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»	**«До захисту допущено»**
Декан факультету	Завідувач кафедри
_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА	_____ Ірина МЕЛЬНИК
(підпис) (прізвище та ініціали)	(підпис) (прізвище та ініціали)
«___» _____ 2023 р.	«___» _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності_____242 «Туризм»_____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____«Туризм»_____

_____

на тему: «Технологія розробки та організації навчальних турів»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-12а

_____Братівник Юлія Василівна___ _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник ___Мельник Ірина Леонідівна_____ _____
(прізвище , ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____Нємиріч О.В._____ _____
(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 – 2023 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»
(код і назва)
Освітньо-професійна програма «Туризм»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач
кафедри туристичного та
готельного бізнесу

_____ Ірина МЕЛЬНИК
"____" _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Братівник Юлії Василівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Технологія розробки та організації навчальних турів»

керівник роботи Мельник Ірина Леонідівна, к.е.н., доцент кафедри ТГБ,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом закладу вищої освіти від "15" травня 2023 року №270-КС
2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2023 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)
Вступ
Розділ 1. Теоретичні засади розвитку навчального туризму
Розділ 2. Аналіз діяльності туристичного оператора
Розділ 3. Вдосконалення процесу розробки та організації навчальних турів туристичного оператора
Висновки
Список використаних джерел

5. Перелік графічного матеріалу
рисунків - 1 таблиць - 13 додатків- 1

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Мельник І.Л., доцент		
II	Мельник І.Л., доцент		
III	Мельник І.Л., доцент		

7. Дата видачі завдання__24 березня 2023 р. _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ З №	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	20.01.2023-23.03.2023 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	24.03.2023-31.03.2023 рр.	виконано
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	01.04.2023-19.04.2023 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	20.04.2023-03.05.2023 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 Рекомендаційний	04.05.2023-17.05.2023 рр.	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	18.05.2023-24.05.2023 рр.	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	25.05.2023-27.05.2023 рр.	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023-31.05.2023 рр.	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	01.06.2023 р.	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	14.06.2023 р.	

Здобувач _____ _____Братівник Ю.В._____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ _____Мельник І.Л._____
(підпис) (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Братівник Юлії Василівни

на тему:

«Технологія розробки та організації навчальних турів»

Кваліфікаційна робота складається 75 сторінок. Кількість розділів – 3, рисунків – 1, таблиць – 13, додатків- 1.

Об'єкт дослідження – туристичне підприємство ТОВ «Coral Travel».

Предмет дослідження – сутність створення навчальних турів як нішевого виду туризму на туристичному підприємстві.

Мета дослідження – розробка рекомендацій щодо вдосконалення продуктового портфелю на туристичному підприємстві.

У І розділі розглянуто теоретичні основи розвитку навчального туризму, охарактеризовано його види, а також вивчено особливості створення навчальних турів.

У ІІ розділі проведено організаційно-економічний аналіз діяльності компанії ТОВ «Coral Travel».

У ІІІ розділі надано рекомендації щодо впровадження навчальних турів в діяльності туристичній компанії ТОВ «Coral Travel».

Ключові слова: навчальний туризм, навчальні тури, майстер-клас, навчання у подорожах, туристичне підприємство «Coral Travel», туроператор.

ЗМІСТ

ВСТУП **6**
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НАВЧАЛЬНОГО ТУРИЗМУ **9**
1.1. Сутність поняття навчальний туризм. Характеристика напрямів та видів навчальних подорожей 9
1.2. Особливості процесу розробки та організації навчальних турів 21
1.3. Світовий досвід пропозиції навчальних турів 25
Висновки до розділу 1 29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА CORAL TRAVEL **31**
2.1. Загальна характеристика туристичного оператора Coral Travel 31
2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного оператора Coral Travel 35
2.3. Оцінка зовнішнього середовища туристичного оператора Coral Travel 46
Висновки до розділу 2 50
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНИХ ТУРІВ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА CORAL TRAVEL **52**
3.1. Аналіз продуктового портфелю туристичного оператора Coral Travel 52
3.2. Пропозиції щодо розвитку навчальних турів туристичного оператора 58
3.3. Аналіз ефективності запропонованих заходів 63
Висновки до розділу 3 68
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ **70**
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **73**
ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. Через те, що світ туристичних послуг постійно розвивається — ми можемо спостерігати за створенням і розвитком все більшої кількості спеціалізованих видів туризму. Навчальний (освітній) туризм охоплює види турпродукту, де головною ціллю подорожі є навчання або набуття нових навичок.

У багатьох країнах світу, як США та Велика Британія, навчальний (освітній) туризм є популярним вже певний час, найбільша популярність припадає на мовні тури та дитячі мовні табори для іноземців.

Ринку послуг України теж варто розвинути цей недооцінений вид туризму. Під час майбутньої євроінтеграції, можна очікувати на розширені можливості співпраці та вдосконалення, як в'їзного, так і виїзного навчального туризму. Отже, тема навчального туризму є актуальною та є сенс надалі досліджувати цей новий феномен і покращувати своє розуміння про його сутність, інтегрувати цю концепцію в масовий туризм.

Огляд останніх джерел та публікацій по дослідженню обраної теми присвячені праці багатьох вчених, зокрема: Баєва В. В., Лук'яненко В.В., Галасюка С. С., Давиденко І.В.,Кляпа М.П., Шандора Ф.Ф., Козлової Н.А., Ткачук Л. М.

Не дивлячись на значний внесок авторів у дослідження сфери розвитку навчального (освітнього) туризму, вона потребує подальшого дослідження. Було проаналізовано розгорнуті праці іноземних дослідників.

Метою кваліфікаційної роботи визначення перспективних напрямів розвитку навчального (освітнього) туризму в Україні на базі туристичного підприємства ТОВ «Coral Travel».

Для досягнення поставленої мети в роботі зазначені наступні завдання:

1. Дослідити та охарактеризувати поняття навчального (освітнього) туризму;
2. Визначити особливості створення навчальних турів;

3. Надати загальну характеристику діяльності туристичного підприємства Coral Travel;
4. Провести аналіз середовища туристичного підприємства Coral Travel;
5. Запропонувати способи реалізації навчальних турів у продуктовий портфель на обраному туристичному підприємстві.
6. Розробити приклади навчальних турів для підприємства Coral Travel.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство ТОВ «Coral Travel».

Предметом кваліфікаційної роботи є сутність створення навчальних турів, як нішевого виду туризму на туристичному підприємстві.

У першому розділі були проаналізовані роботи науковців, статті, електронні ресурси на тему навчального туризму. Були проаналізовані версії визначення навчального туризму та окреслені види цього феномену.

У другому розділі роботи проведено аналітичне дослідження діяльності туристичного підприємства ТОВ Coral Travel, надано його загальну організаційну характеристику та проведено аналіз середовища туристичного підприємства.

У третьому розділі були надані пропозиції по вдосконаленню продуктового портфеля Coral Travel. Було надано десять прикладів навчальних турів, та два з них було детально описано та прораховано. Були надані поради по популяризації навчального виду туризму.

Методи дослідження. В роботі використано: статистичний метод, метод бальної оцінки, метод SWOT-аналізу, математичний та економічний методи, метод аналізу та синтезу, метод прогнозування, метод порівняння та метод узагальнення для написання висновків роботи.

Інформаційною базою при написанні роботи виступили підручники, посібники, монографії, статті, статистичні дані Державної служби статистики України,, фінансова звітність та внутрішні документи ТОВ «Coral Travel» за 2019-2021 років та ресурси мережі Інтернет, де висвітлюється досліджуване питання.

Практичне значення результатів дослідження полягає у розробці стратегії активізації навчального (освітнього) туризму в діяльності підприємства Coral Travel.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основна частина роботи становить 75 сторінок. Робота налічує 1 рисунок, 13 таблиць, 1 додаток. Список використаних джерел становить 29 джерел та розміщений на 3 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НАВЧАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність поняття навчальний туризм. Характеристика напрямів та видів навчальних подорожей

У сучасному світі туризм - це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і невичерпно охарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем.

Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), туризм є похідним від французького tour (прогулянка, поїздка) і являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку.

Закон України "Про туризм" визначає туризм як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.[5]

За Н.Ф.Реймерсом, туризм - це будь-яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об'єктами, а О.О.Бейдик дає наступне пояснення цього терміна: туризм - це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями.

Як бачимо, будь-яке визначення поняття "туризм" виключає момент отримання прибутку під час туристичної подорожі. Отже, туризм є популярною формою організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання

рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни.

Туризм можна розглядати в широкому і вузькому значенні.

В широкому розумінні до туризму належить будь-який маршрут вашого переміщення у просторі, який виходить за межі буденності або за рамки повсякденних справ. Так, щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому, до туризму не відносять, а постійні виїзди на рибалку чи в ліс - уже туризм. Прогулянка магазинами по дорозі на роботу - це не туризм, а от відвідування ярмарку або цілеспрямована поїздка в торговий центр в іншому місті належить до туризму, якщо ця поїздка не здійснювалась за товарами, які регулярно купують для повсякденних потреб.

У вузькому значенні туристичними вважають всі спеціально організовані маршрути по переміщенню громадян, які здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організацій, що їх послали), окрім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму, у вузькому значенні, займаються спеціальні організації (туристичні фірми, бюро, агентства та ін.), які в загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності. Згідно із законом України "Про туризм", суб'єкти туристичної діяльності - це підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг.[5]

Таким чином, суб'єкти туристичної діяльності обслуговують людей (туристів), які тимчасово виїхали зі свого постійного місця проживання.

Отже, турист - особа, яка здійснює подорож у межах своєї країни або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування метою, на термін від 24 годин до шести місяців, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов’язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.[1]

Тимчасове перебування людини поза місцем її постійного проживання обумовлює специфічний набір потреб, відмінний від потреб, що виникають у звичних для неї умовах. Формування цих потреб визначається наявністю вільного часу і особливостями його використання. До цих потреб пристосований відповідний комплекс послуг і товарів, які розробляються в розрахунку на цю категорію споживачів.

Туристичний продукт являє собою комплекс послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для туристичного споживання, що реалізуються на ринку туристичних послуг. Він є здебільшого вузькоспеціалізованим, має складну, динамічну структуру, пристосовану до зміни попиту, і здатен забезпечити задоволення різноманітних потреб людини, що подорожує.

Туристичний продукт виробляється спеціалізованими підприємствами, що є суб'єктами туристичного ринку. За характером діяльності їх можна поділити на продуцентів, тобто тих, що виробляють певний компонент турпродукту - певну послугу (наприклад, екскурсію) чи їх комплекс (послуги гостинності) і посередників (туристичні підприємства), що об'єднують окремі послуги виробників у комплексний турпродукт, пропонований на ринку.[2]

Тур - це програма, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, складена з урахуванням індивідуальних побажань, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні.

Тури поділяються на види відповідно до мети подорожі та форми щодо організаційних заходів, класифікуються за кількістю учасників, сезоном та терміном перебування (Табл. 1.1). Залежно від комплекса послуг та комфортності подорожування тури поділяються на класи обслуговування.

