

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

**Факультет готельно – ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

Декан факультету

_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ___ » _____ 2025р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Ірина МЕЛЬНИК
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ___ » _____ 2025р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

Зі спеціальності _____ 242 «Туризм»
(код та назва спеціальності)

Освітньо-професійної програми _____ «Туризм»

на тему: «Активний туризм в Україні: планування та організація»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗТУ-5-1

_____ Крошка Любов Юріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник _____ Сологуб Юрій Іванович _____
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____ Ольга БЕЗПАЛА _____
(прізвище та ініціали) (підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2025 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) готельно- ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

світній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туристичного та
отельного бізнесу

Мельник І. Л

“___” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Любов КРОШКИ

(ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

1. Тема роботи «Активний туризм в Україні: планування та організація»

Керівник(и) роботи к. геогр. н., доц. кафедри ТГБ Юрій СОЛОГУБ,
(науковий ступінь, вчене звання, ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

затверджено наказом по Університету від “18” листопада 2024 року №964-КС

2. Строк подання роботи здобувачем 12 лютого 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистичні матеріали з проблематики дослідження, статистична звітність підприємства

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

Теоретичні та організаційні основи активного туризму.

Аналіз діяльності компанії «Join UP!» у сегменті активного туризму.

Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку активного туризму в Україні.

Перспективні напрями розвитку активного туризму на базі ресурсних можливостей компанії «Join UP!».

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) рисуноків - 2 таблиць - 11 додатків- 3.

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 10 жовтня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ З№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Виконання, % до етапу
1	Вибір і затвердження теми роботи	02.09.2024-30.09.2024 рр.	100%
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.10.2024-10.10.2024 рр.	100%
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	11.10.2024-23.10.2024 рр.	100%
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	24.10.2024-08.11.2024 рр.	100%
5	РОЗДІЛ 3 Рекомендаційний	11.11.2024-02.12.2024 рр.	100%
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	03.12.2024-13.12.2024 рр.	100%
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	18.12.2024-22.01.2025 рр.	100%
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.01.2025-05.02.2025 р.	100%
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	06-12.02.2025 р.	100%
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	13-18.02.2025 р.	

Здобувач

_____ (підпис)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Любов КРОШКА

(ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

Юрій СОЛОГУБ

(ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Крошки Любов Юріївни

на тему:

«Активний туризм в Україні: планування та організація»

Кваліфікаційна робота складається 62 сторінки. Кількість розділів – 3, рисунків – 2, таблиць – 11, додатків – 3.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство «Join UP!».

Предметом кваліфікаційної роботи є технологія планування та організації турів з активного туризму в рамках діяльності туристичного підприємства.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка рекомендацій щодо вдосконалення технології планування та організації турів з активного туризму для підвищення їх конкурентоспроможності.

У I розділі розглянуто сутність та особливості активного туризму. Проаналізовано підходи до класифікації та типізації турів в рамках активного туризму. Здійснено аналіз ролі туристичного оператора в організації активного туризму в рамках вітчизняного та закордонного досвіду.

У II розділі проаналізовано особливості діяльності туристичної компанії «Join UP!». Проведено дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища туристичного підприємства. Розглянуто місце активного туризму в структурі туристичного продукту компанії «Join UP!».

У III розділі проведено дослідження сучасного стану та перспективних напрямів розвитку активного туризму на туристичному ринку України. Представлено актуальні напрями розвитку активного туризму, виходячи з ресурсних можливостей компанії «Join UP!». Здійснено аналіз соціально-економічної ефективності запропонованих заходів.

Ключові слова: Україна, активний туризм, планування, організація.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ З АКТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Сутність та особливості активного туризму	9
1.2. Класифікація та типи турів в рамках активного туризму.....	15
1.3. Роль туроператора в організації активного туризму вітчизняний та закордонний досвід.....	18
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «JOIN UP!» В СЕГМЕНТІ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ	30
2.1. Загальна характеристика компанії «Join UP!».....	30
2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії «Join UP!».....	32
2.3. Активний туризм в структурі туристичного продукту компанії «Join UP!».....	43
Висновки до розділу 2.....	49
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ВИХОДЯЧИ З РЕСУРСНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ.....	50
3.1 Активний туризм в Україні: стан, проблеми, перспективи.....	50
3.2. Актуальні напрями розвитку активного туризму, виходячи з ресурсних можливостей компанії «Join UP!»	52
3.3. Аналіз соціально-економічної ефективності запропонованих заходів	55
Висновки до розділу 3.....	59
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна туристична індустрія динамічно розвивається, адаптуючись до зростаючих потреб і вподобань споживачів. В умовах зростання урбанізації, пришвидшення темпу життя та підвищеного рівня стресу серед населення активний туризм стає не лише способом відпочинку, а й важливим елементом оздоровлення та психофізичного відновлення. Він поєднує фізичну активність, пригодницькі елементи та можливість занурення в природне середовище, що робить його привабливим для широкого кола туристів – від молоді та сімей з дітьми до людей старшого віку.

Водночас, розвиток активного туризму сприяє збереженню природних територій і стимулює локальну економіку, зокрема через створення нових робочих місць у сфері туризму, розбудову туристичної інфраструктури та підтримку малого бізнесу. У багатьох країнах активний туризм є одним із ключових напрямів туристичної політики, оскільки сприяє популяризації екологічно відповідальних подорожей, розвитку природоохоронних ініціатив та формуванню стійкого туризму.

З огляду на глобальні тенденції, пов'язані з екологічною свідомістю, інтерес до активного туризму постійно зростає. Туристи дедалі частіше надають перевагу подорожам, які включають елементи екстремального спорту, рекреаційних заходів і культурного пізнання. Це, у свою чергу, вимагає вдосконалення організаційних процесів, підвищення рівня безпеки та впровадження інноваційних технологій у сфері планування та управління туристичними послугами.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю оптимізації технологічних та організаційних аспектів активного туризму, що дозволить забезпечити його сталий розвиток та зробити цей сегмент туристичного ринку ще більш привабливим. Особливого значення набуває аналіз діяльності провідних туроператорів, таких як «Join UP!», які пропонують активні тури,

визначення ключових проблем та перспектив розвитку цього напрямку в Україні, а також формування ефективних стратегій його популяризації.

Питаннями вивчення активного туризму та його ролі в розвитку туристичної сфери займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Бейдик О. О., Мальська М. П., Колотуха О. В., Масляк П. О., Гринюк О. В., Слатвінська Л. М., Шандор Ф. Ф., Вовк С. М., Ільїна О. В., Кифяк В. Ф., Любимцева О. О.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка рекомендацій щодо вдосконалення технології планування та організації турів з активного туризму для підвищення їх конкурентоспроможності.

Поставлена мета кваліфікаційної роботи передбачає вирішення наступних **завдань дослідження:**

- проаналізувати сутність та особливості активного туризму;
- розглянути підходи до класифікації та типізації турів в рамках активного туризму;
- розкрити роль туроператора в організації активного туризму проаналізувавши вітчизняний та закордонний досвід;
- здійснити аналіз діяльності компанії «Join UP!» в сегменті активного туризму;
- надати загальну характеристику туристичної компанії «Join UP!»;
- проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище туристичної компанії «Join UP!»;
- розглянути місце активного туризму на туристичному ринку України;
- обґрунтувати актуальні напрями розвитку активного туризму, виходячи з ресурсних можливостей компанії «Join UP!»;
- здійснити аналіз соціально-економічної ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство «Join UP!».

Предметом кваліфікаційної роботи є технологія планування та організації турів з активного туризму в рамках діяльності туристичного підприємства.

Методи дослідження. У роботі використано методи теоретичного аналізу, порівняння, систематизації, а також емпіричні методи для вивчення практичної діяльності туристичних компаній.

Інформаційною базою дослідження є статистико-аналітичний матеріал, що відображає діяльність базового туристичного підприємства, матеріали різнотипних наукових публікацій з проблематики дослідження, офіційні статистичні дані щодо розвитку сегменту активного туризму в рамках туристичного ринку світу.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для вдосконалення діяльності туристичних компаній, що працюють у сегменті активного туризму на вітчизняному та світовому туристичних ринках.

Апробація результатів та публікації. Результати наукового дослідження представлені на III Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» в рамках публікації на тему: «Використання цифрових технологій у спортивному туризмі» Додатку А.

Структура та обсяг роботи. Структурно кваліфікаційне дослідження містить вступ, 3 розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Обсяг представленої роботи становить 62 сторінки. Кваліфікаційна робота включає 11 таблиць, 2 рисунка. Перелік використаних джерел містить 42 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ З АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості активного туризму

Активний туризм є однією з форм відпочинку, яка передбачає поєднання фізичних навантажень, пригод, і культурного пізнання. Це діяльність, яка має на меті розвиток фізичної підготовки, розширення кругозору, а також досягнення спортивних результатів. Активний туризм включає в себе організовані маршрути, які мають різний рівень складності, та сприяє гармонійному розвитку особистості.

У наукових дослідженнях виокремлюють два основних підходи до визначення поняття «активний туризм» – рекреаційний та спортивний, кожен із яких відображає певні аспекти цього явища та його взаємозв'язок із фізичною активністю, відпочинком і спортивними досягненнями [16, с. 30–35].

1. *Рекреаційний підхід*: пов'язує активний туризм із відновленням і розвитком фізичних, інтелектуальних і емоційних сил людини. Сюди включають різновиди туризму з акцентом на оздоровлення, відпочинок та пізнання. Цей підхід дозволяє об'єднати активний туризм із різними аспектами рекреації – спортивно-оздоровчим і спортивно-рекреаційним туризмом.

2. *Спортивний підхід*: зосереджений на активностях, які відповідають окремим видам спорту. Це включає спеціалізовані тренування, участь у змаганнях та діяльність на межі фізичних і психологічних можливостей. У цьому контексті спортивний туризм іноді розуміється як неолімпійський вид спорту, з власними нормативами та змаганнями.

Основні особливості активного туризму:

1. *Фізична активність*: Активний туризм характеризується значним фізичним навантаженням, що є невід'ємною частиною цього виду відпочинку. Учасники турів долають складні маршрути, які можуть включати гірські

перевали, водні перешкоди, тривалі дистанції пішохідних походів або інші природні складнощі. Така діяльність вимагає хорошої фізичної підготовки, витривалості та адаптаційної здатності організму. Крім того, фізична активність у природному середовищі сприяє зміцненню серцево-судинної системи, покращенню функціонування опорно-рухового апарату та стимулює імунітет.

2. Організованість: Активний туризм потребує ретельного планування, яке включає підготовку маршруту, врахування рівня підготовки учасників, підбір необхідного обладнання та засобів безпеки. Організація таких турів базується на дотриманні стандартів безпеки, аналізі природних умов маршруту, прогнозуванні можливих ризиків і розробці плану дій у разі надзвичайних ситуацій. Особливе значення надається підготовці групи: учасники проходять інструктажі, практичні тренування та тестування фізичної витривалості.

3. Змагальний характер: У активному туризмі часто проводяться змагання, які включають елементи швидкості, технічної майстерності, орієнтування на місцевості та витривалості. Змагальний формат мотивує учасників до досягнення кращих результатів, підвищення фізичних показників та вдосконалення навичок. Змагання сприяють розвитку командної взаємодії, лідерських якостей і стратегічного мислення, що є важливими елементами у формуванні конкурентоспроможної особистості.

4. Екологічна складова: Екологічна етика є ключовим аспектом активного туризму. Учасники дотримуються принципів мінімального впливу на природне середовище: уникають засмічення територій, не завдають шкоди флорі та фауні, використовують екологічно чисті матеріали. Екологічна складова включає також освітній аспект – під час турів проводяться інструктажі щодо правильного поводження

5. Культурний обмін: Активний туризм має значний потенціал для сприяння культурному обміну, оскільки учасники турів не лише долають маршрути, але й взаємодіють із місцевими громадами, традиціями та культурним середовищем. Маршрути таких турів зазвичай проходять через різноманітні

регіони, багаті на історичні, архітектурні та етнографічні пам'ятки, що дозволяє учасникам глибше ознайомитися з культурною спадщиною тих місць, які вони відвідують.

Один із ключових аспектів культурного обміну у активному туризмі – це можливість для туристів дізнатися про побут місцевих жителів, їхні звичаї, національну кухню, фольклор, ремесла та мистецтво. Наприклад, у гірських регіонах туристи можуть брати участь у традиційних фестивалях, спостерігати за виготовленням виробів народних майстрів чи навіть брати участь у майстер-класах, присвячених місцевим ремеслам [8].

Крім того, багато маршрутів активного туризму мають історичну складову, що дозволяє учасникам дізнатися більше про події минулого, які формували розвиток регіону. Це можуть бути екскурсії до замків, стародавніх поселень, меморіальних комплексів або археологічних зон. Такий формат подорожей стимулює інтерес до історії, сприяє збереженню культурної спадщини та формує повагу до інших культур.

Важливим аспектом є також взаємодія між туристами та місцевими жителями. Через спілкування та спільну діяльність формуються міжкультурні зв'язки, зменшується культурна відчуженість, а також зростає рівень толерантності та взаєморозуміння. Учасники турів отримують унікальну можливість дізнатися про культурні цінності та світогляд представників різних народів, що збагачує їхній особистий досвід і сприяє гармонійному співіснуванню різних культур [8].

Культурний обмін також має економічне значення: завдяки туристам місцеві громади отримують підтримку у вигляді фінансових вливань, що стимулює розвиток малого бізнесу, ремесел та культурних ініціатив.

Структурно активний туризм можна розділити на кілька сегментів відповідно до обраного типу пересування на маршруті.

Пішохідний туризм. Пішохідний туризм є найпоширенішою формою активного відпочинку, що підходить для широкого кола учасників, незалежно

від рівня фізичної підготовки. Основною характеристикою цього виду туризму є пересування визначеними маршрутами пішки, що дозволяє максимально насолодитися природою, пейзажами та спокоєм навколишнього середовища.

Маршрути пішохідного туризму можуть бути різної тривалості та складності. Вони варіюються від одноденних прогулянок до тривалих багатоденних походів. Короткі маршрути зазвичай обирають сім'ї або новачки, тоді як досвідчені туристи прагнуть до складніших маршрутів із переходами через лісисті місцевості, пагорби або навіть високогірні зони.

Пішохідний туризм сприяє розвитку витривалості, фізичної сили, покращує роботу серцево-судинної системи та забезпечує позитивний емоційний стан завдяки контакту з природою. Він також є чудовою можливістю для екологічної освіти, адже учасники часто стикаються з унікальними природними об'єктами, флорою і фауною [8].

Особливістю пішохідного туризму є його доступність. Для участі потрібен мінімальний набір обладнання: зручне взуття, рюкзак, карта місцевості, іноді – намет і спальний мішок. Це робить його популярним серед туристів різного віку.

Гірський туризм. Гірський туризм є однією з найскладніших і водночас захоплюючих форм активного туризму. Він передбачає подолання складних гірських маршрутів, що часто включають круті схили, ущелини, перевали, а також ділянки з непередбачуваними погодними умовами. Цей вид туризму вимагає від учасників хорошої фізичної підготовки, витривалості та навичок роботи з альпіністським спорядженням.

Гірські маршрути класифікуються за категоріями складності. Найпростіші маршрути підходять для новачків і можуть проходити через мальовничі долини або невисокі перевали. Більш складні маршрути передбачають використання спеціального спорядження, такого як альпіністські мотузки, льодоруби, страхувальні системи.

Основна привабливість гірського туризму – це можливість випробувати свої сили та насолодитися унікальними ландшафтами: від засніжених вершин до

альпійських лугів. Гірські маршрути також часто проходять через території природних заповідників, де можна побачити рідкісні види рослин і тварин.

