюють перевезення за трансферними квитками через свої хаби (відповідно, стамбульський аеропорт ім. Сабіхи Гьокчен, еміратські Шарджу та Дубай та Ригу).

Водночас ці авіакомпанії використовують елементи лоукостерної бізнес-моделі, продаючи квитки в один бік та не надаючи знижку для квитків в обидві сторони, що зазвичай роблять класичні авіакомпанії. Крім того, ці авіакомпанії пропонують значну кількість платних додаткових послуг (вибір місця, харчування, пріоритетна посадка тощо), що нехарактерно для класичних авіакомпаній.

Переважно лоукостери обладнують свої літаки в однокласній компоновці — зазвичай це економ-клас. Гібридні ж авіакомпанії можуть обладнувати повноцінний бізнес-клас.

Оптимізація маршрутної мережі.

Високочастотні маршрути від точки до точки і скорочення часу простою. Low-cost компанії в основному орієнтуються на короткі і середні відстані – в середньому до 2000 км.

Уніфікація флоту.

Використовуються літаки однієї моделі з одним класом обслуговування (без бізнес і преміум-економ класів). Це дозволяє заощадити на обслуговуючому персоналі. Крім того, авіакомпанії намагаються використовувати борти не старше 10 років також для економії грошей на обслуговування.

Використання другорядних аеропортів.

Оскільки традиційний квиток включає в себе вартість аеропортових зборів, нерідко досить високих, то використання вторинних аеропортів дозволяє скоротити цю статтю витрат, та час простою в аеропорту також скорочується.

Час розвороту у бюджетній авіалінії 25 хвилин. Чим менше літаків на землі, тим менше він робить витрат. Іноді можна спостерігати, що в одні двері літака заходять пасажери, а в інші тільки встигають виходити прилетіли пасажери – ось це і є яскравий приклад економії часу простою.

Підхід "як можна менше багажу на борту"

Дозволяє не тільки зменшити злітну вагу літака, що дає меншу витрату палива, але і скорочує час обслуговування літака на землі, а нерозкладні крісла й відсутність задніх кишень на кріслах у Ryanair – час на прибирання салону. Все разом це дозволяє авіакомпаніям забезпечити швидкий оборот літаків на землі. Так літаки Wizz Air та Ryanair виконують в середньому по 5 рейсів на день.

Персонал навчається щоб виконувати кілька ролей

У деяких авіакомпаніях, наприклад, стюардеси також перевіряють посадочні талони при виході на посадку. Пілотів можуть наймати через посередників (аналог ФОПів в українських реаліях) щоб заощадити на оплаті лікарняних, відпусток і страховок. Зарплати пілотів і бортового персоналу не найвищі, через що часто можна чути про страйки, які призводять до скасування рейсів. Ну і про високі стандарти обслуговування на борту у зв'язку з цим також можна не мріяти.

БЕЗПЕКА

Лоукости використовують порівняно нові літаки і добре за ними стежать. За статистикою у трьох найбільших європейських лоукостів Ryanair, Wizz Air і EasyJet за всю історію не було жодної великої авіаційної події (з жертвами), а в цілому звичайні події відбуваються в 3 рази рідше, ніж в середньому у всіх літаків у світі і на 20% рідше, ніж у середньому у літаків віком 0-5 років. Тому безпеку можна назвати поряд з ціною головними плюсами лоукостів [13].

Ціноутворення лоукостерів. Коли краще купувати квитки.

Ціна квитків на лоукости на конкретний маршрут має значно більший розмах, ніж у регулярних авіакомпаній. Вона залежить від часу до вильоту, попиту і конкуренції на маршруті. На відміну від регулярних авіакомпаній, лоукости рідко коли пропонують дешеві квитки більше ніж за 3 місяці до вильоту. Це пов'язано з бажанням зберегти гнучкість в плануванні маршрутної сітки на тривалий період. Це пояснюється тим, що скасувати рейс, на який продано 5 квитків набагато простіше, ніж рейс, на який продано 50 квитків, тому вони стимулюють попит тільки за 3 місяці до вильоту, коли графік польотів вже більшою мірою стабілізується.

Найдешевші квитки зазвичай продаються за 45-90 днів до вильоту. Тим не менше, не можна сказати, що при купівлі квитка в останній день ви заплатите космічні гроші. Ціна буде залежати від попиту на конкретний рейс. Зверніть увагу! Квитки лоукост авіакомпаній, куплені по самому дешевому тарифу, не підлягають поверненню або обміну.

За що потрібно доплачувати.

За вас беруть плату за реєстрацію на політ в аеропорту і роздруківку посадкового талона (якщо ви не зареєструвалися онлайн).

Багаж. Якщо ви впевнені, що вам необхідний багаж, оформляйте його відразу ж при бронюванні, в самому аеропорту вартість провезення багажу може зрости в кілька разів і бути дорожче квитка.

1. Додаткові місця ручної поклажі
2. Можливість повернення або зміни деталей квитка
3. Харчування
4. Вибір місця
5. Пріоритетна посадка

Зверніть увагу! Лоукост перевізники не передбачають автоматичну передачу багажу авіакомпанії, яка виконує наступний рейс по вашому авіаквитку, навіть якщо це одна і та ж авіакомпанія. Якщо у вашому авіаквитку кілька рейсів від лоукост перевізників або скомбіновані рейси лоу-кост перевізника і регулярної авіакомпанії, при кожній пересадці вам необхідно буде забирати свій багаж і реєструвати його заново для наступного рейсу.

Така практика існувала раніше. Причина цього крім мотивації платити за вибір місця була в тому, щоб стимулювати пасажирів швидше виробляти посадку, не затримуватися в терміналі і не створювати затримок при вильоті. Однак, це призводило до заворушень при посадці і великої кількості скарг, особливо від сімей з дітьми. Тому зараз, приміром у Wizz Air і Ryanair, місця фіксуються у момент реєстрації на рейс.

Правила купівлі квитків на лоукост.

Переконайтеся в тому, що зможете полетіти – повернути квиток не вийде, хіба що змінити дати, але за додаткову плату.

Купуйте квиток за 45-90 днів до вильоту.

Реєструйтеся онлайн, щоб не витратитися на роздруківку посадкового талона.

Беріть по-менше речей, а ще на всякий випадок поміряйте свій багаж. Якщо ваш рюкзак/сумка будуть виглядати підозріло великими, доплат не уникнути. Все про вимоги до ручної поклажі у популярних авіаліній читайте у цій статті. Вибирайте місце, докупайте харчування і багаж ще на етапі купівлі квитка – так дешевше.

Лукстери в Україні

Кращі в Україні:

- Авіакомпанія WizzAir — ключовий лоукостер України. Виконує прямі рейси з Києва в Будапешт, Венецію, Лондона, Барселони, Кельн, Мілан, Гамбурга, Неаполя і багато інші міста Європи.
- Авіакомпанія Ryanair з Києва, Одеси та Львова до Канари , Тенерифе, Осло, арселона, Париж , Рим, Мілан.
- Авіакомпанія Meridiana — італійський лоукост, виконує маршрути з України в Італію (Київ — Калгарі, Київ — Ольвія, Київ — Неаполь).
- Авіакомпанія Air Arabia — бюджетна авіакомпанія виконує рейси з Києва до Єгипту, Туреччини, ОАЕ, Саудівську Аравію і деякі держави Європи.
- Авіакомпанія FlyDubai — з України виконує прямий рейс до Дубая з Києва.
- Авіакомпанія EstonianAir — виконує бюджетні рейси на маршруті Київ — Таллінн — Київ.
- Авіакомпанія AegeanAir — лоукостер з Греції, який виконує бюджетні рейси з київського аеропорту Жуляни в багато країн Європи.
- Авіакомпанія Pegasus Airlines — лоукост-авіакомпанія з Туреччини. Сьогодні виконує регулярні рейси в Стамбул зі Львова та Харкова.
- Авіакомпанія GermanWings — виконує рейси з Києва у Франкфурт-на-Майні та Мюнхена.
- Авіакомпанія Air Baltic — дуже популярний лоукост з Латвії. Літає в Ригу з Києва (аеропорт Бориспіль), а вже в аеропорту Риги пасажери можуть пересісти на інші бюджетні рейси Ейр Балтік, і відправитися в різні країни Європи.

-Авіакомпанія Vueling Airlines — іспанський авіаперевізник, який виконує рейси з Києва до Барселони.

Таблиця 1.2

Назва	Країна	Років на ринку	Кількість літаків	Середній вік літаків
WizzAir	Венгрія	16	97	5.3
Ryanair	Ірландія	36	438	8.1
Air Arabia	ОАЕ	17	53	3.2
FlyDubai	ОАЕ	12	62	4.2
EstonianAir	Естонія	29	7	8.2
AegeanAir	Греція	21	49	10.9
PegasusAirlines	Турція	31	80	5.5
GermanWings	Німеччина	23	36	18.5
Air Baltic	Латвія	25	40	7.5
Vueling Airlines	Барселона	16	124	6.7

Найпопулярніші лоукоснери у світі

Air Asia

Найпопулярніший азіатський лоукостер, який ось вже 8 років до ряду Skytrax визнають кращим лоукостером світу. Малайзійська авіакомпанія працює за принципом «Тепер кожен може літати» і це схоже на правду, адже Air Asia пропонує від 400 напрямків з 25 країн. Таїланд, Малайзія, Камбоджа, В'єтнам, Китай, Індонезія, Шрі-Ланка, Сінгапур, Японія, Непал, Саудівська Аравія, Південна Корея та інші.

Ручна поклажа: один багаж розміром 56*36*23 см, вага не більше 7 кг

Куди летимо? Куала-Лумпур –Пхукет – Куала-Лумпур – €80.

Norwegian

Третя за величиною лоукост-авіакомпанія в Європі. Norwegian пропонує значну мережу маршрутів між містами Норвегії, Швеції, Фінляндії, Данії і різними містами Північної та Південної Європи. Приготуйтеся до того, що супер-бюджетних перельотів тут не буде, адже всі ми знаємо, що країни Скандинавії досить дорогі. Зате вас повинен порадувати безкоштовний Wi-Fi практично на всіх літаках і норми провезення ручної поклажі, куди більш приємні, ніж у Ryanair.

Ручна поклажа: одна одиниця до 10 кг при габаритах 55x40x23 див. Куди летимо? Гданськ – Осло – Гданськ – від €83

Easy Jet

EasyJet — британська лоукост-компанія, на авіаринку з 1995 року, літає по більш ніж 300 напрямками в 30 країнах. Кожен рік її послугами користуються понад 50 мільйонів пасажирів. На сайті компанії є цікавий розділ: «Ідеї подорожей» (майже те ж саме, що і знайомий багатьом «Fare finder» від Ryanair). Перед вами карта, на ній найближчий аеропорт від вас.

Потрібно тільки вибрати список своїх бажань (куди летіти) і приблизну вартість квитка, яка вам підходить. Для вильотів з України ця функція, на жаль, не працює, так як в Україні лоукостер поки не представлений, але для вильотів з Польщі та інших країн Європи – згодиться.

Ручна поклажа: один багаж розміром 56x45x25 см, без обмежень по вазі. Куди летимо? Берлін – Пальма - Берлін – від €59

Ryanair

Один з найпопулярніших лоукостерів Європи. Ryanair – ірландська авіакомпанія, яка була однією з перших європейських лоукостерів і не здає позицій і до нині. 37 країн, 220 аеропортів і більше 1600 напрямків. З України Ryanair літає з Києва та Львова в 32 міста Європи і планує заходити до Одеси. Куди летіти? Львів – Лондон – Львів – €12

Ручна поклажа: 1 одиниця ручної поклажі розміром 40см x 20см x 25 см і вагою до 10 кг

Wizz Air

Угорський лоукост-авіаперевізник, який літає в 44 країни в Європі, Північній Африці, на Близький Схід і в Казахстан. З України Wizz Air літає в 13 країн світу з Києва, Львова та Харкова.

Куди летіти? Київ – Копенгаген – Київ – €25

Ручна поклажа: 1 одиниця ручної поклажі розміром не більше 40x30x20

FlyDubai

Так-так, в ОАЕ теж є лоукостери! Головний хаб FlyDubai розташований в Дубаї, а літає перевізник в Європу, Африку, Індію, Центральну Азію та на Близький Схід.

Куди летимо? Київ – Дубай – Київ – €303

Ручна поклажа: ваш багаж розміром до 55*38*20 см, вага – до 8 кг.

Vueling Airlines

Vueling Airlines – іспанська лоукостер, один з найбільших в Європі. Кожен рік бюджетна авіакомпанія перевозить більше 24 млн пасажирів. Здійснює польоти в 38 країн Європи і Північної Африки.

Куди летимо? Барселона – Ібіца – Барселона – €35

Ручна поклажа: ваш багаж розміром до 55*40*20 см, вага – 8 кг

Jetstar Airways

Jetstar Airways – австралійська бюджетна авіакомпанія, з головною базою в аеропорту міста Мельбурн. Більше 19 напрямів по Зеленому континенту, а також рейси в Малайзію, Китай, Японію, Нову Зеландію, Філіппіни, Індонезію, В'єтнам і навіть США. Скоро лоукост обіцяє з'явитися в аеропортах Італії, Греції та Німеччини. Так що, можливість побачити країну Оз для українців стає все ближче.

Куди летимо? Мельбурн – Сідней, Мельбурн – €84

Ручна поклажа: вага багажу до 7 кг, враховуючи розмір 56*36*23

TOB "Авіакомпанія SkyUp Airlines"

Авіакомпанія “СкайАп” - це наймолодша поки що національна лоукост-компанія, яка вийшла на авіаринок цього року. Зараз флот компанії складається з трьох літаків: двох 5-річних Boeing 737 Next Generation і одного Airbus A330. Незабаром авіапарк поповнять Boeing 737-700NG 2002 року випуску, а також декілька літаків українського виробництва “Антонов” для внутрішніх рейсів.

Висновки за розділом

Відтак з наведеного можемо зробити висновок, що наймолодшим флотом в Україні оперують авіакомпанії “СкайАп”, “Україна”. Приблизно 12 років дорівнює середньому віку флоту європейських грандів – Lufthansa, KLM/AirFrance, SAS. І навіть дещо краще виглядає ніж авіапарк наших сусідів, таким як – білоруська авіакомпанія “Белавія” (15,8 років) та молдовська Air Moldova (15,5 років).

За словами директора консалтингової компанії Friendly Avia Support Олександра Ланецького, нині з комерційних авіакомпаній в Україні тільки МАУ здатна отримувати нові літаки прямо з заводу. Раніше так само свій парк поповнювали два авіаперевізники – дочки великих іноземних авіакомпаній – ЮТ Ейр і WizzAir. На жаль, під час кризи остання закрила українську дочірню авіакомпанію, а ЮТ Ейр фактично змінив власника і переродився на AzurAir Ukraine, що відмовився від регулярних рейсів і вивів з флоту нові регіональні повітряні судна – ATR 42/72.

“В цілому флот українських авіакомпаній має тенденцію якщо не до омолодження, то до стабільного “не старіння”. І у цього є принаймні один фактор, що не залежить від української сторони – це жорсткі обмеження до віку літаків, висунуті авіаційною владою деяких близькосхідних держав. Зокрема, Іран, де можна часто зустріти літаки українських авіакомпаній, що літають за "мокрим лізингом" (оренда разом з екіпажем), віднедавна не дозволяє брати повітряні судна старше 20 років. Тому такі авіакомпанії як Хорс, Дарт, Браво, Буковина, УМ-Ейр і деякі інші – всі, хто тісно зав'язаний в цьому бізнесі, обмежені у виборі старих машин і змушені шукати можливість

переходити на більш нові ПС або перепрофілювати їх на роботу в українську провінцію. Благо невибагливі MD-83/84 легше переносять злітно-посадочні смуги, що давно чекають реконструкцію, в умовному Рівному, ніж Boeing або Airbus”, – пояснює Олександр Ланецький.

У більшості сучасних літаків життєвий цикл не прив'язаний до конкретного терміну експлуатації, а залежить від того, як він експлуатувався та обслуговувався. При досягненні певного визначеного терміну для кожного його елементу, ці елементи просто замінюються. Це стосується всіх частин літака, навіть таких великих як консолі крила, двигуни, різні технічні системи, - каже Богдан Долінце. Старі літаки, яким 30 і більше років, згодом стають дорогими в експлуатації та нерентабельними, оскільки необхідно частіше замінювати різні деталі та ремонтувати системи. Тому такі літаки часто переобладнують у вантажні і далі використовують, або ж вони стають “донорами” деталей та частин для інших літаків.

Тобто, навіть далеко не новий літак, за умови правильного й своєчасного догляду та ремонту, за рівнем безпеки абсолютно нічим не поступається новим крилатим машинам, котрі щойно викотилися із заводського ангара.

З точки зору авіаційної безпеки всі літаки незалежно від віку мають відповідати заданим вимогам. Всі літаки перед польотом проходять перевірку систем персоналом з обслуговування літаків, державними інспекторами з авіаційної безпеки, а вже перед самим польотом фінальне рішення приймає ще й пілот літака. Тому, з точки зору безпеки для пасажирів насправді однаково, чи літак тільки з заводу, чи він вже раніше експлуатувався. Його рівень авіабезпеки перед польотом однаково контролюється відповідними службами. І тому ймовірність збою чи поломки систем надзвичайно мала.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АНЕКС ТУР»

2.1. Характеристика системи управління туристичним підприємством «Анекс тур»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Туристична компанія Анекс тур» зареєстровано в Україні 15.03.2006. Юридична адреса: 02121, м. Київ, вул. Харківське шосе, будинок 201-203 /2А/, група нежилих приміщень №53, офіс №1. Зазначені в статуті компанії види діяльності: туроператорська, турагентська, надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність. Уповноважена особа – Адигюзель Ількер. Кінцевий бенефіціарний власник – приватна компанія з обмеженою відповідальністю "АТЛАС Б.В." (Туреччина, Анталія) [1].

Бренд ANEX Tour з'явився в 1996 році і відомий у світі 23 роки. Бренд успішно працює як meet компанія на курортах, розташованих у десяти країнах, а також представлений мережею ініціативних туроператорів в Україні, Російській Федерації, Казахстані та Німеччині, Республіці Білорусь, Домініканській Республіці, Іспанії, Кіпрі, Китаї, ОАЕ, Таїланді та Туреччині. ANEX TOUR в Україні є лідером з організації дозвілля на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської Республіки та Шрі-Ланки.

Туроператор має велику мережу власних агентств. За франшизою ANEX в Україні працює 190 агентств, і компанія проводить активну політику франчайзингу щодо своїх агентів. Регіональні офіси знаходяться в Запорозжі, Дніпрі, Львові, Одесі та Харкові [2].

Місія ANEX tour – допомогти створити найбільш цивілізований туристичний ринок, де відносини у ланцюжку клієнт-агент-оператор будуються на взаємній довірі та повазі. Оператор пропонує відпочинок від економ класу до елітного VIP рівня у всіх напрямках, по яким працює.

Постійно оновлюється асортимент готелів та видів відпочинку, покращується якість обслуговування. Щорічно ANEX TOUR впроваджує у свою роботу нові туристичні технології. Інновації економлять час, зусилля та гроші не лише для туристів, а й для партнерів - агентств. Сайт туроператора - справжній помічник турагентам, наприклад, кількість доступних місць в рейсах, опис готелів, новини, акції, пропозиції, новини, курси валют, навчальні програми та багато іншого можна швидко відстежити на веб-сайті www.anextour.com.ua. Система онлайн-бронювання турів дозволяє забронювати необхідний тур за хвилину, просто заповнивши просту форму, а потім відстежуючи стан програми.

Розглянемо досягнення підприємства в галузі туристичної діяльності в Україні за весь період роботи (рис.2.1).