Таблиця 1.1

Класифікація турів

Ознаки	Види турів
1. Мотивація	- навчальний (освітній) - курортно-лікувальний - рекреаційний - культурно-пізнавальний - спортивний - діловий - релігійний - етнічний - інші
2. Організаційні засади	- пекидж-тур - інклюзив-тур
3. Форми організації	- організований - самодіяльний
4. Кількість учасників	- груповий - індивідуальний
5. Сезонність	- цілорічний - сезонний
6. Термін подорожування	- короткостроковий - середньостроковий - довгостроковий
7. Клас обслуговування	- V.I.P. - люкс-апартамент - люкс - перший - туристський - кемпінг
8. Набір послуг	- повний пансіон - напівпансіон - ліжко/сніданок
9. Маршрут	- лінійний - кільцевий

Продовження Табл.1.1

10. Засоби долання	- транспортні - пішохідні
11. Види транспорту	- наземні: автомобільний, автобусний, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, кінний та інші; - водні: річковий, морський, підводний; - повітряні: авіаційний, повітряні кулі, інші види
12. Масштаби	- міжнародний - внутрішній

Тури, які розробляються туроператорами, повинні відповідати таким принципам:

- безпека (всіх складових і на всіх етапах проходження туру);

- комфортність (задоволення життєвих потреб в проживанні, харчуванні, транспортуванні та інших послугах на рівні, по можливості не нижчому ніж в постійному місці проживання), тобто забезпечення якісного обслуговування під час подорожування;

- ергономічність (відповідність турпродукта та його складових фізіологічним та психологічним потребам туриста);

- достатність послуг, що пропонуються для задоволення потреб туриста під час подорожі, для реалізації мети подорожі;

- категоріальна відповідність (всі складові тура повинні відповідати заявленому класу обслуговування);

- конкурентоздатність (забезпечення прибутковості в діяльності турфірми).

Мотивація подорожі та решта її параметрів визначають програму туру. За формою тури поділяються на комплексні та індивідуальні. Індивідуальний тур передбачає забезпечення подорожування відповідно до побажань туриста. Комплексний тур формується туристичною фірмою, включає певний набір попередньо узгоджених з туристом послуг, вартість яких сплачується в повному обсязі.

Неможливо уявити людство без подорожей. У світі переважають подорожі з освітнім ухилом. Нині через свідомість людини проходить величезний потік різноманітних знань. Від пересичення різним інформаційним потоком індивід втомлюється, не встигаючи структурувати набуті знання, перестає приймати нову інформацію. Отримані знання поступово забуваються і губляться. Попри це знання, отримані у процесі подорожей, практично назавжди залишаються у пам'яті. Це з тим, що позитивні емоції змушують людини переживати цей період знову і знову. Таким чином, освітні подорожі можуть стимулювати суспільство до подальшого розвитку. Навчальний туризм – це подорожі з здобуття сучасних знань у різних сферах життєдіяльності людини.

Туристичний сектор у наші дні став одним із найпопулярніших видів послуг. Можливість вдосконалюватися, здобувати освіту за кордоном, пізнавати світ – зробили туризм одним із неформальних видів освіти [3]. Під навчальним туризмом розуміються туристські поїздки, екскурсії з метою освіти, задоволення допитливості та інших пізнавальних інтересів [4]. Цей вид туризму сприяє формуванню освітньої мобільності, навичок самоосвіти. Сфера навчального туризму охоплює всі види навчання та освіти, що здійснюються поза постійним місцем проживання.

Завдяки навчальному туризму людина може отримати нові знання та корисний досвід. Залежно від поставленої мети – отримати диплом або підвищити кваліфікацію. Познайомитися з місцем перебування, оглянути пам'ятки, дізнатися про звичаї та культуру місцевого населення. Освітні тури дозволять людям більш шанобливо ставитись один до одного, поважати та цінувати всі країни. Також навчальний туризм розглядається як вид туризму, заснований на туристичному попиті, пов'язаному з туристичними потребами у швидкому та продуктивному навчанні у різних сферах, у пізнанні інших держав та отриманні необхідних знань для розвитку особистості.

Вчинки сучасної людини строго промотовані бажаннями досягти чогось у житті. Кожен індивід прагне розширити свої знання по темі, що його цікавить.

Для підлітка та людей юнацького віку (від 12 до 21 року) мотивом освітніх подорожей може стати бажання знайти друзів. Для людей зрілого віку (від 22 до 55 років) – оновити свої знання в сферах, що цікавлять індивіда, отримати нові знання про невідомі продукти та послуги, удосконалюватися в потрібних областях. У похилому віці (від 55 років) мотивом може бути як і оновлення отриманих раніше знань, так і бажання спілкуватися, заводити нових друзів, подорожувати.

Праці та наукові роботи вітчизняних дослідників туризму та вчених туристичних наук не розділяють в поняттях навчальний та освітній туризм, та два визначення використовуються як взаємозамінні. Термін «освітній туризм» пов’язують із нішевим туризмом, хоча обсяг і спектр подорожей, які підпадають під цю категорію, все ще обговорюються. Проаналізуємо варіанті визначень цього феномену.

Навчальний туризм (науковий туризм, освітній туризм, інтелектуальний туризм) - різновид туризму з метою отримання освіти за кордоном або всередині країни.

В навчальному туризмі реалізуються поїздки у розвинені країни з метою вдосконалення мови, отримання бізнес-освіти, вивчення спеціальних дисциплін. В рамках освітнього туризму окремі країни мають свою спеціалізацію.[6]

В.К. Кіптенко визначає навчальний туризм як подорожі з метою отримання або вдосконалення знань. Найпоширеніші з них — для вивчення іноземної мови методом "занурення" і безпосереднього спілкування з носіями мови.[7]

Б.П. Пангелов також визначає такий вид туризму як пізнавальний, що означає спрямований на вивчення рідного краю, його рельєфу, клімату, флори і фауни, господарства; передбачає ознайомлення з передовими підприємствами, зустрічі з героями і ветеранами Другої світової війни і праці, делегатами районних, обласних і Верховної рад, відвідування музеїв і пам'ятних місць.[8]

У свою чергу, Коновалова О.В., Андрушкевич Т.В.називають «поїздки на період від 24 годин до 6 місяців для отримання освіти (загальної, спеціальної, додаткової), для підвищення кваліфікації – у формі курсів, стажувань, без заняття діяльністю, пов'язаною з отриманням доходу від джерел в країні (місці) тимчасового перебування» поняттям освітній туризм[9].

Автор Бабкін А.В.визначає даний вид туризму як «поїздки з метою отримання освіти за кордоном (з метою вдосконалення мови, отримання бізнес-освіти, вивчення спеціальних дисциплін)»[10]. «Тури тривалістю від 15 днів до 3 місяців з метою підвищення кваліфікації або поглиблення знань з тих чи інших дисциплін» вчений Лебедєв А.Н. називає освітнім туризмом[11].

Отже, визначення цього поняття є доволі широким та переплітається з багатьма іншими видами туризму.

Класифікація цього виду туризму також є багатогранною та включає в себе різноманітні види турів, подорожей та екскурсій.

Сьогодні можна виділити кілька видів освітнього туризму:

- екскурсійно-ознайомчі подорожі по різних містах, природних зонах і країнах;
- навчальні поїздки з метою вивчення іноземної мови або тих чи інших загальноосвітніх або спеціальних предметів;
- ознайомчі поїздки до установи, організації та на підприємства;
- наукові і навчальні стажування в установах, організаціях і на підприємствах;
- участь у семінарах, конференціях, з'їздах, конгресах, майстер-класах, мета яких - обмін досвідом та отримання нової професійно-важливої інформації.[6]

Існує велика різноманітність освітніх турів. Створювати їх класифікацію можна за низкою критерій: за віком, кількістю і складом учасників, за тривалістю навчальної програми, за сезонністю і т.д. Однак найчастішою є класифікація за цілями подорожі.

Ю.А. Матюхіна пропонує такі напрями освітнього туризму [4, с. 176]:

1) мовні центри – наймасовіший напрямок освітнього туризму. У цих центрах ведеться навчання іноземних мов. Програми розраховані на будь-який вік;

2) стажування за кордоном – передбачені програми з різними напрямками, стажування доступні цілий рік;

3) дитячі канікулярні – програми розраховані на школярів та студентів, які хочуть з користю провести зимові та літні канікули. Навчання проводиться у школах, коледжах, при університетах;

4) додаткова освіта – підвищення кваліфікації, короткострокові курси для різного віку з різним ступенем підготовки;

5) вища освіта – здобуття освіти в університетах. Також розроблено спеціальні програми у різних галузях для студентського обміну;

6) підготовка до університету – навчання проводиться при навчальному закладі, до якого планує вступати абітурієнт. За деяких навчальних закладів створено спеціальні школи, в яких ведеться підготовка до вступу до конкретного університету.

Головною метою освітнього туризму є отримання знань та задоволення від відпочинку. Допоміжними цілями можуть виступати ділові контакти, отримання нових вражень, приємних знайомств, бажання познайомитися з культурними цінностями країн та ін.

Науковці [15] виділяють три основних напрями освітнього туризму:

1) мовно-навчальні тури;

2) спортивно-навчальні тури;

3) тури з метою професійного навчання.

Мовно-навчальні тури. Тури, головною метою яких є вивчення іноземної мови, користуються популярністю серед споживачів різних вікових груп – від дітей та їх батьків, які оплачують ці тури, до дорослих підприємців, хто вивчає іноземну мову з метою комунікації із закордонними партнерами. Найбільшим попитом користуються освітні тури для школярів 10-17 років, приблизно

десяту частину туристського потоку в цьому секторі становлять дорослі туристи.

Ця група турів є поширеною через бажання споживачів вивчати іноземну мову там, де на ній спілкуються. Ця група включає в себе, як мінімум, чотири напрямки:

1) дитячі курси на базі шкіл-пансіонатів;

2) молодіжні табори самих різних освітніх напрямів;

3) навчальні центри;

4) волонтерські табори в країнах Європи (вивчення мови плюс робота).

Спортивно-навчальні тури. Такі тури поширені у всьому світі. Основний мотив туристів – набути навичок в певному виді спорту. Це може бути катання на гірських лижах і сноуборді, теніс, гольф, серфінг, дайвінг, кінний спорт, веслування на каное та байдарках, вітрильний спорт і т.д. У навчальну програму такого туру обов'язково входять заняття обраним видом спорту з професійними інструкторами. Надається прокат і продаж спортивного інвентарю та спорядження.

Професійно-орієнтовані освітні тури. Такі тури можуть бути спрямовані на отримання вищої освіти в будь-якій області знань (менеджмент, маркетинг, комп'ютерні технології, готельне господарство, банківська справа, право), або на підвищення кваліфікації. Програми вищої освіти в різних країнах відрізняються за тривалістю і вартістю навчання. Найбільш популярними напрямками для даного сегмента освітнього туризму 14 є США, Великобританія, Франція, Австралія і Німеччина. Найбільше іноземних студентів прибуває з таких країн, як Китай, Індія, Республіка Корея, Німеччина, Саудівська Аравія тощо.[15, с.47].