Проте гірський туризм пов'язаний із підвищеним ризиком, що вимагає ретельної підготовки. Перед походом необхідно вивчити маршрут, оцінити свої фізичні можливості, забезпечити себе якісним спорядженням та обов'язково враховувати погодні умови.

Гірський туризм сприяє формуванню навичок командної роботи, оскільки учасники мають допомагати одне одному в складних ситуаціях. Він також розвиває витривалість, стійкість до стресу і здатність швидко приймати рішення в екстремальних умовах.

Водний туризм. Водний туризм є однією з популярних форм активного відпочинку, яка поєднує фізичну активність із можливістю дослідження водних об'єктів. Маршрути водного туризму проходять річками, озерами, водосховищами чи морями, а основними засобами пересування є човни, каяки, байдарки чи плоти [2].

Цей вид туризму особливо привабливий для тих, хто прагне поєднати пригоди з насолодою від водних пейзажів. Водні маршрути можуть бути різної складності: від спокійного сплаву рівнинними річками до екстремального рафтингу гірськими потоками. Під час водного туризму учасники можуть насолоджуватися мальовничими краєвидами, дикими пляжами, а також спостерігати за природною фауною.

Водний туризм має чітко визначені особливості, серед яких:

1. Фізична активність: Гребля вимагає значних фізичних зусиль, розвиваючи силу, витривалість і координацію рухів.

2. Технічна підготовка: Водний туризм передбачає вміння керувати плавзасобом, долати перешкоди на воді та дотримуватись правил безпеки.

3. Екстремальні умови: Деякі маршрути включають швидкі течії, пороги, водоспади, що робить цей вид туризму особливо захоплюючим.

4. Командна взаємодія: Водні тури часто здійснюються групами, і учасники повинні координувати свої дії для успішного проходження маршруту.

Водний туризм також сприяє розвитку екологічної свідомості, оскільки учасники турів зазвичай знайомляться з принципами збереження водних екосистем та поводження з відходами.

Велосипедний туризм. Велосипедний туризм є сучасним і популярним видом активного відпочинку, який дозволяє туристам долати значні відстані за допомогою велосипедів. Це вид туризму особливо приваблює любителів активного способу життя, адже поєднує фізичну активність із можливістю відвідування різноманітних ландшафтів і місць.

Маршрути велосипедного туризму можуть пролягати через лісові стежки, гірські перевали, міські зони або навіть національні парки. Вони розробляються з урахуванням рівня фізичної підготовки учасників – від легких прогулянок для початківців до складних маршрутів із великим перепадом висот і технічними перешкодами для досвідчених велосипедистів [2].

Особливості велосипедного туризму:

1. Мобільність: Велосипед дозволяє швидко переміщатися та досліджувати великі території.

2. Фізична підготовка: Цей вид туризму сприяє розвитку м'язів, витривалості, а також зміцнює серцево-судинну систему.

3. Екологічність: Велосипедний туризм є абсолютно нешкідливим для довкілля, адже не спричиняє викидів вуглекислого газу.

4. Доступність: Участь у велосипедних турах не потребує дорогого спорядження, що робить їх доступними для широкого кола людей.

5. Комбінування з іншими видами туризму: Велосипедні тури часто включають елементи пішохідного чи культурного туризму, що робить їх різноманітними та насиченими.

Окрім фізичної користі, велосипедний туризм сприяє зниженню рівня стресу та покращенню емоційного стану завдяки перебуванню на природі.

Велосипедисти мають можливість відвідувати віддалені куточки, милуватися мальовничими краєвидами та знайомитися з місцевими культурами.

Активний туризм сприяє фізичному розвитку, покращує витривалість, координацію та зміцнює здоров'я. Крім того, він розвиває навички роботи в команді, самостійності та організованості. Це ефективний засіб профілактики стресу та психологічного вигорання, адже активний відпочинок на природі сприяє покращенню емоційного стану.

Отже, активний туризм є не лише формою дозвілля, але й важливим елементом розвитку особистості, який сприяє гармонії фізичного і психічного здоров'я.

1.2. Класифікація та типи турів в рамках активного туризму

Тури з активного туризму охоплюють широкий спектр видів активного відпочинку, кожен з яких має свої специфічні риси, залежно від способу організації, складності та цілей. Класифікація таких турів зазвичай здійснюється за кількома критеріями. Зокрема, за видом активності виокремлюють такі тури, як пішохідні, гірські, водні, велосипедні, лижні та спелеологічні. Кожен із цих видів передбачає особливий спосіб пересування та використання відповідного спорядження.

Тривалість також є важливим чинником класифікації турів з активного. Вони можуть бути одноденними, короткотривалими або багатоденними, що вимагає різного рівня підготовки та забезпечення. За складністю маршрути поділяються на легкі, середні та складні. Легкі маршрути підходять для новачків і тих, хто лише починає займатися туризмом, тоді як складні маршрути потребують високого рівня фізичної підготовки, технічних знань і досвіду [17].

Мета активного (спортивного) туру також визначає його тип. Тури можуть бути рекреаційними, змагальними, експедиційними або навчальними. Рекреаційні спрямовані на відновлення фізичних і емоційних сил учасників,

змагальні включають елементи конкуренції, експедиційні передбачають дослідження нових територій, а навчальні орієнтовані на набуття або вдосконалення туристичних навичок.

Типи турів залежать і від складу учасників. Індивідуальні тури дозволяють персоналізувати маршрут і підлаштувати його під потреби конкретної людини. Групові тури забезпечують підтримку та взаємодію між учасниками, підвищуючи рівень безпеки. Сімейні тури створюють умови для активного відпочинку всієї родини, тоді як молодіжні орієнтовані на забезпечення активного дозвілля та виховання молоді.

Класифікація турів дозволяє краще зрозуміти їх різноманітність і обрати варіант, який найкраще відповідає інтересам, рівню підготовки та цілям учасників.

У попередньому підпункті було детально розглянуто види турів за видом активності, включаючи пішохідні, гірські, водні, велосипедні, лижні та спелеологічні тури. Кожен із цих видів має свої унікальні риси та вимоги, що дозволяють задовольнити потреби різних груп туристів залежно від їхніх фізичних можливостей, інтересів і досвіду. У цьому підпункті зосередимося на інших критеріях класифікації турів з активного туризму, таких як тривалість, складність маршрутів, мета та склад учасників.

Представлені тури охоплюють вражаючу різноманітність форм активного відпочинку, що задовольняють потреби різних груп населення. Така широка класифікація сприяє систематизації турів і допомагає туристичним підприємствам ефективніше розробляти програми, адаптовані до потреб клієнтів. Розглянемо детальніше основні критерії класифікації та їх значення.

За тривалістю тури можуть бути короткотривалими або багатоденними, що впливає на організаційний процес.

Одноденні тури є ідеальним варіантом для новачків або тих, хто має обмежений час. Вони часто включають легкі маршрути з мінімальним фізичним навантаженням.

Короткотривалі тури (від двох до п'яти днів) дозволяють більш детально ознайомитися з маршрутом і потребують базового спорядження.

Багатоденні тури розраховані на досвідчених туристів, які готові до тривалих фізичних навантажень, ночівлі в польових умовах та логістичних викликів.

За складністю маршрутів спортивні тури поділяються на три основні рівні:

- легкі тури підходять для новачків і сімейних груп, які прагнуть активного, але не надмірного фізичного навантаження;
- середні тури потребують певного рівня фізичної підготовки, базових технічних знань і вміння працювати зі спорядженням;
- складні тури розраховані на професійних туристів, адже включають екстремальні маршрути з високим рівнем ризику, що вимагають значного досвіду, витривалості та використання спеціального обладнання.

За метою тури виокремлюють кілька видів:

- рекреаційні тури мають на меті відновлення фізичного та психологічного стану учасників, часто поєднуючи активність із релаксацією;
- змагальні тури передбачають участь у конкурсах або змаганнях, спрямованих на перевірку фізичних можливостей і технічних навичок;
- експедиційні тури мають дослідницький характер, включаючи вивчення природних чи історичних об'єктів, зокрема в маловідомих регіонах;
- навчальні тури спрямовані на здобуття нових навичок, таких як техніка пересування чи використання спорядження, і часто включають інструктаж та практичні заняття.

За складом учасників тури класифікуються залежно від цільової аудиторії:

- індивідуальні тури забезпечують максимальну гнучкість у виборі маршруту, враховуючи особисті інтереси й потреби туриста;
- групові тури сприяють взаємодії між учасниками, забезпечуючи командний дух і спільне вирішення проблем;

- сімейні тури орієнтовані на активний відпочинок всієї родини, з акцентом на безпеку та розважальні елементи;
- молодіжні тури передбачають активне дозвілля для молоді, сприяючи їх соціалізації та фізичному розвитку [17].

Таким чином, різноманітність класифікацій турів з активного туризму забезпечує їх універсальність і доступність для широкого кола учасників. Від правильно обраного типу туру залежить його успішність, адже врахування фізичних, технічних і психологічних особливостей учасників допомагає досягти гармонійного поєднання активності та задоволення.

1.3. Роль туроператора в організації активного туризму вітчизняний та закордонний досвід

Туроператори відіграють ключову роль в організації турів з активного туризму, забезпечуючи їхню комплексність, безпеку та відповідність запитам туристів. Завдяки своїй спеціалізації вони виконують функції посередників між туристами та різними учасниками ринку туристичних послуг, такими як транспортні компанії, готелі, інструктори, постачальники спорядження та інші.

Основне завдання туроператора полягає в розробці, просуванні та реалізації туристичного продукту, адаптованого до специфіки спортивного туризму. Такий продукт включає детально розроблені маршрути, організацію логістики, забезпечення спеціалізованим спорядженням та створення умов для проведення спортивних заходів. Туроператори аналізують потреби цільової аудиторії, визначають оптимальні напрями для подорожей і враховують рівень підготовки учасників, що є критично важливим для забезпечення їхньої безпеки.

Одним із найважливіших аспектів діяльності туроператорів у активному туризмі є забезпечення дотримання стандартів безпеки, оскільки дані тури нерідко пов'язані з підвищеним ризиком для здоров'я і життя туристів.

Туроператори виконують комплекс заходів, спрямованих на зниження цих ризиків і створення максимально комфортних умов для подорожей.

Для досягнення цієї мети туроператори активно співпрацюють з професійними інструкторами, гідами та спеціалістами з безпеки, які мають необхідні знання, досвід і сертифікації для роботи на складних маршрутах. Вони проводять інструктажі для туристів, які охоплюють правила поведінки, техніку безпеки та основи використання спеціального спорядження. Наприклад, перед початком гірськолижного туру туристам можуть пояснювати техніку безпечного спуску, способи уникнення лавинної небезпеки та правила взаємодії на схилах.

Окрім того, туроператори забезпечують страхування туристів. Поліси страхування можуть покривати різні аспекти, такі як медична допомога, евакуація у разі надзвичайної ситуації або компенсація втрат через пошкодження чи втрату обладнання. Страхування є обов'язковим елементом для більшості спортивних турів, оскільки це мінімізує фінансові ризики для туристів та забезпечує оперативне реагування у разі виникнення нещасних випадків [18].

Також туроператори займаються ретельною оцінкою маршрутів та умов, де будуть проводитися заходи. Вони аналізують можливі ризики на місцевості, забезпечують доступ до необхідного обладнання для безпеки (каска, рятувальні жилети, лавинні датчики) та співпрацюють із місцевими організаціями чи службами допомоги, такими як рятувальні бригади чи медичні центри.

Дотримання стандартів безпеки включає також підготовку альтернативних маршрутів і планів дій у випадках надзвичайних ситуацій, наприклад, зміну маршруту через несприятливі погодні умови або організацію евакуації у разі необхідності. Туроператори передбачають різні сценарії та завчасно координують роботу всіх залучених сторін.

Таким чином, туроператори виконують ключову роль у забезпеченні безпеки туристів під час турів з активного туризму, створюючи умови, які дозволяють мінімізувати ризики та зосередитися на отриманні позитивного

досвіду від активного відпочинку. Безпека туристів є пріоритетом у їхній діяльності та визначальним фактором довіри з боку клієнтів.

Ще одним важливим напрямом роботи туроператора є логістика, яка має вирішальне значення для успішного проведення турів. У активному туризмі логістика охоплює широкий спектр завдань, які спрямовані на забезпечення зручності, безперебійності та безпеки всіх етапів подорожі.

Організація транспорту є ключовою складовою логістики. Туроператори забезпечують перевезення учасників від місця збору до стартових точок маршруту та назад, часто використовуючи спеціалізовані транспортні засоби, адаптовані до потреб туристів (наприклад, автобуси з місцями для зберігання спорядження або позашляховики для важкодоступних місцевостей). Для групових турів розробляються чіткі графіки руху, щоб уникнути затримок і незручностей.

Крім того, туроператори займаються постачанням необхідного спорядження. Це може включати як прокат спортивного інвентаря (наприклад, лиж, велосипедів, каяків), так і доставку індивідуального обладнання учасників до місця проведення туру. Також важливим є забезпечення туристів продуктами харчування, особливо під час багатоденних маршрутів. Туроператори планують меню, яке відповідає енергетичним потребам учасників, і організують доставку продуктів до визначених точок маршруту.

Проживання також є невід'ємною частиною логістики. Туроператори бронюють номери в готелях, базах відпочинку чи організують кемпінги в залежності від специфіки туру. У разі кемпінгів вони забезпечують наявність відповідного спорядження, такого як намети, спальні мішки, туристичні меблі тощо. Проживання повинно відповідати стандартам комфорту та безпеки, враховуючи кліматичні умови й індивідуальні потреби туристів [31].

Особливу увагу приділяють злагодженій координації всіх логістичних процесів. Туроператори контролюють своєчасність доставки транспорту, спорядження та інших ресурсів, оперативно вирішують можливі проблеми, які

можуть виникнути під час виконання маршруту, та забезпечують резервні варіанти на випадок форс-мажорів.

Загалом, професійно організована логістика дозволяє значно підвищити якість послуг, задовольнити очікування клієнтів і створити позитивні враження від участі в спортивних турах. Вона є основою для успішного виконання турів та запорукою комфортного та безпечного відпочинку туристів.

Туроператори також сприяють популяризації активного туризму, використовуючи різноманітні маркетингові інструменти для залучення нових клієнтів. Вони створюють рекламні матеріали, організовують інформаційні кампанії та співпрацюють із місцевими громадами, сприяючи розвитку туристичної інфраструктури в регіонах, де проводяться спортивні тури.

Завдяки злагодженій роботі туроператорів туристи отримують комплексні послуги, які значно спрощують підготовку до подорожей, дозволяють уникнути організаційних проблем та зосередитися на отриманні задоволення від участі у спортивному турі. У сучасних умовах роль туроператора стає ще більш значущою, оскільки саме вони формують якість і безпеку туристичного продукту, сприяючи розвитку спортивного туризму як важливого сегмента індустрії активного відпочинку [17].

Базові елементи планування туру з активного туризму.

Процес організації туру з активного туризму є складним багатокомпонентним завданням, яке вимагає ретельного планування, координації та виконання. Ефективність такого процесу залежить від врахування потреб цільової аудиторії, специфіки спортивного туризму, логістичних можливостей та фінансових ресурсів.

Основні етапи організації туру включають:

Першим етапом планування туру є детальний аналіз попиту та визначення цільової аудиторії. Це важливий аспект, оскільки успішна організація туру залежить від розуміння потреб клієнтів і ринкових тенденцій. Основні завдання цього етапу включають проведення маркетингових досліджень для виявлення

популярних спортивних напрямків, аналіз діяльності конкурентів і оцінку потенційної клієнтської бази.