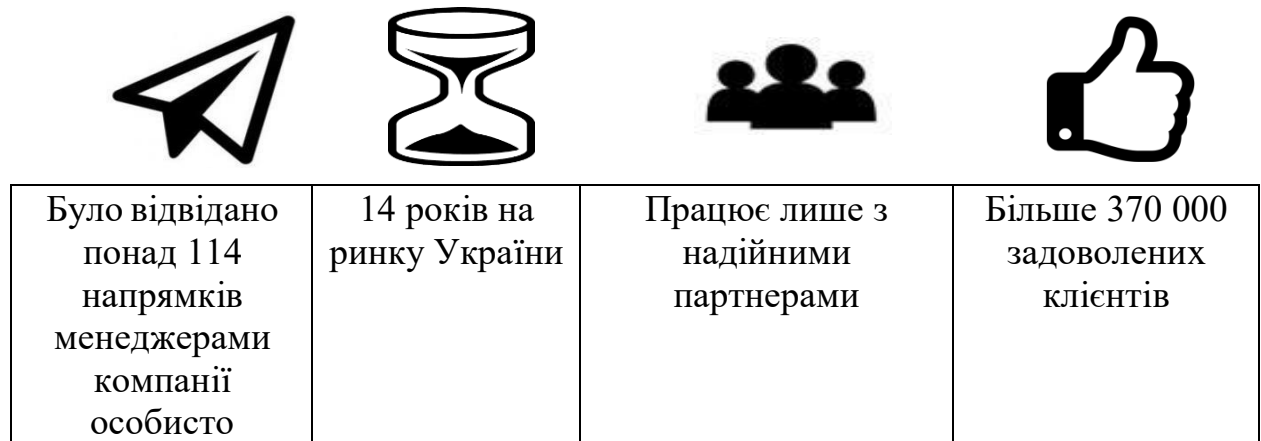


Рис. 2.1. Досягнення ТОВ «Анекс тур»

Джерело: побудовано автором

Не зважаючи на важливість інформаційних ресурсів в управлінні туристичним оператором «Анекс тур», ключовим фактором успіху компанії є кадри. Для даного туристичного підприємства характерна лінійно-функціональна організаційна структура, яка передбачає розподіл повноважень і відповідальності за функціями управління й прийняття рішень по вертикалі. При цьому управління організоване за лінійної схемою, а функціональні підрозділи апарату управління допомагають лінійним керівникам вирішувати управлінські завдання. На туристичному підприємстві «Анекс тур» загальні рішення можуть приймати керівники структурних підрозділів, всі інші

рішення є груповими, тобто обговорюються разом з керівниками підрозділів та керівником підприємства. Остаточне рішення приймає директор підприємства. В головному офісі компанії працює 21 особа, які об'єднані за функціональними обов'язками в 12 департаментів. В табл. 2.1. дана характеристика компетенціям департаментам головного офісу.

Таблиця 2.1

Характеристика завдань департаментів головного офісу Анекс тур

Назва департаменту	Основна компетенція
Комерційний відділ	Запити, зміни, скасування
Відділ продуктів	Розрахунок індивідуальних, нестандартних, корпоративних та групових турів
Відділ маркетингу	Початок співпраці (укладення договорів, умови співпраці), програма комісій, бонусна програма, акції, новини, запити на готелі; нотатки про ДР, особливі потреби туристів, скарги.
	Регистрація на семінари, фірмові заходи (дорожнє шоу, робочий магазин), рекламні тури
VIP-відділ	Консультація VIP-готелів, VIP-послуги (бізнес-клас, Azur Space, Anex Priority, експрес та індивідуальні трансфери), індивідуальний розрахунок VIP турів по готелях, розміщення для VIP-готелів
Департамент чартерних авіап перевезень	Запити на чартерні квитки
Департамент регулярних рейсів	Квитки на регулярні рейси
Бухгалтерія	Запит на рахунок, питання оплати заявок, компенсація
	Облік
Департамент бронювання	Отримання заявок від клієнтів; регулювання туристичних потоків; Планування виїздів; бронювання місць для груп та делегацій; ведення історії туристів, статистичний облік та передача даних у відділ маркетингу для аналізу.
Відділ видачі документів	Оформлення готових туристичних документів
Юридичний факультет	Розгляд претензій та скарг
	Договірні угоди
Візовий відділ	Опрацювання документів, підготовка їх до подання в посольство чи консульство та доставки клієнтам.
Відділ франчайзингу	Стратегічне планування та розвиток продажів франчайзингу, розробка та впровадження маркетингової та рекламної діяльності, просування франчайзингових брендів

Джерело: побудовано на основі [3]

Висока соціальна відповідальність працівників пов'язана з такими моментами:

1) кожен працівник відвідує інформаційні тури до 7 днів (оплата за тур може бути як частково відрахована із заробітної плати, так і сплачена працівником у повному обсязі);

2) підвищення кваліфікації та навчання персоналу здійснюється за рахунок коштів підприємства;

3) усі працівники офіційно зареєстровані і тому мають усі законні права та переваги.

Оцінемо якість персоналу туроператора ANEX (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Оцінка якості персоналу туроператора «Анекс тур»

Стать	Вік	Освіта	Досвід роботи	Особисті якості	Ініціатива
Жінки - 80% Чоловіки - 20%	Від 22 до 43 років	100% персоналу мають професійну вищу освіту	Персонал з досвідом туризму не менше 1 року	Відповідальність; Пунктуальність; Відкритість; Інформованість.	Походить від співробітників, середнього та вищого керівництва

Джерело: побудовано автором

З таблиці видно, що основними працівниками є жінки у віці від 22 до 43 років, що означає велику увагу до поточної ситуації на ринку, інновацій у наданні послуг, дотримуючись корпоративних стандартів у підтримці ділової комунікативної діяльності. Також чудовою особливістю персоналу є те, що кожен має спеціалізовану туристичну освіту, яка підтримується навчанням, яке надає компанія.

Без ефективних засобів контролю корпоративної культури надто складно управляти підприємством, адже зміна корпоративної культури

визначає межі підприємництва. Дослідження корпоративної культури за наведеним нижче форматом (табл. 2.3) допоможе визначити орієнтири щодо перспектив функціонування підприємства на ринку.

Таблиця 2.3

Аналіз корпоративної культури туристичного оператора «Анекс тур»

АНАЛІЗОВАНІ ФАКТОРИ	Погляд співробітників					Погляд підприємства				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
СПРИЙНЯТТЯ ПРАЦІВНИКІВ										
Адаптивність до внутрішнього середовища				+					+	
Дотримання правил і політики підприємства					+				+	
Дотримання трудової дисципліни				+						+
Виконання інструкцій і розпоряджень			+						+	
Креативність					+					+
Зв'язок із зовнішнім середовищем			+							+
Орієнтація результатів на якість роботи				+						+
Етика ділових відносин				+				+		
Приязнь до навколишніх оточуючих				+						+
згуртованість колективу					+					+
СПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ										
Турбота про колектив				+						+
Дотримання дисципліни				+					+	
Чемність					+				+	
Етика керівництва					+				+	
Уміння розв'язувати проблеми				+				+		
Мистецтво планування			+						+	
Справедливість					+					+

Примітка. 1 – незадовільно; 2 – припустимо; 3 – задовільно; 4 – добре; 5 – відмінно.

Для забезпечення об'єктивності дослідження складалося з двох складових розділів;

- 1) корпоративна культура очима працівника;
- 2) корпоративна культура з позицій підприємства.

Виходячи з даних аналізу, можна зрозуміти, що корпоративна культура туристичного оператора «Анекс тур» дійсно розвинена, оскільки жоден пункт не отримав оцінку нижче задовільного рівня, а переважна більшість – добрий та відмінний рівень.

Важливим аспектом функціонування туристичного підприємства є ефективність прийнятих управлінських рішень з точки зору управління персоналом на ТОВ «Анекс тур». Розглянемо такі показники як: своєчасність ухвалення управлінських рішень, частка помилкових рішень в загальній кількості, застосування внутрішніх резервів в процесі вирішення поставлених задач, ступінь залучення персоналу в процес прийняття управлінських рішень (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Оцінка ефективності управлінських рішень з точки зору
управління персоналом на ТОВ «Анекс тур»**

Найменування показника	Характеристика	Оцінка ступеню реалізації на підприємстві
Своєчасність ухвалення управлінських рішень	Операційні завдання і стратегічні рішення приймаються повільно	Високий
Частка помилкових рішень в загальній кількості	Помилки спостерігаються в тактичних рішеннях	Середній
Застосування внутрішніх резервів в процесі вирішення поставлених задач	Внутрішні резерви персоналу залучаються часто	Середній
Ступінь залучення персоналу в процес прийняття управлінських рішень	Колективні рішення приймаються на рівні підрозділів, всебічний контроль власника	Середній

Джерело: побудовано автором

З табл. 2.4 можна зробити висновок про те, що стиль управління персоналом, який використовує керівник дуже впливає на ефективність управлінських рішень, адже такі показники, як своєчасність ухвалення управлінських рішень, частка помилкових рішень в загальній кількості та ступінь залучення персоналу в процес прийняття управлінських рішень мають високий ступінь реалізації, і показник застосування внутрішніх резервів в процесі вирішення поставлених задач середній ступінь реалізації.

Для оцінки якості роботи компанії з клієнтами та партнерами, скористаємося результатами дослідження Української асоціації туристичних агентів (УАТА). З 18 березня по 14 квітня 2019 р. УАТА проводила опитування серед директорів і менеджерів туристичних агентств України про туроператорів, що мають власні чартерні програми по найбільш масових напрямках (табл. 2.5) [4].

Таблиця 2.5

Результати оцінки якості роботи туроператора з точки зору зручності для турагента за підсумками сезону «зима 2018/2019» [4]

Туроператор	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Середній бал
Tez Tour	4,15	4,04	4,47	4,57	4,33	4,35	3,84	4,11	4,30	4,34	4,25
Join Up!	4,32	4,39	4,04	4,65	4,09	3,38	3,47	3,42	4,38	4,55	4,07
Pegas Touristik	4,07	3,99	4,37	3,87	4,15	4,16	3,56	3,78	4,09	4,40	4,04
Kompas	3,86	3,55	4,10	4,22	4,06	3,76	3,49	3,67	3,98	4,20	3,89
TUI	3,91	3,73	3,73	2,43	3,47	3,89	3,45	3,65	4,17	4,36	3,68
Coral Travel	3,46	3,11	3,99	2,01	3,73	4,03	3,37	3,53	4,10	4,26	3,56
Anex Tour	3,96	3,85	3,06	3,72	2,02	4,06	2,24	2,62	3,07	4,07	3,27
TPG	3,17	3,21	2,84	1,65	2,84	2,63	3,07	2,78	3,69	4,01	2,99
Середній бал	3,86	3,74	3,82	3,39	3,59	3,78	3,31	3,44	3,97	4,27	3,72

1 – справедливість комісійної програми (розмір, шкала), 2 – сайт (зручність, швидкість), 3 – актуальність цін в підборі і по факту бронювання, 4 – використання promo price, 5 - приховані платежі (доплата за рейс, паливний збір), 6 – непідтвердження замовлень, 7 – оцінка роботи «гарячої лінії» (неробочий час), 8 –

лояльність у вирішенні спірних питань, 9 – умови оплати по ранньому бронюванню, 10 – виставлення рахунку

Як видно, з таблиці, 8 туроператорів оцінювалися за 10 критеріями з точки зору зручності роботи для агента. Перед обробкою результатів з масиву даних були виключені завідомо неправдиві відповіді. Перше місце, традиційно зайняв TEZ TOUR. Join UP! повернувся на другу позицію після 4 місяця за результатами літнього сезону [4]. «Анекс тур» обіймає передостаннє місце, що свідчить про необхідність зміни підходів до роботи з турагентами

Додатковим питанням в опитуванні був вибір туроператора турагентом за інших рівних умов за підсумками сезону «зима 2018/2019». Результати відповідей на це питання можна побачити на рис. 2.2.

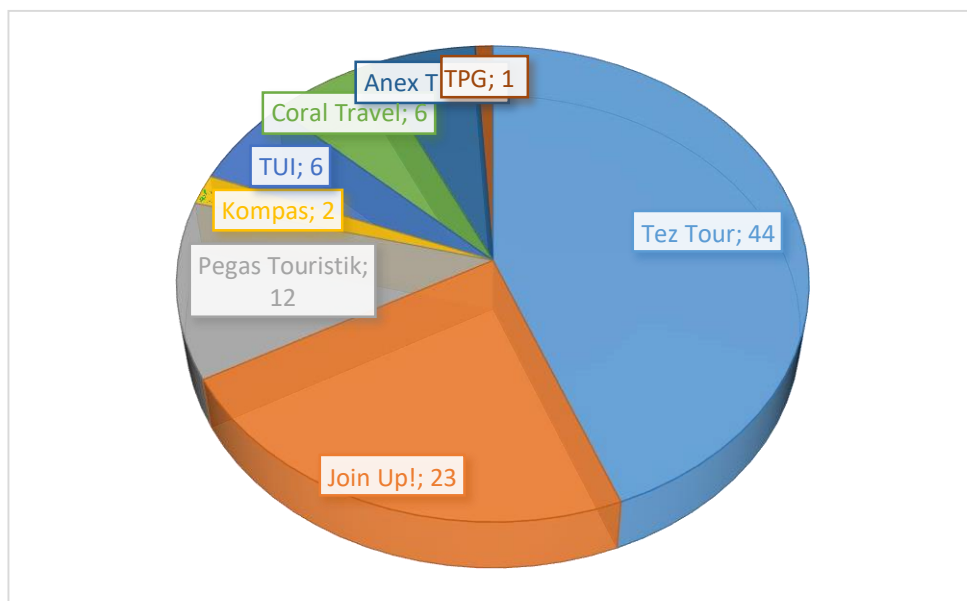


Рис. 2.2. Вибір туроператора турагентом за інших рівних умов за підсумками сезону «зима 2018/2019», % [4]

З рис. 2.2 видно, що Анекс тур опинився на передостанньому місці серед обраних туроператорів. Це підтверджує неефективність роботи з туристичними агентами України.

Важливим є також оцінка роботи туроператора з точки зору зручності для туриста за підсумками сезону «зима 2018/2019». В табл. 2.6 представлено результати дослідження щодо цього питання.

Трійка лідерів з минулого сезону залишилася без змін, TEZ TOUR знову утримує лідерство по всіх позиціях, крім гарантії кращої ціни, але відрив від другого місця в результаті - незначний. Join UP!, на відміну від агентського рейтингу, займає останню сходинку, так і не оговтавшись від репутаційних втрат літнього сезону. Правда, підсумкова оцінка зросла з 2,68 до 3,07, а за критерієм "гарантія кращої ціни" опинився на першому місці. З сезону в сезон можна констатувати, що найбільші туроператори масового сегмента розташовуються ближче до низу tourist-friendly рейтингу. Тільки 2 з 8 туроператорів отримали підсумкову оцінку вище 4 [5].

Таблиця 2.6

**Результати оцінки якості роботи туроператора з точки зору зручності
для туриста за підсумками сезону «зима 2018/2019» [5]**

Туроператор	1	2	3	4	5	6	7	Середній бал
Tez Tour	4,67	4,35	4,77	4,38	4,34	3,68	4,20	4,34
Pegas Touristik	4,29	3,99	4,54	3,95	4,09	3,40	3,80	4,01
TUI	4,22	3,91	4,33	3,91	3,97	3,68	3,73	3,97
Coral Travel	4,32	3,95	4,50	3,90	3,99	3,39	3,60	3,95
Kompas	4,00	3,73	4,09	3,69	3,58	3,28	3,55	3,70
Anex Tour	3,85	3,31	4,31	3,09	3,94	3,34	2,77	3,51
TPG	3,43	3,01	3,15	3,26	3,00	3,26	3,01	3,16
Join Up!	2,49	1,86	3,57	2,95	3,48	3,72	3,45	3,07
Середній бал	3,91	3,51	4,16	3,64	3,80	3,47	3,51	3,71

1 – дотримання оголошеної польотної програми (зокрема міста вильоту), 2 – переноси і затримки рейсів, 3 – частота незаселень в заброньовані готелі, 4 – оцінка роботи гідів, 5 – підтвердження замовлення (швидкість, частота відмов), 6 – гарантія кращої ціни по ранньому бронюванню, 7 – лояльність у вирішенні спірних питань.

На рис. 2.6. наведено динаміку популярності пошукових запитів в Google щодо найбільш відомих туристичних операторів України за останній рік. З рисунку видно, що «Анекс тур» в більшості сезонів поступається всім,

окрім компанії Tez tour.

«Анекс тур» використовує такий вид сучасної реклами як відкриті групи в соціальних мережах, а також має YouTube-канал. Цей канал комунікації дає потенційному туристу максимальний обсяг інформації про туристичну дестинацію, допомагає сприймати інформацію через фотогалерею.

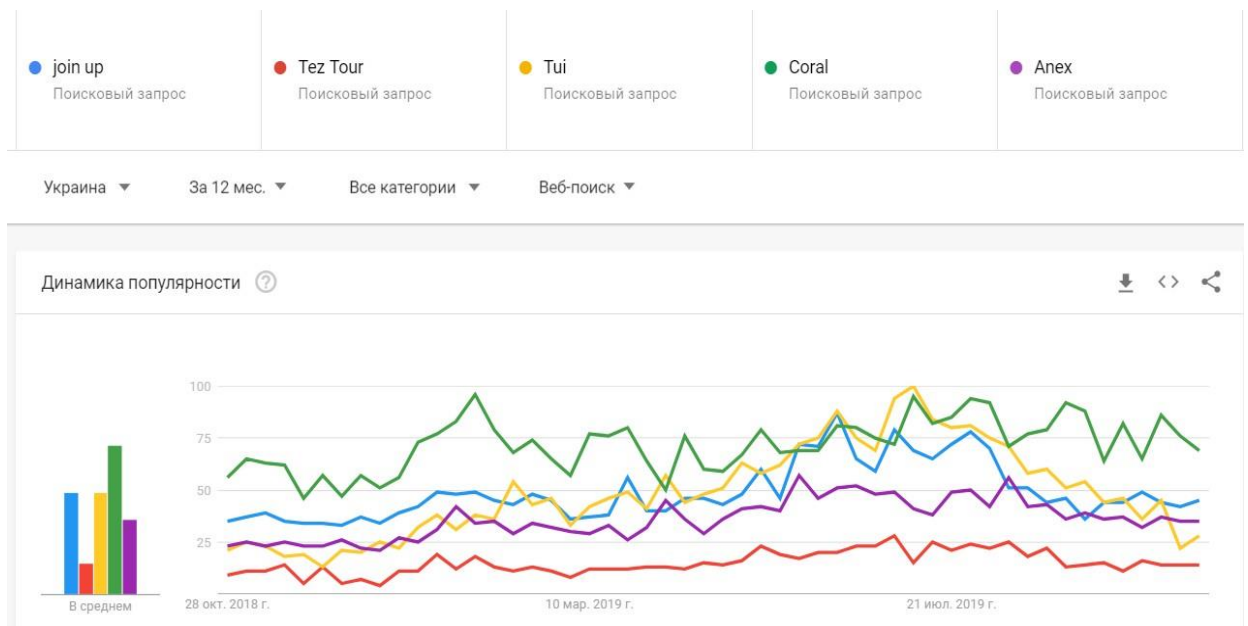


Рис. 2.2. Динаміка популярності запитів про ключові туристичні оператори України за жовтень 2018 – жовтень 2019 рр

Джерело: [6]

Крім того, головною перевагою створення групи в соціальній мережі є можливість швидкого інформування про акції, палаючі тури тощо. Крім того, специфіка туристичних послуг передбачає необхідність виконання наочних посібників, які б більш повно відображають об'єкти туриста інтерес, таким засобом є реклама в Інтернеті, яка надає сильний ефект і завдяки тому, що вона може не лише якісно розповідати та показувати інформацію, кольорово, але й подавати звук, у русі, у певній послідовності, в інтерактивній режим. У зв'язку з цим покупець може зробити більш широкий і точний погляд на туристичний продукт. Для того, щоб оцінити ефективність офіційних сторінок соціальних медіа, ми порівнюємо сторінки «Анекс тур» зі сторінками основних конкурентів (табл. 2.7).

З табл. 2.7 видно, що «Анекс тур» використовує сторінки соціальних медіа, але поступається основним конкурентам.