Складовою частиною в навчальний туризм входить туризм молодіжний - конкретний вид туристської діяльності для юнацтва та підлітків, що реалізовується як в рамках національних кордонів, так і на регіональному та світовому рівні. Молодіжний туризм отримав своє народження на початку XX ст., Вже в 1920-1930-х рр. активно розвивалися студентські та шкільні (в

меншій мірі) обміни, рух молодіжних об'єднань. У 1960-1970-х рр. відбулося формування міжнародних і регіональних туристських організацій і об'єднань молоді. 1980-і рр. стали для молодіжного туризму періодом інтенсивного розвитку, становлення професійно підготовлених організаторів.

В даний час ця галузь туризму отримала новий поштовх для розвитку і набуває все нові форми; вона отримує підтримку в законодавчих актах багатьох країн і міжнародних правових документах. Щорічно в міжнародній молодіжний туристичний обмін втягується понад 25 млн юнаків і дівчат.[13]

Також треба відзначити роль навчального (освітнього) туризму в розвитку та освіті школярів та студентів країни.

Шкільний туризм сьогодні - це один з небагатьох видів діяльності, який дозволяє гармонійно розвивати соціально-адаптованого громадянина, який цікавиться наукою, мовами та всебічно розвинений. Подібні подорожі по своїй країни розвивають патріотизм, любов до своєї Батьківщини.

Любов до своєї Вітчизни можна розвивати через пізнання рідної природи, традицій, історії. Сьогодні в освіті та вихованні учнів широко застосовуються сучасні інформаційні технології, але при всіх їх перевагах, відчути свою причетність до рідної землі ефективніше через туристсько-краєзнавчу роботу. На свої очі побачити старовинні замки, природні дива, красу лісів та гір. Є можливість в цікавій формі почути, а найголовніше запам’ятати факти про історію України.

Залучення учнів загальноосвітніх шкіл до туризму тісно пов'язане з оволодінням знаннями з краєзнавства, природознавства, картографії, історії, а також з пошуково-дослідницькою роботою з метою збору матеріалів для шкільного музею.

Зміст туристської діяльності учнів полягає в формуванні суспільної спрямованості особистості школярів, її соціальної активності, наслідком якої є усвідомлене ставлення учнів до навчання, праці, суспільної роботи.[23]

Шкільний навчальний туризм відкриває дітям кругозір та дарує нові враження.

На екскурсіях до заводів та виробництва може направити нове покоління на різні кар’єрні шляхи. Школяр в такій ситуації підвищує мобільність, розширює коло знайомств, збагачує особистість.

Туристичні компанії можуть отримати дохід від допомоги в організації кількоденних поїздок та мати більший доступ до співпраці з іншими компаніями, для залучення більшої кількості маленьких туристів. Також батьки будуть відчувати себе більш спокійно, якщо їх діти будуть застраховані та направлені лише у місця найкращої якості.

Один з популярних видів навчального туризму, який має найбільше майбутнє та найбільшу потенційну прибутковість — мовний туризм.

Мовні навчальні подорожі включають в себе навчання та вдосконалення іноземної мови та одночасне ознайомлення з культурою на звичаями обраної країни. Ці тури відрізняються своїм повним зануренням в навчання та інтенсивною практикою. Частіше за все такі тури зацікавлять туриста з середнім або високим рівнем знань іноземної мови, для новачків таких пропозицій мінімальна кількість, частіше за все в мовних школах.

Мовні тури бувають інтенсивними або загальними, існують тури для підготовки до іспитів або вступу до міжнародних навчальних закладів. Також пропонуються мовні тури для людей в бізнесі, де обговорюються ділові теми на бажаній іноземній мові.

Академічний освітній туризм також не останній за поширенням у сучасному світі, особливо серед молоді. Він передбачає навчання у школах, коледжах та університетах на довгостроковій основі.

В даний вид туризму входить безліч програм: академічний рік за кордоном, бізнес-освіта, підвищення кваліфікації, Work & Study - робота та навчання та інші.

З кожним роком для України відкривається щораз більше можливостей бути залученими до освітніх програм Європейської спільноти. Це, зокрема:

– конкурс програми ТЕМПУС (Транс'європейська програма мобільності для навчання в університетах), яка підтримує модернізацію вищої освіти та

створює простір для співпраці країн Європейського Союзу і країн-партнерів. До участі запрошують вищі навчальні заклади, громадські організації, асоціації, організації роботодавців та інші зацікавлені сторони;

– конкурс програми Еразмус Мундус – освітня програма ЄС, спрямована на активізацію міжнародного співробітництва та підвищення мобільності серед студентів, викладачів, науковців європейських університетів та вищих навчальних закладів третіх країн на всіх континентах.

– конкурси програми Жан Моне, яка спрямована на підвищення знань та інформованості всередині ЄС та поза його межами про питання європейської інтеграції. До участі в конкурсі відповідного напряму запрошують вищі навчальні заклади, асоціації викладачів та дослідників. Програма має сім напрямів.[24]

Отже, навчальні тури є дуже різноманітними та переплітаються з багатьма іншими видами туризму.

Навчальний туризм має на меті підтримати безперервну освіту, навчання впродовж життя. Отже, це навчання для задоволення без іспитів.

Створення мовних, пізнавальних, культурних, шкільних, професійно-екскурсійних турів є чудовим шляхом для туристичних компаній розширити свій портфель навчальних турів.

1.2. Особливості процесу розробки та організації навчальних турів

Тур - це первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут та конкретний термін.

Закон України "Про туризм" дає наступне визначення: "Тур - туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)".

Складовими туру є туристичний пакет та комплекс послуг на маршруті, які клієнт просить включити в обов'язкову програму і сплачує за них заздалегідь.

Розрізняють два основних види туру:

- пекидж-тур - комплексна туристична послуга, яка містить в собі розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні, побутові, спортивно-оздоровчі та інші послуги.

- інклюзив-тур - окремі туристичні послуги: харчування, розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування (на вибір).

На практиці більшою популярністю користується інклюзивний тур, коли турист замовляє мінімальний набір основних послуг, купуючи додаткові послуги при необхідності.[1]

Процес розробки туристичного продукту можна поділити на два етапи: проектування та організацію.

Основою для проектування туру є короткий опис туристичної подорожі - набір вимог, які виявлено в результаті маркетингового дослідження ринку попиту, і які враховують можливості виконавця.

Керівництво туристичного підприємства затверджує порядок і процедури розробки конкретного туру, організації надання послуг за туром і визначає відповідальність кожного учасника процесу проектування.

З точки зору технології, розрізняють три види турпродукту:

1. Туристична подорож - комплексна туристична послуга, яка забезпечує задоволення оздоровчих, пізнавальних потреб туристів при певних умовах їх життєзабезпечення. Подорож триває більше 24 годин і вимагає включення до туру послуг розміщення.

2. Туристичний похід - це туристична послуга, яка забезпечує задоволення оздоровчих і пізнавальних потреб туристів при активних засобах пересування за маршрутом. Дана подорож також триває більше ніж 24 години.

3. Екскурсія - туристична послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів. Екскурсія триває менше 24 годин і не потребує включення послуг розміщення.

Проектування турпродукту здійснюється у послідовності:

- встановлення нормованих характеристик продукту;

- встановлення технології процесу обслуговування туристів;
- розробка технологічної документації;
- визначення методів контролю якості;
- аналіз проекту;
- подання проекту на затвердження. [14]

Особливістю процесу розробки та організації навчальних турів заключається в тому, що туроператор має бути впевненим в якості навчання та впевнитись в тому, що інформація під час навчального процесу викладається на високому рівні. Організація навчальний турів найчастіше проводиться в туристичних групах. Потрібно пам’ятати, що на перших стадіях цей нішовий вид туризму не набуде швидкого прибутку, але з часом та розвитком різноманітних турів, ця ситуація зміниться.

За обширним працею науковця МакГладдері можемо виділити процесуальну модель навчального туризму.[26]

В Додатку А наведена модель навчального туризму.

Проаналізувавши таблицю ми бачимо, що вимоги до навчального туризму включають в себе:

1. Досвід чогось нового для туриста
2. Бути освітньо відповідним
3. Фасилітація (бажано) —полегшення виконання завдання, адаптація до рівня знань туриста
4. Прагнення до навчання (бажано)

Останній пункт є найважливішим у шкільному та студентському навчальному туризмі. Прагнення навчитися саме під час подорожі покращить досвід всіх причетних до процесу. Тур-гідів, вчителів та організаторів. Важливо, щоб діти добровільно та з цікавістю дивилися на навчальну подорож. Цього можна досягти комбінуючи навчання та гру, прогулянки. Не забувати про вільний час.

Далі у праці ми бачимо результати які отримує турист після навчальної подорожі. Вони звучать так:

1. Когнітивні - підвищення своїх знань
2. Емоційні - зміна в ставленні/способі мислення
3. Поведінкові - розвиток навичок

Типи досвіду в навчальному туризмі поділяються на формальний (академічний курс) та неформальний (шлях самопізнання).

Через те, що освітній туризм є недослідженим сектором туризму — це створює безмежні можливості для досліджень і розробок.

Придатність освітнього туризму для гібридизації з іншими сегментами туризму, а також іншими галузями промисловості є темою для багатьох іноземних експертів по туризму.

Використання гібридної моделі туристичних послуг збільшується через зростаючу тенденцію суміщення роботу з відпочинком і туризмом.

Використання аспектів навчального туризму в тандемі з іншим видом туризму призведе до більшої популярності серед населення.

Прикладами навчальних поїздок, які можна визначити загальним терміном «спеціалізовані навчальні тури», є: тематичні подорожі, присвячені особливим інтересам туристів та їх захопленням; екологічний та природничий відпочинок; пізнавальні екскурсії об'єктами та пам'ятками культурно-історичної спадщини; пізнавальні круїзи та шкільні екскурсії; семінари під час канікул; навчатися за кордоном; програми освітнього обміну тощо. Найпопулярнішими є навчальні тури, які надають хороші можливості для навчання студентів і студентів шляхом підвищення їхніх дослідницьких навичок, спостережень та оцінок, розширення їх досвіду в цілому.

Таким чином вони здатні формувати інший, науково обгрунтований підхід до світу та навколишнього середовища, відповідально та свідомо ставитися до його природних, соціокультурних та економічних складових.[27]

Оцінюючи потенціал навчального туризму, ми також повинні вказати на певні умови, без яких неможливо надавати якісні послуги, вони є основними елементами інфраструктури навчального туризму. Визначаємо їх наступним чином:

- наявність навчальних закладів (державних і приватних, причому приватні важливіші, оскільки вони забезпечують більшу доступність і гнучкість);

- кількість програм англійською мовою;

- володіння англійською мовою (територіально);

- кількість викладачів міжнародної кваліфікації;

-наявність загального основного чинника, такого як кліматичні, історичні чи природні привабливості, що також вимірюється зростанням припливу туристів протягом багатьох років.[28]

Проблематика концепції навчального туризму це саме наявність доступного навчання на мові, яку зрозуміє турист, наявність справжніх педагогів та можливостей для створення багатьох турів на рік.

Цей вид туризму в Україні ще розвивається та на даному етапі розрахований на виїзний туризм. Більшість українських туристів пов’язують освітній туризм з подорожами за кордон з метою вивчення іноземної мови, отримання бізнес освіти, вступу до іноземних навчальних закладів. Найбільшу популярність мають мовні тури з метою вивчення англійської мови.