Дослідження попиту передбачає вивчення вподобань туристів щодо видів спорту, формату відпочинку та очікуваного рівня сервісу. Для цього компанія може використовувати опитування, аналіз відгуків клієнтів, дані соціальних мереж і галузеву статистику. Наприклад, зростаючий інтерес до гірськолижного спорту стимулює туроператорів розробляти тури до найпопулярніших зимових курортів із врахуванням сезонності та рівня підготовки туристів.

Аналіз конкурентів допомагає визначити переваги та недоліки інших гравців ринку, а також знайти шляхи для диференціації пропозицій. Наприклад, якщо конкуренти орієнтуються на стандартні маршрути, компанія може запропонувати ексклюзивні програми або додаткові послуги, такі як індивідуальне навчання з інструктором чи організація сімейних розваг.

Оцінка цільової аудиторії передбачає сегментацію клієнтів за віком, рівнем доходу, спортивними інтересами та іншими характеристиками. Наприклад, для молоді більш привабливими можуть бути екстремальні тури, як-от рафтинг або скелелазіння, тоді як сім'ї з дітьми надають перевагу м'яким активностям і комфортним умовам проживання. Важливо також враховувати географічний аспект: клієнти з різних регіонів можуть мати різні пріоритети щодо видів спорту чи популярності певних напрямків.

Окрему увагу приділяють сезонності турів. Для гірськолижного відпочинку важливо визначити оптимальні терміни для подорожей, враховуючи погодні умови, доступність трас і насиченість курортів. Аналогічно, для літніх турів, таких як кайтсерфінг або трекінг, обираються регіони з найкращими кліматичними умовами [5, с. 112].

Проведення цього етапу планування дозволяє туроператору отримати чітке розуміння того, які послуги будуть користуватися попитом, і розробити тури, що максимально відповідають очікуванням клієнтів. На основі отриманих даних

формуються ключові концепції туру, які визначають його формат, склад послуг і конкурентні переваги.

Другим етапом виступає розробка концепції туру. Вона передбачає визначення ключових елементів подорожі: тривалості, маршруту, об'єктів відвідування, видів активностей і супутніх послуг. Для туру концепція також враховує рівень фізичного навантаження, необхідне спорядження та можливість інструктажу.

На наступному етапі здійснюється формування маршруту та логістики, що є основою успішної організації туру. Маршрут ретельно планується з урахуванням зручності переміщення між об'єктами, тривалості переходів чи транспортування, а також можливостей для відпочинку. Важливо забезпечити баланс між активною частиною туру та часом для релаксації, щоб учасники могли насолодитися як спортивними активностями, так і комфортом.

При розробці маршруту враховуються природні, кліматичні та технічні умови. Наприклад, у гірських турах маршрути обираються з урахуванням безпечних стежок, висоти над рівнем моря та доступності точок евакуації в разі необхідності. Для водних маршрутів аналізується наявність стоянок, стан водойм і доступ до джерел питної води.

Логістика включає кілька ключових аспектів. Організація транспортного забезпечення передбачає вибір оптимального виду транспорту, який відповідає особливостям туру, наприклад, автобуси для трансферів до стартової точки чи човни для водних турів. Резервування місць проживання здійснюється з урахуванням рівня комфорту, який очікують учасники, будь то готелі, кемпінги чи гірські притулки. Харчування також планується відповідно до потреб туристів, забезпечуючи баланс між поживністю та доступністю. Для більш складних і тривалих маршрутів організовується медичний супровід, який включає аптечки, консультації лікарів або наявність медичних працівників у складі групи.

Особливу увагу приділяють підбору та підготовці персоналу, який відіграє важливу роль у забезпеченні якісного обслуговування та безпеки. Кваліфіковані інструктори та гідни повинні мати відповідний досвід роботи, знання маршруту, а також навички надання першої допомоги. Медичні працівники залучаються для супроводу складних турів, особливо в умовах високого ризику травмування чи перевтоми. Персонал технічної підтримки забезпечує справність спорядження, зокрема велосипедів, човнів або гірськолижного обладнання [22, с. 98].

Таким чином, формування маршруту та логістики разом із професійною командою є основними факторами успішної реалізації туру. Це дозволяє гарантувати комфорт, безпеку та задоволення потреб туристів на кожному етапі подорожі.

Наступним важливим кроком є розробка програми туру та забезпечення безпеки учасників. Програма туру має бути чітко структурованою та передбачати часові рамки для кожного заходу. Послідовність активностей повинна враховувати як фізичні можливості учасників, так і необхідність відпочинку між навантаженнями. У програму також включають резервні плани на випадок непередбачених обставин, таких як несприятливі погодні умови, затримки транспорту або зміни стану здоров'я учасників.

Забезпечення безпеки є пріоритетним завданням у спортивному туризмі. Перш за все, проводиться ретельна оцінка потенційних ризиків, пов'язаних із маршрутом, умовами середовища та фізичними можливостями учасників. Туристи повинні проходити інструктаж із правил поведінки, використання спорядження та дій у надзвичайних ситуаціях. Учасників забезпечують засобами захисту, такими як шоломи, страхувальні системи або індивідуальні аптечки, залежно від специфіки туру. Окрім цього, страхування є обов'язковим компонентом, що покриває медичні витрати або витрати, пов'язані з евакуацією у разі потреби.

Фінальний етап включає просування туру та реалізацію продажів. Ефективний маркетинг є ключовим інструментом для залучення цільової

аудиторії. Використовуються різноманітні канали, зокрема реклама в соціальних мережах, публікації на туристичних порталах і електронні розсилки. Участь у туристичних виставках дає змогу безпосередньо презентувати тури потенційним клієнтам, а партнерство з іншими організаціями, такими як спортивні клуби чи магазини спорядження, дозволяє розширити охоплення аудиторії.

Таким чином, розробка програми, забезпечення безпеки та ефективне просування є ключовими етапами, які забезпечують успішну організацію спортивного туру, роблячи його привабливим, безпечним та доступним для туристів.

Після реалізації туру важливим аспектом є аналіз результатів і зворотний зв'язок. Це дозволяє виявити сильні сторони та недоліки організації, отримати пропозиції від клієнтів і вдосконалити наступні проєкти [33, с. 140].

Закордонний досвід організації турів з активного туризму демонструє високий рівень стандартизації, безпеки та інтеграції з іншими видами туристичних послуг. У багатьох країнах активний туризм є важливою складовою туристичної індустрії, що активно підтримується як на державному рівні, так і через приватний сектор.

У Європі лідерами в організації активного туризму є такі країни, як Франція, Швейцарія, Австрія, Норвегія та Іспанія. У цих державах розвинена система маршрутів для пішохідного, гірськолижного та велосипедного туризму, що відповідає міжнародним стандартам безпеки. Туроператори співпрацюють із національними парками, організаціями з екологічного туризму та місцевими громадами для створення стійких туристичних продуктів. Наприклад, у Швейцарії функціонує одна з найбільш розгалужених мереж маркованих туристичних маршрутів, де подорожі організуються з урахуванням екологічних аспектів і високих вимог до інфраструктури.

У США та Канаді активний туризм має добре розвинену інфраструктуру завдяки значним природним ресурсам і високому рівню популяризації здорового способу життя. Туроператори пропонують широкий спектр послуг, починаючи

від кемпінгових турів у національних парках до організованих подорожей для екстремального туризму, таких як альпінізм у Скелястих горах або рафтинг на річці Колорадо. Значна увага приділяється страхуванню туристів, підготовці гідів та впровадженню цифрових технологій, таких як мобільні додатки для навігації та бронювання маршрутів [42].

В Австралії та Новій Зеландії популярністю користуються тури, що поєднують активний відпочинок із природоохоронними програмами. Туроператори пропонують не лише класичні види активного туризму, а й спеціалізовані екотури, що передбачають участь мандрівників у збереженні природних територій. Наприклад, у Новій Зеландії діє система "Great Walks", що включає багатоденні пішохідні маршрути з високим рівнем сервісу та безпеки [42].

Закордонний досвід також демонструє високу ступінь цифровізації туристичних послуг. У більшості розвинених країн широко застосовуються онлайн-платформи для бронювання турів, інтерактивні карти маршрутів, сервіси з відстеження погодних умов і системи екстреного зв'язку.

Аналіз міжнародної практики свідчить про необхідність активного розвитку вітчизняної системи активного туризму за рахунок впровадження європейських стандартів безпеки, розвитку інфраструктури маршрутів, підготовки сертифікованих гідів і використання цифрових технологій. Інтеграція такого досвіду сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українських туристичних операторів на міжнародному ринку.

Закордонний досвід організації активного туризму надає низку практичних прикладів, які можуть бути корисними для впровадження в Україні.

У Польщі активний туризм має глибокі традиції та добре розвинену інфраструктуру. Польське Товариство Туристично-Краєзнавче (РТТК), засноване в 1950 році, відіграє ключову роль у розвитку різних форм активного туризму, таких як пішохідний, велосипедний, байдарковий, кінний та лижний туризм. РТТК займається розробкою та маркуванням туристичних маршрутів,

створенням умов для мандрівників, а також популяризацією краєзнавства та охорони природи. Завдяки їхній діяльності, у Польщі створено мережу добре позначених маршрутів та об'єктів інфраструктури, що сприяє розвитку внутрішнього туризму [14, с. 112].

Швейцарія відома своєю розгалуженою мережею маркованих туристичних маршрутів, які охоплюють понад 65 000 кілометрів. Ці маршрути підтримуються на високому рівні та забезпечують безпеку туристів. Туроператори пропонують різноманітні програми активного відпочинку, включаючи піші походи, гірські сходження та велосипедні тури. Важливою особливістю є інтеграція маршрутів з громадським транспортом, що дозволяє туристам легко планувати свої подорожі та комбінувати різні види активностей [42].

Новій Зеландії діє система «Great Walks» — дев'ять обраних пішохідних маршрутів, які проходять через наймальовничіші куточки країни. Ці маршрути добре обладнані, мають розвинену інфраструктуру, включаючи хижі для ночівлі, інформаційні центри та чітке маркування. Департамент охорони природи Нової Зеландії співпрацює з туроператорами для забезпечення якісного обслуговування туристів та збереження природних ресурсів[42].

Канада пропонує широкий спектр активних турів, особливо в національних парках, таких як Банф та Джаспер. Туроператори організують кемпінгові тури, рафтинг, каякінг та гірські походи. Важливою практикою є надання детальних інструктажів з безпеки перед початком активностей, а також забезпечення туристів необхідним спорядженням. Крім того, багато турів проводяться під керівництвом сертифікованих гідів, що гарантує безпеку та якість обслуговування [42].

Використання цих практик може сприяти розвитку активного туризму в Україні, підвищенню його безпеки та привабливості для туристів.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційного дослідження розглянуто теоретичні аспекти активного туризму, його сутність, особливості та роль у розвитку туристичної галузі. Проведений аналіз показав, що активний туризм є динамічним напрямом туристичної діяльності, який поєднує фізичну активність, пізнавальні елементи та рекреаційні складові.

Встановлено, що активний туризм охоплює широкий спектр видів подорожей, які передбачають використання різних способів пересування – пішохідний, велосипедний, водний, гірськолижний, кінний та інші види туризму. Його особливістю є не лише необхідність фізичних зусиль, а й тісний зв'язок із природним середовищем, що сприяє гармонійному відпочинку та оздоровленню туристів.

Аналіз підходів до визначення поняття «активний туризм» дозволив виділити два основні концептуальні напрями – рекреаційний та спортивний. Перший акцентує увагу на оздоровчій та пізнавальній функції активного туризму, другий – на досягненні спортивних результатів, участі у змаганнях та подоланні складних маршрутів. Обидва підходи доповнюють один одного, створюючи умови для розвитку цього виду туризму як доступної форми відпочинку для широкої аудиторії.

Дослідження ролі туроператорів у сфері активного туризму показало, що вони відіграють ключову роль в організації, забезпеченні безпеки та маркетинговому просуванні туристичних продуктів. Туроператори забезпечують логістичну підтримку, страхування туристів, підбір сертифікованих гідів та інструкторів, що дозволяє гарантувати високий рівень послуг.

Аналіз закордонного досвіду організації активного туризму показав, що успішні практики європейських країн, США, Канади, Австралії та Нової Зеландії ґрунтуються на розвиненій інфраструктурі, суворих стандартах безпеки,

екологічному підході та цифровізації послуг. У цих країнах створені спеціалізовані туристичні маршрути, що забезпечують комфортні умови для мандрівників, а також діють державні програми підтримки активного туризму.

Таким чином, активний туризм є перспективним напрямом розвитку туристичної індустрії, що вимагає комплексного підходу до організації, вдосконалення інфраструктури та адаптації міжнародного досвіду для його подальшого розвитку в Україні.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «JOIN UP!» В СЕГМЕНТІ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Загальна характеристика компанії «Join UP!»

Повна назва підприємства: ТОВ «Join Up!» (рис 2.1.)



Рис. 2.1 Логотип компанії «Join Up!».

Організаційно-правова форма: Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Виписка про державну реєстрацію додається в додатках.

Наявність ліцензії: Компанія має ліцензію на здійснення туроператорської діяльності, що підтверджує її право на організацію та реалізацію туристичних послуг.

Форма власності: Приватна.

Район та місце розташування: Головний офіс компанії знаходиться у місті Київ, Україна. Окрім того, «Join Up!» має представництва в інших великих містах країни, адреса центрального офісу - 02121, Україна, м. Київ Харківське Шосе, 201 / 203-2а

Види діяльності, зареєстровані в статуті:

- організація внутрішнього та міжнародного туризму;
- розробка туристичних маршрутів;
- забезпечення транспортного обслуговування та проживання туристів;
- організація активного, екскурсійного, пляжного та оздоровчого туризму.

Коротка історична довідка: Join Up! була заснована у 2010 році. Спочатку компанія орієнтувалася на організацію внутрішніх туристичних маршрутів, але

згодом розширила свою діяльність на міжнародному рівні. Завдяки інноваційному підходу та високому рівню сервісу, компанія стала одним із лідерів туристичного ринку України.

Основні послуги:

- пляжний відпочинок;
- екскурсійні тури;
- оздоровчий туризм;
- активний туризм (зокрема, пішохідні, гірські, водні та велосипедні маршрути).

Додаткові послуги:

- послуги страхування туристів;
- організація трансферів;
- надання гідів та інструкторів;
- оренда туристичного спорядження.

Загальна потужність, рівень завантаженості, сезонність завантаження: «Join Up» обслуговує десятки тисяч туристів щороку. Рівень завантаженості залежить від сезону: найвищий попит спостерігається в літній період для пляжного туризму та взимку для гірськолижних маршрутів.

Компанія не володіє власними готелями, але співпрацює з мережею готелів різної категорійності (від 2* до 5*) для забезпечення комфортного проживання туристів.

Компанія «Join Up!» є одним із провідних туроператорів України, яка спеціалізується на організації подорожей як у межах країни, так і за її кордонами. Заснована в 2010 році, вона швидко зайняла лідерські позиції завдяки інноваційним підходам до розробки туристичних продуктів і постійному вдосконаленню сервісу. Основна місія компанії полягає в забезпеченні доступного, безпечного та якісного відпочинку для широкого кола клієнтів.

«Join Up!» пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи пляжний відпочинок, екскурсійні тури, оздоровчий туризм, а також активний

туризм, який займає важливе місце в асортименті компанії. Завдяки великій мережі партнерів, яка включає авіакомпанії, готелі, транспортні компанії та професійних гідів, «Join Up!» має можливість забезпечувати комплексний підхід до організації подорожей.

Однією з ключових переваг компанії є її орієнтація на індивідуальні потреби клієнтів. «Join Up!» пропонує як стандартні туристичні пакети, так і персоналізовані програми, що дозволяє задовольнити запити різних категорій мандрівників, включаючи тих, хто цікавиться активним і спортивним відпочинком [39].