Таблиця 2.7

Популярність офіційних сторінок основних туроператорів України в соціальних мережах

Туроператор	Facebook		Instagram	
	Кількість людей, яким це подобається	Кількість людей, які стежать	Кількість людей, яким це подобається	Кількість людей, які стежать
TUI Ukraine	143542	148059	1 389	34900
Join Up!	36101	44439	606	28700
Tez tour	48389	51259	-	-
Anex tour	15191	19245	-	-
Coral travel	93871	106858	4265	189000

Ефективне функціонування підприємства в умовах розвитку в Україні ринкової економіки перебуває у прямій залежності від забезпечення високої якості його кадрового потенціалу, відповідності роботи з персоналом сучасним вимогам, постановки цієї діяльності на міцний науковий фундамент з урахуванням тих тенденцій, які сьогодні існують у даній сфері. Виходячи з цього, визначимо оцінку відповідності системи управління туристичним оператором «Анекс тур» таким сучасним вимогам як: управління підприємством на основі маркетингу, відповідність галузевому стандарту якості, розробка технологій виробничих процесів тощо (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Оцінка відповідності системи управління «Анекс тур» сучасним вимогам

Параметр системи управління якістю	Оцінка відповідності параметру	Ступінь відповідності параметру
1	2	3
Управління підприємством на основі маркетингу	Реалізується в повній мірі, має окремий функціонально-структурний підрозділ	Низький

Відповідність галузевому стандарту якості	Відповідає державним стандартам, правилам і нормам	Середній
Розробка технологій виробничих процесів	Застосовуються стандартні прийоми обслуговування	Середній

Закінчення табл. 2.7

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Наявність корпоративної культури	Внутрішній маркетинг реалізується на високому рівні	Високий
Застосування кваліфікаційних вимог до працівників (кваліфікаційний стандарт)	Розроблені власні посадові інструкції, норми і умови для роботи	Високий
Впровадження нормування праці	Закріплено власний графік роботи	Високий
Справедлива оцінка і мотивація праці	Встановлено систему обліку робочого часу, зарплата, але слабка мотиваційна система	Середній

Джерело: побудовано автором

З табл. 2.5 видно, що компанія система управління «Анекс тур» відповідає сучасним вимогам, але основною проблемою є маркетингова діяльність. Компанії треба налагодити роботи з аудиторією.

2.2. Економічна діагностика управління туристичним підприємством

Дослідження ефективності системи управління туристичним підприємством показало, що керівництво успішно налагодило управління персоналом, але має проблеми в маркетинговій діяльності. У той же час основним є економічний аспект роботи. Першим показником є кількість обслугованих туристів.

На рис. 2.8. наведено динаміку обсягу обслугованих туристів Анекс тур порівняно з лідером ринку за 2016-2019 рр. В ці роки Анекс тур завжди входило в ТОП 5 за дослідженим показником.

Значні результати показує Анекс тур в останні роки по своїм основним туристичним дестинаціям – Туреччина та Єгипет. «Анекс тур» в 2019 році збільшив обсяги оперування по Туреччині на 80% і плани зростання на

наступний рік у компанії також можуть бути досить серйозними (рис. 2.3)

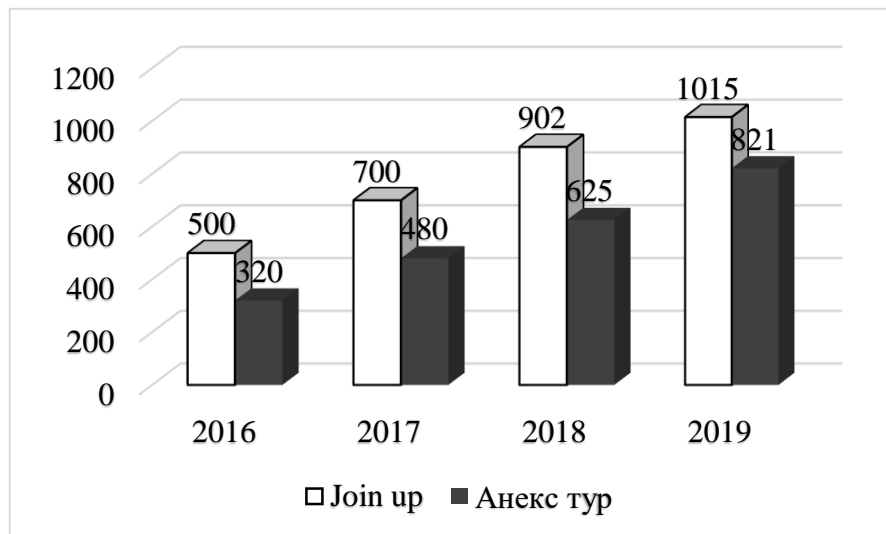


Рис. 2.3. Динаміка обсягу обслугованих туристів Анекс тур порівняно з лідером ринку за 2016-2019 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [7]

Статистика також підтверджує, що ряд туроператорів вирішили зменшити обороти і частково переорієнтуватися з Туреччини на інші напрямки. У тому числі через скасування субсидій, які раніше ТО отримували від турецького уряду. Наприклад, як мінімум на 4% зменшив обсяги Join UP!, скоротив свої заявлені турецькі програми TRG, залишивши тільки київські вильоти, ще не збільшував програми TEZ Tour.

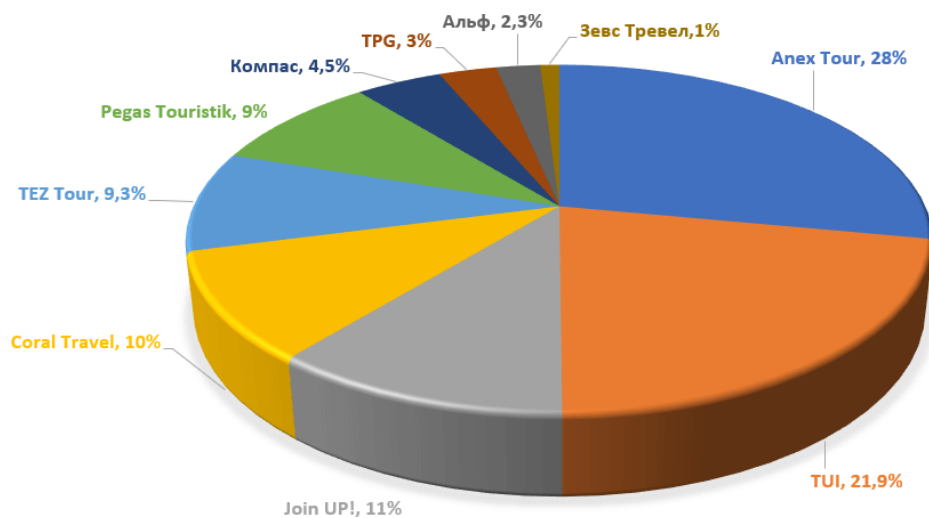


Рис. 2.4. Туроператори – лідери по туристичній дестинації Туреччина в першому півріччі 2019 р.

Джерело: [7]

Щоб оцінити поточне і перспективний фінансовий стан підприємства, проводиться фінансовий аналіз. Фінансовий аналіз діяльності підприємства туристичної сфери здійснюється на підставі форми № 1 «Баланс», форми № 2 «Звіт про фінансові результати» (Додатки А, Б) (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Аналіз динаміки основних економічних показників діяльності туристичного підприємства ТОВ «Анекс тур»

Найменування показника	Значення показника за роками			Ланцюгові індекси приросту (+), зниження (-), у %	
	2016	2017	2018	2016/2017	2018/2017
Чистий дохід, тис. грн	25277	69856	71456	176,4	2,3
Собівартість, тис. грн	18923	46366	51200	145,0	10,4
Витрати на оплату праці, тис. грн	4850,2	6905,9	7340	42,4	6,3
Інші операційні витрати, тис. грн	9702,1	4245,2	5490,1	-56,2	29,3
Разом операційні витрати, тис. грн	25632,9	24713,0	29345	-3,6	18,7
Чистий прибуток, тис. Грн	883,6	6375,5	5751	621,5	-9,8
Власний капітал, тис. грн	246	38	129	-84,6	239,5
Оборотні активи, тис. Грн	1465	2649	3001	80,8	13,3
Активи, тис. грн	4216	5243	6340	24,4	20,9

На підставі проведених розрахунків показників діяльності туристичного підприємства «Анекс тур» за період 01.01.16 по 01.01.19 можна зробити висновок про те, що підприємство прибуткове. Чистий дохід від реалізації збільшився на 2,3%; чистий прибуток зменшився на 9,8% в 2018 році у зв'язку

із збільшенням витрат. Сталося збільшення витрат на оплату праці на 6,3% - в 2018 році і на 42,4 % - в 2017. Операційні витрати зменшилися на 56,2% в 2017 році і збільшилися на 29,3% - в 2018 році.

Варто проаналізувати структуру доходу туристичного підприємства. Особливе значення в надходженні грошових коштів на досліджуване підприємство мають фінансові результати діяльності з організації турів в Туреччину та Єгипет. На рис. 2.4. наведено структуру доходу за джерелами отримання у розрізі видів послуг та туристичних дестинацій.

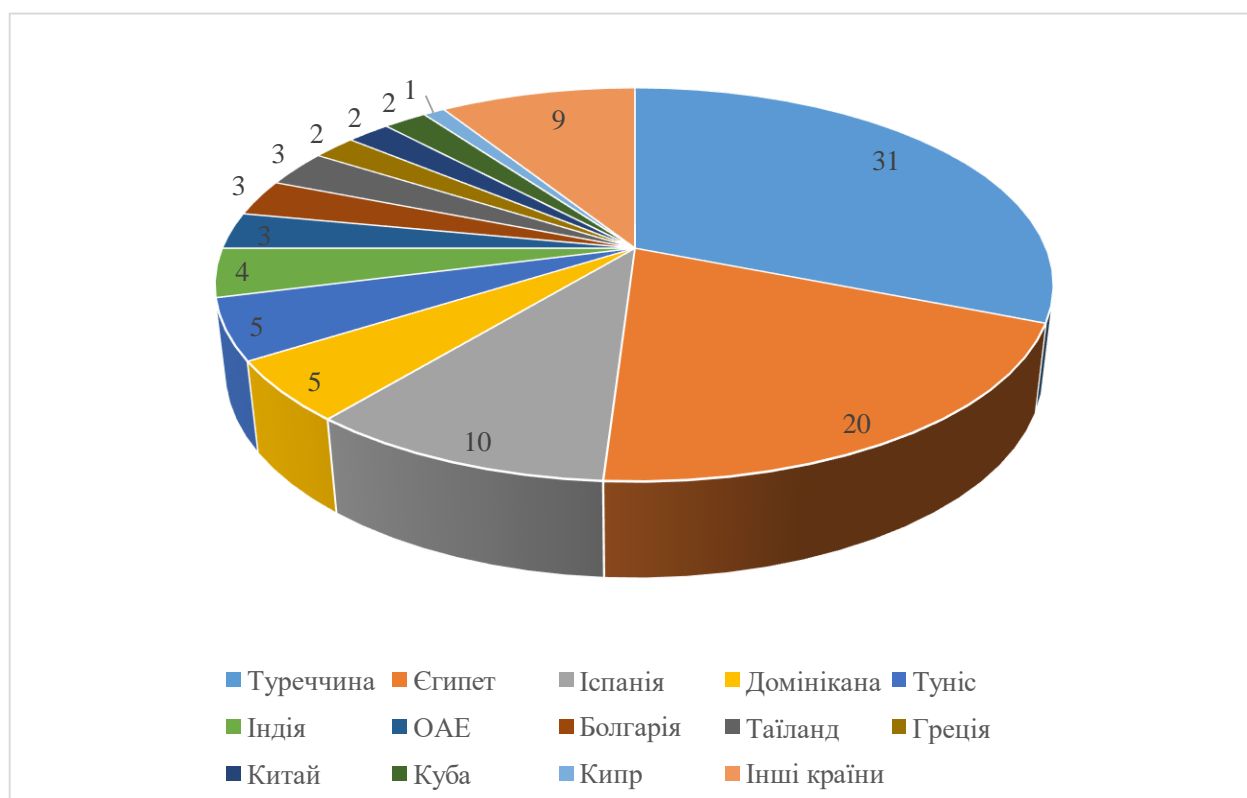


Рис. 2.5. Структура доходу ТОВ «Анекс тур» за джерелами отримання в 2019 році, %

Джерело: побудовано автором

Дані рис. 2.4. підтверджують важливість реалізації турів по основним чартерним програмам. Також основними туристичними дестинаціями є Іспанія, Туніс, ОАЕ, Домінікана та Куба,. Такий розподіл країн знайшов відображення і розподілу обов'язків персоналу, що видно в організаційній структурі підприємства.

Відносну характеристику фінансових результатів діяльності туристичного підприємства показують показники рентабельності. В табл. 2.9 наведено результати розрахунків.

Таблиця 2.9

Аналіз динаміки показників рентабельності туристичного підприємства «Анекс тур», %

№ п/п	Найменування показника рентабельності	Значення коефіцієнту за роками			Абсолютне відхилення, у п.п.	
		2016	2017	2018	2017-2016	2018-2017
1	- виручки	3,5	9,1	8,0	5,6	-1,1
2	- фонду оплати праці	18,2	92,3	78,4	74,1	-14,0
3	- основних фондів	32,1	245,8	172,2	213,7	-73,5
4	- сукупного капіталу	21,0	121,6	90,7	100,6	-30,9
5	- власного капіталу	359,2	16777,6	4458,1	16418,4	-12319,5

Рентабельність діяльності характеризує, скільки прибутку припадає на одиницю виручки (доходу) від надання послуг або на одиницю витрат, пов'язаних з цією реалізацією. У 2016 році на 100 грн виручки доводилося 3,5 грн; в 2017 р. – 9,1 грн, а в 2018 р – 8,0 грн, тобто цей показник знизився в 2018 році на 1,1 п.п..

Особливе місце в оцінці ефективності витрат займає рентабельність, обчислена до фонду оплати праці, яка означає, скільки прибутку підприємства припадає на 100 грн заробітної плати трудового колективу. В 2018 році на 100 грн заробітної плати припадало 78,4 грн прибутку і цей показник знизився на 14,3 п.п. порівняно з попереднім періодом.

Рентабельність основних фондів характеризує ту величину прибутку, який забезпечує підприємству одна гривня основних фондів. Він виражається у гривнях прибутку на гривню основного фонду. У 2018 році цей показник зменшився на 73,5 п.п..

Рентабельність сукупного капіталу в 2018 році в порівнянні з 2017 роком

зменшилася на 30,9%, що пов'язано зі зменшенням прибутку, але це є незначним відхиленням.

Рентабельність власного капіталу показує ефективність використання підприємством власних коштів. За аналізований період цей показник щорічно збільшувався.

Відносні показники ефективності підтверджують певні недоліки в управлінні сукупним капіталом. Керівництву необхідно визначити, за рахунок чого були досягнуті позитивні тенденції, а також виявити резерви, необхідні для вирішення проблем управління фінансовою діяльністю.

Тепер розрахуємо динаміку показників ліквідності підприємства «Анекс тур» у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

**Динаміка показників ліквідності підприємства
«Дельта Тревел» за 2016-2018 рр.**

Найменування показника	Значення за роками			Ланцюгові індекси приросту (+), зниження (-), у %	
	2016	2017	2018	2016/2017	2018/2017
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,4	0,5	0,6	25	20
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,4	0,5	0,6	25	20
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,1	0,1	0,2	0	100

Коефіцієнт поточної ліквідності показує гіпотетичну можливість підприємства здійснити розрахунок по своїм поточним зобов'язанням, реалізувавши поточні активи. Виходячи з табл. 2.5 бачимо, що коефіцієнт поточної ліквідності у 2016 році був 0,4, у 2017 склав 0,5, але у 2018 збільшився до 0,6.

Коефіцієнт швидкої ліквідності показує потенційну можливість підприємства погасити свої короткострокові зобов'язання за умови одержання від реальних дебіторів всієї суми заборгованості. Найвищий результат був у

2018 році. У 2016 та 2017 складав 0,4 та 0,5 відповідно.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує ступінь можливості миттєвого задоволення вимог кредиторів по поточним зобов'язанням за рахунок високоліквідних коштів. Отже, найвищий коефіцієнт був у 2018 році, а у 2017 та 2018 рр. 0,1 та 0,2.

Порахуємо показники фінансової стійкості підприємства «Анекс тур» за 2014-2018 рр. та представимо результати розрахунків в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Динаміка показників фінансової стійкості підприємства
«Анекс тур» за 2016-2018 рр.**

Найменування показника	Значення за роками			Ланцюгові індекси приросту (+), зниження (-), у %	
	2016	2017	2018	2016/2017	2018/2017
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,02	0,01	0,02	-9,46	-4,48
Коефіцієнт маневрування власним капіталом (мобільності)	0,34	0,50	0,56	+11,94	+4,0
Коефіцієнт прогнозу банкрутства	0,68	0,67	0,64	-1,47	-4,48

Коефіцієнт фінансової незалежності показує рівень залежності підприємства від зовнішніх позик та кредиторів. Виходячи з табл. 2.11 найвищим показником був 2018 рік, який складав 0,02. У 2016 та 2017 знизився до 0,02 та 0,01.

Коефіцієнт прогнозу банкрутства у динаміці показує можливість банкрутства. У 2016 році склав 0,68%, це найвищий показник, а у 2017-2018 рр. знизився і складав 0,67% та 0,64%.

Коефіцієнт маневрування власним капіталом (мобільності) показує яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності, тобто вкладена в оборотні кошти, а яка – капіталізована. Найвищий коефіцієнт у 1,56% був у 2018 році, у 2017 – 1,50%, а у 2016 ще менше – 1,34%.

Порахуємо показники ділової активності підприємства та представимо результати розрахунків в табл. 2.9.

Коефіцієнт оборотності активів показує скільки разів за рік здійснюється повний цикл виробництва та обігу, що приносить відповідний ефект у вигляді доходу. Виходячи з табл. 2.8 найвищий показник 9,7 у 2018 році. Отже повний цикл виробництва та обігу здійснювався майже 10 разів. За інші роки показники значно менше.

Таблиця 2.12

**Динаміка показників ділової активності підприємства
«Анекс тур» за 2016-2018 рр.**

Найменування показника	Значення за роками			Ланцюгові індекси приросту (+), зниження (-), у %	
	2016	2017	2018	2016/2017	2018/2017
Коефіцієнт оборотності активів (Коа)	5,05	3,15	9,7	-37,62	+207,94
Коефіцієнт оборотності оборотних активів (Кооа)	6,79	3,10	16,47	- 54,34	+431,29
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (Кодз)	5,57	3,62	8,12	- 35,01	+124,31
Тривалість обороту активів (дні)	71,29	114,29	37,11	+ 60,32	- 67,53
Тривалість обороту оборотних активів	53,02	116,13	21,86	+119,03	- 81,18
Строк погашення дебіторської заборгованості (дні)	64,63	99,45	43,33	+53, 86	- 56,43

Коефіцієнт оборотності оборотних активів характеризує ефективність використання наявних у підприємства оборотних активів. У 2016 році коефіцієнт склав 6,79, це свідчить, що ефективність наявних у підприємства оборотних активів використана не повністю. У 2017 році коефіцієнт зменшився до 3,10, а у 2018 виріс до 16,47.

За результатом економічної діагностики управління туристичним підприємством можна зробити, що туристичне підприємство працює

ефективно, але розмір чистого прибутку коливається. Перш за все, така ситуація є наслідком того, що підприємство піддається впливу навколишньому середовищі.

2.3. Організація транспортного обслуговування клієнтів туроператора «Анекс тур»

Ключовим елементом обслуговування туристів є надання транспортних послуг. Наявність договору на перевезення туристів є головною вимогою перед складанням програми перебування туриста в туристичній дестинації. Це стосується і туроператора «Анекс тур». Лідерські якості компанії на туристичному ринку України досягається у тому числі і завдяки готовності забезпечити авіаперевезення свої туристів в популярні курорти.

Важливе місце в перевезеннях туристів «Анекс тур» займає організація та виконання чартерних (замовлених) перевезень. Виконанню чартерних перевезень передують два фактори:

1. Відсутність можливості перевезення туристів на регулярному рейсі внаслідок відсутності вільних місць у літаку.
2. Відсутності регулярних перельотів на потрібному напрямі.