1.3. Світовий досвід пропозиції навчальних турів

Однією з основних перешкод для зростання студентських міжнародних поїздок є економічна криза. У результаті світової економічної кризи туристичний сектор зазнає численних викликів. З точки зору зовнішніх загроз, це рецесія, коливання валюти та оподаткування. А з точки зору внутрішніх загроз – це зростання витрат, падіння доходів та ін. У галузі подорожей кризи відбуваються на всіх рівнях із різним ступенем серйозності, включно з розголосом екологічних, економічних і політичних катастроф до внутрішніх криз. У 2020 році ця галузь зазнає сильного удару через раптову появу COVID-19. Ця криза поставила під загрозу мільйони робочих місць у всьому світі. Сектор туризму зазнав занепаду через те, що багато країн запровадили обмеження на міжнародні подорожі. Порівняно з попередніми роками

іноземний туризм скоротився на 22% у першому кварталі 2020 року та на 65% у перших двох кварталах 2020 року. Однак сектор освітніх турів швидко відновлюється через стрімке зростання популярності освітнього туризму. Серед основних факторів, що сприяють зростанню ринку можна визначити: доступ до нової інформації, поява нових стилів освіти, поява нових методів дослідження, які мають величезний вплив на розвиток науки [28].

За даними Future Market Insights (FMI) вартість світового ринку освітнього туризму в 2021 році оцінюється в 399,8 млрд.дол.США. Це означає, що ринок зріс у річному обчисленні на 16%. Ті самі дослідники прогнозують, що ринок продовжуватиме зростати із загальним річним темпом зростання на 17,2%. Очікується, що до 2031 року його вартість досягне 1947 млрд.дол.США.

Загальна кількість освітніх туристів у всьому світі у 2022 році перевищила 6 мільйонів. Крім того, звіт FMI вказує на те, що більшість в'їзних освітніх туристів зацікавлені в отриманні ступеня магістра, що робить студентів одним із найважливіших демографічних сегментів, що стимулює зростання сектора. Точніше, вікова група 19–25 років генерує колосальні 73% доходів світового ринку освітнього туризму. Тільки студенти генерують 39% загального доходу сектора [29].

Глобальний ринок освітнього туризму сегментують за програмою, періодом, пунктом призначення та регіоном. Виходячи з програми, ринок поділяється на учнів початкової школи, учнів середньої та старшої школи та студентів. Залежно від періоду ринок поділяється на період менше 3 днів, 3-7 днів і 7-14 днів. Залежно від пункту призначення ринок поділяється на внутрішній і міжнародний. Залежно від регіону ринок поділяється на Північну Америку, Європу, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Латинську Америку, Близький Схід і Африку.

Північна Америка домінує на ринку подорожей освітнього туризму. З точки зору міжнародних поїздок, Сполучені Штати є одним з основних напрямків, другим є Канада, за якою йде Італія. З огляду на зростаючий попит на міжнародні туристичні напрямки для студентів, професіонали ринку очікують

зростання попиту переважно з трьох регіонів, включаючи Сполучені Штати, Канаду та Ірландію. Що стосується відновлення ринку на міжнародному ринку, більшість туроператорів очікують невеликого відновлення у 2021 році. Відновлення міжнародних подорожей буде повільнішим порівняно з внутрішніми. А якщо говорити про внутрішні подорожі, то найближчими роками очікується швидке відновлення. Згідно зі статистикою галузі, вітчизняна індустрія туризму очікує повного відновлення до 2023 року [28].

Навчальні тури є найпоширенішим продуктом на світовому ринку освітніх подорожей. Навчальні поїздки є дуже різноманітними, в основному орієнтовані на підлітків і молодь, і їх можна розділити на кілька груп: літні табори для дітей і молоді, короткострокові і довгострокові мовні курси, академічні курси.

Відпочинок у літніх таборах для дітей і підлітків можна умовно віднести до пізнавального туризму, оскільки отримання певних знань і навичок не є основною мотивацією.

Мова йде про ті табори, програмою яких передбачено певну кількість навчального часу з англійської та/або інших предметів. Ці табори розташовані в популярних курортних зонах Туреччини, Болгарії, Угорщини, Мальти та Кіпру. У Великобританії, Швейцарії, Австрії і США пропонується більш широкий набір послуг: різноманітні дослідницькі програми, поглиблене вивчення мови, літератури, мистецькі студії поєднуються з розважальними, спортивними та оздоровчими заходами.[16]

Іншим популярним варіантом «корисного відпочинку» є короткострокові мовні курси тривалістю від двох тижнів. Освітні послуги надаються спеціалізованими учбовими закладами: приватними мовними школами, відповідними відділеннями коледжів та університетів. Зазвичай, такі подорожі приурочені до канікулярних дат, орієнтовані на дітей старшого шкільного віку та молодь, для яких навчальна мотивація є свідомим вибором. При підборі курсу враховується вік, рівень володіння мовою і особисті характеристики клієнта. Існує можливість вибору країни відвідування, учбового закладу,

варіантів помешкання: кампус (студентське містечко) або проживання в сім'ї, в якій ніхто не говорить на рідній для студента мові. Довгострокові мовні курси – це курси тривалістю від одного семестру і довше. Такими програмами передбачено більш грунтовне вивчення мови зазвичай у країні, де ця мова є рідною. Найчастіше основною мотивацією вибору такого варіанту «відпочинку» є підготовка до вступу у вищі навчальні заклади за кордоном.

Найвідоміші мовні курси Європи: «Eurocentre Cambridge» (Великобританія), «Study Centre C&L» (Швейцарія), «France Langue» та «ACCORD» (Франція), «DID Deutsche-Institute» (Німеччина).

Ринок мовних програм гетерогенний в першу чергу за ціновими критеріями. Преміум-сегмент ринку формують дорогі літні курси в добре обладнаних спеціалізованих приватних мовних школах Великобританії («Swandean Harrow House School of English», «Brighton International Summer school», «Reed's School Cobham», «EAC Language School Hastings», «Buckswood School Hastings», «Torbay Language Centre», «The Devon School of English»), Франції («Paris Ecoles des Roches Langues», «Institut de Touraine»), Німеччини («Colleguim Palatinum Heidelberg»), що мають акредитацію в спеціалізованих міжнародних організаціях та бездоганну репутацію. Як правило, такі школи ретельно дотримують баланс національностей, унеможливлюючи спілкування рідною для студента мовою та забезпечують високу якість навчання. Такого роду пропозиції на вітчизняному ринку освітніх подорожей тільки починають з’являтися: школи на співпрацю з новими і неперевіреними партнерами йдуть неохоче, послуги дуже дорогі, продукт орієнтований на вузький ринковий сегмент. Мовні програми середнього цінового діапазону та відносно дешеві продаються у складі масового та індивідуально диверсифікованого туристичного продукту. Це, зазвичай, групові тури переважно до країн Центральної та Південної Європи або в інші регіони масового туризму, «мовна» складова яких забезпечується як спеціалізованими учбовими закладами (школами, мовними відділеннями університетів та коледжів), так і організовується на базі готелів та інших

рекреаційних комплексів групою спеціально винайнятих висококваліфікованих спеціалістів. Прикладом закладів, що надають такі послуги є мовна школа «LAL Malta» на Мальті, «Language Coach Institute» в Німеччині, «Academia International English School» в Австралії, освітні центри, акредитовані в проекті «Masa Israel» у Ізраїлі, «English School Nicosia» на Кіпрі, «English And More International Learning Centre» в Туреччині, «Sidmouth International School» в Угорщині та інші.[16]

Освітній туризм пропонує багато переваг для всіх залучених сторін, включаючи мандрівників, приймаючу спільноту та приймаючу країну. Він має силу стимулювати зростання багатьох секторів і допомагати розвивати цілі регіони та громади.

Освітні туристичні подорожі можуть допомогти регіону використовувати нові локації і місця та зробити їх доступними для турів, подорожей та екскурсій. Монетизація цих місць може допомогти залучити більше грошей у регіон і дати йому змогу процвітати, сприяти розвитку та залучити більше мандрівників у майбутньому.

Висновки до розділу 1

Завдяки аналізу багатьох наукових праць можна визначити навчальний туризм, як процес подорожі з метою отримання або вдосконалення певних знань в різноманітних галузях навчання.

Цей вид туризму дозволяє туристам будь-якого віку відточити свої навички та знання, або набути нових знань, відкрити свій кругозір, поглянути на світ по іншому. На даний момент в Україні найбільше представлений саме виїзний навчальний туризм та популярність мають мовні табори, або тури в яких головна ціль тренувати свою іноземну мову.

За висновками розділу можна виділити кілька видів освітнього туризму:

- екскурсійно-ознайомчі подорожі по різних містах, природних зонах і країнах;

- навчальні поїздки з метою вивчення іноземної мови або тих чи інших загальноосвітніх або спеціальних предметів;
- ознайомчі поїздки до установи, організації та на підприємства;
- наукові і навчальні стажування в установах, організаціях і на підприємствах;
- участь у семінарах, конференціях, з'їздах, конгресах, майстер-класах, мета яких - обмін досвідом та отримання нової професійно-важливої інформації.

Цей напрям в Україні має багато можливостей для розвитку. В реаліях євро-інтеграції в найближчі роки ми можемо очікувати на більшу кількість співпраці з іноземними компаніями для створення нових турів навчального(освітнього) туризму.

Мовні тури, поїздки в навчальні заклади для ознайомлення або різні види стажування стануть ще більш актуальними, для розвитку нашої країни та спеціалістів майбутнього.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА CORAL TRAVEL

2.1. Загальна характеристика туристичного оператора Coral Travel

Товариство з обмеженою відповідальністю «Coral Travel» розташовано в м.Київ та зареєстровано за адресою вулиця Бульварно Кудрявська, будинок 24 в місті Києві. Відповідно до класифікатора, основним видом його діяльності є 79.12 – Діяльність туристичних операторів. Засновником компанії є акціонерне товариство «ОТІ Холдінг Анонім Ширкеті». «Coral Travel» на ринку 25 років, тому більшість турпродуктів знаходяться на стадії зрілості.

Група компаній ОТІ розпочала свою діяльність в 1992 році. У структуру Холдингу входять лідируючі бренди міжнародного туристичного сектора, що працюють в різних сферах: туроператорські послуги, туристичні агентства, готельний бізнес, авіація і охоронна діяльність в секторі туризму.

Співпраця з великою кількістю готелів та агенств спрощують працю «Coral Travel» через те, що компанія має базу підприємств, які не підведуть під час реалізації туру та будуть мати високий рівень сервісу на який можна покластися.

Діяльність компанії спрямована на створення максимальних переваг для своїх клієнтів, співробітників, суспільства в цілому, а також акціонерів за допомогою правильних, ефективних і регулярних капіталовкладень в розробку якісного продукту і формування екологічної свідомості. OTI Holding продовжує інвестувати в туризм, сьогодні 27 його компаній працюють в Україні, Білорусі, Грузії, Росії, Туреччині, Єгипті, Таїланді, Греції, Іспанії, ОАЕ, Мальті, Німеччині, Ірландії, Нідерландах та Швейцарії.

Після початку повшомасшабної війни OTI Holding не припинили свою працю на туристичному ринку країни-агресора Росії. Цей факт піднімає багато питань серед українських активістів та клієнтів [25].