Компанія активно впроваджує сучасні технології для оптимізації процесів бронювання, оплати та комунікації з клієнтами. Вебсайт і мобільний додаток «Join Up!» дозволяють легко вибрати тури, отримувати актуальну інформацію про доступні маршрути та бронювати подорожі в декілька кліків.

Серед напрямків, які пропонує компанія, особливо популярні курорти Європи, Азії, Африки та Південної Америки. Проте компанія також активно розвиває внутрішній туризм, пропонуючи унікальні маршрути для подорожей Україною, зокрема в Карпати, які є одним із найперспективніших регіонів для розвитку спортивного туризму.

«Join Up!» дотримується високих стандартів обслуговування клієнтів і піклується про їхню безпеку. Компанія забезпечує туристів страховими полісами, співпрацює з професійними інструкторами та проводить регулярний моніторинг якості послуг, що надаються партнерами.

2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії «Join UP!»

Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії «Join UP!» є важливим етапом дослідження її діяльності та стратегічного позиціонування на ринку туристичних послуг. Визначення сильних і слабких сторін компанії, а

також зовнішніх факторів, які впливають на її розвиток, дозволяє оцінити її конкурентоспроможність та перспективи зростання.

Як один із провідних туроператорів України, «Join UP!» функціонує в умовах динамічного ринку, що характеризується високою конкуренцією, змінами в уподобаннях споживачів, економічними коливаннями та глобальними викликами, такими як пандемія COVID-19 та геополітичні зміни. Водночас компанія має низку внутрішніх факторів, які визначають її стійкість і здатність до адаптації [40].

Внутрішній аналіз передбачає оцінку ресурсного потенціалу компанії, її організаційної структури, фінансових показників, кадрового складу та асортименту туристичних продуктів. Це дозволяє визначити ключові переваги, які забезпечують компанії лідерські позиції на ринку, а також виявити можливі недоліки, що можуть перешкоджати її подальшому розвитку.

Зовнішній аналіз охоплює вивчення макро- та мікросередовища, включаючи економічні, соціальні, політичні, технологічні та екологічні фактори, які впливають на діяльність «Join UP!». Окрему увагу приділено аналізу конкурентного середовища та споживчого попиту, що допомагає оцінити перспективи компанії у контексті ринкових тенденцій.

Комплексний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища дасть змогу визначити стратегічні напрямки розвитку компанії, виявити потенційні ризики та розробити рекомендації для підвищення її ефективності та конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг.

Діяльність компанії Join UP! охоплює широкий спектр туристичних послуг, що включає як виїзний, так і внутрішній туризм, а також спеціалізовані напрямки, зокрема активний, спортивний та діловий туризм. Аналіз основних показників діяльності компанії дозволяє визначити ключові тенденції та пріоритетні напрями розвитку.

Основними характеристиками структури реалізованих туристичних путівок є:

1. Найбільший попит мають тури, орієнтовані на відпочинок, екскурсійний та активний туризм.
2. Кількість туристичних путівок, проданих безпосередньо населенню, перевищує продаж через інші організації, що свідчить про ефективну роботу маркетингової стратегії та популярність бренду Join UP! серед індивідуальних туристів.
3. Тури для громадян України в межах країни значно поступаються за обсягами продажів закордонним подорожам, проте сегмент внутрішнього туризму зростає завдяки популяризації активного відпочинку в Карпатах, на узбережжі Чорного моря та в природних заповідниках.
4. Закордонні подорожі для громадян України залишаються основним напрямом діяльності компанії. Найбільший попит мають тури до Єгипту, Туреччини, Греції, Іспанії, ОАЕ та Таїланду.
5. В'їзний туризм займає незначну частку в структурі продажів компанії, оскільки основна діяльність Join UP! орієнтована на виїзний туризм.
6. Розподіл туристів за метою поїздки свідчить, що домінуючим напрямом є дозвілля та відпочинок, що становить понад 70% загального потоку клієнтів.
7. Активний туризм та спеціалізовані тури займають меншу частку у загальній структурі, проте показують стійку тенденцію до зростання. Збільшується попит на гірськолижні тури, дайвінг-програми, трекінгові маршрути та йога-ретрити.
8. Службові та ділові подорожі становлять невелику частку реалізованих турів, однак Join UP! поступово розширює цей напрям через корпоративні програми та бізнес-подорожі.
9. Кількість дітей серед туристів також зростає, особливо в межах сімейних подорожей. Найпопулярнішими напрямками для родинного відпочинку є курорти Туреччини, Болгарії, Єгипту та Кіпру, які пропонують розвинену інфраструктуру для дітей [40].

Організаційна структура підприємства є *лінійно-функціональною*, що передбачає чіткий розподіл обов'язків між керівниками та підрозділами. Вона складається з генерального директора, його помічника та декількох функціональних підрозділів, кожен з яких відповідає за певний напрямок діяльності.

Організаційна структура «Join UP!» є лінійно-функціональною, що дозволяє чітко розподілити обов'язки між керівниками, підрозділами та регіональними представництвами. Очолює компанію генеральний директор, який координує діяльність усіх департаментів і визначає стратегічні напрями розвитку.

Основні структурні підрозділи компанії:

1. Департамент туроператорської діяльності відповідає за розробку, оновлення та організацію туристичних продуктів. Він займається пошуком нових маршрутів, укладанням договорів з міжнародними партнерами, створенням ексклюзивних турів і контролем якості послуг.
2. Маркетинговий відділ займається просуванням бренду, розробкою рекламних кампаній, взаємодією з туристичними агентствами та цифровими платформами, а також організацією заходів для залучення клієнтів.
3. Відділ бронювання та продажів здійснює обробку заявок на тури, супроводжує клієнтів на всіх етапах бронювання та консультує з питань підбору турів. Також у його функції входить взаємодія з агентами та контроль за доступністю пропозицій.
4. Фінансово-економічний департамент відповідає за ведення бухгалтерського обліку, фінансовий контроль, бюджетування та управління витратами компанії.
5. Відділ роботи з партнерами займається укладанням і підтримкою договорів із авіакомпаніями, готелями, перевізниками, страховими

компаніями та іншими контрагентами, які забезпечують надання туристичних послуг.

6. Юридичний відділ забезпечує відповідність діяльності компанії законодавчим нормам, займається оформленням договорів, правовими питаннями щодо страхування туристів та врегулюванням спірних ситуацій.
7. Служба підтримки клієнтів надає консультації клієнтам у режимі 24/7, допомагає у вирішенні проблем під час подорожей, координує оперативну взаємодію з партнерами у разі змін чи форс-мажорних ситуацій.
8. Відділ по роботі з персоналом займається підбором, навчанням та підвищенням кваліфікації працівників, а також формуванням корпоративної культури компанії.

У структурі підприємства відсутнє явне дублювання функцій між підрозділами, а всі важливі напрями діяльності мають відповідальних осіб. Організаційна культура ґрунтується на етичних та поведінкових стандартах, проводяться тренінги для персоналу, діє система адаптації нових працівників, а також підтримується корпоративна соціальна відповідальність.

Для мотивації персоналу використовуються як моральні, так і матеріальні стимули. До морального стимулювання належать внутрішні нагороди, можливість кар'єрного зростання та програми навчання. Матеріальне стимулювання включає премії, бонуси та систему пільг для працівників.

Виробничі конфлікти вирішуються шляхом переговорів, внутрішніх консультацій та медіації. Переважаючий стиль керівництва – демократичний, що сприяє залученню працівників до прийняття рішень та ефективній комунікації в колективі.

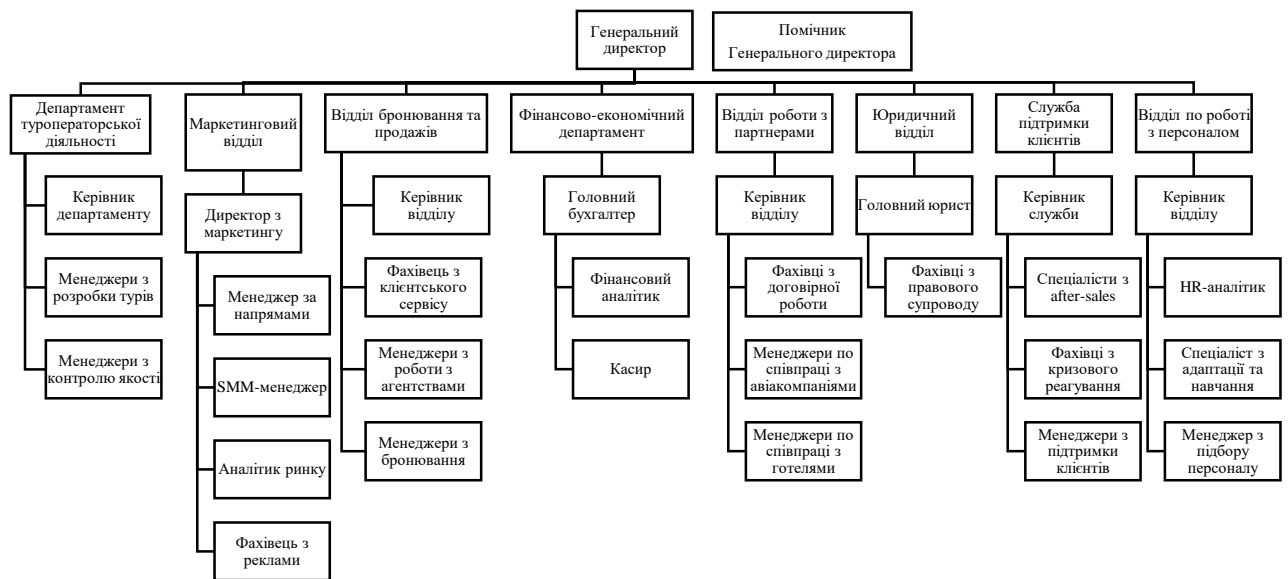


Рис. 2.2. Організаційна структура компанії «Join UP!»
Джерело: складено автором

Аналізуючи фінансові показники компанії «Join Up!», можна зробити висновок про суттєве зростання доходу у 2023 році (на 131,2%). Проте чистий збиток також збільшився на 80,2%. Активи підприємства зросли на 45,9%, а зобов'язання – на 53,7%, що вказує на збільшення фінансового навантаження. Рентабельність продажів покращилася, проте залишається від'ємною. Рентабельність діяльності також має негативне значення, що вказує на нестійкий фінансовий стан підприємства. Для покращення ситуації слід оптимізувати витрати та знайти способи підвищення прибутковості.

Таблиця 2.1.

Фінансові показники діяльності компанії «Join Up!»

Показники	Попередній період (2022), грн.	Звітний період (2023), грн.	Відхилення абсолютне, грн.	Відхилення відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	7 196 000	16 639 000	+9 443 000	+131,2
Чистий прибуток / збиток	-129 486 000	-233 341 000	-103 855 000	-80,2
Активи	1 057 187 000	1 542 795 000	+485 608 000	+45,9
Зобов'язання	1 339 953 000	2 059 071 000	+719 118 000	+53,7
Кількість працівників	179	176	-3	-1,7

Джерело: [40]

Таблиця 2.2.

Показники фінансового стану компанії «Join Up!»

Група	Показник	Значення
Показники оцінки стану основних засобів	Частка основних засобів в активах підприємства	0.19 %
Ліквідність	Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	0.73
Оцінка фінансової стійкості	Коефіцієнт фінансової залежності	-2.99
	Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	-3.99
	Поточна платоспроможність	-2 058 794 ₪

Джерело: [40]

Аналізуючи фінансові показники компанії «Join Up!», можна зробити висновок про суттєве зростання доходу у 2023 році (на 131,2%). Проте чистий збиток також збільшився на 80,2%. Активи підприємства зросли на 45,9%, а зобов'язання – на 53,7%, що вказує на збільшення фінансового навантаження. Рентабельність продажів покращилася, проте залишається від'ємною. Рентабельність діяльності також має негативне значення, що вказує на нестійкий фінансовий стан підприємства. Для покращення ситуації слід оптимізувати витрати та знайти способи підвищення прибутковості.

Для успішного функціонування туристичного підприємства необхідно враховувати вплив зовнішніх факторів, які можуть як сприяти його розвитку, так і створювати загрози. До основних факторів макросередовища належать міжнародні, політичні, економічні, соціально-демографічні, технологічні та екологічні аспекти.

Таблиця 2.3

Аналіз факторів макросередовища компанії «Join Up!»

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка впливу (10-бальна шкала)	Деталізація фактора
Міжнародна	Вплив глобальних криз	8	Економічні та політичні кризи, пандемії, міжнародні конфлікти можуть обмежувати туристичні потоки та змінювати попит на тури.

Продовження таблиці 2.3

	Туристичні потоки та міжнародна мобільність	7	Візова політика, відкриття нових авіасполучень, популярність напрямків та мобільність туристів впливають на продажі компанії.
Політична	Політична стабільність у країні	9	Ситуація в країні впливає на довіру туристів до безпечності подорожей. Нестабільність може скорочувати попит.
	Державна підтримка туристичної галузі	6	Державні програми розвитку туризму, субсидії та податкові пільги можуть сприяти розвитку компанії.
	Війна	10	Воєнні дії в Україні різко змінили туристичний ринок, зменшивши попит на виїзний туризм та сприяючи розвитку внутрішніх подорожей.
Економічна	Рівень інфляції	8	Інфляція впливає на вартість туристичних послуг та знижує платоспроможність споживачів, що може скоротити попит.
	Купівельна спроможність населення	7	Низька купівельна спроможність змушує туристів обирати більш бюджетні подорожі або відкладати їх.
Соціально-демографічна	Зміна туристичних уподобань	7	Зростає популярність індивідуальних подорожей, активного туризму, екотуризму та локальних подорожей.
Технологічна	Розвиток цифрових платформ для бронювання	9	Автоматизовані онлайн-сервіси спрощують процес бронювання, збільшують продажі та покращують клієнтський досвід.
	Використання Big Data та AI у туризмі	8	Аналітика великих даних допомагає передбачати тренди, персоналізувати пропозиції та ефективніше працювати з клієнтами.
Екологічна	Екологічні стандарти та стійкість бізнесу	7	Підвищений інтерес до еко-дружного туризму змушує компанії враховувати принципи сталого розвитку у своїй діяльності.

Джерело: складено автором

Як показано в таблиці 2.3, найбільший вплив на діяльність підприємства мають такі чинники, як політична стабільність у країні (оцінка – 9), рівень інфляції (8), а також розвиток цифрових платформ для бронювання послуг (9). Важливим залишається й міжнародний фактор, зокрема вплив глобальних криз,

який оцінено у 8 балів, що свідчить про значну залежність галузі від світових подій.

Серед соціально-демографічних факторів особливу роль відіграють зміни у вподобаннях туристів, які можуть впливати на попит та необхідність адаптації послуг. Екологічні стандарти також набувають більшого значення, адже зростає інтерес до екологічно чистого туризму та відповідальних практик ведення бізнесу.

Таким чином, підприємство повинно ретельно аналізувати макросередовище, адаптувати свої стратегії відповідно до зовнішніх умов і впроваджувати сучасні технології для збереження конкурентних переваг.

Таблиця 2.4

Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів туристичної компанії «Join Up!»

Показники	Join UP!	Anex Tour	TPG	Альф туристичний оператор
Місце розташування	9	8	7	8
Середній рівень завантаженості	8	9	7	7
Популярність серед населення	9	8	6	7
Рівень професіоналізму персоналу	8	9	7	7
Якість основних послуг	9	8	7	8
Асортимент додаткових послуг	8	9	6	7
Якість рекламних засобів	9	8	7	7
Цінова політика	8	9	6	7
Разом (усереднена оцінка)	8.5	8.5	6.6	7.1

Джерело: складено автором на основі аналізу різних електронних джерел

Аналіз конкурентного середовища дозволяє оцінити позицію компанії «Join UP!» відносно головних конкурентів – «Anex Tour» та «TPG». За такими критеріями, як популярність серед населення, якість основних послуг та рекламних засобів, «Join UP!» отримала найвищі бали (9), що свідчить про її високу впізнаваність і ефективність маркетингових стратегій.