Чартерні туристичні перевезення «Анекс тур» є стратегічним напрямком, що зумовлює сильну конкуренцію між авіакомпаніями на право здійснювати чартерні перевезення, які є джерелом значних доходів.

По характеру виконання чартерні перевезення «Анекс тур» підрозділяються на:

- епізодичне (разове) виконання одного (двох) рейсів;
- ланцюг чартерних рейсів (виконання від 2 до 5 рейсів у визначені дати);
- регулярні чартерні рейси (виконання у встановлені дні тижня по одному розкладу, на тривалий період часу (літня чи зимова навігація).

При організації чартерних авіаперевезень «Анекс тур» разом з авіакомпанією визначає маршрут, оговорюються обов'язки сторін,

з'ясовується відповідність орендного договору міжнародним правилам, визначається вартість рейсу. Потім укладається спеціальний чартерний договір, в якому обумовлюються: вид (марка) літака; число місць, які мають бути продані; маршрут із зазначенням аеропортів вильоту та прибуття; регулярність здійснення авіарейсів; можливість і граничні терміни зняття (скасування) авіарейсу і відповідні санкції.

Чартерні відносини для «Анекс тур» є спрощеними, оскільки з 2015 р. туроператор має власну авіакомпанію «Азур Ейр Україна». Код авіакомпанії в IATA: QU. Код ІКАО: UTN. Офіційний сайт авіакомпанії – www.azurair.ua. Офіс компанії розташовується за адресою: 02090, Україна м. Київ, вул. Сосюри, 6. Базовий аеропорт: Київ Бориспіль.

Історія авіакомпанії «Азур Ейр Україна» почалася в 2009 році. Свій шлях новий перевізник почав під назвою UTair Ukraine (Ютейр Україна). Спочатку компанія була створена як дочірня структура російської авіакомпанії UTair і ставила собі за мету розвиток регіональних перевезень в Україні. Перший рейс UTair Ukraine здійснила з Луганська в Москву. У наступні 5 років авіакомпанія росла і розвивалася, нарощуючи свій авіапарк і маршрутну мережу. До 2014 року вона вже мала два вузлових аеропорти – Луганськ і Київ. Здійснювала як регулярні внутрішні, так і міжнародні чартерні рейси, в мережі яких стала одним з лідерів в Україні.

З 2014 року, з причини різко змінених політичних і, як наслідок, економічних процесів в Україні, авіакомпанію не минув криза. Щоб залишитися на ринку авіаперевезень, компанія змушена була піти на різке скорочення витрат – відмовилася від внутрішніх рейсів, позбулася більшої частини свого авіапарку, скоротила персонал. З шістнадцяти авіалайнерів авіакомпанія змушена була звільнитися від 13 повітряних суден, п'ять з яких були зовсім нові літаки з заводу віком не більше 2-3 роки. У підсумку, в жовтні 2015 року, туроператор «Анекс тур» викупив авіакомпанію з трьома авіалайнерами. Після зміни власника авіакомпанія отримала нове ім'я - Azur Air Ukraine (Азур Ейр Україна). Бізнес перевізника став орієнтований

виключно на обслуговування туристичного потоку.

У 2018 році парк літаків Azur Air Ukraine поповнився далекомагістральними авіалайнерами Боїнг-767, що дозволило розширити географію польотів в Карибський регіон і країни Південно-Східної Азії.

В даний час авіакомпанія «Азур Ейр Україна» спеціалізується на чартерних перевезеннях туристів з міст-мільйонників України на популярні світові курорти [8].

В табл. 2.13 дана характеристика авіапарку авіакомпанія «Азур Ейр Україна» станом на 1.02.2020 р.

Таблиця 2.13

Характеристика авіапарку авіакомпанія «Азур Ейр Україна» в 2020 р.

Тип/модель	Рік виготовлення	Максимальна злітна маса, кг	Дата видачі реєстраційного посвідчення	Власники
Boeing 737-800	1999	79 015,00	07.12.18	ILFC Ireland Limited (Ірландія),
Boeing 737-800	2000	79 015,00	19.04.19	WWTAI AIROPCO II DAC (Ірландія),
Boeing 737-800	2003	79 015,00	06.03.18	International Lease Finance Corporation (Сполучені Штати Америки),
Boeing 767-300	1991	184 612,00	08.10.18	WWTAI AIROPCO II DAC (Ірландія),
Boeing 767-300	1993	186 880,00	20.08.18	Azex Leasing Limited (Ірландія),
Boeing 767-300	2001	186 880,00	24.04.19	WWTAI AIROPCO II DAC (Ірландія),

Джерело: побудовано автором на основі [9]

З табл. 2.13 видно, що авіапарк компанії становлять 6 літаків: 3 Boeing 737-800 та 3 Boeing 767. Ці моделі літаків є доволі популярними на українському туристичному ринку, використовуються багатьма туроператорами. В табл. 2.14 дана характеристика цих літаків.

Таблиця 2.14

**Технічні характеристики літаків, які становлять авіапарк компанії
«Азур Ейр Україна»**

Найменування критерію	Boeing 737-800	Boeing 767-300
Місткість	до 189	до 330
Розмах крила, м	36	49
Довжина, м	40	55
Крейсерська швидкість, км\ч	828	825
Дальність польоту, км	5 665	11070

Джерело: побудовано автором на основі [10]

Коментуючи табл. 2.14 треба зазначити, що місткість літаків залежить від компонування повітряного судна. Перевізник використовує літаки в монокомпоновці салону. Найкомфортніші місця в салоні розташовані в перших рядах кожного блоку. Їх особливість - в збільшеному просторі для ніг (за рахунок віддаленості сидінь від перегородки або від аварійних виходів). У свою чергу, невдалі місця – останні ряди в кожному з трьох блоків. Функціонал крісел тут обмежений, а спинки не відкидаються. Ці незручності особливо відчувалися клієнтами при далеких перельотах, про що свідчать негативні відгуки про «Анекс тур» в Інтернеті.

Середній вік літаків компанії «Азур Ейр Україна» - 20 років. Звичайно, що це значна цифра, яка може відлякувати клієнтів, оскільки виникають побоювання щодо забезпечення компанією безпеки пасажирів. У той же час, такий вік літаків є характерним для авіакомпаній, якій задіяні в чартерні

програми туроператорів України. В табл. 2.15 наведено характеристику авіапарку авіакомпаній, які забезпечують чартерні перевезення туристів туроператорів України, за віком.

Таблиця 2.15

Характеристика авіапарку авіакомпаній, які забезпечують чартерні перевезення туристів основних туроператорів України, за віком

Найменування авіакомпанії	Кількість літаків	Середній вік авіапарку	Найновіший авіалайнер	Найстарший авіалайнер
Азур Ейр Україна	6	20	Boeing 737-800 (2003)	Boeing 767-300 (1991)
МАУ	46	13	Boeing 737-800 (2018)	Boeing 767-300 (1991)
Роза ветрів	17	17	Hawker 800XP/850XP (2007)	Airbus A320-212 (1996)
Bravo	4	28	Boeing 737-500 (1991)	Boeing 737-500 (1989)
Мотор Січ	11	42	Ан-140 (2002)	АН-24РВ (1970)
SkyUp	8	12	Boeing 737-800 (2013)	Boeing 737-800 (1999)

Джерело: побудовано автором на основі [11]

З табл. 2.3 видно, що найстаріший авіапарк у авіакомпанії «Мотор Січ». Наймолодший авіапарк у компанії SkyUp і це пов'язано з тим, що ця компанія тільки заходить на український ринок. Моделі літаків також у всіх майже однаково. Така ситуація показує, що Азур Ейр Україна не відрізняється від конкурентів.

Одним з критеріїв оцінки якості транспортного забезпечення туристів в турах, які обумовлюють авіапереліт, є безперебійність рейсів, маленька частка рейсів із затримкою. Міністерство інфраструктури України опублікувало рейтинг пунктуальності українських та іноземних авіакомпаній за липень 2019 року, згідно з яким 82,3% рейсів вітчизняних авіакомпаній виконано вчасно

(рис. 2.6). Впродовж липня 2019 року з аеропортів нашої країни українські авіакомпанії здійснили 5 625 авіарейсів, іноземні – 3 376. У червні цього року 73,9% рейсів українських та 77,4% іноземних авіакомпаній було виконано вчасно.



Рис. 2.6. Рейтинг пунктуальності українських авіакомпаній за липень 2019 року

Джерело: [12]

В табл. 2.16 наведено порівняльну характеристику пунктуальності рейсів найбільших вітчизняних авіакомпаній.

Таблиця 2.16

Порівняльна характеристика пунктуальності рейсів найбільших вітчизняних авіакомпаній

Найменування авіакомпанії	Загальна кількість рейсів		Кількість рейсів із затримкою більше двох годин	
	липень 2018	липень 2019	липень 2018	липень 2019
ПАТ "Мотор-Січ"	256	288	0	12
ПрАТ "МАУ"	3130	3336	61	112
Авіаційна компанія "Роза Вітрів"	531	686	10	32
Авіакомпанія "Скай Ап"	202	552	26	32
ТОВ "ЯнЕйр ЛТД"	267	41	42	49
Авіакомпанія "Азур Ейр Україна"	262	425	47	42

ТОВ "Ейр Аллана"	5	0	1	0
ТОВ "ФАНейр"	46	0	14	0
Авіакомпанія БРАВО	363	21	117	121
ТОВ "АНДА ЕЙР"	55	0	18	0
"Авіакомпанія Атлас Джет Україна"	14	27	5	1

Джерело: побудовано на основі [13]

З табл. 2.16 видно, що не зважаючи на збільшення загальної кількості авіарейсів, кількість рейсів із затримкою більше двох годин у авіакомпанії «Азур Ейр Україна» зменшилась. На рис. 2.7. наведено порівняльну характеристику частки рейсів найбільших вітчизняних авіакомпаній, здійснених без затримки. З рисунку бачимо, що частка таких рейсів у Азур Ейр Україна збільшилася, у той час, як у основних конкурентів – компаній МАУ та «Роза ветрів» – зменшилася.

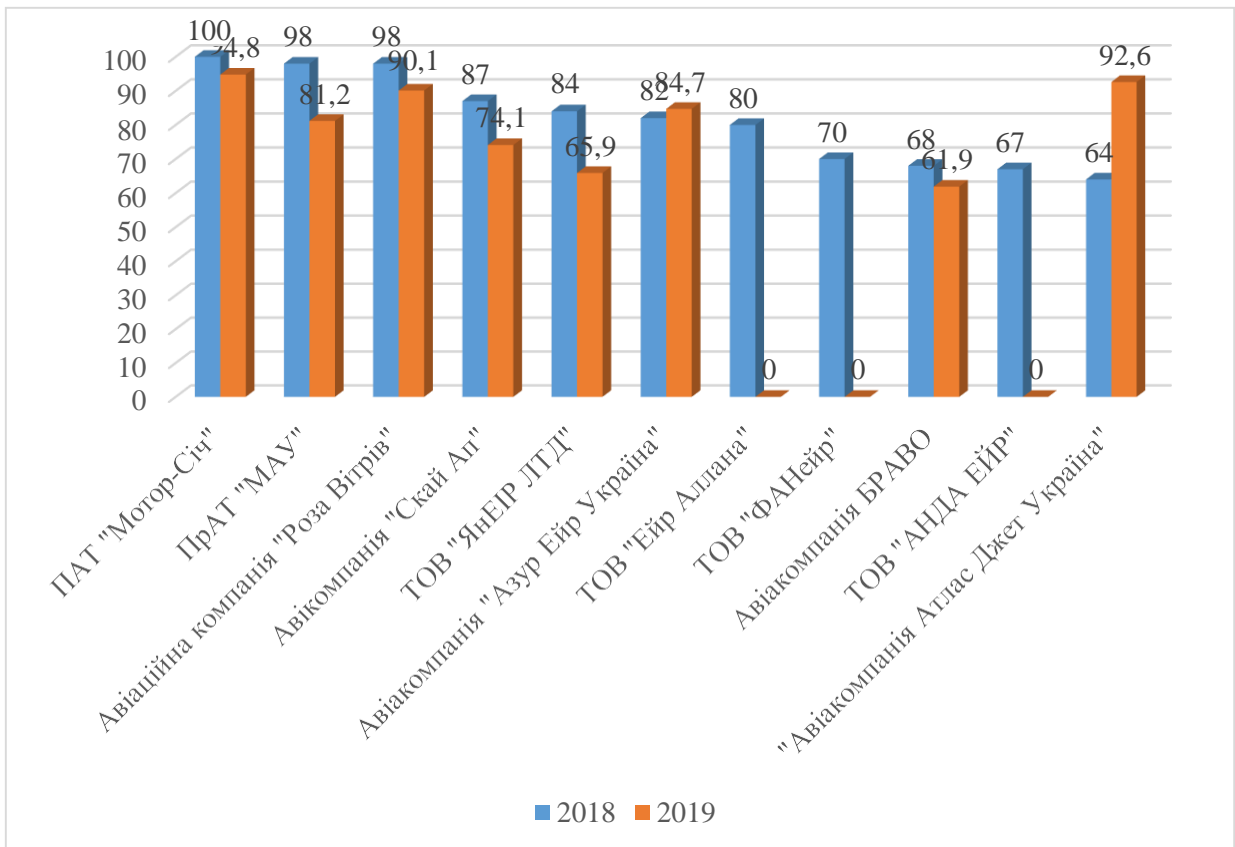


Рис. 2.7. Порівняльна характеристика частки рейсів найбільших вітчизняних авіакомпаній, здійснених без затримки

Джерело: побудовано на основі [12, 13]

При оцінці якості транспортного забезпечення у сфері авіаперельотів,

«Анекс тур»

Джерело: [10]

З рис. 2.3. видно, що окрім традиційних для українського туристичного ринку перельотів, «Азур Ейр Україна» на замовлення «Анекс тур» робить прямі чартери на Кубу та Домініканську республіку. Як свідчить опитування працівників турагентів, ці рейси добре заповнюються і забезпечують грошові надходження туроператору.

Варто зазначити, що окрім використання чартерних рейсів, туристичний оператор «Анекс тур» залучає й регулярні рейси в туроператорську діяльність (рис. 2.4).

Рис. 2.9. Сторінка на сайті «Анекс тур» для бронювання квитків на регулярних рейсах

Джерело: [14]

Динамічне пакетування на регулярних рейсах (GDS-тури) від «Анекс тур» - тип турів з перельотом регулярними рейсами і розрахунком підсумкової вартості пакета в режимі онлайн. Це досягається шляхом прямого звернення до ресурсних систем авіакомпаній. За кілька хвилин можна забронювати і оформити поїздку з регулярними рейсами на найвигідніших умовах.

Переваги бронювання GDS турів від «Анекс тур» [14]:

1. Розрахунок вартості туру в режимі online. Швидкий і зручний пошук туру з перельотом на регулярному перевізнику без очікування розрахунку підсумкової вартості туру.

2. Великий вибір авіакомпаній і тарифів. Можливість вибору не тільки прямих рейсів, але і стикувальних.

3. Розширення доступних маршрутів і відкриття нових напрямків відпочинку. Надання туристам якісного продукту з альтернативними варіантами перельотів регулярними рейсами і розширення географії вильотів, доступною для регіону.

4. Онлайн реєстрація через сайт авіаперевізника без додаткової допомоги. Під час відкриття онлайн реєстрації перевізником (терміни встановлюються авіакомпанією і не залежать від ANEX Tour), пасажир може зареєструватися на рейс самостійно за номером авіаквитка.

Висновки за розділом 2

Таким чином, за результатами дослідження операційної діяльності туристичного оператора «Анекс тур» можна зробити такі висновки:

1. Туроператор «Анекс тур» є одним з лідерів туристичного ринку України, що забезпечується досвідом, а також конкурентними перевагами на найбільш популярних серед українців туристичних дестинаціях – Туреччина та Єгипет. Ключовим фактором успіху компанії є кадровий потенціал разом з розвинутою корпоративною культурою. Основним недоліком в управлінні туристичним підприємством є маркетингова активність, робота з турагентами, що підтверджують опитування, проведені незалежними експертами, а також низький рівень присутності в соціальних мережах.

2. У той же час, якщо оцінювати економічні показники роботи підприємства, то підприємство є прибутковим що забезпечується перш за все щорічним збільшенням кількості обслугованих клієнтів, розширенням асортименту турів.

3. Основним партнером Анекс тур по авіап перевезенням є авіакомпанія «Азур ейр Україна», власником якої і є «Анекс тур». Анекс тур не використовує жодних авіакомпаній для організації чартерних рейсів окрім «Азур ейр Україна», що звужує можливості роботи компанії на ринку.

РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТОВ «АНЕКС ТУР» ШЛЯХОМ ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Удосконалення транспортного обслуговування на турпідприємстві ТОВ «Анекс Тур» завдяки використанню послуг low-cost перевізників.

В умовах кризи загострюється питання пошуку шляхів оптимізації вартості турпродукту. У той же час рішення даної задачі на туристичному підприємстві зводиться до мінімізації адміністративних витрат. Оскільки найбільша частка витрат припадає на обслуговування туриста (перевезення, розміщення, харчування), то саме тут необхідно шукати резерви оптимізації. Управління цими витратами в силу особливостей турбізнесу обмежується процесом вибору постачальників послуг, що пропонують найбільш вигідні умови співпраці. Особливо перспективним бачиться залучення в цей процес бюджетних авіакомпаній, чий потенціал співробітництва з вітчизняними турпідприємствами ще не розкритий.

Завдяки сучасним інформаційним технологіям, сьогодні кожний може використовувати інструменти, які раніше були недоступні. Забронювати авіаквиток через інтернет зараз не складає ніякої праці. А з появою бюджетних авіакомпаній бажаючих подорожувати стає все більше і більше. Тобто, якщо підприємство «Анекс Тур», в якості додаткової послуги, почне продаж авіаквитків на рейси авіакомпаній-дискаунтерів, це збільшить число клієнтів та доходи підприємства.

Бюджетними компаніями (також їх називають авіакомпаніями low-cost) є перевізники, що пропонують послуги за цінами, нижче, ніж пропонують традиційні авіакомпанії. Вони здійснюють в основному регулярні рейси по найбільш популярних напрямках, і їх клієнтами є переважно особи з приватними цілями і неорганізовані туристи.

Здешевлення вартості перевезення ці авіакомпанії досягають такими шляхами:

- відмова від включення послуг харчування у вартість авіаквитка (їжа під час перельотів продається);
- відмова від обслуговування в дорогих аеропортах і терміналах (в деяких аеропортах трапи підкочують вручну);
- використання сучасного та молодого авіапарку: нові літаки рідше потребують ремонту і споживають менше палива;
- встановлення високої плати за багаж, що змушує пасажирів летіти без нічого, що знижує загальну вагу літака в польоті і тим самим витрата палива;
- здійснення літаком декількох рейсів на день (до 10-12), у той час як звичайні компанії здійснюють не більше 4-х, що сприяє зниженню цін на квитки;
- мінімум додаткового обладнання на борту, що зменшує вагу, а значить- і витрату палива;
- задіяння малої кількості наземного персоналу (як правило, в 6-7 разів менше, ніж у традиційних компаніях). Яскравим прикладом є американська low-cost авіакомпанія Southwest, екіпажі якої самі вантажать багаж і прибирають салон літака, скорочуючи тим самим витрати на персонал, що також дозволяє тримати зарплату на високому рівні;
- продаж основної частини квитків через інтернет-сайти компаній, у той час як витрати звичайних компаній на комісійну винагороду або утримання міських авіакас становлять близько 10% вартості квитка;
- відсутність можливості у клієнтів здавати квитки і встановлення високої плати за можливість поміняти дату вильоту, внаслідок чого невикористані квитки поповнюють бюджет авіакомпанії.

Класична бізнес-модель лоу-кост авіакомпанії – це концентрація зусиль на зниженні витрат всіма можливими засобами. Польоти у другорядні аеропорти, повна відсутність безкоштовного сервісу в повітрі і на землі, зменшений крок крісел в салоні літака і т.п.