Туроператорська діяльність компанії здійснюється через головні офіси і 50 філій.

У 2020 році Холдинг розпочав масштабний проект по створенню власної готельної мережі OTI Hotels & Resorts International. До мережі входять готелі різного рівня, які працюють під новим брендом Seven Seas Resort & Hotels і вже добре відомими брендами Otium Hotels і Xanadu Resort. Всі бренди об'єднані прагненням створити умови для ідеального відпочинку різних категорій туристів [20].

Турфірма веде постійну роботу з розширення асортименту пропонованих послуг, збільшує кількість додаткових послуг. Зараз асортимент можна оцінювати як достатній для даного етапу розвитку і життєвого циклу підприємства.

Наразі офіси компанії «Coral Travel» функціонують в столиці країни Києві, а також у Львові, Вінниці, Дніпрі, Івано-Франківську, Полтаві, Сумах та Житомирі. Після початку воєнних дій частина відділень закрилися, або переїхали у безпечніше місце.

Головними складовими успіху «Coral Travel» були і залишаються гнучкість політики компанії, сприйнятливість до інновацій і відкритість для нових, прогресивних методик і технологій. Корпоративна етика компанії ґрунтується на поєднанні командного підходу до виконання поставлених завдань з професіоналізмом і творчою ініціативою кожного окремого працівника, а також на обов'язковій порядності та відповідальності по відношенню до всіх учасників бізнесу і клієнтам. Компанія «Корал Тревел» залучає талановитих і активних людей, які хотіли б стати частиною команди професіоналів і примножити свої досягнення. В основі успіху бренду «Coral Travel» лежать високий професіоналізм і творчий підхід до справи співробітників компанії. Це допомагає компанії вдосконалюватися і рухатися вперед [20].

Місія «Coral Travel» полягає в тому, щоб максимально сприяти створенню цивілізованого туристичного ринку, де відносини в ланцюжку клієнт — агент

— оператор засновані на взаємній довірі і повазі. Кінцева мета діяльності компанії — зробити якісний відпочинок доступним для всіх українців [20].

У подальших планах компанії:

- збільшення частки, займаної компанією на ринку, розширення бізнесу за рахунок підвищення якості, розвитку нових напрямків і розширення асортименту послуг, що надаються.

Фахівці компанії ретельно вивчають ринок і прогнозують подальші напрямки розвитку попиту. Довгострокові плани і плани на найближчі 3, 5 і 10 років постійно оновлюються і доповнюються з урахуванням аналізу тенденцій на ринку світового туризму і міжнародної політики. З метою «Coral Travel» - закріплення лідерських позицій як провідного українського туроператора і збільшення займаної компанією частки ринку з одночасним підвищенням якості пропонованого турпродукту, а також подальше впровадження інноваційних технологій, без яких неможливо динамічний розвиток сучасного турбізнесу.

Наразі туристичне підприємство «Coral Travel» оновили свою структуру турів, переробивши їх на український ринок з виїздом із Польщі або Чехії. Цей крок спростив обхід обмежень та перешкод які мі сьогодні маємо в туристичному ринку України. На даний момент складно сказати наскільки цей хід є успішним, адже економічні показники звичайного українця знизилися та 50% населення країни невиїзні, через мобілізацію. Тільки після закінчення війни ми зможемо побачити повернення до минулих показників доходів та до успіху туристичного бізнесу в Україні. Через постійний стрес та життєві труднощі — туризм не знаходиться в пріоритеті у більшості людей.

Загалом основна мета «Корал Тревел» — подальше підвищення ефективності діяльності компанії та її конкурентоспроможності на ринку, що припускає цілеспрямовану роботу по чотирьох напрямках:

- управління очікуваннями ринку за допомогою зміцнення лояльності до продукту компанії та проведення ефективних заходів щодо подальшого підвищення впізнаваності бренду «Корал Тревел»;

- поліпшення показників діяльності компанії за рахунок більш високих обсягів продажів і диференціації турпродукту, постійного моніторингу поточного стану справ на ринку і коригування планів;
- підвищення якості управління компанією шляхом ефективного планування та підвищення точності прогнозів результатів діяльності;
- робота за найвищими світовими стандартами, впровадження інноваційних туристських технологій, без яких неможливий поступальний рух вперед.

У подальших планах «Coral Travel» — збільшення частки, займаної компанією на ринку, розширення бізнесу за рахунок підвищення якості, розвитку нових напрямів і розширення асортименту надаваних послуг. Цей розвиток може включати в себе навчальні (освітні) тури та розвиток продуктового портфеля в цьому нішевому напрямку. Навіть якщо пляжний та курортний туризм переважає в продажах «Coral Travel», не потрібно забувати про те, що бажання та попит на туристичні подорожі завжди буде багатогранним, та не завадить створювати умови для задоволення потреб всіх видів туристів.

Тих, хто хоче підняти кваліфікацію, попрактикуватися іноземною мовою або пірнути в культуру іншої країни, дізнаючись кожен день про історичні факти та реалії повсякденного життя. Це можуть бути табори, або екскурсії по виробництвам, візити до навчальних установ, майстер-класи, інтерв'ю з професіоналами в своїй справі. Не потрібно забувати також про виставки та музеї.

Навчальний туризм є багатогранним та мати змогу дізнатися, які майстер класи та музеї є поруч від вашого місця призначення може додати смак навчання до будь-якої подорожі. Цю інформацію можна подавати клієнту під час продажу того чи іншого туру та додавати за це окрему плату за організацію проїзду та закупки найкращих білетів.

Продукт, пропонований на ринку під торговою маркою Coral Travel, є в очах споживачів та партнерів синонімом надійності та якості. Отже,

туристичне агентство «Coral Travel» продає якісні тури за популярними напрямками та не тільки.

Туроператор організовує групові та індивідуальні FIT-тури на базі власних чартерних програм і регулярних рейсів, розвиває incentive-, congress-, спортивний та інші види туризму, а також активно займається продажем авіаквитків онлайн. «Coral Travel» реалізує свій турпродукт спільно з компанією Odeon Tours, що також належить OTI Holding і отримала міжнародний сертифікат ISO 9001: 2000 міжнародної організації по сертифікації BVQI за якість управління. Обслуговуючи сегмент туристів з доходами середнього і вище середнього рівня, прагне до 100% -го задоволення запитів всіх своїх клієнтів.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного оператора Coral Travel

Внутрішнє середовище будь-якого підприємства визначає ефективність роботи компанії, може вказати на недоліки та сильні сторони. Внутрішнє середовище є результатом реалізації управлінських рішень.

Щоб проаналізувати внутрішнє середовище туристичного оператора Coral Travel потрібно побудувати організаційну структуру підприємства та визначити її тип, дослідити кадровий потенціал підприємства, оцінити виробничу програму підприємства, дати оцінку основним фінансовим показникам підприємства.

Почнемо з організаційної структури. Ця структура вказує на систему управління компанії та дає змогу проаналізувати чи всі ланки є доцільними та чи працюють вони злагоджено.

На Рис. 2.1 ми бачимо збалансовану структуру управління Coral Travel. Зацікавленість викликає наявність менеджерів туризму для кількох популярних напрямів туризму в Україні.

Завдяки цим посадам та професіоналам клієнти Coral Travel мають змогу отримувати лише найкращі послуги провідних готелів та туристичних компаній по всьому світу.

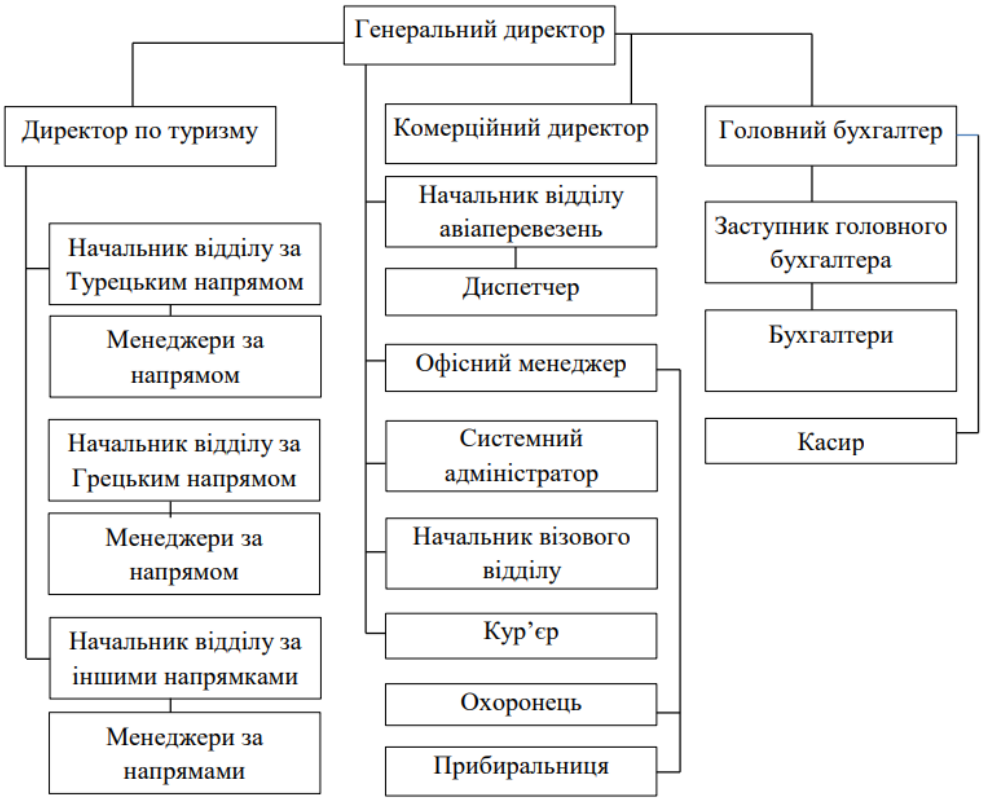


Рис.2.1. Організаційна структура управління «Coral Travel»

Джерело: побудовано автором

Управлінський процес здійснюється в рамках структури, яку можна визначити як лінійно-функціональну.

Лінійно-функціональна організаційна структура управління базується на розподілі повноважень та відповідальності за функціями управління. Безпосередній вплив на виконавців мають лінійні керівники, які, в свою чергу, взаємодіють із функціональними підрозділами з вирішення управлінських завдань.[18]

До переваг такої організаційної структури управління можна віднести:

- встановлення простих і чітких комунікаційних зв'язків;
- єдність і чіткість керування; узгодженість дій виконавців;

- оперативність у прийнятті рішень;
- особиста відповідальність керівника за кінцеві результати діяльності.

Організаційна культура в підприємстві Coral Travel за рахунок багаторічного досвіду та правильно розставлених пріорітетів компанії, залишається на високому рівні. Працівники підприємства досягти поставлених цілей та рівень конфліктів у персоналі є мінімальним.

Запорукою успіху в туристичному бізнесі є саме людські ресурси. Висока кваліфікація менеджерів та інших працівників говорить про дотримання Coral Travel стандартів якості обслуговування клієнтів. Саме висококваліфіковані працівники підтримують актуальність пропозицій цього підприємства і використовують свої знання для підвищення своїх результатів кожного року.