«Anex Tour» має трохи кращі показники за рівнем професіоналізму персоналу, рівнем завантаженості та асортиментом додаткових послуг, що свідчить про його ширші можливості в наданні комплексних турів.

«TRG» демонструє нижчі оцінки, що пояснюється меншою популярністю бренду та порівняно обмеженим асортиментом послуг.

Усереднена оцінка свідчить, що «Join UP!» та «Anex Tour» мають однакові конкурентні позиції (8.5 балів), тоді як «TRG» суттєво відстає (6.6 балів). Це підтверджує необхідність для «Join UP!» підтримувати високий рівень сервісу, розширювати асортимент і посилювати свою маркетингову активність для зміцнення позицій на ринку.

SWOT-аналіз дозволяє оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на діяльність туристичного підприємства, виявити його конкурентні переваги, визначити потенційні загрози та можливості для розвитку.

Проведений SWOT-аналіз допомагає визначити ключові аспекти діяльності туристичного підприємства. Для збереження конкурентних позицій компанії необхідно використовувати свої сильні сторони та можливості, водночас працюючи над усуненням слабких сторін та мінімізацією загроз. Найбільш перспективними напрямками розвитку є впровадження нових технологій, розширення внутрішнього туризму та нішевих турів, а також активна робота з міжнародними партнерами.

Таблиця 2.5.

Матриця SWOT-аналізу туристичної компанії «Join Up!»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Широка географія турів – Join UP! пропонує подорожі до понад 40 країн світу, що дозволяє диверсифікувати ризики та приваблювати клієнтів із різними уподобаннями.	Залежність від сезонності – основний дохід компанії припадає на літній та зимовий сезони, що спричиняє фінансові коливання протягом року.
Інноваційні підходи до організації турів – використання сучасних технологій, автоматизація процесів бронювання та застосування CRM-систем для обслуговування клієнтів.	Нестабільна економічна ситуація в країні – інфляція, девальвація гривні та зростання витрат на міжнародні подорожі негативно впливають на попит.

Продовження таблиці 2.5

Розвинена мережа партнерів – компанія співпрацює з провідними авіакомпаніями, готельними мережами та страховими компаніями, що забезпечує конкурентні умови для клієнтів.	Обмеженість внутрішнього туризму в асортименті – компанія орієнтована переважно на виїзний туризм, тоді як попит на внутрішні подорожі зростає.
Високий рівень сервісу та клієнтоорієнтованість – гнучкі умови бронювання, програми лояльності, цілодобова підтримка клієнтів.	Висока конкуренція на ринку – ринок туристичних послуг перенасичений, що змушує компанію постійно вдосконалювати свої пропозиції.
Гнучкість у реагуванні на потреби ринку – швидка адаптація до змін, наприклад, оперативне додавання безпечних напрямків під час кризових періодів.	Залежність від зовнішніх чинників – валютні курси, політична ситуація, зміни у міжнародних візових режимах впливають на доступність подорожей.
Ефективна маркетингова стратегія – активне використання соціальних мереж, рекламних кампаній, співпраця з блогерами та медіа.	Проблеми з логістикою під час кризових періодів – обмежена можливість швидкого коригування маршрутів через політичні чи природні катаклізми.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Розвиток внутрішнього туризму – зростаючий попит на подорожі всередині України, що відкриває перспективи для створення нових маршрутів.	Політична нестабільність, війна – конфлікти та кризи в країні знижують рівень довіри до туристичного ринку та зменшують попит.
Впровадження нових цифрових платформ для бронювання – розширення мобільних додатків, онлайн-платформ і чат-ботів для автоматизації процесу бронювання.	Зростання конкуренції з боку міжнародних туроператорів – великі глобальні компанії можуть пропонувати більш вигідні умови.
Залучення нових міжнародних партнерів – розширення співпраці з новими авіакомпаніями, готелями та туристичними локаціями для підвищення унікальності пропозицій.	Можливі законодавчі обмеження – зміни в законодавстві щодо туризму, посилення податкового навантаження на туристичні компанії.
Розширення асортименту спортивних і нішевих турів – попит на активний, пригодницький, екотуризм та гастрономічні подорожі зростає.	Зменшення попиту через економічну кризу – зниження купівельної спроможності населення та пріоритетність базових витрат над подорожами.
Використання сучасних технологій для автоматизації процесів – чат-боти, штучний інтелект для персоналізованих пропозицій, цифрові платформи для аналізу попиту.	Негативний вплив пандемій або природних катаклізмів – обмеження подорожей через форс-мажорні обставини.
Розвиток бюджетних турів – розширення пропозицій економ-сегмента для залучення ширшої аудиторії.	Зміна переваг туристів – збільшення попиту на самостійне планування подорожей без звернення до туроператорів.
Екологічний тренд – запровадження концепції сталого туризму, створення еко-дружніх турів для нової аудиторії.	Коливання вартості авіаперельотів – значні зміни цін на паливо можуть впливати на загальну вартість подорожей.

Джерело: складено автором

Аналіз сильних і слабких сторін компанії «Join UP!», а також її можливостей і загроз, дозволяє зробити висновок, що компанія має стійкі конкурентні переваги на ринку, однак стикається з низкою викликів.

Серед ключових переваг – велика географія турів, сильна партнерська мережа, високий рівень сервісу, активне використання маркетингових стратегій і гнучкість у прийнятті рішень.

Основними ризиками залишаються залежність від сезонності, нестабільна економічна ситуація в країні, вплив міжнародних факторів і висока конкуренція.

Водночас компанія має великі перспективи для зростання, зокрема розширення внутрішнього туризму, впровадження технологічних інновацій, залучення міжнародних партнерів і розробка нових типів турів.

Для зниження ризиків «Join UP!» слід:

1. Розвивати внутрішній туризм як альтернативу для сегменту, що залежить від міжнародних обмежень.
2. Активніше впроваджувати цифрові рішення, щоб автоматизувати бронювання, персоналізувати послуги та покращити комунікацію з клієнтами.
3. Зміцнювати партнерські відносини з міжнародними компаніями для розширення можливостей доступу до нових туристичних напрямків.
4. Застосовувати стратегії антикризового управління, що дозволять швидко реагувати на зміни економічної та політичної ситуації.

2.3. Активний туризм в структурі туристичного продукту компанії «Join UP!»

Компанія «Join Up!» пропонує широкий вибір турів з активного туризму, які відповідають різним рівням фізичної підготовки, інтересам і цілям туристів. Асортимент турів спрямований на задоволення запитів як новачків, так і

досвідчених спортсменів, які прагнуть активного відпочинку або участі в спеціалізованих спортивних заходах.

Основними видами турів, які пропонує «Join Up!», є гірськолижні подорожі, трекінгові маршрути, велотури, дайвінг-програми.

Тури з активного туризму, які пропонує «Join Up!», охоплюють широкий спектр активностей, що задовольняють потреби різних категорій туристів. Компанія робить акцент на якісній організації подорожей, які включають як популярні, так і унікальні напрямки.

Гірськолижні тури. Гірськолижні тури є одним із найпопулярніших видів спортивного туризму, який пропонує «Join Up!».

Основними напрямками є:

– Буковель (Україна): Найбільший гірськолижний курорт України, який приваблює як початківців, так і досвідчених лижників. Тури включають зручний трансфер, проживання у готелях поблизу трас, а також оренду спорядження.

– Боровець (Болгарія): Один із найстаріших курортів Балкан, що пропонує добре обладнані траси для різних рівнів складності. Туристи отримують доступ до тренувань з професійними інструкторами та можливість насолодитися термальними водами регіону.

– Альпи (Австрія, Франція, Італія): Альпійські курорти є ідеальним вибором для поціновувачів висококласного сервісу та унікальних трас. Тури включають авіапереліт, трансфер, проживання у комфортабельних готелях і прокат сучасного спорядження.

Трекінгові маршрути. Трекінг є ідеальним варіантом для тих, хто бажає поєднати активний відпочинок із дослідженням мальовничої природи. Join Up пропонує маршрути в Карпатах, Татрах, а також у національних парках Туреччини та Грузії.

Особливістю таких турів є:

- професійні гіді, які допомагають долати маршрути будь-якої складності:

- наявність забезпечення, включаючи харчування, обладнання та ночівлю в наметах чи спеціальних притулках.

Велотури. Велосипедні тури від Join Up орієнтовані на активних туристів, які шукають адреналін та захоплюючі пейзажі.

Пропозиції включають:

- маршрути в Карпатах, по узбережжю Чорного моря, а також у країнах Європи, таких як Нідерланди та Іспанія;

- послуги з оренди професійних велосипедів і технічної підтримки на маршруті;

- можливість комбінувати велотури з іншими активностями, наприклад, каякінгом чи кемпінгом.

Дайвінг-програми. Дайвінг є ще одним унікальним напрямком спортивного туризму. «Join Up!» організовує тури до таких популярних місць:

- Червоне море (Єгипет): Одне з найкращих місць для дайвінгу у світі завдяки кораловим рифам і багатству підводного світу.

- Середземне море (Туреччина, Греція): Туристи можуть насолодитися прозорою водою та дослідженням історичних затонулих кораблів.

- Програми включають оренду обладнання, навчання з професійними інструкторами та організацію занурень на різні глибини.

Переваги турів від «Join Up!»:

1. Комплексний підхід: Усі тури включають логістику, проживання, організацію харчування та підтримку під час подорожі.

2. Гнучкість: Пропонуються як індивідуальні, так і групові тури, що адаптуються до потреб клієнтів.

3. Доступ до професіоналів: Співпраця з кваліфікованими інструкторами, гідями та медичними працівниками гарантує безпеку та комфорт.

Крім того, «Join Up!» пропонує тематичні тури з активного туризму, які включають участь у марафонах, триатлонах або спортивних фестивалях. Наприклад, компанія організовує поїздки на міжнародні спортивні змагання, де туристи можуть не лише змагатися, але й спостерігати за виступами професіоналів.

Асортимент пропонованих турів постійно оновлюється, враховуючи актуальні тренди та побажання клієнтів. Завдяки такій різноманітності «Join Up!» сприяє популяризації спортивного туризму та допомагає клієнтам отримати унікальний досвід активного відпочинку в різних куточках світу.

Позиціонування турів з активного туризму компанії «Join Up!» на ринку туристичних послуг базується на унікальних пропозиціях, орієнтованих на якість, індивідуалізацію та доступність. Компанія займає провідну позицію завдяки широкому асортименту турів, які враховують сучасні потреби туристів, а також завдяки високому рівню сервісу, що забезпечується професійною командою та використанням інноваційних технологій.

«Join Up!» позиціонує свої тури як унікальний продукт для активного відпочинку, доступний як для новачків, так і для досвідчених спортсменів. Основними аспектами такого позиціонування є комплексний підхід до організації турів, який включає професійний супровід, логістичну підтримку, страхування, забезпечення якісним спорядженням і вибір найкращих локацій. Крім того, компанія акцентує увагу на безпеці клієнтів, співпрацюючи з досвідченими інструкторами, які проходять регулярну атестацію та навчання.

Конкурентоспроможність турів компанії забезпечується кількома ключовими чинниками.

По-перше «Join Up!» активно співпрацює з міжнародними партнерами, що дозволяє пропонувати клієнтам тури до найпопулярніших спортивних локацій світу за конкурентними цінами.

По-друге, компанія приділяє велику увагу персоналізації послуг, дозволяючи клієнтам обирати індивідуальні маршрути, рівень складності та

додаткові опції. Наприклад, клієнтам пропонують можливість обрати комбіновані тури, які поєднують спортивну активність із культурно-освітніми заходами.

Суттєвою перевагою «Join Up!» є здатність швидко реагувати на тренди туристичного ринку та впроваджувати інноваційні підходи до організації подорожей. У відповідь на зростання попиту на екологічні та стійкі подорожі, компанія активно розширює пропозицію турів, що поєднують активний відпочинок із турботою про навколишнє середовище.

Наприклад, трекінгові маршрути проходять в природних заповідниках. «Join Up!» співпрацює з місцевими екологічними організаціями, щоб забезпечити мінімальний вплив на екосистему під час подорожей. Учасники таких турів можуть не лише насолодитися мальовничими пейзажами, а й долучитися до волонтерських ініціатив, наприклад, очищення територій від сміття чи висадження дерев. Велотури, які пропонує компанія, охоплюють як міські маршрути для огляду пам'яток, так і більш складні подорожі гірськими стежками для досвідчених велосипедистів. Для зручності клієнтів організовується оренда сучасних велосипедів, а також забезпечується технічна підтримка.

Аналіз потреб різних вікових категорій клієнтів також є важливим елементом стратегії «Join Up!». Молодіжна аудиторія віддає перевагу екстремальним видам спорту, таким як рафтинг, скелелазіння, кайтсерфінг чи дайвінг. Для цих груп створюються програми, що включають тренування з професійними інструкторами, а також організацію змагань або командних активностей, що сприяють побудові команди та формуванню спільноти.

Для сімей із дітьми компанія розробляє програми з акцентом на безпеку, комфорт і м'яку активність. Це можуть бути прогулянки мальовничими місцями, поїздки на велосипедах по легких маршрутах, відвідування заповідників або природних парків із екскурсіями, адаптованими для дітей. До таких програм

часто включають майстер-класи, наприклад, із виготовлення сувенірів, уроки кулінарії чи навчання основам виживання в природі.

«Join Up!» також проводить маркетингові дослідження, щоб виявити нові перспективні напрями. Наприклад, зростає популярність турів, які включають участь у спортивних заходах або змаганнях. Такі подорожі приваблюють як глядачів, так і учасників, створюючи атмосферу колективної підтримки й адреналіну.

Ще одним вагомим чинником є ефективна маркетингова стратегія. «Join Up!» використовує багатоканальний підхід до просування своїх послуг. Це включає активну присутність у соціальних мережах, контекстну рекламу, участь у виставках, а також організацію освітніх заходів для клієнтів та агентів. Особливої уваги заслуговують інструменти цифрового маркетингу, які дозволяють забезпечувати швидкий зворотний зв'язок із клієнтами та пропонувати персоналізовані рекомендації на основі їхніх вподобань.

Для збереження конкурентних позицій «Join Up!» регулярно проводить моніторинг ринку, аналізуючи попит і пропозицію. Згідно з даними внутрішніх досліджень компанії, спортивні тури складають близько 15% від загального обсягу проданих турів, і цей показник зростає на 10% щорічно. Основними ринками збуту залишаються країни Європи, зокрема Італія, Австрія та Іспанія, однак компанія активно розширює присутність у країнах Азії та Африки.

Таким чином, позиціонування турів з активного туризму компанії «Join Up!» базується на високій якості, інноваційності та клієнтоорієнтованості. Завдяки цим перевагам компанія не лише успішно конкурує на внутрішньому ринку, але й створює умови для розширення своєї діяльності на міжнародному рівні. Інтеграція новітніх технологій, аналіз ринку та впровадження унікальних продуктів дозволяють «Join Up!» залишатися одним із лідерів у сегменті спортивного туризму.

Висновки до розділу 2

У ході аналізу діяльності компанії «Join UP!» в сегменті активного туризму було визначено її основні характеристики, конкурентні переваги, а також вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на її функціонування.