До таких авіакомпаній застосовується визначення «no frills» (без надмірностей). При польоті з ними потрібно бути готовим до того, що Вам доведеться носити з собою багаж в літак, платити за воду, не отримати ні копійки при відмові від польоту. Але зате і ціни на авіаквитки в таких авіакомпаніях – найнижчі. На рис. 3.1 наведені відмінності між звичайними авіакомпаніями та лоукостами.



Рис. 3.1. Відмінності між а/к повного циклу і дискаунтерами

Перші лоукостери почали з'являтися в США після ліберальних змін, що відбулися на внутрішньому ринку в 1978 році. Потім цей процес перекинувся до Європи, де єдиний авіаринок почав створюватися з 1993 року. Поступово це віяння захопило практично весь світ – від Південно-Східної Азії до Латинської Америки, а також країни СНД.

Одними з перших в Україні були 6 low-cost авіакомпаній: Wizz Air, Air Arabia, Germanwings, Flydubai, Pegasus Airlines, Norwegian Air Shuttle.

11 липня 2008 в 6:00 ранку стартував перший рейс авіакомпанії «Візз Ейр Україна» – дочірнього підприємства польсько-угорської компанії Wizz Air, на новому літаку Airbus A-320 за маршрутом Київ-Сімферополь. Внутрішні авіарейси Wizz Air здійснювалися з операційної бази авіакомпанії в київському аеропорту «Бориспіль». Українські пасажери могли літати зі Львова до Сімферополя, з Києва до Львова. Однак з середини вересня 2009 року авіакомпанія через низьку рентабельність скасувала ці рейси, крім Кримського напрямку Київ-Сімферополь. Це відбулося незважаючи на те, що розвиток дешевих внутрішніх перевезень був однією з умов, яку поставило перед Wizz Air Міністерство транспорту та зв'язку України, видаючи дозвіл на роботу на Україні. Зараз цього напрямку вже не існує. Перший міжнародний рейс Wizz Air було здійснено 17 грудня 2008 року в Лондон в аеропорт Лутон. З березня 2011 року компанія змінила аеропорт-хаб і здійснює рейси з київського аеропорту Жуляни UKKK. Станом на 31 грудня 2018р. Wizz Air Ukraine здійснював регулярні авіаперевезення за популярними бізнес-туристичним напрямками: Італія (Мілан Бергамо, Венеція Тревизо, Рим Фюмічіно), Угорщина (Будапешт), Німеччина (Кельн, Дортмунд, Меммінген, Гамбург Любек), ОАЕ (Дубай), Іспанія (Барселона Жирона, Валенсія), Польща (Катовіце, Варшава), Грузія (Кутаїсі), Болгарія (Софія), Литва (Вільнюс), Туреччина (Анталія).

З 15 жовтня 2008 найбільша низькобюджетна авіакомпанія Близького Сходу, Північної Африки та Центральної і Південної Азії Air Arabia почала

виконувати польоти на маршруті Київ-Шарджа (ОАЕ). Перевізник експлуатує літаки Airbus A-320. Авіакомпанія створена в 2003 році і виконує рейси за 41 напрямками, в тому числі до Індії, Сирії, Єгипту, Казахстану, Йорданії, Лівану, Бангладешу, Шрі-Ланки, Катару, Туреччини і багато інших країн. Станом на кінець 2019 р. компанія з'єднає Україну із 115 містами світу. Найбільш популярні напрямки – Шарджа (ОАЕ), Коломбо (Шрі-Ланка), Гоа і 12 інших міст Індії, Катманду (Непал), Найробі (Кенія).

З 16 травня 2009 року розпочалися регулярні рейси німецької low-cost авіакомпанії Germanwings в аеропорт міста Кельн з Києва. Авіакомпанія надає польоти за 65 напрямками з однією пересадкою через свій основний хаб-аеропорт Кельн/Бонн. У квітні 2009 року німецька авіакомпанія Air Berlin почала переговори з Державіаадміністрацією України щодо виходу на український ринок.

У червні 2009 р. новостворена арабська бюджетна авіакомпанія Flydubai подала заявку до Державіаадміністрації на відкриття рейсів з Дубая до Києва вже з осені 2009. Адреса представництва: вул. Велика Васильківська 72, Київ 03150. Телефон представництва: (+380 44) 465-93-65. Базові аеропорти: Дубай Дубай Bus Station.

Авіарейси міжнародні: Абха, Алеппо, Олександрія, Амман, Бейрут, Коломбо, Дамаск, Доха, Ербіль, Гассе, Кабул, Карачі, Хартум, Катманду, Лакнау, Латакія, Луксор, Малє, Салала, Янбу

З 20 жовтня 2010 Турецька low-cost авіакомпанія Pegasus Airlines почала виконувати регулярні рейси з Харкова до Стамбула. А 17 жовтня 2012 року – зі Львова до Стамбула. Рейси виконуються 4 рази на тиждень на літаку Boeing 737-800. На даний момент з України Pegasus Airlines виконує прямі рейси з трьох міст: Львів - Стамбул, Харків - Стамбул і Запоріжжя - Стамбул.

З початку червня 2012 компанія Norwegian Air Shuttle розпочала польоти за маршрутом Київ-Осло.

Список деяких бюджетних авіакомпаній, які в даний час обслуговують український ринок приведений в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Авіакомпанії low-cost, які здійснюють рейси в Україні

№ п/п	Назва та сайт	Логотип	Опис а/к
1	WizzAir wizzair.com		Основні аеропорти компанії в Будапешті і Катовіце. Це самий великий лоукост авіаперевізник на території Центральної та Східної Європи. Він входить до ELFAA (The European Low Fares Airline Association) разом з низкою інших бюджетних компаній. Своїм клієнтам Візейр надає не тільки дешеві перельоти, а й ряд спеціальних пропозицій. Наприклад, це можливість замовити додатковий простір для ніг, право пріоритетної посадки та ін.
2	German wings germanwings.com		Порт приписки: Кельн-Бонн. Germanwings-бюджетні авіалінії Німеччини, входить до групи компаній Lufthansa. Розклад Germanwings охоплює 75 пунктів призначення. У авіакомпанії є своя бонусна програма для пасажирів- Boomerang Club. Члени Клубу після 8 оплачених польотів туди-назад можуть отримати 9 такий політ безкоштовно. Здійснює рейс Київ-Кельн.
3	Pegasus Airlines flypgs.com		Порт приписки: аеропорт Sabina Gokcen, Стамбул. Це найбільший турецький лоукостер, приватна авіакомпанія. Авіакомпанія створена в 1990 році як чартерні авіалінії в партнерстві з ірландськими авіалініями Aer Lingus. У 1994 році компанія стала повністю турецької. У 2005 компанія увійшла до холдингу ESAS і змінила напрямок на low cost перевезення. Авіакомпанія має код-шерінгові угоди з Air Berlin і IZair. Розклад рейсів авіакомпанії включає більше 40 напрямків у Європі. На відміну від більшості бюджетних авіакомпаній, Пегасус має власний ліцензований навчальний центр для пілотів і сервісну компанію " Pegasus Technic ". Здійснює польоти до Стамбула з Харкова та зі Львова.
4	Air Arabia airarabia.com		Порт приписки: Шардж. Air Arabia – перша бюджетна авіакомпанія Об'єднаних Арабських Еміратів. У неї є також кілька дочірніх підприємств, в тому числі одне в Єгипті і друге в Марокко. Компанія була заснована в 2003 році. На даний момент вона здійснює перевезення до 76 пунктів призначення і володіє авіафлотом в 26 одиниць. Велика частина рейсів відбувається в країни Середнього Сходу, північної Африки, Центральної Азії та Європи. Здійснює перельоти до Шарджі з Києва, Харкова

Закінчення табл. 3.1.

5	<p>Norwegian Air Shuttle</p> <p><i>norwegian.com</i></p>		<p>Порт приписки: аеропорт Gardermoen, Осло низкобюджетний перевізник Норвегії. Це четвертий за величиною перевізник Європі і другий- в Скандинавії. Основні напрямки в розкладі авіакомпанії- Європа, Північна Америка, Близький Схід (перельоти малої і середньої протяжності).</p> <p>Маршрутна мережа Norwegian включає в себе 32 країни призначення, 90 напрямків і 225 прямих рейсів.</p> <p>Здійснює перельоти Київ-Осло з аеропорту Бориспіль.</p>
6	<p>Brussels Airlines</p> <p><i>brusselsairlines.com</i></p>		<p>Штаб-квартира компанії розташована в Завентеме, Бельгія. Є дочірнім підприємством компанії Lufthansa. Працює на 62 напрямках у 20 європейських країнах, також виконує польоти в Східну, Центральну і Західну Африку.</p> <p>Brussels Airlines розпочала діяльність з 25 березня 2007 року. Здійснює рейси з Києва до Женеви, Гамбурга, Барселони, Ліон, Більбао, Бірмінгем, Турина.</p>
7	<p>Onur Air</p> <p><i>onurair.com.tr</i></p>		<p>Порт приписки: Міжнародний аеропорт ім. Ататюрка в Стамбулі.</p> <p>"Onur Air" була створена в 1992 році і виконує регулярні і чартерні рейси в міста Європи. Є членом IATA, а також першою і єдиною авіакомпанією, яка отримала EN9110: 2005 Сертифікат стандартизації якості в Туреччині.</p> <p>Onur Air здійснює регулярні перевезення за маршрутом Одеса-Стамбул.</p>
8	<p>Air One</p> <p><i>flyairone.com</i></p>		<p>Це італійська бюджетна авіакомпанія зі штаб-квартирою в місті Ф'юмичіно (Рим), дочірнє підприємство флагманської авіакомпанії країни Alitalia. Спочатку лоукостер здійснював польоти за дев'ятьма регулярними маршрутами всередині країни і п'яти маршрутами за її межами.</p> <p>Транзитними вузлами перевізника є Міланський аеропорт Мальпенса, аеропорт Пізи, аеропорт Венеції імені Марко Поло і аеропорт Катанії Фонтанаросса.</p> <p>Цей low cost почав літати з України в 2013, а Київ став його 30 пунктом призначення. Літає з Києва до Катанії.</p>
9	<p>Vueling</p> <p><i>vueling.com</i></p>		<p>Аеропорт приписки - Барселона, з додатковими вузлами в Більбао, Мадриді, Малазі, Севільї, Валенсії і на Ібіці.</p> <p>Vueling була заснована в лютому 2004 року. У рейтингу європейських бюджетних перевізників у 2006 році Vueling посіла третє місце (після Air Berlin і EasyJet).</p> <p>Літає з Києва до Барселони.</p>

У таблиці 3.2 наведені найбільш популярні лоукост-авіакомпанії світу.

Таблиця 3.2.

№ п/п	Назва та сайт	Логотип	Опис а/к
1	RYANAIR <i>ryanair.com</i>		Ірландська найбільша бюджетна авіакомпанія в Європі. Штаб-квартира - в Дубліні. А/к обслуговує понад 1500 напрямків між 181 аеропортами в 27 європейських країнах (Португалія, Іспанія, Франція, Італія, Великобританія, Швеція, Норвегія, Данія, Бельгія, Німеччина, Нідерланди, Польща, Словаччина) і Марокко, здійснюючи більше 1400 рейсів на добу. Основним аеропортом-хабом для авіакомпанії є лондонський Станстед. Найбільш завантаженим і прибутковим рейсом авіакомпанії є маршрут Лондон - Дублін.
2	Transavia <i>transavia.com</i>		Порт приписки: Schiphol International Airport, Амстердам. Це голландська авіакомпанія-лоукостер, заснована в 1965 році, і тоді вона була відома як Transavia Limburg. З 2003 року, акціями компанії володіє голландська національний авіаперевізник KLM. Разом з Air France їм була організована група компаній, в рамках якої Трансавія залишається незалежним філією. Її послуги доступні на 22 напрямках по Європі та Північній Африці.
3	Air Asia <i>airasia.com</i>		Порт приписки: міжнародний аеропорт Куала Лумпур. Є найбільшим бюджетним авіаперевізником Азії. Авіакомпанія була заснована в Малайзії в 1993 році. У 2007 році і 3 роки поспіль з 2009 по 2011 рік, Air Asia отримує нагороду Skytrax як найкращий лоукост-перевізник світу. Підрозділи авіакомпанії обслуговують більше 20 країн і понад 400 напрямків. Рейси авіакомпанії охоплюють Індонезію, Таїланд, Малайзію, а також Австралію, Бангладеш, Бруней, Камбоджу, Китай, Індію, Тайвань, Великобританію, Південну Корею, Японію, Іран і Нову Зеландію.
4	TUIfly <i>tuifly.com</i>		Порт приписки: аеропорт Ганновера. Це німецька лоукост авіакомпанія. Вона обслуговує близько 84 напрямків по багатьох країнах Європи та Азії, а також Північної Америки і Африки. З'явилася TUIfly тільки в 2007 році. Причиною цього стало злиття двох незалежних компаній, що належать TUI AG Group.
5	easyJet <i>easyjet.com</i>		Порт приписки: Аеропорт Лутон, Лондон. Лоукостер Великобританії й один з найбільших у Європі. Виконує рейси по 387 внутрішнім і міжнародним напрямками, EasyJet пропагує екологічне ставлення до навколишнього середовища Перельоти здійснюють нові сучасні екологічно-дружелюбні літаки.

Закінчення табл.3.2.

6	Jetstar Airways jetstar.com		Австралійська бюджетна авіакомпанія. Являє собою дочірнє підприємство найбільшого австралійського авіаперевізника Qantas. Основною базою авіакомпанії є аеропорт міста Мельбурн. Здійснює рейси до Китаю, Індонезії, Японії, Філіппін, Сінгапура, Таїланду, В'єтнама, США, а також внутрішньоавстралійські рейси.
7	Southwest Airlines southwest.com		Американська бюджетна авіакомпанія, заснована в 1971 році, є найбільшою авіакомпанією за кількістю перевезених пасажирів (1-е місце в США і в світі). Компанія базується в Далласі і експлуатує тільки Боїнги-737. Виконує рейси в межах США. Але коли вступить в силу контракт з Amadeus IT Group в 2014 році, Southwest Airlines зможе літати і за межі країни.

Таблиця 3.2. Популярні low-cost перевізники світу

Найбільша європейська бюджетна авіакомпанія Ryanair вийшла на український ринок зовсім недавно і зараз нарощує свою присутність в країні. Ірландський лоукостер Ryanair в лютому 2020 р пропонує ряд вигідних перельотів за такими напрямками: Харків - Краків, Венеція - Прага, Мадрид - Порто, Варшава - Гданськ, Барселона - Порто. Рейси до країни Польща, Ірландія, Словаччина, Швеція. Ryanair з жовтня 2019 року запусив 4 нових напрямків з України в Німеччину: рейси з Києва в Нюрнебргу, Дюссельдорф, Франкфурт-Хат і Карлсруе / Баден-Баден. Флот Райнер складається з таких літаків: Boeing 737-800, Learjer 45, Boeing 737-300. Також Ryanair пропонує вигідні квитки по ряду інших маршрутів. Порівняти ціни на авіаквитки можна, скориставшись пошуковою формою TripMyDream

За даними The International Air Transport Association (IATA), на їхню частку припадає 26% світового пасажиропотоку – 700 млн людей на рік, у той час як число традиційних авіакомпаній, або, як їх називають, flag carriers, на планеті у 12 разів більше. При цьому за останні 20 років кількість пасажирів, перевезених лоукостерами, зросла більш ніж у 230 разів. Аналітики підраховали, що в Європі 30% пасажирів лоукостера, який щойно вийшов на ринок, – колишні клієнти традиційних перевізників, а решта 70% – це люди, які через свій невисокий достаток взагалі раніше не літали. Зрозуміло, за такого розкладу наймолодша галузь цивільної авіації, яка динамічно

розвивається з року в рік, нарощує темпи, а традиційні авіакомпанії, навпаки, їх зменшують. Так, за даними аналітичної компанії CAPA – Centre for Aviation & Innovata, іспанський бюджетник Vueling з 2010 по 2012 рік збільшив пасажиропотік на 45%, австралійський Jetstar Airways – на 25,4 %, ірландський Ryanair – на 21%.



Рис. 3.2. Результати господарської діяльності значних бюджетних авіакомпаній світу

У той же час способи зменшення бюджетними авіакомпаніями вартості квитків зумовило певне зниження рівня комфорту під час подорожі. Зокрема, сюди можна віднести обмеження провезення багажу, відсутність послуг харчування, що є невід'ємним атрибутом стандартних турів. Так само, однією з проблем є незручні стикування між рейсами, що змушує очікувати літака кілька годин. Все це звужує коло потенційних туристів, яким можна запропонувати туристичні продукти, що включають переліт, організований бюджетною авіакомпанією. Більш підходящим споживчим сегментом для таких турів бачиться молодь, як найбільш мобільна і невимоглива споживча група.

Одним з визначальних умов успішного просування на ринок туристичних пакетів, що містять транспортні послуги авіакомпаній-дискаунтерів, є грамотно побудована рекламна кампанія. Ключовим моментом останньої має стати акцент на доступності турнапрямків, які пропонувалися раніше тільки для туристів категорії «люкс».

3.2. Особливості використання послуг low-cost авіакомпаній в діяльності турпідприємства ТОВ «Анекс Тур»

Сьогодні послугами low-cost компаній користуються вже мільйони. Однією з причин цього, окрім низьких ціх на квитки, є змога легко бронювати місця на літак на сайтах авіаперевізника, інтерфейс яких є простим. Забронювати квиток може кожен. Для цього не потрібна певна людина зі спеціальною освітою, як у випадку бронювання через такі системи, як Amadeus. Онлайн-бронювання дозволяє значно економити кошти і час на купівлю авіаквитків. Є можливість незалежно, 24 години на добу, вибирати зручні дати і час вильоту, підбирати кращі варіанти співвідношення ціни і якості надаваних послуг.

Розглянемо алгоритм бронювання на сайті авіакомпанії-дискаунтера, на прикладі авіаперевізника WizzAir (сайт www.wizzair.com)

Щоб здійснити замовлення онлайн, особа повинна досягти 18 років на момент здійснення бронювання. На першому етапі бронювання система запропонує ввести маршрут, по якому Ви шукаєте авіаквитки, та дати подорожі (рис 3.3). У поля «Відправлення з/до» Ви можете вводити назву міста, аеропорту або код IATA і система автоматично підкаже Вам всі можливі варіанти. Також тут можна вказати кількість дорослих та дітей (віком від 2 до 12 років), які подорожують.

Рис.3.3. Перший етап бронювання – вибір рейса

Після цього тиснемо на кнопку «Шукати». Після завершення пошуку система автоматично переадресує на сторінку з доступними варіантами перельоту та їх вартістю (рис. 3.4).

Як бачимо на рис. 3.4 на обрані дати рейсів немає, тому система знайшла найближчі. Також, ми можемо подивитися попередні і наступні дні. Наприклад, нам підходить 29 грудня туди і 5 січня звідти.

The screenshot displays a flight search interface with the following elements:

- Navigation tabs:** Вибір рейсу, Пасажири, Послуги, Контактна, Оплата.
- Route:** Донецьк ↔ Мілан Бергамо.
- Flight Options (Left Column - Donetsk to Bergamo):**

Дата	Відправлення та Прибуття	Ціна (UAH)
четвер 26 Гру	15:55 → 18:25	1 149,00UAH 819,00UAH WIZZ Discount Club
субота 28 Гру	15:55 → 18:25	949,00UAH 834,00UAH WIZZ Discount Club
неділя 29 Гру	13:30 → 16:00	629,00UAH 520,00UAH WIZZ Discount Club
- Flight Options (Right Column - Bergamo to Donetsk):**

Дата	Відправлення та Прибуття	Ціна (UAH)
четвер 2 Січ	18:55 → 23:10	259,00UAH 224,00UAH WIZZ Discount Club
субота 4 Січ	18:55 → 23:10	519,00UAH 432,00UAH WIZZ Discount Club
неділя 5 Січ	16:30 → 20:45	419,00UAH 332,00UAH WIZZ Discount Club
- Summary Panel (Right):**
 - Рейс: 1 048,00UAH
 - Послуги: 0,00UAH
 - 2 Реєстрація в аеропорту: 0,00UAH
 - 2 Багаж: 0,00UAH
 - Усього: 1 048,00UAH
 - Language: UAH
 - Checkboxes: Я приймаю Політику конфіденційності та Загальні умови перевезення ТОВ "Авіалінії Візз Ейр Україна".
 - Button: ПРОДОВЖИТИ

Рис.3.4. Результати пошуку рейсів

Зправа вказана загальна вартість квитка, яка склала 1048 грн. Ціна, зазначена на сайті, дійсна на момент бронювання і не гарантується, що вона такою і залишиться, якщо Ви за будь-якої причини перервали бронювання. У такому випадку відображається ціна згідно з новим запитом наявності місць. Якщо нас все задовольняє, тиснемо «продовжити».