Система стимулювання працівників в компанії Coral Travel складається з таких основних елементів:

- матеріального стимулювання у вигляді збільшення заробітної плати у відповідності з отриманою кваліфікацією, участі працівників у прибутках підприємства та оплата праці в залежності до витрачених зусиль працівника;
- нематеріального(морального) стимулювання у вигляді похвали, визнання досягнень, можливості кар’єрного росту в підприємстві та просування по службі, участі в неформальних організаціях персоналу, визначення престижу та авторитетності. Для формування ефективної системи стимулювання, на підприємстві повинні проводитись 24 опитування працівників один раз на рік, що дозволить виявити ієрархію мотивів персоналу.

Два види стимулювання мають бути використані керівництвом будь якої компанії. Не потрібно забувати, що працівникам потрібна мотивація та цілі до яких вони можуть стремитися під час своєї кар'єри.

Щоб детально та точно оцінити персонал підприємства Coral Travel потрібно провести аналіз кадрів підприємства.

Поведінка, а отже, успішність працівників кожної організації залежить від кількох чинників: індивідуальних рис, особливостей організаційного оточення 40 та факторів зовнішнього середовища . Структура трудового потенціалу подана в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Структура трудового потенціалу туристичного підприємства «Корал Тревел» за різними характеристиками 2020-2021р.

Категорія	2020 рік		2021 рік	
	Осіб	%	Осіб	%
Структура трудового потенціалу за статтю				
Жінки	80	62%	99	62%
Чоловіки	50	38%	60	38%
Разом	130	100%	159	100%
Структура трудового потенціалу за віком				
До 35	64	49%	73	46%
35-45	36	28%	49	31%
Від 45	30	23%	37	23%
Разом	130	100%	159	100%
Структура трудового потенціалу за якістю підготовки				
Вища освіта	70	54%	72	45%
Середня	36	28%	49	31%
Без фахової	24	18%	38	24%
Разом	130	100%	159	100 %

Продовження таблиці 2.1

Структура трудового потенціалу за категорією кадрів				
Керівник	30	23%	35	22%
Спеціаліст	56	43%	70	44%
Технічний	44	34%	54	34%
Разом	130	100%	159	100 %
Структура трудового потенціалу за стажем роботи в галузі				
Немає	30	23%	30	18%
До 5	54	42%	55	35%
5-10	28	22%	40	25%
Від 10	18	13%	34	22%
Разом	130	100%	159	100 %

Джерело: довідки за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2020-2021 роки.

Дивлячись на цю статистику трудового потенціалу організації Coral Travel можна зробити висновок, що після піку пандемії 2020 року, компанія збільшила свій персонал через покращення ситуації в туристичному бізнесі.

Можемо побачити, що в колективі переважають жінки молодого віку до 35 років.

Вища освіта є важливим фактором для вибору кандидата в Coral Travel. Більшість працівників має профільну вищу освіту. Це забезпечує високий рівень сервісу, професіоналізм та розуміння індустрії.

Збільшилась кількість кадрів з великим досвідом від 10 років. Ці люди надають особливу перспективу в туристичній галузі та орієнтуються на відмінне туристичне обслуговування клієнта.

Аналіз кадрового потенціалу підприємства поданий в таблиці 2.2.

За результатами таблиці 2.2 можемо бачити, що кількість осіб облікового складу збільшилась на 15 осіб. В компанії відбулося відновлення робочої сили після труднощів під час пандемії. Через зменшення доходів, компанія мала зменшити кількість персоналу.

Таблиця 2.2.

Аналіз кадрового потенціалу підприємства «Корал Тревел»

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення	
			Абсолютне, (+-)	Відносне, (%)
Чисельність працівників	130	159	29	22
Звільнено	30	10	-20	-66
Прийнято	12	40	28	233
Коефіцієнт з вибуття (Ков)	0,23	0,06	-0,17	-74
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	0,09	0,25	0,16	178
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	23	6	-17,0	-74

Джерело: довідки за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2020-2021 роки

Також можна побачити зменшення кількості звільнень, що вказує на покращення внутрішнього стану підприємства та створення довгострокової команди.

Далі оцінюємо програму виробничої діяльності компанії Coral Travel.

Кількість і вартість туристичних проданих туристичних путівок зазначені в Таблиці 2.3.

По даним в таблиці можемо побачити, що за рік до пандемії компанія мала конкурентні показники та продовжувала бути однією з провідних туристичних компаній в країні.

Таблиця 2.3

Кількість і вартість проданих туристичних путівок (ваучерів) підприємства Coral Travel

Назви показників	Кількість туристичних путівок, одиниць	Вартість туристичних путівок, тис. грн.	Кількість туроднів за реалізованими туристичними путівками
Реалізовано туристичних путівок – усього	210 686	172 300	1 474 802
у тому числі -іншим організаціям	37 422	14 300	261 954
-безпосередньо населенню	173 264	158000	1 212 848
З них -громадянам України для подорожі в межах України	29 870	24000	209 090
-громадянам України для подорожі за кордон	100 410	75800	702 870
-іноземцям для подорожі в межах України	42984	58200	300 888

Джерело: довідки за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2019 рік

Наступні роки показали себе як нестабільні в політичній сфері по всьому світу та в Україні окремо. Через малий відсоток щеплень від COVID велика кількість туристів відмовлялися від своїх планів та чекали закінчення пандемії. Після цього в 2023 туристичний бізнес втратив свої позиції актуальності у нових реаліях. Половина населення невзмозі покинути країну та кількість туристів загалом зменшилась, через інфляцію та фінансові труднощі.

Ці реалії знизили показники компанії та можемо лише спекулювати, які саме збитки понесло підприємство Coral Travel за останній рік.

Розглянемо розподіл туристів за метою поїздки в Таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Розподіл туристів за метою поїздки

Назви показників	Усього туристів, осіб	У тому числі за метою відвідування						Із гр. 3 - діти віком 0-17 років
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	Спортивний туризм	Спеціалізований туризм	інші	
Кількість туристів, усього	305062	23 207	208 341	19 245	29 820	16 360	8 089	49 876
У тому числі в'їзних (іноземних) туристів	23 457	2340	7980	3922	5340	2491	1384	10089
Виїзних туристів	267 360	19002	197561	12920	21456	11732	4689	30812
Внутрішніх туристів	14 245	1865	2800	2403	3024	2137	2016	8975

Джерело: довідки за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2019 рік

За даними таблиці можна сказати що найбільша кількість туристів це виїзні туристи, які обирають подорожі з ціллю відпочинку та дозвілля. Це може бути пляжний або курортний туризм. В Україні цей напрямок є найперспективнішим.

Далі проаналізуємо основні фінансові показники.

Основними джерелами фінансування туристичної фірми є прибуток від основної діяльності, тобто від продажу турів.

До складу фінансової звітності входить:

- форма 1 – «Баланс» (тобто звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на конкретну дату його активи, зобов'язання і власний капітал);
- форма 2 – «Звіт про фінансові результати» (це звіт про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства);
- форма 3 – «Звіт про рух грошових коштів» (це звіт про грошові потоки підприємства за відповідний період);
- форма 4 – «Звіт про власний капітал»;
- форма 5 – «Примітки до річної фінансової звітності» тощо.

Для проведення аналізу скористаємось даними форми №1 «Баланс» та форми №2 «Звіт про фінансові результати» станом на 2020 та 2021 роки.

Статистичні дані наведені в таблиці 2.5.

Зробивши аналіз економічних показників можемо зробити наступні висновки.

Чистий дохід збільшився майже на 100%, але фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування зменшилися на 40%. Чистий збиток також зменшився. По результатам аналізу економічних показників не можна сказати, що на кінець 2021 компанія повернулася до рівня 2019 року. Та знадобиться час, щоб відновити минулі показники. Потрібно зазначити, що Coral Travel робить все можливе, щоб адаптуватися до реалій сьогоднішнього туристичного ринку.

Завдяки новим кадрам та раціональному використанню ресурсів компанія Coral Travel залишається однією з лідуючих туристичних підприємств в Україні, навіть у такі часи.

Таблиця 2.5

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства Coral Travel

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+ -)	
			Абсолютне	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	37 555	73 944	36 389	96,90
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	31 161	61 379	30 218	96,97
Собівартість у відсотках до виручки, %	82,97	83,01	0,03	х
Валовий прибуток, тис. грн.	6 394	12 565	6 171	96,51
Інші операційні доходи, тис.грн.	149 908	43 199	-106 709	-71,18
Адміністративні витрати, тис.грн.	50 085	46 109	-3 976	-7,94
Витрати на збут, тис.грн.	24 940	6 237	-18 703	-74,99
Інші операційні витрати, тис.грн.	112 475	22 378	-90 097	-80,10
Фінансові результати від операційної діяльності: збиток, тис. грн.	-31 198	-18 960	12 238	-39,23
Дохід від участі в капіталі, тис.грн	-	-	-	-
Інші фінансові доходи	1 214	1 253	39	3,21
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: збиток тис. грн.	-29 984	-17 707	12 277	-40,95
Чистий: збиток тис. грн.	-29 984	-17 707	12 277	-40,95

Джерело:створено автором

Виконаємо аналіз динаміки показників рентабельності підприємства в Таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Аналіз динаміки показників рентабельності підприємства Coral Travel

Показники	Формула для розрахунку	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+-)
Рентабельність продажів,%	К=ЧП/ЧД* 100%	-79,84	-23,95	55,89
Рентабельність діяльності,%	К=ЧП/В* 100%	-96,22	-28,85	67,37

Джерело:створено автором

На основі інформації в таблиці 2.6 робимо висновок, що на другий рік пандемії туроператор Coral Travel покращив свої показники. У другій половині 2021 відкрилося більше можливостей для виїзду туристів та внутрішній туризм також став більше популярним.

2021 р. мав більш позитивні показники щодо зростання кількості внутрішніх туристів в Україні через те, що українці все частіше почали подорожувати своєю країною після важкого року пандемії. Але на початку 2022 р. зі сходу України починають надходити тривожні новини.

Посольства більшості сусідніх країн почали переїзд за кордон або на Західну Україну. Світові авіакомпанії поступово припиняють авіасполучення з Україною та повітряний простір закривають для громадських перельотів. В Україні почалася повномасштабна війна. Мільйони людей були змушені стати внутрішньо переміщеними особами та біженцями. Багато компаній мали припинити виробництво. На жаль, і деякі туристичні компанії були змушені закритися, не відновивши свою діяльність, а деякі туроператори пере орієнтувалися на інші туристичні ринки. Coral Travel почав продавати тури українцям з вильотом з Румунії або Польщі.

Ці зміни були вимушеними та згодом зможемо дізнатися наскільки цей хід був успішним.

Внутрішній туризм також зараз не є перспективним напрямком для Coral Travel і на сайті немає таких пропозицій. Туроператор не може гарантувати безпеку та загалом туризм в країні не працює так як раніше.

2.3. Оцінка зовнішнього середовища туристичного оператора Coral Travel

Щоб оцінити зовнішнє середовище туристичного підприємства бажано провести дослідження впливу на нього основних факторів навколишнього середовища.

Аналіз зовнішнього середовища дозволяє організації своєчасно спрогнозувати появу погроз і можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка дозволить організації досягти ціле.