Компанія «Join UP!» є одним із провідних туроператорів України, що спеціалізується на організації як традиційних, так і нішевих туристичних продуктів, зокрема активного туризму. Завдяки широкій географії турів, розвиненій мережі партнерів та високому рівню сервісу компанія займає стабільні позиції на ринку та постійно вдосконалює свої пропозиції відповідно до змін у попиті клієнтів.

Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища показав, що діяльність компанії значною мірою залежить від економічної ситуації, державного регулювання, міжнародних туристичних тенденцій та розвитку цифрових технологій. Політична нестабільність, економічні кризи та зростання конкуренції з боку міжнародних операторів є основними загрозами, що можуть впливати на роботу підприємства.

У структурі туристичного продукту компанії «Join Up!» активний туризм представлений різними видами подорожей, зокрема гірськолижними турами, трекінговими маршрутами, велотурами, дайвінг-програмами та йога-ретритами. Враховуючи зростаючий попит на активний відпочинок, компанія активно розвиває цей напрямок, пропонуючи клієнтам якісні послуги, адаптовані до сучасних вимог ринку.

Таким чином, «Join Up!» має значний потенціал для подальшого розвитку в сегменті активного туризму. Для зміцнення своїх позицій компанії варто розширювати співпрацю з міжнародними партнерами, удосконалювати маркетингові стратегії та впроваджувати новітні технологічні рішення, що сприятимуть підвищенню рівня сервісу та конкурентоспроможності на туристичному ринку.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ВИХОДЯЧИ З РЕСУРСНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

3.1 Активний туризм в Україні: стан, проблеми, перспективи

Активний туризм є важливим напрямом розвитку туристичної галузі України, оскільки поєднує фізичну активність, рекреацію та екологічно чистий відпочинок. Україна має значний потенціал для розвитку активного туризму завдяки унікальному природному різноманіттю: Карпати, Полісся, узбережжя Чорного та Азовського морів, численні річки та заповідні території створюють сприятливі умови для різних видів активного відпочинку.

На сьогодні активний туризм в Україні перебуває на стадії розвитку. Найбільш популярними його видами є пішохідний, гірськолижний, велосипедний, водний та екстремальний туризм. Гірськолижні курорти, зокрема Буковель, Драгобрат, Славське, є центрами зимового активного туризму та щорічно приймають десятки тисяч туристів. Водночас літній сезон приваблює прихильників походів Карпатами, сплавів Дністром, туристичних маршрутів Поліссям та степовими зонами півдня країни.

За даними Національної туристичної організації України, активний туризм займає значну частку в структурі туристичного ринку країни. Згідно з «Туристичним барометром України 2021-2022», спостерігається тенденція до зростання попиту на активні види відпочинку серед як внутрішніх, так і іноземних туристів. Зокрема, у 2021 році кількість туристів, які обрали активні тури, зросла на 15% порівняно з попереднім роком. Це свідчить про підвищення інтересу до активного туризму та його перспективи в Україні [38].

Останніми роками спостерігається зростання попиту на екологічні та пригодницькі тури. Зокрема, з'являються нові еко-маршрути, кемпінгові стоянки, йога-ретрити та велотури. Туристичні компанії та організатори

активного відпочинку все більше інтегрують цифрові технології для спрощення бронювання та організації подорожей, що також позитивно впливає на зростання попиту.

Основні проблеми розвитку активного туризму в Україні Незважаючи на значний потенціал, активний туризм в Україні стикається з рядом проблем. Однією з основних є недостатньо розвинена інфраструктура, особливо у віддалених туристичних районах. Недостатня кількість маркованих маршрутів, відсутність якісних доріг та транспорту ускладнюють доступ до природних туристичних об'єктів.

Ще однією важливою проблемою є недостатня державна підтримка. В Україні відсутня цілісна програма розвитку активного туризму, що ускладнює його популяризацію та залучення інвестицій. Окрім цього, значну роль відіграє нестача кваліфікованих гідів та інструкторів, що впливає на якість та безпеку туристичних подорожей.

Важливим фактором, що стримує розвиток активного туризму, є недостатня екологічна свідомість частини туристів. Забруднення природних територій, недотримання правил безпеки та хаотичне встановлення наметових стоянок призводять до негативних наслідків для довкілля та репутації України як туристичного напрямку [36].

Перспективи розвитку активного туризму в Україні Для подальшого розвитку активного туризму необхідно впроваджувати комплексні заходи, спрямовані на покращення інфраструктури, залучення інвестицій та популяризацію активного відпочинку серед населення.

Перспективним напрямом є розвиток екологічного туризму, створення нових маршрутів, розширення мережі кемпінгів та еко-парків. Також доцільним є впровадження інноваційних технологій, таких як мобільні додатки для туристів, інтерактивні карти маршрутів, сервіси онлайн-бронювання.

Важливим є розширення співпраці між туристичними компаніями та державними установами, що дозволить ефективніше залучати фінансування та

створювати сприятливі умови для розвитку активного туризму. Проведення фестивалів, спортивних змагань, тематичних туристичних виставок сприятиме популяризації активного відпочинку та формуванню позитивного іміджу України як привабливого туристичного напрямку.

Отже, активний туризм в Україні має значний потенціал для розвитку, однак потребує комплексного підходу для подолання існуючих проблем. Інвестиції в інфраструктуру, удосконалення законодавчої бази та активна популяризація активного туризму дозволять не лише залучити більше туристів, а й сприяти економічному розвитку регіонів та покращенню туристичного іміджу країни.

3.2. Актуальні напрями розвитку активного туризму, виходячи з ресурсних можливостей компанії «Join UP!»

Компанія «Join UP!» має значний потенціал для розширення сегменту активного туризму, враховуючи її широку мережу партнерів, досвід організації подорожей та сучасний підхід до формування туристичних продуктів. З метою розширення асортименту турів в категорії активного туризму пропонуються два нові тури: «Карпатський Екстрім» та «Дунайська Одисея», які орієнтовані на різні категорії туристів і мають високий потенціал для залучення клієнтів.

1. Тур «Карпатський Екстрім» (Україна).

Опис туру:

Цей тур розрахований на туристів, які прагнуть випробувати свої сили в екстремальних умовах, дослідити гірські маршрути та насолодитися природною красою Карпат. Програма передбачає 5-денний активний відпочинок з елементами гірського трекінгу, рафтингу та скелелазіння.

Основні характеристики туру:

Тривалість: 5 днів / 4 ночі.

Локація: Карпати (Говерла, Чорногірський хребет, річка Чорний Черемош).

Формат: Груповий тур (10-15 осіб).

Цільова аудиторія: любителі пригод, активні мандрівники, туристи, які бажають випробувати нові екстремальні види відпочинку.

Програма туру:

День 1: Прибуття до Івано-Франківська, трансфер у Верховину, інструктаж, знайомство з групою, пішохідний маршрут до полонини Кринта.

День 2: Похід на Говерлу, ночівля в наметах, перегляд заходу сонця в горах.

День 3: Спуск до річки Чорний Черемош, навчання з техніки безпеки, рафтинг по бурхливій річці.

День 4: Скелелазіння в урочищі Довбуша, альпіністський майстер-клас від професійних інструкторів.

День 5: Повернення до Верховини, дегустація гуцульських страв, трансфер до Івано-Франківська.

Що включено в тур:

- проживання (наметовий кемпінг);
- харчування (3-разове);
- трансфери та переїзди;
- спорядження для рафтингу та скелелазіння;
- послуги професійних гідів та інструкторів;
- медичне страхування.

Очікувані результати впровадження:

Тур «Карпатський Екстрім» дозволить залучити нових клієнтів у сегменті молодіжного та екстремального туризму, а також популяризувати активний відпочинок серед внутрішніх туристів.

2. Тур «Тамниці печер України» (Україна).

Цей маршрут розроблений для туристів, які прагнуть насолодитися красою українських печер, зайнятися спелеологією та дослідити унікальну систему печер України. Програма туру включає 4 печери Поділля: Млинки, Оптимістична, Атлантида, Кришталева.

Основні характеристики туру

Тривалість: 6 днів / 5 ночей.

Локація: Українське Поділля (Тернопільська та Хмельницька область).

Формат: Спелеологічний тур (6-10 осіб).

Цільова аудиторія: туристи, які люблять екологічний та спелеотуризм.

Програма туру.

День 1: Трансфер Львів - Тернопіль. Поселення (сніданок). Трансфер до с. Залісся. Знайомство з спелеологами (інструктаж). Огляд печери Млинки. Обід. Трансфер до Тернополя.

День 2: Сніданок. Трансфер до с. Королівка. Знайомство з спелеологами (інструктаж). Екскурсія в печеру Оптимістична. Обід. Трансфер до Тернополя.

День 3: Сніданок. Трансфер до с. Кривче. Знайомство з спелеологами (інструктаж). Екскурсія в печеру Кришталева. Обід. Трансфер до Тернополя.

День 4: Сніданок. Виселення. Трансфер до Кам'янця-Подільського. Поселення. Обід. Оглядова екскурсія містом.

День 5: Сніданок. Трансфер до с. Завалля. Знайомство з спелеологами (інструктаж). Екскурсія в печеру Атлантида. Обід. Трансфер до Кам'янця-Подільського.

День 6: Сніданок. Виселення. Повернення до Львова.

Що включено в тур:

- прокат спорядження;
- проживання;
- харчування (в закладі розміщення / на виїзді);
- супровід інструкторів;
- страхування;

– трансфери.

Очікувані результати впровадження.

Тур «Таємниці печер України» сприятиме розвитку спелео- та екологічного туризму, залученню як українських, так і іноземних туристів, а також сприятиме екологічній освіті та відповідальному ставленню до природи.

Запропоновані тури «Карпатський Екстрім» та «Таємниці печер України» відповідають сучасним трендам активного та екологічного туризму. Вони орієнтовані на різні категорії клієнтів та враховують ресурсні можливості компанії «Join UP!», дозволяючи їй розширити спектр запропонованих послуг, зміцнити позиції на ринку активного туризму та залучити нову аудиторію.

3.3. Аналіз соціально-економічної ефективності запропонованих заходів

Для аналізу соціально-економічної ефективності запропонованих заходів (турів «Карпатський Екстрім» та «Таємниці печер України») необхідно розрахувати основні економічні показники, такі як дохід, витрати, прибуток, рентабельність та окупність.

Таблиця 3.1.

Калькуляція туру «Карпатський Екстрім»

№	Калькуляційна стаття	%	Група з 15 туристів, грн	На одну людину, грн
1	Транспортні витрати (автобус, трансфер)		48 000	3 200
2	Проживання (готель, кемпінг)		43 200	2 880
3	Харчування (трьохразове)		36 000	2 400
4	Оплата гідів та інструкторів		24 000	1 600
5	Спорядження (оренда)		19 200	1 280
6	Страховання туристів		12 000	800
7	Собівартість туру		182400	12160
8	Прибуток	30	54720	3648
9	Ціна одного ваучера без ПДВ		237120	15808
10	ПДВ	20	47424	3161,3
11	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ		284544	18969,6

Джерело: складено автором

Таблиця 3.2.

Прогнозний план реалізації туру (40 турів на рік)

Період	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів
Січень	-	-
Лютий	-	-
Березень	3	12.03; 18.03; 26.03
Квітень	4	2.04; 09.04; 13.04; 20.04
Травень	5	2.05; 6.05; 11.05; 18.05; 28.05
Червень	5	4.06; 8.06; 13.06; 18.06; 25.06
Липень	7	2.07; 5.07; 12.07; 17.07; 20.07; 24.07; 28.07
Серпень	7	5.08; 9.08; 12.08; 16.08; 20.08; 25.08; 29.08
Вересень	6	3.09; 7.09; 10.09; 15.09; 24.09; 28.09
Жовтень	3	1.10; 15.10; 29.10
Листопад	-	-
Грудень	-	-

Джерело: складено автором

1. *Валовий дохід від надання послуг* визначається як добуток кількості проданих турів на їх вартість.

$$284544 * 40 \text{ турів на рік} = 11381760 \text{ грн.}$$

2. *Чистий дохід від надання послуг* розраховується як різниця між валовим доходом та ПДВ.

Виокремимо ПДВ (20%).

$$\text{Чистий дохід від надання послуг} = 9484800 \text{ грн.}$$

3. *Валовий прибуток* визначається як різниця чистого доходу від надання послуг і собівартістю послуг.

Собівартість реалізації турів (40 турів на рік) = 182400 (собівартість 1 групового туру) * 40 (реалізованих турів в рік) = 7296000 грн.

$$\text{Валовий прибуток} = 9484800 - 7296000 = 2188800 \text{ грн.}$$

4. *Чистий прибуток* визначається як різниця результату від операційної діяльності (Валовий прибуток) та податку на прибуток. Ставка податку на прибуток становить 18%.

Виокремимо податок на прибуток (ставка податку 18%).

Податок на прибуток (ставка податку 18%) = $(2188800 * 18\%) / 100\% = 393984$ грн. Чистий прибуток = $2188800 - 393984 = 1794816$ грн.

Таблиця 3.3.

Фінансові результати від продажу туру

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	11381760
Чистий дохід від надання послуг	9484800
Собівартість послуг	7296000
Валовий прибуток	2188800
Податок на прибуток (18%)	393984
Чистий прибуток	1794816

Джерело: складено автором

Проведемо оцінку ефективності реалізації туру розрахувавши чисту рентабельність продажів та чисту рентабельність витрат.

1. Чиста рентабельність продажів розраховується за формулою:

$$\text{ЧР}_п = \frac{\text{ЧП}_t}{\text{ЧД}_t} \times 100\%$$

де:

ЧРп – чиста рентабельність продажів;

ЧП_t – чистий прибуток;

ЧД_t – чистий дохід.

Отже, ЧРп = (1794816 : 9484800) × 100% = 18,9%.

2. Чиста рентабельність витрат розраховується за формулою:

$$\text{ЧР}_в = \frac{\text{ЧП}_t}{\text{С} + \text{П}_з} \times 100\%$$

де:

ЧРв – чиста рентабельність витрат;

ЧП_t – чистий прибуток;

С - собівартість наданих послуг;

Пз - інші витрати.

Отже, ЧРв = (1794816 : 7296000) × 100% = 24,6%.

Тур «Карпатський Екстрім» є економічно доцільним, оскільки приносить чистий прибуток у розмірі 1794816 грн на рік при реалізації 40 турів.

Чиста рентабельність продажів на рівні 18,9% свідчить про прибутковість реалізації туру відносно доходу компанії.

Чиста рентабельність витрат на рівні 24,6% означає, що компанія ефективно використовує свої ресурси, отримуючи додатковий прибуток понад витрати.

Завдяки стабільному попиту та ретельному плануванню тур може стати важливою частиною продуктового портфеля «Join UP!» та сприяти розширенню активного туризму в Україні.

Аналогічно проведемо розрахунки щодо фінансових показників туру «Таємниці печер України».

Таблиця 3.4.

Калькуляція туру «Таємниці печер України»

№	Калькуляційна стаття	%	Група з 10 туристів, грн	На одну людину, грн
1	Транспортні витрати (автобус, трансфер)		32 400	3 240
2	Проживання (готель, хостел)		36 000	3 600
3	Харчування (трьохразове)		30 600	3 060
4	Оплата гідів та інструкторів		21 600	2 160
5	Спорядження (оренда)		18 000	1 800
6	Страховання туристів		9 000	900
7	Собівартість туру		147 600	14 760
8	Прибуток	30	44280	4428
9	Ціна одного ваучера без ПДВ		191880	19188
10	ПДВ	20	38376	3837,6
11	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ		230256	23025,6

Джерело: складено автором

Таблиця 3.5.