Ми перейшли до сторінки, де треба вказати Ваше прізвище та ім'я, тип реєстрації, відомості про багаж, ручну поклажу та можливий спорт інвентар, який коштує ще 460 грн. (рис.3.5). Вводити прізвище та ім'я пасажир треба латинськими літерами, згідно з паспортними даними, з яким пасажир буде подорожувати. Якщо у вас 1 місце багажу, воно безкоштовне, якщо 2 чи 3, то Ви повинні заплатити 403 грн. та 803 грн. відповідно. Вартість всіх обраних опцій буде додана до загальної вартості в правій частині екрана.

Рис. 3.5. Внесення інформації про пасажирів

Тиснемо «продовжити» і на наступній сторінці (рис.3.6) ми можемо ознайомитися з додатковими послугами, такими, як пріоритетна посадка, додатковий простір для ніг чи певне місце в літаку. Також можемо отримати інформацію про політ, трансфер до та з аеропорту.

Рис. 3.6. Вибір додаткових послуг

Якщо ви маєте особливі вимоги до подорожі, ви можете повідомити авіакомпанії про це. Якщо вам потрібно крісло на колесах, ви перевозите багаж нестандартного розміру, або потребуєте інших спеціальних послуг, а/к пропонує зв'язатися з їх Інформаційно-довідковим центром у день замовлення. Запити через мережу Інтернет не приймаються. Wizz Air, як авіакомпанія з низькою вартістю послуг, не пропонує харчування на борту. Пасажири можуть придбати напої та закуски у Wizz-кафе.

На подальших сторінках «Контактна» та «Оплата» (рис. 3.7.) Ви вказуєте контактну інформацію та обираєте спосіб оплати відповідно.

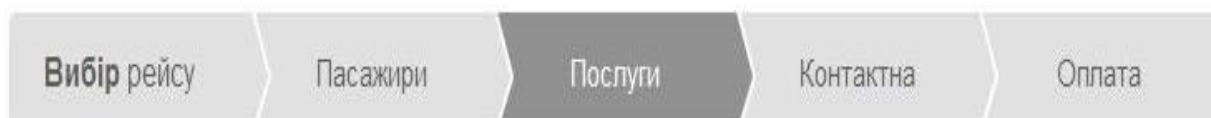


Рис. 3.7. Меню при бронюванні авіаквитка

В авіакомпанії Wizz Air не використовують квитки. Після здійснення замовлення онлайн або через телефонний інформаційний центр, ви не отримаєте жодних друкованих квитків. Підтвердженням вашого замовлення є код підтвердження. Запишіть собі цей код. Компанія Wizz Air надішле вам електронний лист-підтвердження, що міститиме графік подорожі та код підтвердження. У разі реєстрації в аеропорту лист буде вашою квитанцією – його можна надрукувати та взяти з собою до аеропорту в день подорожі й показати на стійці реєстрації.

Перельоти Wizz Air можна оплачувати за допомогою кредитної чи платіжної картки. Замовлення та оплату можна здійснити через турагентів, які є партнерами. Wizz Air приймає наступні форми платежу:

- банківська картка: платіжні та кредитні картки Visa, Visa Electron, MasterCard та Maestro;

- банківський переказ.

Зміна умов резервування

а) Змінення часу рейсу та пункту призначення

Ви можете змінити дату, час відправлення та пункт призначення свого рейсу за допомогою Інформаційно-довідкового центру або туристичної агенції не пізніше ніж за 3 години до часу відправлення рейсу за розкладом. Вам доведеться сплатити збір за змінення та різницю у тарифах, якщо така буде. Якщо тариф або відповідні податки, збори чи витрати є меншими для нового перельоту, повернення грошей не здійснюється.

б) Зміна імені пасажера

Ім'я та/або прізвище пасажера можна змінити онлайн або через Інформаційно-довідкову службу не пізніше ніж за 3 години до часу відправлення рейсу за розкладом. Вам доведеться сплатити збір за змінення імені. Збір за змінення імені стягується за кожну зміну імені і/або прізвища за рейс в один бік.

Після проходження реєстрації он-лайн Ви все ще можете внести зміни у своє замовлення (окрім зміни рейсу та зміни імені і/або прізвища) або придбати додаткові послуги.

Після проходження реєстрації онлайн Ви можете здійснити змінення рейсу, а також імені і/або прізвища, в режимі онлайн або через Інформаційно-довідкову службу не пізніше ніж за 4 години до відправлення Вашого рейсу за розкладом. Вам доведеться сплатити збір за змінення. Будь ласка, зауважте, що у випадку змінення рейсу або імені/імені та прізвища після проходження реєстрації онлайн Вам доведеться пройти реєстрацію знову та повторно надрукувати посадковий талон. Сума збору за змінення рейсу буде вищою, якщо Ви вносите зміни протягом 30 днів до відправлення.

Для впровадження на підприємстві додаткових послуг бронювання авіаквитків компаній-дискаунтерів ми повинні зрозуміти чи є в цьому сенс.

Для цього було проведено маркетингове дослідження шляхом опитування людей. Їм було задане питання:

Наскільки Вас стримує ціна авіаквитка?

- а) Сильно
- б) Несильно

Усього в опитуванні взяло участь 100 осіб. Результати опитування відображені на рис. 3.8.

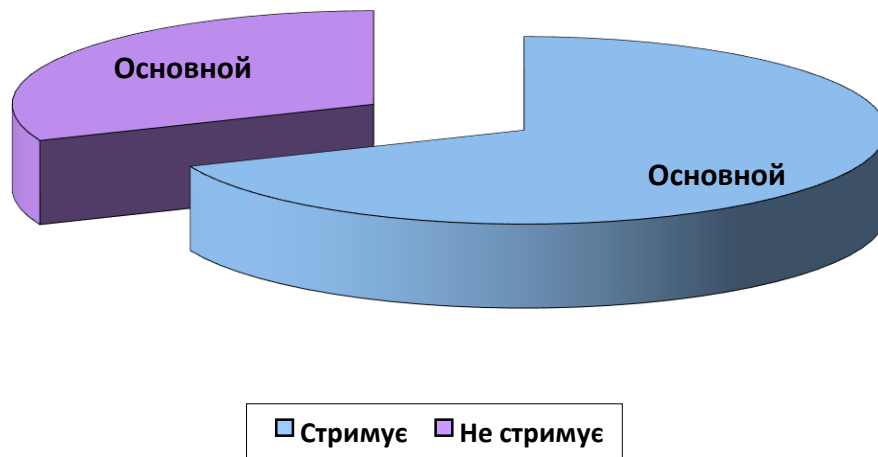


Рис. 3.8. Кількість опитаних.

Як бачимо з діаграми, 68 осіб відповіло, що при покупці авіаквитка їм дуже важна його вартість. 31 особу ціна квитка не стримує від подорожі.

В процесі дослідження були опитані особи з різним рівнем доходу (табл. 3.3)

Таблиця 3.3.

Кількість опитаних за рівнем доходу

Рівень доходу, грн	Кількість опитаних, осіб
До 5000	36
5000-7000	24
7000-10000	22
Більше 10000	18
Усього опитаних	100

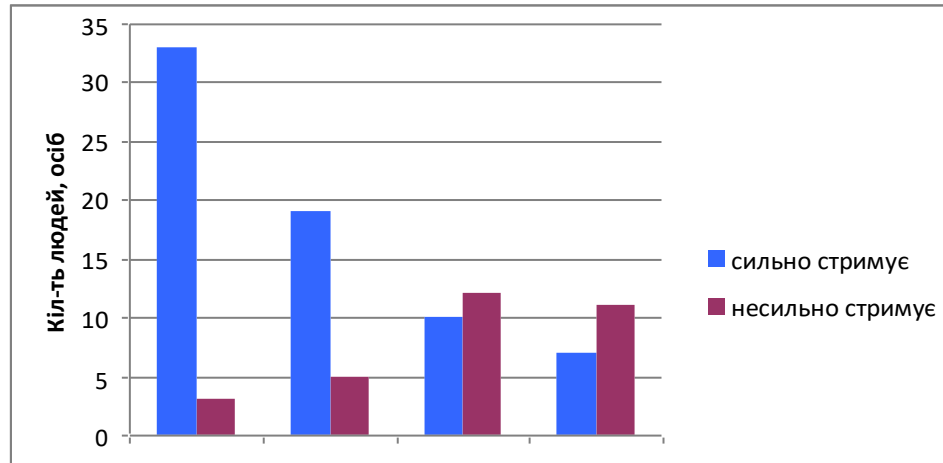


Рис.3.9. Залежність між рівнем доходу опитаних та їх відповідями

З рис. 3.9 видно, що найбільше всього ціна авіаквитка стримує людей з рівнем доходу до 5000 грн, на другому місці – 5000-7000 грн, на третьому – 7000-10000 грн. і менш важлива вартість квитка для тих, у кого дохід складає більше 10000 грн.

Таблиця 3.4.

Розподіл опитуваних за рівнем доходу та частотою подорожі

Рівень доходу, грн	Часто подорожують, осіб	Нечасто подорожують, осіб
До 5000	4	32
5000-7000	7	17
7000-10000	14	8
Більше 10000	15	2

Простежимо залежність частоти здійснення подорожей від рівня доходу опитаних на рис. 3.10.

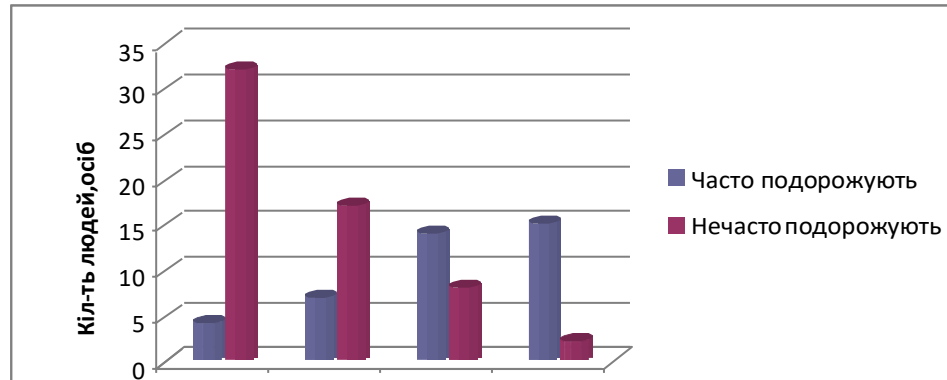


Рис. 3.10. Залежність між рівнем доходу опитаних та частотою подорожей

З рис. 3.10 бачимо, що найчастіше подорожують люди з доходом від 7000 грн. і більше. В результаті маркетингового дослідження можна зробити висновок, що ці люди, серед опитаних осіб, могли б стати нашими потенційними клієнтами, а саме 29 осіб, яких ми можемо обслужити приблизно за 3 місяці. Цей результат знадобиться для подальших розрахунків в розділі 3.3.

3.3. Економічне обґрунтування введення послуги бронювання авіаквитків low-cost компаній на тур підприємстві «Анекс Тур»

Для бронювання авіаквитків існують спеціальні системи бронювання. Однією з них є КБС Amadeus.

AMADEUS – Провідна Глобальна Розподільна Система, що забезпечує в режимі реального часу доступ до ресурсів провайдерів туристичних послуг (авіакомпаній, готелів, компаній по прокаті автомобілів, страхових компаній і т.д.) і розподіл цих ресурсів серед туристичних агентств 139 країн світу. Система Amadeus надає доступ до ресурсів 513 авіакомпаній (у тому числі й українських), що становить більше 95% світового ринку регулярних пасажирських авіап перевезень, а також 52731 готелів, об'єднаних в 322 готельні ланцюжки, 46 компаній по прокаті автомобілів і дозволяє працювати із продуктами туроператорів, залізницями, круїзними й страховими компаніями.

Будучи безумовним лідером у Європі й Південній Америці, система Amadeus займає міцні позиції на американському ринку, а також в Африці й Азії.

Система Amadeus є самою молодшою зі всіх сучасних систем бронювання авіаквитків, була розроблена в 1987 році й почала повноцінне функціонування з 1992 р.

Комп'ютерна система бронювання Amadeus, представлена на українському ринку з 1997 р. Разом зі збільшенням інтенсивності резервування росте й число агентств – користувачів системи. [44, с.56-78].

Amadeus в Україні це:

доступ до ресурсів більше 780 закордонних і українських авіакомпаній;
можливість бронювання номерів більш ніж в 51000 готелів по усьому світі;

доступ до ресурсів 52 автопрокатних компаній по усьому світі;

більше 500 туристичних агентств, що працюють із системою Amadeus;

більше 800 терміналів, підключених до системи Amadeus в Україні;

безкоштовне навчання роботі в системі бронювання співробітників компанії, що встановлюють Amadeus.

Найбільша кількість терміналів туристичних агентств і офісів авіакомпаній із продажу авіаквитків підключено до системи Amadeus. Amadeus – лідер українського ринку по головному показнику діяльності КСБ – обсягам бронювання.

Підключення.

Amadeus Selling Platform – це найпопулярніше у світі рішення для професійної продажу туристичних послуг. Початком співробітництва є підключення до системи Amadeus. З Amadeus Selling Platform агентства отримують доступ до широкого спектру туристичних послуг: бронювання авіаперельотів і залізничних квитків, номерів у готелях, оренда автомобілів, оформлення страхових полісів, бронювання квитків на концерти та виставки.

Amadeus пропонує 2 варіанти підключення до системи Amadeus Selling Platform – Easy Start і Amadeus Selling Platform Pro – залежно від потреб агентства. Amadeus Selling Platform Easy Start – пакет економічних рішень Amadeus, який дозволить агентствам надати клієнтам весь спектр туристичних послуг. Рекомендовано даний пакет підключення для агентств, які починають свою діяльність в сфері туризму і авіаперевезень.

Amadeus Selling Platform Pro – кращий в індустрії подорожей високопродуктивний, надійний інструмент бронювання, що дозволяє отримати доступ до системи. Даний тип підключення рекомендується для досвідчених користувачів, так як пакет передбачає нефіксовану абонентську плату за користування системою.

Абонентська плата нефіксована розраховується за формулою:

$$X = 75 - R * (1-3 \text{ терміналів}),$$

де X – оплата на місяць,

75 – місячна сегментна норма,

R – кількість заброньованих Net сегментів у Вашому офісі протягом місяця.

Сегмент – це одиниця резервування для однієї людини (авіапереліт між двома пунктами, перебування, прокат автомобіля).

Net сегмент – різниця між кількістю заброньованих (Added) і знятих (Canceled) сегментів за певну одиницю часу.

Підключення до системи здійснюється без додаткової оплати.

Щоб працювати з системою Амадеус, нам потрібно найняти ще одну людину, яка буде працювати в ній. Знайдемо витрати підприємства, якщо воно підключиться до Амадеуса, за формулою:

$$B = B_n + ((975 - 3R)) \times 4 + 3П \times 12 \quad (3.1.)$$

де B – річні витрати на використання Амадеус;

B_n – витрати на навчання людини, яка працюватиме з Амадеус;

3R – кількість заброньованих Net сегментів за квартал.

(975-3R) – абонплата Амадеус за квартал

ЗП – заробітна плата людини, яка працюватиме з Амадеус. З 01.01.2014 р. становить 3000 грн. на місяць, а з урахуванням начислень становитиме $3000 \cdot (1 + 0,3676)$, тобто 4102,80 грн. Обрахуємо загальні витрати на використання Амадеус:

$$V = 1980 + ((975 - 3 \times 29 \times 11,25) \times 4 + 4102,80 \times 12) = 51228,60 \text{ грн}$$

Знайдемо можливий дохід від бронювання авіаквитків через Амадеус.

$$D_a = (C \times n) \times 4 \quad (3.2)$$

де D_a – можливий річний дохід від Амадеуса

C – агенський збір за бронювання

n – кількість потенційних клієнтів за квартал

$$D_a = (150 \times 29) \times 4 = 17400 \text{ грн}$$

Тоді річний прибуток підприємства знайдемо за формулою:

$$P = D_a - V \quad (3.3)$$

$$P = 17400 - 51228,60 = -33828,60 \text{ грн}$$

Тепер розрахуємо прибуток, який ми можемо отримати, бронюючи квитки на сайтах бюджетних перевізників.

Для того, щоб бронювати на сайтах лоукостерів, нам не потрібне ніяке спеціальне підключення або людина зі спеціальними знаннями, тобто нам нікого не треба наймати. Достатньо мати підключення до мережі Інтернет.

Для початку знайдемо середню вартість авіаквитка. Для цього було знайдено декілька рейсів на сайтах low-cost перевізників (табл. 3.5.). Ціни вказані на травень місяць.

Таблиця 3.5.

Розрахунок середньої вартості авіаквитка

А/к	Рейс	Вартість, грн
Wizzair	Київ (Жуляни) – Лондон Лутон	729

Продовження табл. 3.5

Wizzair	Київ – Рим Ф'юмічіно	519
Airarabia	Київ – Шарджа	2078
Vueling	Київ – Барселона	1090
Wizzair	Київ (Жуляни) – Дубай	419
Wizzair	Київ (Жуляни) – Софія	419
Усього		5254
Середня вартість квитка		875,6

Наприклад, ми матимемо з цієї вартості 10%, що дорівнює 87,56 грн.

Дохід від бронювання авіаквитків, знайдемо по формулі:

$$D = (n \times C) \times 4, \quad (3.4)$$

де D – можливий річний дохід від послуг бронювання авіаквитків на сайтах;

n – кількість потенційних клієнтів за квартал;

C – 10 % агентський збір у вартісному вираженні.

Кількість потенційних клієнтів беремо з маркетингових досліджень. З 29 чоловік. В результаті отримуємо дохід:

$$D = (29 \times 87,56) \times 4 = 10156 \text{ грн}$$

Так як при бронюванні з сайтів ми не потребуємо витрат на встановлення спеціальних програм та наймання й оплату праці додаткової людини зі спеціальними знаннями, можна доручити таке бронювання менеджеру з додатковою оплатою за витрачений додатковий робочий час. Окрім того, для проведення оплати потрібно буде оформити корпоративну платіжну картку класу Visa Standart, вартість випуску та річного обслуговування у Приват Банку, наприклад, становить 200 грн. Перевірка алгоритму бронювання показала, що на бронювання, проведення платежу та

оформлення електронного білета менеджер в середньому витратить приблизно 1 годину робочого часу. Виходячи з місячної заробітної плати 2500 грн., та 8-годинного робочого дня з 23 робочими днями на місяць в середньому, отримаємо такі додаткові витрати:

$$B=2500/(8*23)*(1+0,3676)*29*4+200=18,58*29*4+200=2355,46 \text{ грн.}$$

Отже, витрати на такий спосіб бронювання відносно невеликі, тож прибуток становитиме:

$$P=10156,00 - 2355,46=7800,54 \text{ грн.}$$

Таким чином, при відносно невеликій кількості клієнтів бронювання авіаквитків стає не вигідним з використанням Амадеус, в зв'язку з необхідністю наймання та навчання додаткового співробітника. Однак, бронювання авіаквитків на сайтах лоу-костерів при умові невеликої кількості клієнтів не потребує великих додаткових витрат і може принести додатковий прибуток. Безумовно, такий підхід має досить великі обмеження, в першу чергу, невелика кількість існуючих маршрутів лоу-костерів, та поступове зростання навантаження на співробітника за умови зростання кількості клієнтів потребуватимуть інших підходів для здійснення обслуговування. Розрахуємо таку кількість клієнтів, коли стане більш вигідним бронювання з використанням Амадеус. Для виконання такої умови потрібно буде знайти рішення рівняння $P_A > P_c$:

$$D_A - B_A - D_c + B_c > 0$$

Проведені розрахунки дають кількість 119,64 (округлено 120) клієнтів на квартал, тобто для забезпечення більшої прибутковості використання Амадеус потрібно обслуговувати приблизно 40 клієнтів на місяць. Оскільки поки що підприємство не має такої кількості авіа мандрівників, оптимальним буде використання бронювання через сайти лоу-кост авіакомпаній, як таке, що не потребує великих витрат та дає помірні додаткові прибутки.