Аналіз макросередовища є процес збору та інтерпретації даних, зібраних шляхом її дослідження для подальшої оцінки впливу факторів макросередовища на діяльність підприємства та перетворити потенційні загрози на вигідні можливості.

На підприємство, прямо або побічно, впливають такі фактори макросередовища: економічні, політичні, правові, демографічні, соціальні, природні, технологічні та культурні.

Загальні результати будуть занесені в таблицю 2.7.

Отже, за таблицею факторів макросередовища можемо зробити висновок, що екологічні, економічні та міжнародні сфери макросередовища найбільше впливають на туристичне підприємство Coral Travel та на туристичну індустрію в цілому.

Таблиця 2.7

Аналіз факторів макросередовища підприємства

Сфера зовнішнього середовища	Назва фактору	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
1. Міжнародна	1.1 Стан візового режиму з країнами світу	10
	1.2 Співробітництво та створення міжнародних угод	9
2. Політична	2.1 Кількість терористичних актів, воєнний стан	10
	2.2 Обмеження на вивіз іноземної валюти	7
	2.3 Зміна законодавства	7
3. Економічна	3.1 Рівень інфляції	8
	3.2 Розвиток економіки	9
	3.3.Показники інфраструктурного забезпечення	10
4. Соціально-демографічна	4.1 Кількість населення та тенденції демографії	6
	4.2 Рівень освіти	5
	4.3 Рівень безробіття	10
5. Технологічна	5.1 Розвиток новітніх технологій	7
	5.2 Рівень забезпеченості населення комп'ютерною мережею Інтернет	9
6. Екологічна	6.1 Екологічні катастрофи, зміна клімату	10
	6.2 Забруднення навколишнього середовища	10

Джерело : складено автором

Війна, бідність, відсутність розвитку інфраструктури та забруднення середовища все це прямим шляхом впливає на якість туристичного продукту та на сам факт його існування.

Конкуренція прямо впливає на туристичні підприємства та завдяки конкуренції компанії покращують свої пропозиції, еволюціонують та загалом прагнуть дістатися якомога більшої кількості туристів.

Для аналізу конкуренції були обрані Join Up! та Anex Tour.

Таблиця 2.8

Бальна оцінка головних позицій підприємства серед конкурентів

Показники	Корал Тревел	Join Up!	Anex Tour
Місце розташування	5	5	5
Середній рівень завантаженості	5	5	4
Популярність серед населення	5	5	4
Рівень професіоналізму персоналу	5	5	4
Якість основних послуг	4	4	4
Асортимент додаткових послуг	5	5	5
Якість рекламних засобів	5	5	4
Цінова політика	4	4	4
Разом	38	38	34

Джерело : складено автором на основі матеріалів підприємств

Аналізуючи позицію Coral Travel серед конкурентів можна дійти до висновку, що туроператор є провідним на українському туристичному ринку та впевнено тримає свою перспективну позицію.

Перевагами «Coral Travel» є:

1) Місце розташування;

2) Популярність серед населення;

3) Рівень професіоналізму персоналу;

4) Якість основних послуг;

5) Якість рекламних засобів;

Виконаємо SWOT аналіз.

Таблиця 2.9

SWOT – аналіз діяльності підприємства

Можливості	Сильні Сторони
1. Розширення підприємства 2. Відкриття офісів та філій в інших містах 3. Укладання нових партнерських угод 4.Зростання попиту 5. Можливість залучення інвестора 6. Можливості доступу до новітніх технологій виробництва 7. Розширення продуктової лінії з метою задоволення більшої кількості потреб клієнтів.	1. Широкий ассортимент послуг 2. Використання сучасних технологій для бронювання та замовлення туристичних послуг 3. Індивідуальний підхід до клієнта 4. Якісне матеріально-технічне забезпечення 5. Висока кваліфікація співробітників агентства. 6. Окремий підхід до формування туристичного продукту та пошуку потенційних клієнтів.
Загрози	Слабкі сторони
1. Нестабільний курс валют; 2. Політичні ситуації на світовій арені; Воєнний стан в Україні 4. Втрата актуальності товарів, запропонованих організацією; 5. Становлення нових туристичних операторів з якісним наданням послуг на ринку – зростаюча конкуренція; 6. економічний спад в Україні (безробіття); 7. демографічний фактор (люди похилого віку);	1. Відсутність власних авіаліній; 2. Наявність схожих тур-продуктів в інших туроператорів; 3. Низький рівень системи наставництва з набувачами франшиз; 4. Відсутність чіткої системи планування в організації. 5. Залежність рівня продажів від сезонності 6. Вузька продуктова лінія

Оцінка місця підприємства в галузі необхідна для одержання попередньої всебічної оцінки стратегічного положення підприємства, а також для розробки переліку стратегічних дій. Особливість використання SWOT-аналізу (Сили - Слабкості -Можливості - Загрози) полягає в тім, що цей метод дає можливість, зіставляючи всі можливі комбінації показників зовнішнього середовища й ресурсних можливостей, виробити велике число відповідних їм поточних стратегій.[19]

Висновки до розділу 2

Отже, за результатами аналізу діяльності туристичного оператора Coral Travel, можна впевнено сказати, що це одне з провідних туристичних підприємств України.

Великий успіх можна пояснити раціональним керівництвом, високою професіональність персоналу та вдалим маркетинговим заходам по популяризації власних турпродуктів та підприємства в цілому. Співробітництво з найкращими готелями туристичних країн надає Coral Travel можливість надавати лише найкращий сервіс на всіх етапах подорожі. Від консультації у туристичного менеджера до чек-ауту в готелі.

Після глибокого аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, доходимо до висновку, що Coral Travel залишається успішним підприємством. Корпоративна етика компанії ґрунтується на поєднанні командного підходу до виконання поставлених завдань з професіоналізмом і творчою ініціативою кожного окремого працівника, а також на обов'язковій порядності та відповідальності по відношенню до всіх учасників бізнесу і клієнтам.

Українці довіряють цій компанії та бачать в ній стабільність та сприймають як перспективний бренд. Через політичні та міжнародні фактори макросередовища останні роки не були такими успішними як роками назад, але можна бути впевненим, що Coral Travel зможуть вистояти ці економічні

труднощі та підняти свої продажі, коли настане більш сприятливий час для виїзного та внутрішнього туризму.

Для збільшення обсягів надання послуг, що призведе і до збільшення прибутку, слід розширювати асортимент продукції, вдало просувати його на ринок, слідкувати за діяльністю конкурентів, мати план розвитку та коригувати його, дивлячись на ситуацію в світі та в Україні.

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНИХ ТУРІВ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА CORAL TRAVEL

3.1. Аналіз продуктового портфелю туристичного оператора Coral Travel

Туроператор Coral Travel пропонує широку лінійку турів, для здійснення бажань великої кількості туристів. Різні люди можуть обирати вид туризму, який підходить саме їм.

Завдяки злагодженій роботі працівників, кожен може отримати доцільну консультацію по телефону, в чаті або в одному з офлайн відділів туроператора, яких можна легко знайти у великих містах України.

Напрямки туризму, що надані на сайті Coral Travel [17], включають в себе:

- Активний молодіжний відпочинок

  Тури цієї категорії пропонують тури з включеними SPA-центрами та спортивними активностями (фітнес, тенісні та волейбольні корти, дайвінг тощо), запальні дискотеки та насичені розважальні програми для дорослих, цілодобові бари з напоями та снеками, різноманітні концепції «à la carte» ресторанів від національних кухонь до морепродуктів, бари біля басейну, імпортні алкогольні напої

  Країни: Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Сейшели, Мальдіви.

  Турист зможе спробувати себе в дайвінгу, сноубордингу, катання на лижах, снорклінгу та можливість повеселитися з іншою молоддю з усього світу.

- Спа-відпочинок

У сучасному розумінні SPA - це оздоровчий комплекс фізіотерапевтичних процедур з використанням води - і мінеральної, і морської, і прісної, а також морських водоростей і солі, лікувальних грязей і цілющих рослин. SPA-процедури спрямовані на оздоровлення та релаксацію всього організму в

цілому. Впливаючи через шкірний покрив, SPA-компоненти активізують процеси обміну речовин, поліпшують кровообіг, виводять токсини з організму і поліпшують загальне самопочуття.

Фізіотерапевтичні процедури допомагають у лікуванні людей, які страждають захворюваннями серцево-судинної системи, що мають порушення опорно-рухового апарата, центральної нервової системи, обміну речовин. Після профілактики методом SPA, шкіра набуває тонусу і насичується життєвою енергією, розслаблюється організм в цілому. Крім того, програми SPA також можуть допомогти в період звичайної посттравматичної реабілітації. Ці тури можна назвати лікувальними, але для хронічних та серйозних хвороб рекомендується поглянути у сторону лікувального туризму, який туроператор також пропонує.

- Екскурсійні тури

Екскурсійні тури ідеально підходять для активних і допитливих туристів, а також для тих, хто хоче побачити відразу кілька країн і міст. Це відмінний варіант, щоб зануритися в життя країни, дізнатися її головні особливості, але при цьому все встигнути і не витрачати час на самостійні переїзди. Більшість екскурсійних турів включають комфортабельні автобуси з професійним гідом і екскурсоводом. Це ще один плюс для тих, хто хоче подивитися світ, але не знає іноземної мови.

На відміну від пакетного туру на море з системою «все включено», автобусні поїздки вимагають більшої організованості і чіткого графіка. Вибираючи екскурсійні тури за кордон від Coral Travel, можна бути впевненим, що програма буде продумана до дрібниць.

Екскурсійний тур зазвичай будується за такою структурою:

1. приїзд до місця призначення;
2. поселення в готель;
3. прогулянка та екскурсійна програма;
4. вільний час;
5. додаткові екскурсії або культурна програма;

6. повернення в готель чи нічний переїзд в інше місто / країну.

Пропонувалися тури по Україні(до війни), до Італії, Іспанії,Австрії,Ізряїлю, Йорданії, Шрі-Ланки, Індії, Марокко.

Такий вид туру можна назвати навчальним, якщо екскурсія є частиною навчання на окрему тему.

- Пляжний відпочинок

Напрям туризму з величезною кількість доступних країн та островів. Один з основних напрямків Coral Travel, де пропонують подорожі Україною. Чорне та Азовське море є цікавим місцем для багатьох, але Єгипет, Кіпр, Туреччина, Адріатичне узбережжя (Італія, Хорватія, Чорногорія, Словенія, Албанія, Боснія і Герцеговина), Іонічне узбережжя, Балеарське море, Тірренське море є більш ходовими пропозиціями, через вищий рівень сервісу та туристичної інфраструктури.

- Лікувально-оздоровчі тури

Лікувально-оздоровчий туризм розвинений у багатьох країнах. Особливо в тих, де наслідують вікові традиції народної медицини, а також там, де дозволяють природні можливості - грязі, термальні джерела і таке інше. На лікувальних курортах роблять різноманітні процедури з використанням природних матеріалів, каменів, глини, водоростей, лікують світлом, повітрям і водою. Але перш ніж вирушити в санаторій або готель з оздоровчими можливостями, потрібно звернутися до лікаря. Вони дадуть рекомендації, які допоможуть взяти максимальну користь із поїздки.