Прогнозний план реалізації туру (30 турів на рік)

Період	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів
Січень	-	-
Лютий	1	10.02
Березень	2	14.03; 28.03
Квітень	3	5.04; 12.04; 26.04
Травень	4	3.05; 10.05; 17.05; 31.05
Червень	4	7.06; 14.06; 21.06; 28.06
Липень	5	5.07; 12.07; 19.07; 26.07; 30.07
Серпень	5	6.08; 13.08; 20.08; 27.08; 30.08
Вересень	3	5.09; 15.09; 25.09
Жовтень	2	10.10; 24.10
Листопад	1	8.11
Грудень	-	-

Джерело: складено автором

1. Валовий дохід від надання послуг: $230256 * 30 = 6907680$ грн.
2. Чистий дохід від надання послуг: 5756400 грн.
3. Валовий прибуток: $5756400 - 4428000 = 1328400$ грн.
4. Чистий прибуток: $1328400 - 239112 = 1089288$ грн.

Таблиця 3.5.

Фінансові результати від продажу туру

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	6907680
Чистий дохід від надання послуг	5756400
Собівартість послуг	4428000
Валовий прибуток	1328400
Податок на прибуток (18%)	239112
Чистий прибуток	1089288

Джерело: складено автором

Проаналізуємо рівень ефективності реалізації туру сформувавши значення чистої рентабельності продажів та чистої рентабельності витрат.

1. Чиста рентабельність продажів: $(1089288 : 5756400) \times 100\% = 18,9\%$.
2. Чиста рентабельність витрат: $(1089288 : 4428000) \times 100\% = 24,6\%$.

Тур «Таємниці печер України» є прибутковим і економічно доцільним. Чиста рентабельність продажів 18,9% вказує на хорошу дохідність. Чиста рентабельність витрат 24,6% демонструє ефективність витрат. Очікуваний чистий прибуток — 1089288 грн на рік при реалізації 30 турів.

Ці показники свідчать, що тур добре підходить для розширення продуктового портфеля «Join UP!» та сприяє розвитку спелеотуризму в Україні.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було проаналізовано перспективні напрями розвитку активного туризму в Україні та можливості його розширення з урахуванням ресурсних можливостей туристичних компаній, зокрема «Join UP!».

Аналіз показав, що активний туризм в Україні має значний потенціал завдяки природному різноманіттю, збільшенню популярності екологічного та пригодницького відпочинку, а також розвитку технологічних рішень у сфері туризму. Водночас існують проблеми, які уповільнюють цей процес: нерозвинена туристична інфраструктура, недостатня кількість підготовлених спеціалістів у сфері активного туризму, сезонність попиту, а також відсутність комплексної стратегії розвитку цього сегмента на державному рівні. Для активізації розвитку активного туризму необхідно створення якісних туристичних маршрутів, модернізація інфраструктури, підтримка малого бізнесу та формування культури екологічного туризму серед населення.

На основі аналізу діяльності «Join UP!» було розроблено два нові туристичні продукти, що відповідають актуальним запитам ринку:

«Карпатський Екстрім» – пригодницький комбінований тур у Карпатах із акцентом на активний відпочинок (трекінг, рафтинг, скелелазіння).

«Таємниці печер України» – спелеологічний тур по печерах Поділля, що орієнтований на екстремальний туризм та екологічну просвіту.

Фінансові розрахунки показали, що обидва тури є прибутковими. Тур «Карпатський Екстрім» так як і тур «Таємниці печер України» демонструє рентабельність 18,9% і очікуваний чистий дохід 1794816 грн. та 1089288 грн. відповідно. Важливо, що спелеотуризм є менш залежним від сезонності, що дозволяє оптимізувати завантаженість компанії протягом року.

Розвиток активного туризму, включаючи нові тури, дозволить компанії «Join UP!» розширити власну клієнтську базу, зайняти конкурентну нішу в сегменті пригодницького туризму та підвищити рівень туристичних послуг в Україні. Для успішної реалізації цих проєктів необхідно розробити ефективні маркетингові стратегії, налагодити співпрацю з місцевими громадами, інвестувати в навчання інструкторів та покращення туристичної інфраструктури. Це сприятиме не лише комерційному успіху компанії, а й загальному розвитку активного туризму в Україні, підвищуючи її туристичну привабливість.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було встановлено, що активний туризм відіграє значну роль у сучасній туристичній індустрії, поєднуючи фізичну активність, пригоди та екологічну свідомість. Він демонструє високі темпи розвитку, що зумовлено зростанням інтересу до активного способу життя та прагненням туристів до нових вражень. Популяризація цього сегмента також сприяє покращенню фізичного та психологічного стану туристів, зміцненню соціальних зв'язків і формуванню культури відповідального ставлення до довкілля.

Аналіз ринку активного туризму засвідчив наявність стійкого попиту на подорожі, що передбачають активну взаємодію з природним середовищем. Водночас виявлено низку проблем, які стримують подальший розвиток цього напрямку. Серед основних викликів – недостатня інфраструктура для активного відпочинку, сезонність попиту, нестача кваліфікованих кадрів, обмежена державна підтримка та потреба в удосконаленні логістики. Діяльність туристичних компаній у цій сфері потребує ретельного планування, високого рівня організаційної підготовки та врахування ризиків, пов'язаних із безпекою учасників.

Результати дослідження продемонстрували конкурентоспроможність компанії «Join UP!» у сегменті активного туризму. Використання партнерських зв'язків, впровадження інноваційних туристичних продуктів і забезпечення якісного сервісу сприяють зміцненню її позицій на ринку. Водночас подальший розвиток компанії вимагає адаптації до ринкових змін, вдосконалення інфраструктури та розширення спектру послуг.

З метою посилення присутності компанії в сегменті активного туризму були розроблені нові туристичні продукти:

«Карпатський Екстрім» – пригодницький тур у Карпатах, що включає трекінг, рафтинг і скелелазіння, орієнтований на туристів, які шукають активний відпочинок;

«Таємниці печер України» – унікальний спелеотур по печерах Поділля, який дає можливість туристам досліджувати природні утворення та знайомитися з історико-геологічною спадщиною регіону.

Рентабельність екологічних турів «Карпатський Екстрім» та «Таємниці печер України» становить 18,9%. Такі результати свідчать про високий потенціал впровадження нових маршрутів та їхню комерційну привабливість для компанії.

Крім того, дослідження показало, що подальший розвиток активного туризму в Україні потребує комплексного підходу, який включає:

Удосконалення інфраструктури (покращення стану туристичних маршрутів, створення місць для ночівлі, облаштування зручних транспортних шляхів).

Запровадження програм підготовки персоналу (підвищення кваліфікації гідів, інструкторів, забезпечення сертифікації працівників).

Посилення маркетингової діяльності (розширення онлайн-просування, впровадження сучасних цифрових платформ для бронювання та підтримки клієнтів).

Залучення державної підтримки (розробка грантових програм для розвитку активного туризму, створення пільгових умов для бізнесу в цій сфері).

Таким чином, активний туризм має значний потенціал для розвитку в Україні, сприяючи розширенню туристичних можливостей, залученню нової аудиторії та підвищенню прибутковості туристичних компаній. Його подальше зростання можливе за умови покращення матеріально-технічної бази, розвитку маркетингових стратегій та підтримки з боку держави, що в комплексі позитивно вплине на всю туристичну галузь країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування. Київ: Видавничий дім «Слово», 2010. 395 с.
2. Бойко О. В. Організація спортивно-оздоровчого туризму. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 114 с.
3. Бондаренко В. Цифрові технології у спортивному туризмі. *Спортивний вісник*. 2022. № 4. С. 45–49.
4. Власюк Н. В. Системи GPS-навігації у спортивному туризмі. Харків: Вища школа, 2019. 225 с.
5. Волошин І. М. Менеджмент туристичної індустрії. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 328 с.
6. Гаврилюк О. М. Економіка туризму. Київ: КНЕУ, 2012. 179 с.
7. Ганич Н. М. Маркетинг у туризмі. Ужгород: УжНУ, 2014. 661 с.
8. Герасименко С. І. Туристичне краєзнавство. Чернівці: ЧНУ, 2011. 340 с.
9. Голубков М. С. Туристичні ресурси України. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2016. 352 с.
10. Демиденко Л. М. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. Харків: Право, 2018. 290 с.
11. Дерев'янку В. С. Інноваційні технології в туризмі. Тернопіль: ТНПУ, 2017. 310 с.
12. Дорошенко Т. Т. Екотуризм: теорія і практика. Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2019. 280 с.
13. Жуковський В. М. Туристичний бізнес: теорія та практика. Київ: Знання, 2015. 420 с.
14. Забуранна Л. В. Міжнародний туризм. Київ: Либідь, 2013. 360 с.
15. Зінько Ю. В. Розвиток сільського туризму в Україні. Вінниця: ВНТУ, 2014. 215 с.

16. Іванов С. Новітні технології у спорті: застосування та перспективи. *Наукові записки Національного університету фізичного виховання і спорту*. 2021. № 6. С. 30–35.
17. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності. Чернівці: Книги – XXI, 2010. 300 с.
18. Козьменко С. М. Страхування в туризмі. Суми: Університетська книга, 2012. 432 с.
19. Колодій А. М. Туристичне країнознавство. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 463 с.
20. Кравців В. С. Регіональна економіка та управління розвитком туризму. Львів: ІРД НАН України, 2011. 310 с.
21. Кудла Н. Р. Туристичний менеджмент. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. 290 с.
22. Леонтєва О. В. Туристичний маркетинг. Дніпро: ДНУ імені Олеся Гончара, 2013. 315 с.
23. Луговий В. І. Стратегічний менеджмент у туризмі. Київ: НАДУ, 2017. 295 с.
24. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання, 2008. 400 с.
25. Мельник І. Г. Туристична інфраструктура та її розвиток в Україні. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2019. 340 с.
26. Мікула Н. А. Транскордонне співробітництво та розвиток туризму. Львів: ІРД НАН України, 2012. 320 с.
27. Мунін Г. Б. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ: КНЕУ, 2014. 450 с.
28. Назаренко І. В. Туристичне право України. Одеса: Юридична література, 2015. 310 с.
29. Олійник Я. Б. Географія туризму України. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2011. 295 с.

30. Павлова О. В. Туристичний бізнес: менеджмент і маркетинг. Харків: ХНЕУ, 2013. 310 с.
31. Панченко В. М. Туристичні ресурси та екскурсознавство. Київ: Альтерпрес, 2016. 320 с.
32. Петренко Л. М. Соціально-культурний сервіс і туризм. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 290 с.
33. Писаревський І. М. Туристична політика та регіональний розвиток. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 350 с.
34. Полякова О. Ю. Туристичний ринок України: стан та перспективи розвитку. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 310 с.
35. Романова А. В. Інформаційні технології в туризмі. Київ: КНТЕУ, 2017. 300 с.
36. Савіна О. М. Інноваційні форми екотуризму. Львів: Екопрес, 2018. 280 с.
37. Ткаченко Т. М. Туристичні дестинації: розвиток та управління. Київ: Знання, 2014. 310 с.
38. Шевченко Ю. І. Туристичний потенціал України. Полтава: РВЦ ПНТУ, 2013. 295 с.
39. Туристичний барометр України 2021–2022. Національна туристична організація України. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 12.11.2024).
40. OpenData Portal України. URL: <https://data.gov.ua> (дата звернення: 05.12.2024).
41. Garmin inReach. Advanced Satellite Communication. Garmin Official Website. URL: <https://www.garmin.com/inreach> (дата звернення: 20.12.2024).
42. Smith J. Modern Technologies in Adventure Tourism. *London: Routledge*, 2020. 256 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Крошка Любов, здобувачка вищої освіти 5 курсу

Науковий керівник: Сологуб Юрій, к.геогр.н., доцент кафедри, Національний університет харчових технологій, м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СПОРТИВНОМУ ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Сучасний розвиток інформаційних технологій кардинально змінює всі сфери життя, зокрема і спорт. Спортивний туризм, як одна з форм активного відпочинку та змагань, активно інтегрує цифрові технології для забезпечення безпеки туристів, покращення їхнього досвіду та оптимізації організації подорожей.

Завдяки використанню цифрових пристроїв і програмного забезпечення стало можливим спрощення планування маршрутів, підвищення ефективності комунікації між учасниками турів, оперативне реагування на надзвичайні ситуації та вдосконалення систем навігації. Проте поряд із цими досягненнями виникає низка викликів.

Однією з основних проблем є доступність цифрових технологій для широкого кола користувачів. У багатьох туристичних групах немає технічної підготовки або фінансових можливостей для впровадження дорогого обладнання, такого як GPS-трекери, супутникові комунікатори чи сучасні програмні продукти.

Ще одним важливим аспектом є залежність від цифрових пристроїв. У віддалених регіонах із нестабільним сигналом або повною відсутністю інтернету використання цифрових технологій стає обмеженим. Крім того, надмірне покладання на техніку може призвести до втрати ключових традиційних навичок, таких як орієнтування за природними ознаками.

Також слід враховувати екологічний вплив використання цифрових пристроїв. Виробництво та утилізація електроніки створюють додаткове навантаження на навколишнє середовище, що є протилежністю головної ідеї спортивного туризму – гармонійного співіснування з природою.

Виклад основного матеріалу. Цифрові технології стали невід'ємною частиною спортивного туризму, охоплюючи всі його етапи — від планування маршруту до аналізу результатів змагань. Зокрема, геолокація та навігація значно спростили орієнтування на місцевості. Завдяки використанню GPS-технологій туристи мають можливість точно визначати своє місцезнаходження, уникати потенційно небезпечних зон та зберігати координати важливих точок маршруту. Сучасні мобільні додатки, такі як Komoot, Wikiloc або AllTrails, надають інтерактивні карти, що враховують особливості рельєфу, погодні умови та рекомендації від інших туристів, роблячи планування подорожей більш інформативним та безпечним.

Використання сучасних геоінформаційних технологій (GIS) для планування та проходження маршрутів у сучасному світі є важливим. Вони значно покращують планування маршрутів і сприяють більш комфортному та безпечному їх проходженню.

Інструменти GIS дозволяють використовувати різноманітні види статистичних даних для візуалізації залежно від мети та поставлених завдань. Сучасні геоінформаційні системи дають можливість відображати як якісні, так і кількісні характеристики явища чи об'єкта, пов'язані з конкретною територією, що є досить актуально для сфери спортивного туризму.

Важливими інструментальними можливостями геоінформаційних систем є: можливість аналізу даних дистанційного зондування землі; можливість аналізу гідрології; аналіз морфометрії; моделювання рельєфу; 3D моделювання; зональна статистика; аналіз різнотипних баз даних; робота з растровими та векторними зображеннями та конвертування вихідних даних; експорт та імпорт даних.

Однак, що більшість професійних геоінформаційних систем незалежно від свого типу мають досить високий «порог входження» і все таки потребують базових знань з геодезії та картографії, що значно звужує аудиторію можливих користувачів.

Важливим є питання освоєння спортсменами умовних знаків спортивних карт. Вирішення таких завдань не передбачає використання геоінформаційних систем професійного рівня, а зводиться до використання програмних засобів з відкритим кодом, що є у вільному доступі в Інтернет мережі, зокрема таких як OCAD. [3]

Забезпечення безпеки стало ще одним важливим напрямом впровадження цифрових інновацій. Трекери й носимі пристрої, які фіксують координати, стан здоров'я та інші життєво важливі показники, стали обов'язковим елементом у складних експедиціях. Наприклад, супутникові трекери Garmin inReach дозволяють підтримувати зв'язок навіть у найвіддаленіших куточках світу, де відсутній мобільний зв'язок, а функція екстреного виклику SOS може врятувати життя у критичних ситуаціях.