Висновки за розділом 3

У 3 розділі дипломної магістерської роботи були розглянуті шляхи підвищення ролі інформаційних технологій у менеджменті турпідприємства ТОВ «Анекс Тур».

Відомо, що найбільша частка витрат підприємства припадає на обслуговування туриста (перевезення, розміщення, харчування), тому саме тут необхідно шукати резерви оптимізації. Управління цими витратами в силу особливостей турбізнесу обмежується процесом вибору постачальників послуг, що пропонують найбільш вигідні умови співпраці. Особливо перспективним бачиться залучення в цей процес бюджетних авіакомпаній.

Підприємству «Анекс Тур» було запропоновано ввести додаткову послугу бронювання авіаквитків на сайтах low-cost перевізників.

Авіакомпаніями low-cost є перевізники, що пропонують послуги за цінами, нижче, ніж пропонують традиційні авіакомпанії. Вони здійснюють в основному регулярні рейси по найбільш популярних напрямках. Здешевлення вартості перевезення ці авіакомпанії досягають такими шляхами:

відмова від включення послуг харчування у вартість авіаквитка (їжа під час перельотів продається);

відмова від обслуговування в дорогих аеропортах і терміналах (в деяких аеропортах трапи підкочують вручну);

встановлення високої плати за багаж, що змушує пасажирів летіти без нічого, що знижує загальну вагу літака в польоті і тим самим витрата палива; здійснення літаком декількох рейсів на день (до 10-12), у той час як звичайні компанії здійснюють не більше 4-х, що сприяє зниженню цін на квитки;

здіяння малої кількості наземного персоналу (як правило, в 6-7 разів менше, ніж у традиційних компаніях);

продаж основної частини квитків через інтернет-сайти компаній, у той час як витрати звичайних компаній на комісійну винагороду або утримання міських авіакас становлять близько 10% вартості квитка;

відсутність можливості у клієнтів здавати квитки і встановлення високої плати за можливість поміняти дату вильоту, внаслідок чого невикористані квитки поповнюють бюджет авіакомпанії.

Також в цьому розділі були розглянуті різні бюджетні авіакомпанії України та світу. Одними з перших в Україні були 6 low-cost авіакомпаній: Wizz Air, Air Arabia, Germanwings, Flydubai, Pegasus Airlines, Norwegian AirShuttle. Були розглянуті й популярні low-cost перевізники світу, а саме: RYANAIR, Air Asia, easyJet, Southwest Airlines, Transavia, Jetstar Airways та інші.

Розглянут алгоритм бронювання на сайтах авіакомпаній-дискаунтерів, на прикладі авіаперевізника WizzAir. Бронювання складається з таких етапів, як: вибір рейсу, вибір остаточного рейсу з результатів пошуку, внесення інформації про пасажера, вибір додаткових послуг, внесення контактних даних, та вибір способу оплати й оплата квитка.

Для того, щоб зрозуміти, чи є введення бронювання авіаквитків доцільним, було проведено маркетингове дослідження в виді опитування людей. Метою було виявити наскільки людей стримує ціна авіаквитка від подорожі. В результаті виявлено, що 68 чоловік із 100 приділяють значну увагу вартості квитка. Враховуючи рівень доходу опитаних і їх відповіді, виявлено, що 29 осіб можна вважати потенційними клієнтами.

В 3 розділі магістерської роботи було наведене економічне обґрунтування введення послуги бронювання авіаквитків low-cost компаній на тур підприємстві «Анекс Тур».

Була розрахована вартість, якщо ми б встановили на підприємстві систему Amadeus.

Також, знайдено прибуток від додаткової послуги бронювання на сайтах бюджетних авіакомпаній.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АНЕКС ТУР»

4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт туристичної діяльності в ТОВ «Анекс тур»

В роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми.

В роботі ТОВ «Анекс тур» використовується програмний комплекс «САМО-Тур»-автоматизація туроператора.

За його допомогою можна здійснювати оцінку фактичного стану підприємства, а також прогнозувати і моделювати управлінські рішення.

Короткий опис програми. Програмний комплекс «САМО-Тур» призначений для туроператорів, він містить різні онлайн-модулі. Дозволяє створювати власний масовий або індивідуальний туристичний продукт, здійснювати онлайн-продаж своїх послуг, координувати роботу і погоджувати взаємодія з турагентствами, готелями, перевізниками і кінцевими клієнтами, містить модулі бухгалтерського обліку та аналітики, сумісними з «1С:» для ефективного ведення туроператорської діяльності не тільки в Росії, але і в інших країнах.

Розробник. Розробником програми «САМО-Тур» є компанія «САМО-Софт», заснована в 1991 році, спеціалізується на розробці програмного забезпечення для автоматизації підприємств туристичної галузі. САМО-Софт сьогодні - це: величезний досвід; високий професіоналізм; згуртована команда; гідна репутація; ефективні бізнес-технології; корпоративні традиції; відкритість; взаєморозуміння; довірче співробітництво з партнерами; амбітний менеджмент; прагнення до самовдосконалення; бізнес з широкою

продуктовою лінійкою для всіх учасників туристичного ринку; партнери, клієнти, дилерська мережа і представництва на території Росії і за кордоном.

Компанія «САМО-Софт» надає своїм замовникам послуги впровадження, супроводу, навчання, консалтингу, сертифікації та технічну підтримку всіх реалізованих програмних рішень і продуктів.

Функції і можливості програми. Програма має наступні основні розділи:

- тури;
- довідники;
- платежі;
- майстри;
- вихідні документи;
- сервісні режими.

Розділ «Тури» дозволяє самостійно створювати тури, комплектуючи відповідні дані з «Довідників» транспорт, проживання, додаткові послуги. Так само є можливість заносити в базу даних вже готові програми від інших туроператорів.

«Майстер» - це алгоритм дій, який необхідно виконати для вирішення того чи іншого завдання в рамках програми. Всі дії, які виконує користувач щодо введення даних таких як: опис готелю, опис рейсу, завдання блоків для номерів і місць на рейсі, оформлення заявки, побудова звітів і т.д. покроково і послідовно ведуться програмою, що виключає прогалини при введенні інформації.

CAMO софт

САМО-тур - программа для автоматизации туроператора

[Описание программы](#)
[Дополнительные модули](#)
[Покупка и цены](#)
[Сопровождение](#)
[Поддержка](#)
[Обучающее видео](#)

САМО-тур

Комплексная система автоматизации туроператора. Программа служит единой платформой для решения абсолютно всех задач компании: создание и управление продуктом, управление заказами, оптимизация онлайн-продаж. Кроме этого в САМО-туре есть множество инструментов, расширяющих возможности туроператора для достижения целей бизнеса.

Преимущества

- Управление турпродуктом
- Управление продажами
- Гибкий механизм ценообразования
- Управление документооборотом
- Учет платежей от партнеров и покупателей
- Развитая система отчетности, статистики и аналитики
- Интеграция со страховыми компаниями
- Интеграция туроператора с GDS
- Подключение электронных платежей

ПРИОБРЕСТИ СЕЙЧАС

Программный комплекс «САМО-тур» предназначен для автоматизации и систематизации работы туроператоров.

Модули, которые входят в базовый функционал этой программы, позволяют:

- ✓ наладить удобную и эффективную систему работы по формированию туристических продуктов и специальных предложений, по бронированию туров и гостиничных номеров, а также по учету платежей.
- ✓ получать точную и актуальную информацию о работе туроператора благодаря системе отчетов и статистики.
- ✓ Базовый функционал программы включает в себя модуль, который позволяет туроператору наладить гибкую ценовую политику. С его помощью можно быстро рассчитать стоимость продукта с учетом той или иной наценки, комиссии или скидки, и предложить партнерам и клиентам оптимальные цены на туристический продукт.

В зависимости от задач и специфики работы туроператора, функционал «САМО-тур» можно расширить с помощью двух программных блоков:

- ✓ система «On-line для «САМО-тур»» позволяет искать и бронировать туры, работать с заявками, получать актуальную информацию о специальных предложениях, свободных местах на рейсах — и так далее;
- ✓ «региональный модуль» предназначен для организации взаимодействия между центральными и удаленными офисами компании.

Рисунок 4.1 Скриншот сайту «Само тур».

Довідники. Дані в програмі «САМО-Тур» представлені у вигляді довідників. Кожний з яких. Являє собою таблицю з інформацією, розбитою по колонках. Застаріла інформація виділяється сірим кольором, дані, на які слід звернути увагу - виділяються червоним кольором. Програма «САМО-Тур» має довідники клієнтів, готелів, перевізників, партнерів і т.д.

Довідник «ГОТЕЛІ». У довіднику «Готелі» є два блоки: опис готелю і номерів (можуть бути описані кілька номерів: апартаменти, одномісний, двомісний і т.д.). До кожного номеру можуть відповідати кілька варіантів розміщення (2 дорослих, 1 дорослий і т.д.). У другому блоці розміщені відповідні ціни, які не прив'язані ні до номерам, а прив'язані до відповідного розміщення.

Опис готелю включає в себе сервіс в готелі, його розташування, наявність додаткового обладнання, варіанти харчування. До опису можуть бути додані документи наступних форматів: MS Word, MS Excel, * .bmp, * .gif. Що дозволяє зробити опис більш повним та забезпечити його відповідними ілюстраціями.

Також є можливість вибору встановленої ціни продажу:

- пряма ціна продажу
- розрахунок на підставі комісії туроператора.

Довідник «РЕЙСИ». У довіднику «РЕЙСИ» є два блоки: блок з описами кожного класу місць рейсу (економ, бізнес, перший і т.д.). Є можливість вибору блоку місць у даній рейсу. У кожному класі можуть бути кілька варіантів розміщення (1 дорослий, 1 дорослий + 1 дитина 0-2 років і т.д.). У другому блоці вказані ціни, які відповідають варіанту розміщення в даному класі. Також є можливість об'єднання рейсів за принципом «туди-назад» і період, протягом якого діє ціна.

Також є можливість вибору встановленої ціни продажу:

- пряма ціна продажу
- розрахунок на підставі комісії туроператора.

Довідник «ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ». У довіднику «ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ» при виборі міста, в якому надається послуга, можна вибрати «Партнера», що надає послугу і безпосередньо самі додаткові послуги, такі як: трансфер, екскурсія, заходи і ціни цих послуг.

Також є можливість вибору встановленої ціни продажу:

- пряма ціна продажу
- розрахунок на підставі комісії туроператора.

Довідник «СТРАХОВКИ». У довіднику «Страховки» розміщена інформація про страхування туристів з відповідними цінами. При вказуванні ціни страховки за 1 день, програма додасть суму страховки на кількість днів.

Довідник «ВІЗИ». У довіднику «ВІЗИ» є два блоки: блок з даними «Візові країни». Де необхідно вибрати партнера, що видає візу, тип візи і термін її дії. У другому блоці вказані ціни, які відповідають варіанту візи. програмний онлайн туроператор

Також є можливість вибору встановленої ціни продажу:

- пряма ціна продажу
- розрахунок на підставі комісії туроператора.

Особливості програми «САМО-Тур»

- сумісність з бухгалтерською програмою «1С»
- сумісність з системою «Банк-клієнт»
- в довідник «Партнери» внесені всі туроператори, представлені в пошуковій системі «Андромеда», а також список всіх туроператорів України і країн СНД

- в довіднику «Напрямки» внесені всі країни з їх столицями
- по кожній країні внесені пам'ятки в розділі «Довідники»
- має унікальну систему прав доступу
- має мобільну версію, сумісну з Android і IOS.

Переваги та недоліки програми «САМО-Тур»

Безсумнівною перевагою програми є комплексне управління роботою туроператора, що дозволяє організувати єдиний облік розрахунків, туристів, можливість виведення фінансової та управлінської статистики, висновок її в графічному режимі. Програма дозволяє оптимізувати роботу співробітників туроператора, скорочуючи витрати часу на підбір необхідного туру, завдяки зручному інтерфейсу і наявності вичерпної інформації.

До недоліків можна віднести не малу вартість, об'ємність і ваговитість програми, що може бути не дуже актуально для невеликих фірм. Для кращої роботи необхідна індивідуальне налаштування програми під конкретну організацію.

Згідно з даними офіційного сайту: www.samo.ru

4.2. Аналіз Інтернет-контенту підприємства туризму ТОВ «Анекс тур»

В сучасних умовах одним з найефективніших засобів комунікації та реклами стає мережа Інтернет. Для фірм, які займаються туристичним бізнесом, Інтернет є найкращим засобом для реклами. Мережа дає можливість з мінімальними витратами поінформувати багатомільйонну цільову аудиторію про послуги фірми. Крім того, перевагами реклами в Інтернеті є те, що вона дозволяє передавати текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію.

На сьогоднішній день практично всі туристичні підприємства використовують інформаційні технології (ІТ) в своїй діяльності. Більше того,

в останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет.

ТОВ «Анекс тур» також має власний сайт на якому можна ознайомитися з:

- останніми новинами в туристичному світі;
- акції на тури;
- інформацією про країни і курорти, в напрямки яких пропонуються тури;
- асортиментом пропонованих турів і напрямків;
- штатом працівників компанії і місце розташування;
- додатковою інформацією про компанію (історію створення, логотип, найменування, ліцензії, сертифікати)

В наш час люди звикли попередньо ознайомлюватися з інформацією про підприємство, тому наявність власного сайту значно полегшує роботу і економить час при пошуку. При створенні сайту власники розуміли, що незабаром сайт стане «обличчям» підприємства, що буде створювати перше враження на потенційного споживача. Тому сайт наразі є: привабливим, зручним у використанні, містить актуальну, достовірну і періодично оновлювану інформацію.

Зрозуміло, що наявність сайту дає певні переваги, але також існують і недоліки. Створення сайту потребує початкових інвестицій. Необхідно не тільки створити сам інтерфейс, але й підготувати якісні фото, промо-відео тощо. Для того, щоб сайт був ефективним, необхідно оптимізувати його для пошукових систем. І головне, адміністрування сайту та оплата сервера і домену потребують постійних витрат.

На сайті передбачена можливість спілкування з клієнтами та відвідувачами, форма зворотного зв'язку, оскільки в процесі спілкування є можливість отримувати додаткову інформацію про потреби клієнтів, їх оцінку порталу тощо. Спілкування з клієнтами може здійснюється через листування по електронній пошті та соціальних мережах (Facebook, telegram, Viber, Instagram), також проводяться короткі опитування на різні теми (враження від обраного туру, якість обслуговування, переваги і недоліки, про те як клієнти дізналися про підприємство тощо).

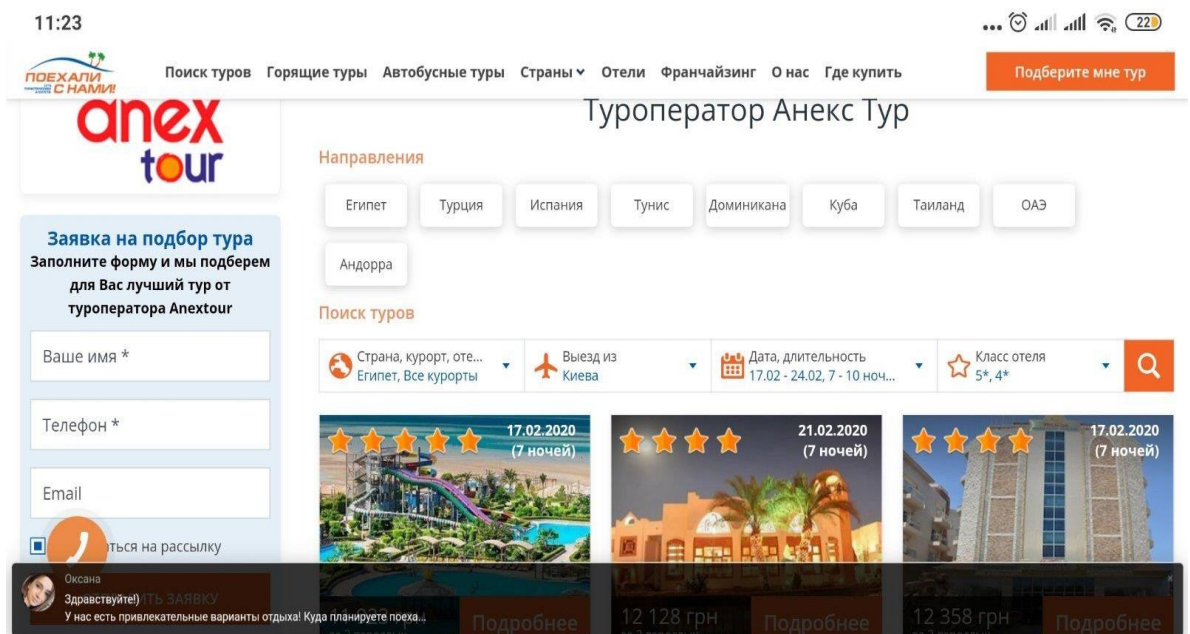


Рисунок 4.2 «Анекс тур» турфірма «Поїхали з нами».

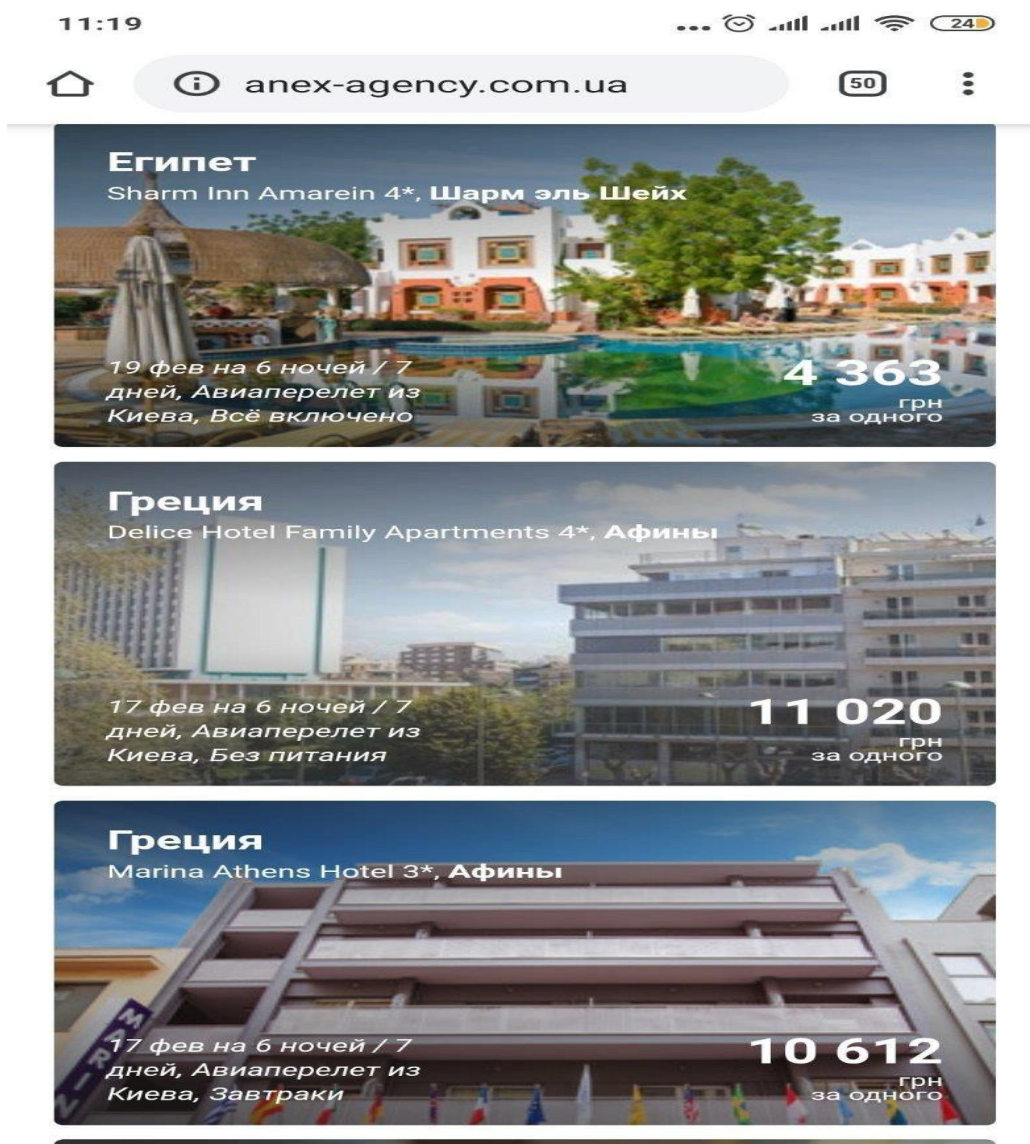


Рисунок 4.3. Структура сайта ТОВ «Анекс тур»

Джерело : <http://www.anextour.com.ua/>

Після дослідження сайту та Інтернет-сторінки ТОВ «Анекс тур» можемо скласти таблицю з оцінками інтернет-контексту, одночасно порівнявши дані з найближчими конкурентами (табл.4.1.).

Таблиця 4.1.

№ з/п	Критерії	АТ	TPG	TEZ
1	Дизайн сайту	7	7	5
2	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	1	1	1
3	Форма для зворотного зв'язку із турфірмою або вікно для онлайн виклику	8	9	7
4	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	9	8	6
5	Наявність мапи сайту	7	8	5
6	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10	10	10
7	Наявність мобільного додатку	0	0	0
8	Характеристика турів	9	9	9
9	Галерея	10	10	7
10	Характеристика турфірми, об'єм корисної інформації для гостя	8	7	6
11	Наявність на сайті відеоматеріалів	8	8	9
12	Можливість бронювання авіаквитків	10	10	0
13	Огляд новин	10	10	0

14	Наявність гостьової книги відгуків	0	0	0
15	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	0	0	0
16	Інформація про акції турфірми	10	10	10
17	Опис основних і додаткових послуг	8	9	5
18	Наявність розсилки на e-mail споживачів	6	7	4
19	Графа зустрічей та заходів	9	7	9
20	Інформація про співпрацю або партнерів	10	10	4
21	Наявність віконця курсу валют	10	10	10
22	Вакансії турфірми	10	10	0
23	Зручність сайту	7	5	4
24	Рівень подання інформації	8	7	5
	Середнє значення	7.3	7.2	4.9

Провівши оцінку інтернет-контенту туристичного підприємства ТОВ «Анекс тур» можна зробити висновки, що підприємство приділяє недостатньо уваги для розвитку свого сайту та його наповненню.

4.3. Пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності підприємства туристичної діяльності ТОВ «Анекс тур»

ТОВ «Анекс тур» має зареєстровані акаунти у таких соціальних мережах як: Facebook, telegram, Viber, Instagram тощо, у яких ведеться активна робота з залученими користувачами до спільнот та поширенням новин та акційних пропозицій.

Для пропонування змін до інформаційної діяльності туристичного оператора слід провести порівняння сторінок у соціальних мережах інших великих туристичних операторів і зробити аналіз їхньої діяльності в соціальних мережах.

Таблиця 4.2.

Популярність офіційних сторінок основних туроператорів України в соціальних мережах

Туроператор	Facebook		Instagram	
	Кількість людей, яким це подобається	Кількість людей, які стежать	Кількість людей, яким це подобається	Кількість людей, які стежать
TUI Ukraine	143542	148059	1 389	34900
Join Up!	36101	44439	606	28700
Tez tour	48389	51259	-	-
Anex tour	15191	19245	-	-
Coral travel	93871	106858	4265	189000

Джерело: розроблено автором за даними з Facebook

Аналіз інформаційної діяльності туристичних операторів говорить про те, що всі намагаються вести активну роботу в соціальній мережі Facebook, та Instagram. Кількість дописувачів та кількість «лайків» поставленим туроператор відрізняються суттєво, що говорить про «природне» походження

і тих, і інших. ТОВ «Анекс тур» не займає лідируючі позиції у даному рейтингу, а займає останнє місце серед п'яти проаналізованих учасників.

Як видно ТОВ «Анекс тур» з проведеного аналізу інформаційної діяльності туристичного оператор в соціальних мережах, відбувається слабкий розвиток в сфері просування сторінки бренду в Instagram, Facebook.

З метою поліпшення складеної ситуації слід вжити певні заходи, а саме можна провести конкурс на сторінці в Instagram та Facebook кінцевим результатом якого буде розіграш туру серед учасників конкурсу. Призом для переможця буде сертифікат на придбання туру за знижкою 10%.

Суть та структура конкурсу.

Конкурс проводитиметься на головній сторінці ТОВ «Анекс тур» в Instagram та Facebook. Буде опубліковане фото з відповідним підписом. Умови конкурсу будуть дуже легкі та можливі для здійснення будь-яким користувачем, а саме:

- Поставити «лайки» декілька останніх фото
- Бути підписаним на Instagram, Facebook -профіль
- Відмітити десяти друзів в одному коментарі (саме «живих» користувачів, не інтернет-магазини чи блоги)
- Чекати розіграшу рандом 1 липня.

Конкурс розпочнеться 1 червня та триватиме до 31 червня. 31 червня закриються коментарі і 1 липня відбудеться розіграш рандом за допомогою порталу www.random.org.

Після визначення переможця, яке відбудеться у «прямому ефірі», буде перевірено учасника на дотримання умов конкурсу, якщо все буде добре, то буде опубліковано відповідний пост та сторіс з оголошенням переможця та його відміткою. Після оголошення та відмітки агенція повинна зв'язатися с особою-переможцем та запросити до офісу задля вручення виграшного сертифікату та подальшого оформлення туру.

Для розрахунку провадження конкурсу необхідно взяти до уваги наступні фактори: середню вартість туру, що складає 15835 грн та вартість, яка піде на рекламу провадженого конкурсу, вартість якої складатиме 10000 грн.

Проведемо розрахунок та дізнаємось вартість туру зі знижкою 10%, $15835 - 1583,5 = 14251,5$ грн. Витрати на провадження конкурсу складатимуть $1583,5 + 10000 = 11583,5$ грн, - витрати на знижку на тур разом с витратами на рекламу.

Враховуючи вищенаведені дані можемо вирахувати прибутковість підприємства з продажу туру «напрямую» з урахуванням, що відсоток, який отримає підприємство – 4. Отже, прибутковість для підприємства з продажу одного туру складає – 633,4 грн.

Для перекриття «діри в бюджеті» утвореної за рахунок проведення конкурсу, реклама має привести 15 клієнтів, що куплять путівку. Розрахунок проводиться відношенням середньої вартості туру до прибутку підприємства з продажу одного туру на одну особу-клієнта.

Таблиця 4.3

Результати розрахунку економічної ефективності проведення конкурсу в Instagram з розрахунку на 1 клієнта

Назва показника	Значення показника
Витрати на рекламу	10000
Витрати на знижку	1583,5
Чистий прибуток	633,4
Кількість додатково залучених клієнтів	15

Джерело: розроблено автором за даними з Instagram, Facebook.

За результатами проведеного аналізу можемо зробити висновок, що проведення подібних конкурсів є необхідним задля збільшення кількості дописувачів у соціальній мережі Instagram, Facebook підвищення активності в профілі туристичного оператора та збільшення клієнтів, залучених через рекламу.

Висновок до розділу 4

В роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми.

В роботі ТОВ «Анекс тур» використовується програмний комплекс «САМО-Тур»-автоматизація туроператора.

На сьогоднішній день практично всі туристичні підприємства використовують інформаційні технології (ІТ) в своїй діяльності. Більше того, в останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет.

ТОВ «Анекс тур» також має власний сайт на якому можна ознайомитися з:

- останніми новинами в туристичному світі;
- акції на тури;
- інформацією про країни і курорти, в напрямки яких пропонуються тури;
- асортиментом пропонованих турів і напрямків;
- штатом працівників компанії і місце розташування;

ТОВ «Анекс тур» має зареєстровані акаунти у таких соціальних мережах як: Facebook, telegram, Viber, Instagram тощо, у яких ведеться активна робота з залученими користувачами до спільнот та поширенням новин та акційних пропозицій.

За результатами проведеного аналізу можемо зробити висновок, що проведення подібних конкурсів є необхідним задля збільшення кількості

дописувачів у соціальній мережі Instagram, Facebook підвищення активності в профілі туристичного оператора та збільшення клієнтів, залучених через рекламу.

ВИСНОВКИ

У більшості сучасних літаків життєвий цикл не прив'язаний до конкретного терміну експлуатації, а залежить від того, як він експлуатувався та обслуговувався. При досягненні певного визначеного терміну для кожного його елементу, ці елементи просто замінюються. Це стосується всіх частин літака, навіть таких великих як консолі крила, двигуни, різні технічні системи, - каже Богдан Долінце. Старі літаки, яким 30 і більше років, згодом стають дорогими в експлуатації та нерентабельними, оскільки необхідно частіше замінювати різні деталі та ремонтувати системи. Тому такі літаки часто переобладнують у вантажні і далі використовують, або ж вони стають “донорами” деталей та частин для інших літаків.

Тобто, навіть далеко не новий літак, за умови правильного й своєчасного догляду та ремонту, за рівнем безпеки абсолютно нічим не поступається новим крилатим машинам, котрі щойно викотилися із заводського ангара.

З точки зору авіаційної безпеки всі літаки незалежно від віку мають відповідати заданим вимогам. Всі літаки перед польотом проходять перевірку систем персоналом з обслуговування літаків, державними інспекторами з авіаційної безпеки, а вже перед самим польотом фінальне рішення приймає ще й пілот літака. Тому, з точки зору безпеки для пасажирів насправді однаково, чи літак тільки з заводу, чи він вже раніше експлуатувався. Його рівень авіабезпеки перед польотом однаково контролюється відповідними службами. І тому ймовірність збою чи поломки систем надзвичайно мала.

За результатами дослідження операційної діяльності туристичного оператора «Анекс тур» можна зробити такі висновки:

- Туроператор «Анекс тур» є одним з лідерів туристичного ринку України, що забезпечується досвідом, а також конкурентними перевагами на найбільш популярних серед українців туристичних дестинаціях – Туреччина та Єгипет. Ключовим фактором успіху компанії є кадровий потенціал разом з

розвинутою корпоративною культурою. Основним недоліком в управлінні туристичним підприємством є маркетингова активність, робота з турагентами, що підтверджують опитування, проведені незалежними експертами, а також низький рівень присутності в соціальних мережах.

- У той же час, якщо оцінювати економічні показники роботи підприємства, то підприємство є прибутковим що забезпечується перш за все щорічним збільшенням кількості обслугованих клієнтів, розширенням асортименту турів.

- Основним партнером Анекс тур по авіап перевезенням є авіакомпанія «Азур ейр Україна», власником якої і є «Анекс тур». Анекс тур не використовує жодних авіакомпаній для організації чартерних рейсів окрім «Азур ейр Україна», що звужує можливості роботи компанії на ринку.

У 3 розділі дипломної магістерської роботи були розглянуті шляхи підвищення ролі інформаційних технологій у менеджменті турпідприємства ТОВ «Анекс Тур».

Відомо, що найбільша частка витрат підприємства припадає на обслуговування туриста (перевезення, розміщення, харчування), тому саме тут необхідно шукати резерви оптимізації. Управління цими витратами в силу особливостей турбізнесу обмежується процесом вибору постачальників послуг, що пропонують найбільш вигідні умови співпраці. Особливо перспективним бачиться залучення в цей процес бюджетних авіакомпаній.

Підприємству «Анекс Тур» було запропоновано ввести додаткову послугу бронювання авіаквитків на сайтах low-cost перевізників.

Авіакомпаніями low-cost є перевізники, що пропонують послуги за цінами, нижче, ніж пропонують традиційні авіакомпанії. Вони здійснюють в основному регулярні рейси по найбільш популярних напрямках. Здешевлення вартості перевезення ці авіакомпанії досягають такими шляхами:

відмова від включення послуг харчування у вартість авіаквитка (їжа під час перельотів продається);

відмова від обслуговування в дорогих аеропортах і терміналах (в деяких аеропортах трапи підкочують вручну);

встановлення високої плати за багаж, що змушує пасажирів летіти без нічого, що знижує загальну вагу літака в польоті і тим самим витрата палива;

здійснення літаком декількох рейсів на день (до 10-12), у той час як звичайні компанії здійснюють не більше 4-х, що сприяє зниженню цін на квитки;

здіяння малої кількості наземного персоналу (як правило, в 6-7 разів менше, ніж у традиційних компаніях);

продаж основної частини квитків через інтернет-сайти компаній, у той час як витрати звичайних компаній на комісійну винагороду або утримання міських авіакас становлять близько 10% вартості квитка;

відсутність можливості у клієнтів здавати квитки і встановлення високої плати за можливість поміняти дату вильоту, внаслідок чого невикористані квитки поповнюють бюджет авіакомпанії.

Також в цьому розділі були розглянуті різні бюджетні авіакомпанії України та світу. Одними з перших в Україні були 6 low-cost авіакомпаній: Wizz Air, Air Arabia, Germanwings, Flydubai, Pegasus Airlines, Norwegian AirShuttle. Були розглянуті й популярні low-cost перевізники світу, а саме: RYANAIR, Air Asia, easyJet, Southwest Airlines, Transavia, Jetstar Airways та інші.

Розглянут алгоритм бронювання на сайтах авіакомпаній-дискаунтерів, на прикладі авіаперевізника WizzAir. Бронювання складається з таких етапів, як: вибір рейсу, вибір остаточного рейсу з результатів пошуку, внесення інформації про пасажирів, вибір додаткових послуг, внесення контактних даних, та вибір способу оплати й оплата квитка.

Для того, щоб зрозуміти, чи є введення бронювання авіаквитків доцільним, було проведено маркетингове дослідження в виді опитування людей. Метою було виявити наскільки людей стримує ціна авіаквитка від подорожі. В результаті виявлено, що 68 чоловік із 100 приділяють значну увагу вартості квитка. Враховуючи рівень доходу опитаних і їх відповіді, виявлено, що 29 осіб можна вважати потенційними клієнтами.

В 3 розділі магістерської роботи було наведене економічне обґрунтування введення послуги бронювання авіаквитків low-cost компаній на тур підприємстві «Анекс Тур».

Була розрахована вартість, якщо ми б встановили на підприємстві систему Amadeus.

Також, знайдено прибуток від додаткової послуги бронювання на сайтах бюджетних авіакомпаній.

В роботі туристичних підприємств використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми.

В роботі ТОВ «Анекс тур» використовується програмний комплекс «САМО-Тур»-автоматизація туроператора.

На сьогоднішній день практично всі туристичні підприємства використовують інформаційні технології (ІТ) в своїй діяльності. Більше того, в останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет.

ТОВ «Анекс тур» також має власний сайт на якому можна ознайомитися з:

- останніми новинами в туристичному світі;
- акції на тури;

- інформацією про країни і курорти, в напрямки яких пропонуються тури;
- асортиментом пропонованих турів і напрямків;
- штатом працівників компанії і місце розташування;

ТОВ «Анекс тур» має зареєстровані акаунти у таких соціальних мережах як: Facebook, telegram, Viber, Instagram тощо, у яких ведеться активна робота з залученими користувачами до спільнот та поширенням новин та акційних пропозицій.

За результатами проведеного аналізу можемо зробити висновок, що проведення подібних конкурсів є необхідним задля збільшення кількості дописувачів у соціальній мережі Instagram, Facebook підвищення активності в профілі туристичного оператора та збільшення клієнтів, залучених через рекламу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про затвердження Правил безпеки громадян на залізничному транспорті України" від 24 березня 1998 р за N 193/2633.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для ВУЗов. - М.: АспектПресс, 2001.
3. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки - СПб.: Герда, 2001.
4. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів. - К., 2007.
5. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004.
7. Петров С.В., Шапкина К.Е. Планирование и организация транспортных путешествий. - М., 2007.
8. Сорк Д.И. Туризм. Транспорт. - М.: Спрос, 2008.у
9. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник. - Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003.
10. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма: Учеб. пособие для студ.высш. учеб. заведений / В.С.Боголюбов, В.П.Орловская. -- М.: "Академия", 2005.
11. Основы туристической деятельности. Ред. Г. И. Зорина. М.:Финансы и статистика, 2001.
12. Кабушкин *Н. И.* Организация туризма. -- Минск: Нов. знание, 2003.
13. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. - М.: Советский спорт, 2002.
14. Туризм как вид деятельности./ Ред. А.В. Квартальнов. М. : Наука, 2001.
15. Любіцева О.О. Методика розробки турів. - К., 2003.

16. Заруцька Олена Ігорівна. Забезпечення ефективності транспортного обслуговування туристів : Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний транспортний ун-т. -- К., 2005.
17. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003.
18. <http://www.mincult.gov.ua> - Офіційний сайт Міністерства культури і туризму України
19. https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/34191244/
20. <http://anextour.com.ua/page/272/about-us-ua>
21. <http://anextour.com.ua/page/20/contents?type=pressrelease>
22. Рейтинг agent-friendly туроператоров массового туризма Зима'18-19. *Українська асоціація туристичних агенцій* : веб-сайт URL: <https://uata.com.ua/2019/04/af-winter18-19/> (дата звернення: 20.10.2018)
23. Рейтинг tourist-friendly туроператоров. Зима'18-19. *Українська асоціація туристичних агенцій* : веб-сайт. URL: <https://uata.com.ua/2019/04/tf-w18-19/> (дата звернення: 20.10.2018)
24. Анализ сайта Анекс тур. *be1.ru* : веб-сайт. URL: <https://be1.ru/stat/joinup.ua> (дата звернення: 20.10.2018)
25. <http://turprofi.com.ua/novosti/3088-top-20-samykh-krupnykh-turoperatorov-ukrainy>
26. https://www.airlines-inform.ru/world_airlines/utair_ukraine.html
27. <https://avia.gov.ua/state-civil-aircraft-register-of-ukraine/>
28. <http://www.azurair.ua/azurair/our-fleet>
29. <https://mandruy.com/informaciya/voznrast-samoletov-ukrainskih-aviakompaniy/>
30. <https://mtu.gov.ua/news/31057.html>
31. <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2758807-nazvano-najpunktualnisi-aviakompanii-lipna.html>
32. <http://www.anextour.com.ua/page/469/gds-tours>

33. Азар В.И., Поляк С.В. Транспорт и туризм. - М., 1973.
34. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки – СПб.: Герда, 2001. – 400 с.
35. Гуляев В.Г. Контракты, договоры, соглашения и формуляры в туристской деятельности: Учебно-практическое пособие. – М.: ПРИОР, 1998. – 336 с.
36. Гуляев В.Г. Туристские перевозки. – М.: Финансы и Статистика, 1998. – 368 с.
37. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
38. Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. – М.: Финансы и Статистика, 2001. – 228 с.
39. Ильина Е.Н. Организация железнодорожных путешествий. – М.: Турист, 1995. – 110 с.
40. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 256 с.
41. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
42. Котов ГГ. Автомобильный туризм. - М., 1986.
43. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
44. Петров С.В., Шапкина К.Е. Планирования и организация транспортных путешествий. - М., 1986.
45. Сорк Д.И. Туризм. Транспорт. – М.: Спрос, 1997. – 160 с.
46. Туризм и гостиничное хозяйство / под. ред. Чудновского А.Д. – М.: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2000. – 400 с.
47. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник. – Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003. – 662 с.
48. Наукові і науково-популярні періодичні видання на туристичну

тематику: "Міжнародний туризм", "Заграница", "Мир туризма", "Тут і там", "Краєзнавство. Географія. Туризм", "Весь мир в кармане", "Туринфо" та інші.

49. <https://samo.ru/tour.html>

50. <https://studfile.net/preview/5713920/page:16/>

51. <https://freesoft.ru/windows/samotur>