Цифрові технології також змінили підхід до організації та аналізу змагань у сфері спортивного туризму. Спеціалізоване програмне забезпечення дозволяє автоматизувати процеси реєстрації учасників, підрахунку результатів і навіть трансляції подій у реальному часі. Це значно спрощує організацію заходів будь-якого масштабу та підвищує їх доступність для широкої аудиторії. Такі платформи, як Eventbrite або Race Roster, створюють зручний інструментарій для менеджерів та учасників змагань.

Медіа та популяризація туристичних заходів також значно виграли завдяки цифровим технологіям. Сучасні пристрої, такі як дрони чи камери GoPro, дають змогу створювати якісний фото- та відеоконтент, що підсилює емоційний вплив від спортивного туризму. Такий контент активно поширюється через соціальні мережі, сприяючи залученню нових учасників та формуванню позитивного іміджу спортивного туризму.

Окремо варто згадати про віртуальні тури та тренування, які стають дедалі популярнішими. Завдяки VR-технологіям туристи можуть ознайомитися з маршрутами або випробувати свої навички у симуляціях, спеціально розроблених для підготовки до реальних умов. Це особливо корисно для новачків, які отримують можливість краще зрозуміти специфіку маршруту та попередньо оцінити свої фізичні можливості.

Таким чином, цифрові технології суттєво розширили можливості спортивного туризму, зробивши його більш безпечним, доступним та захоплюючим. Водночас вони сприяють інтеграції традиційних підходів з інноваційними рішеннями, дозволяючи вдосконалювати досвід учасників та підвищувати рівень організації подорожей.

Висновки. Цифрові технології мають значний потенціал у спортивному туризмі, забезпечуючи підвищення його безпеки, доступності та привабливості. Однак важливо враховувати виклики, такі як вартість обладнання, необхідність технічних знань та залежність від інтернету. Подальше впровадження цифрових інновацій сприятиме розвитку спортивного туризму, роблячи його ще більш цікавим і доступним для широкої аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко В. Цифрові технології у спортивному туризмі. *Спортивний вісник*. 2022. № 4.
2. Іванов С. Новітні технології у спорті: застосування та перспективи. *Наукові записки Національного університету фізичного виховання і спорту*. 2021. № 6.
3. Сологуб, Ю., & Рудев, І. (2024). Система категоріювання туристичних маршрутів та їх маркування в рамках функціональних можливостей ГІС. *Економіка та суспільство*, (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-67>
4. Smith J. *Modern Technologies in Adventure Tourism*. London: Routledge, 2020. 256 p.
5. Garmin inReach. *Advanced Satellite Communication*. URL: <https://www.garmin.com/inreach>. (дата звернення: 02.12.2024).



Серія АЕ № 641986

ЛІЦЕНЗІЯ

НАЦІОНАЛЬНА КОМІСІЯ, ЩО ЗДІЙСНЮЄ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ РИНКІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ
(найменування органу ліцензування, що видає ліцензію)

страхова діяльність
(вид господарської діяльності (в повному обсязі або частково) на право провадження певної діяльності ліцензія)

у формі добровільного:

- страхування сільськогосподарської продукції.

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «СТРАХОВА КОМПАНІЯ «ВУСО»
(найменування юридичної особи, або підприємств, ін'я та інших фізичної особи - суб'єкта підприємницької діяльності)

Ідентифікаційний код юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків **31650052**

Місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи - підприємця **03680, м. Київ, вулиця Казимира Малевича, будинок 31**

Повнота додатка (із зазначенням кількості сторінок) **ВІДСУТНІЙ**

Дата прийняття за номер рішення про видачу ліцензії **04.06.2015 № 1223**

Строк дії ліцензії з **04.06.2015** безстроковий

Член Національного фінансового регулятора **Максимчук О.В.**
(позивач, який видає ліцензію) (прізвище за ініціалами) (підпис)

Датум видачі ліцензії **30.06.2015**

№ **В**



Додаток В

Фінансова звітність за 2022 рік «Join UP!»

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	42 296.00	32 710.00
первісна вартість	1001	74 277.00	75 323.00
накопичена амортизація	1002	31 981.00	42 613.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби	1010	2 743.00	1 301.00
первісна вартість	1011	14 512.00	14 540.00
знос	1012	11 769.00	13 239.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	1 777.00	2 085.00
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0.00	18 249.00
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	46 816.00	54 345.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	338.00	101.00
Виробничі запаси	1101	338.00	101.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховування	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	4.00	26.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	5 927.00	3 357.00
з бюджетом	1135	1.00	1.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	53.00	186.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	

Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	699 009.00	959 503.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Гроші та їх еквіваленти	1165	71 837.00	38 574.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	71 837.00	38 574.00
Витрати майбутніх періодів	1170	4 230.00	81.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	970.00	1 013.00
Усього за розділом II	1195	782 369.00	1 002 842.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	829 185.00	1 057 187.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	72 671.00	72 671.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	0.00	
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-225 853.00	-355 437.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	-153 182.00	-282 766.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0.00	
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	

Усього за розділом II	1595	0.00	0.00
Ш. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	802.00	2 733.00
розрахунками з бюджетом	1620	341.00	409.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	275.00	496.00
розрахунками з оплати праці	1630	1 048.00	1 833.00
за одержаними авансами	1635	433 602.00	391 446.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	4 959.00	6 214.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	541 340.00	936 822.00
Усього за розділом III	1695	982 367.00	1 339 953.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	829 185.00	1 057 187.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	7 196.00	34 265.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховування	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050		0.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	7 196.00	34 265.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	18 103.00	16 005.00

Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	30 551.00	33 467.00
Витрати на збут	2150	26 703.00	30 906.00
Інші операційні витрати	2180	92 355.00	61 222.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
збиток	2195	124 310.00	75 325.00
Дохід від участі в капіталі	2200	51.00	0.00
Інші фінансові доходи	2220	3 403.00	5 467.00
Інші доходи	2240		2 000.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	6 652.00	0.00
Втрати від участі в капіталі	2255	1 978.00	0.00
Інші витрати	2270		2 000.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
збиток	2295	129 486.00	69 858.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		0.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
збиток	2355	129 486.00	69 858.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-129 486.00	-69 858.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	832.00	3 992.00
Витрати на оплату праці	2505	26 012.00	24 443.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	5 399.00	4 656.00
Амортизація	2515	12 102.00	12 670.00
Інші операційні витрати	2520	105 264.00	79 834.00
Разом	2550	149 609.00	125 595.00

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0.00

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

Рух коштів у результаті операційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	7 196.00	34 265.00
Повернення податків і зборів	3005		9.00
у тому числі податку на додану вартість	3006		0.00
Цільового фінансування	3010		0.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011		0.00
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	2 709 950.00	10 687 332.00
Надходження від повернення авансів	3020	30 731.00	595.00
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	2 876.00	0.00
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	5.00	67.00
Надходження від операційної оренди	3040		0.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045		0.00
Надходження від страхових премій	3050		0.00
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055		0.00
Інші надходження	3095	346.00	5 648.00
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	2 695 814.00	8 331.00
Праці	3105	19 436.00	17 522.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	5 234.00	4 749.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	5 200.00	10 711.00

Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116		0.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	492.00	3 673.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	4 708.00	7 038.00
Витрачання на оплату авансів	3135	18 752.00	32 429.00
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	5 177.00	10 552 897.00
Витрачання на оплату цільових внесків	3145		0.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150		0.00
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155		0.00
Інші витрачання	3190	4 044.00	39 414.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	-2 553.00	61 863.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200		0.00
необоротних активів	3205		0.00
Надходження від отриманих: відсотків	3215		5 541.00
дивідендів	3220		0.00
Надходження від деривативів	3225		0.00
Надходження від погашення позик	3230	5 661.00	3 613.00
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		0.00
Інші надходження	3250		0.00
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255		3 276.00
необоротних активів	3260	1 074.00	926.00
Виплати за деривативами	3270		0.00
Витрачання на надання позик	3275	37 662.00	7 065.00
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280		0.00
Інші платежі	3290		0.00
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-33 075.00	-2 113.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Власного капіталу	3300		0.00
Отримання позик	3305		0.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310		0.00

Інші надходження	3340		0.00
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345		0.00
Погашення позик	3350		0.00
Сплату дивідендів	3355		0.00
Витрачання на сплату відсотків	3360		0.00
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365		0.00
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370		0.00
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375		0.00
Інші платежі	3390		0.00
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	0.00	0.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-35 628.00	59 750.00
Залишок коштів на початок року	3405	71 837.00	28 825.00
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	2 365.00	-16 738.00
Залишок коштів на кінець року	3415	38 574.00	71 837.00

Фінансова звітність за 2023 рік «Join UP!»

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	32 710.00	24 184.00
первісна вартість	1001	75 323.00	77 576.00
накопичена амортизація	1002	42 613.00	53 392.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	
Основні засоби	1010	1 301.00	2 963.00
первісна вартість	1011	14 540.00	17 084.00
знос	1012	13 239.00	14 121.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	
первісна вартість	1016	0.00	
знос	1017	0.00	
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	
первісна вартість	1021	0.00	
накопичена амортизація	1022	0.00	
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	2 085.00	
інші фінансові інвестиції	1035	0.00	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	18 249.00	7 260.00
Відстрочені податкові активи	1045	0.00	
Гудвіл	1050	0.00	
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	
Інші необоротні активи	1090	0.00	

Усього за розділом I	1095	54 345.00	34 407.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	101.00	460.00
Виробничі запаси	1101	101.00	460.00
Незавершене виробництво	1102	0.00	
Готова продукція	1103	0.00	
Товари	1104	0.00	
Поточні біологічні активи	1110	0.00	
Депозити перестраховання	1115	0.00	
Векселі одержані	1120	0.00	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	26.00	340 694.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	3 357.00	905.00
з бюджетом	1135	1.00	1.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	
з нарахованих доходів	1140	186.00	1.00
із внутрішніх розрахунків	1145	0.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	959 503.00	1 164 334.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	
Г роші та їх еквіваленти	1165	38 574.00	277.00
Готівка	1166	0.00	
Рахунки в банках	1167	38 574.00	277.00
Витрати майбутніх періодів	1170	81.00	1 476.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	
резервах незароблених премій	1183	0.00	
інших страхових резервах	1184	0.00	
Інші оборотні активи	1190	1 013.00	240.00
Усього за розділом II	1195	1 002 842.00	1 508 388.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	
Баланс	1300	1 057 187.00	1 542 795.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	72 671.00	72 671.00
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	
Капітал у дооцінках	1405	0.00	
Додатковий капітал	1410	0.00	
Емісійний дохід	1411	0.00	
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	
Резервний капітал	1415	0.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-355 437.00	-588 947.00

Неоплачений капітал	1425	0.00	
Вилучений капітал	1430	0.00	
Інші резерви	1435	0.00	
Усього за розділом I	1495	-282 766.00	-516 276.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	
Пенсійні зобов'язання	1505	0.00	
Довгострокові кредити банків	1510	0.00	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0.00	
Довгострокові забезпечення	1520	0.00	
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	
Цільове фінансування	1525	0.00	
Благодійна допомога	1526	0.00	
Страхові резерви	1530	0.00	
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	
резерв незароблених премій	1533	0.00	
інші страхові резерви	1534	0.00	
Інвестиційні контракти	1535	0.00	
Призовий фонд	1540	0.00	
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	
Усього за розділом II	1595	0.00	0.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення Короткострокові кредити банків	1600	0.00	
Векселі видані	1605	0.00	
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0.00	
товари, роботи, послуги	1615	2 733.00	144.00
розрахунками з бюджетом	1620	409.00	598.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	0.00	
розрахунками зі страхування	1625	496.00	555.00
розрахунками з оплати праці	1630	1 833.00	2 350.00
за одержаними авансами	1635	391 446.00	148 237.00
за розрахунками з учасниками	1640	0.00	
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	
за страховою діяльністю	1650	0.00	
Поточні забезпечення	1660	6 214.00	11 051.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	936 822.00	1 896 136.00
Усього за розділом III	1695	1 339 953.00	2 059 071.00
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	
Баланс	1900	1 057 187.00	1 542 795.00

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	16 639.00	7 196.00
Чисті зароблені страхові премії	2010		0.00
Премії підписані, валова сума	2011		0.00
Премії, передані у перестраховання	2012		0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	26.00	0.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		0.00
Валовий: прибуток	2090	16 613.00	7 196.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		0.00
Інші операційні доходи	2120	101 669.00	18 103.00
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123		0.00
Адміністративні витрати	2130	54 884.00	30 551.00
Витрати на збут	2150	63 343.00	26 703.00
Інші операційні витрати	2180	245 060.00	92 355.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		0.00
збиток	2195	245 005.00	124 310.00
Дохід від участі в капіталі	2200		51.00
Інші фінансові доходи	2220	27 376.00	3 403.00
Інші доходи	2240		0.00
Дохід від благодійної допомоги	2241		0.00
Фінансові витрати	2250	15 712.00	6 652.00
Втрати від участі в капіталі	2255		1 978.00
Інші витрати	2270		0.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		0.00
збиток	2295	233 341.00	129 486.00

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		0.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		0.00
збиток	2355	233 341.00	129 486.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		0.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		0.00
Накопичені курсові різниці	2410		0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		0.00
Інший сукупний дохід	2445		0.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0.00	0.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		0.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0.00	0.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-233 341.00	-129 486.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	1 315.00	832.00
Витрати на оплату праці	2505	69 586.00	26 012.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	13 118.00	5 399.00
Амортизація	2515	13 093.00	12 102.00
Інші операційні витрати	2520	266 696.00	105 264.00
Разом	2550	363 808.00	149 609.00

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Дивіденди на одну просту акцію	2650		0.00

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

Рух коштів у результаті операційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
-------------	-----------	------------------------	--

Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	16 639.00	7 196.00
Повернення податків і зборів	3005		0.00
у тому числі податку на додану вартість	3006		0.00
Цільового фінансування	3010		0.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011		0.00
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	3 668 596.00	2 709 950.00
Надходження від повернення авансів	3020	28 077.00	30 731.00
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025		2 876.00
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	60.00	5.00
Надходження від операційної оренди	3040		0.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	80.00	0.00
Надходження від страхових премій	3050		0.00
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055		0.00
Інші надходження	3095	747.00	346.00
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	3 546 240.00	2 695 814.00
Праці	3105	51 922.00	19 436.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	13 630.00	5 234.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	13 125.00	5 200.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116		0.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	442.00	492.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	12 683.00	4 708.00
Витрачання на оплату авансів	3135	25 452.00	18 752.00
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	12 467.00	5 177.00
Витрачання на оплату цільових внесків	3145		0.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150		0.00
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155		0.00
Інші витрачання	3190	34 747.00	4 044.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	16 616.00	-2 553.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200		0.00
необоротних активів	3205		0.00
Надходження від отриманих: відсотків	3215	6 882.00	0.00
дивідендів	3220		0.00
Надходження від деривативів	3225		0.00
Надходження від погашення позик	3230	198 492.00	5 661.00

Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		0.00
Інші надходження	3250		0.00
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255		0.00
необоротних активів	3260	6 256.00	1 074.00
Виплати за деривативами	3270		0.00
Витрачання на надання позик	3275	254 045.00	37 662.00
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280		0.00
Інші платежі	3290		0.00
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-54 927.00	-33 075.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Надходження від: Власного капіталу	3300		0.00
Отримання позик	3305		0.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310		0.00
Інші надходження	3340		0.00
Витрачання на: Викип власних акцій	3345		0.00
Погашення позик	3350		0.00
Сплату дивідендів	3355		0.00
Витрачання на сплату відсотків	3360		0.00
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365		0.00
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370		0.00
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375		0.00
Інші платежі	3390		0.00
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	0.00	0.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-38 311.00	-35 628.00
Залишок коштів на початок року	3405	38 574.00	71 837.00
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	14.00	2 365.00
Залишок коштів на кінець року	3415	277.00	38 574.00