Існують такі види санаторно-курортного оздоровлення: таласотерапія, бальнеологічна терапія, грязелікування, геліотерапія, аеротерапія. Особливе місце займає народна медицина - наприклад, є лікувальні тури, що передбачають процедури в традиціях аюрведи, китайських методик.

- Корпоративний відпочинок

Пропонується проведення таких заходів як:

1. MICE, конференції, робочі зустрічі в режимі workshop;

2. Семінари-тренінги для фахівців різних галузей з відвідуванням профільних підприємств; Участь в міжнародних, регіональних виставках;
3. Корпоративні свята;
4. Програми team building;
5. Екскурсійні програми;
6. Гала-вечері, пляжні вечірки, церемонії нагородження;
7. Виїзні майстер-класи з фітнесу і спортивні збори (футбол, хокей, теніс, гольф);
8. Відновлюючі SPA програми.

Країни: Туреччина, Єгипет, Іспанія, Туніс, ОАЕ, Таїланд, Туніс, Марокко , Ізраїль, Китай, Індонезія (Балі), Мальдіви, Сейшели, Шрі-Ланка, Сінгапур, Домінікана, В'єтнам.

Спеціальні проекти в туризмі - це тур або серія турів, створених для певної аудиторії людей. Виділяють наступні спеціальні тури:

1. освітні тури
2. релігійні тури (паломництво)
3. подієві тури (фестивалі, виставки, концерти, спортивні заходи і т.д.)
4. спортивні тури (спортивні збори)
5. лікувально-оздоровчі, фітнес тури
6. екологічні тури
7. тури для людей похилого віку і т.д.

Можемо бачити, що цей розділ є обширним та вдало надає спеціалізований туристичний сервіс.

Освітні тури є вузькою спеціалізацією туристичних пропозицій підприємства Coral Travel та вони направлені на підвищення знань працівників, отримання нового досвіду, екскурсії по іншим підприємствам, щоб у майбутньому використати свої знання на Батьківщині. Цей напрямок є актуальним та якщо Coral Travel розширить цей вид туризму ще більше, то є можливість стати тренд-сеттером в турбізнесі України. Так як освітні тури

мають обмежену спеціалізованість на даний момент, у майбутньому є шанс вдихнути повітря у цю галузь.

Фокусуватися лише на демографії корпоративних заходів є обачливим та є багато інших верств населення направлених на навчання, навіть під час свого відпочинку.

Віковий критерій може загалом складатися з наступних рівнів:

- освітній туризм для дошкільнят
- школярів
- студентів
- фахівців
- людей похилого віку, тощо.

Перевагами цього виду туризму є:

1. Розвиток мовних умінь
2. Отримання професійних та профільних знань
3. Підвищення кваліфікації та спеціалізації
4. Можливості кар'єрного зростання
5. Отримання диплома чи сертифіката
6. Здобуття соціального досвіду
7. Пізнання культурних особливостей країни дестинації туру.[20]

На думку авторів Річі, Карра та Купера[21], освітній туризм складається з двох основних елементів. Одним із них є загальні подорожі для людей, де є певна форма освіти та навчання, що є важливою частиною туристичного досвіду. Інший елемент пов’язаний з університетським та шкільним туризмом, таким як мовні школи, шкільні поїздки, програми обміну студентами, у яких туристичний досвід є вторинним щодо освітнього аспекту та намірів учасників. У цьому випадку освіта та професійна підготовка стоять на першому місці та є основним продуктом споживання, тоді як туристичний досвід є додатковим.

Отже, Coral Travel може розвинути ланку навчального туризму на ринку України. Достатня популярність та маркетинговий успіх туроператора може допомогли в популяризації цього інноватівного виду туризму.

Туристичний продукт базується на туристичних ресурсах. Це природно-кліматичні, соціально-культурні та історичні, розважальні, культові, релігійні та інші ресурси, які сприяють задоволенню туристичних потреб.

Продукт освітнього туризму - це поєднання туристичного продукту і продукту освіти. Ця комбінація добре інтегрована та поєднана для задоволення туристичних та освітніх потреб споживачів.

Поєднання туристичних і освітніх продуктів може приймати різні форми. Специфіка туристичного продукту, який бере участь, є статичною. Включає основні туристичні послуги - транспорт, проживання, харчування. Тоді як продукт освіти може бути різним. Це може бути студентська мобільність, навчання, семінар, наукова поїздка, літні табори, курси тривалістю менше 12 місяців, річні освітні магістерські програми, освітні тури тощо.

Існує певна різноманітність видів освітніх продуктів, які могли б разом із туризмом утворювати продукт освітнього туризму.

Специфіка пізнавального туризму полягає в тому, що предмет і зміст подорожі мають більшу цінність для туриста. Продукт менш фіксований, більш варіативний і персоналізований, ніж продукт масового туризму. Навіть невеликі зміни в мотивах і потребах туристів призведуть до нескінченної диверсифікації продукту освітнього туризму, і з цими змінами він починає ставати більш персоналізованим.

Важливо мати інноваційний та креативний підхід до продукту навчального туризму, оскільки більшість клієнтів шукають не типові масові подорожі, а саме автентичність та реальні враження.[22]

3.2. Пропозиції щодо розвитку навчальних турів туристичного оператора

Після аналізу туристичного підприємства, його діяльності та продуктового портфелю та визначення особливостей створення навчальних турів, можемо почати розробку пропозицій щодо розвитку цього виду туризму.

По-перше, на сайті Coral Travel цей вид туризму потрібно виділити на окремій сторінці, як окремі пропозиції, а не лише як частина корпоративних подорожей.

По-друге, потрібно розширити лінійку навчальних турів по демографічним показникам. Приділити особливу увагу мовним турам для студентів і школярів та мати навчальні тури наприкінці яких людина може отримати сертифікат чи диплом.

Кожен тур до окремого міста може містити можливість відвідати майстер клас, урок або музей по обраній темі. Це може бути гастрономія, гончарство, виготовлення сиру або пива, екскурсії по спеціалізованим закладам, музеї. Маючи прямий доступ до таких пропозицій одразу під час покупки того чи іншого туру, це замотивує туриста трансформувати свою звичайну подорож на навчальний тур.

Ці доцільні зміни зможуть активізувати цю ланку туризму в продуктовому портфелі Coral Travel та популяризувати навчальні тури. Зараз є актуальним самонавчання, жага до обізнаності та покращення своїх навичок або набуття нових.

Також у реаліях майбутньої євроінтеграції, можна легко спрогнозувати, що мовні школи, тури та табори будуть набувати ще більшого успіху. Англійська, німецька та польська мови навчання будуть найбільш актуальними.

Поняття навчального туризму є обширним та не одноголосно описаний у навчальній літературі, отже створення навчального туру може бути дуже гнучким та бути поєднаним на практиці з іншими видами туризму. Наприклад екскурсійний, гастрономічний, музейний або культурно-пізнавальний.

Поєднання туристичного продукту та навчання може приймати різні форми. По-перше, включати в себе основні туристичні послуги - транспорт, проживання, харчування. Тоді як продукт навчання може бути різним. Це може бути студентська мобільність, семінар, наукова поїздка, літні табори, курси тривалістю менше 12 місяців, річні освітні магістерські програми тощо. Можна створити велику різноманітність турів, де основною ціллю є навчання.

Приклади для вдосконалення організації навчальних турів наведені в Таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Пропозиції навчальних турів

Місто, Країна подорожі	Опис
Для школярів та студентів	
1. Вроцлав, Польща	-Одне з найстаріших міст Польщі відкриває молодим мандрівникам чари польської мови. Головною атракцією навчальної подорожі є цікаві музейні уроки в Музеї Пана Тадеуша. Під час подорожі буде достатньо часу для прогулянок історичним Тумським островом. -Під час туру велика увага приділена польській мові та польській культурі. -Молоді туристи дізнаються про культурні особливості. -Тур триває два дні, в оплату входить проживання та трьох разове харчування. Перевіз з Києва відбувається автобусом. -6500 гривень з дитини, за великі шкільні групи ціна зменшується.
2. Торунь, Польща	Чарівне місто Миколи Коперника, у Торуні можна вивчати фізику та астрономію . Крім того, прогулянка найстарішою частиною міста – це живий урок історії, а необхідну дозу хімії, фізики чи біології (все в цікавій, активній версії) дають такі заклади, як Центр хімії в Малій Скалі, або Центр сучасності «Млин знань».

	-Школярі мають змогу зацікавитися у нових предметах, робити експерименти та досліджувати світ. -Тур триває два дні, в оплату входить проживання та трьох разове харчування. Перевіз з Києва відбувається автобусом. -6500 гривень з дитини, за великі шкільні групи ціна зменшується.
3. Три-Сіті (Гданськ, Гдинь, Хель), Польща	Три-сіті незмінно є одним із найпопулярніших напрямків для шкільних екскурсій, у тому числі навчального туризму. Знання про історію регіону та Польщі можна вивчити в сучасних музеях, в Центрі європейської солідарності. Експериментальний науковий центр, Hewelianum і smartLAB, у свою чергу, подають складні явища, що відбуваються в навколишньому світі, доступною, цікавою для школярів мовою. У тур входять лабораторні заняття в Гдинському акваріумі, хімічне шоу, майстер клас. Кожен день туру наповнений знаннями та цікавинками для дітей. -Тур триває три дні, в оплату входить проживання в готелі та трьох разове харчування. Перевіз з Києва відбувається автобусом. -7000 гривень з дитини, за великі шкільні групи ціна зменшується.
4. Прага, Чехія	Ознайомчий тур по університетам Праги для випускників. Останні моменти навчання у школі можна провести з користю та прийняти участь у виїзному освітньому турі,який допоможе обрати свій шлях, дізнавшись про провідні університети Чехії. У список університетів, що будуть залучені в базовому турі входять: ● Празька академія образотворчих мистецтв. ● Празька академія музичних мистецтв ● Хіміко-технологічний університет ● Англо-американський університет Є можливість додавати університети по спеціальності учнів певної школи.

	-Тур триває 4 дні, в оплату входить проживання в готелі. Перевіз з Києва відбувається автобусом. -14000 гривень з школяра, за великі шкільні групи ціна зменшується.
Виїзні навчальні тури	
5. Париж, Франція	Подорож Парижем для поціновувачів краси та гастрономічних задоволень. Уроки в кулінарній школі Le Foodist входять в оплату. Навчіться азам французької кулінарії - технології, поєднання продуктів, класичні рецепти, також стосується кондитерства та випічки. Бажаєте отримати практичну навичку з приготування тіста для круасану або спекти свій справжній багет традиціон, приготувати макаронс або лимонну тарту? -Заняття розраховані від кількох годин до кількох днів, залежно від складності курсу. -навчальні винно-сирні дегустації, можливість дізнатися найкращі комбінації від професіоналів. -25920 гривень за одну людину, проживання, переліт включений. Фахівці підприємства забронюють бажаний курс.
6. Бра, Італія	Маленьке місто Італії має багато чого запропонувати для людей зацікавленим у культурному та навчальному туризмі. Раз на два роки в італійському місті Бра (регіон П'ємонт), який здавна славиться своїми сирними традиціями, проходить Міжнародний фестиваль сиру. Він триває три дні і надзвичайно популярний у поціновувачів цього продукту по всьому світу. Це дуже важлива подія, як для любителів сирів, так і для ремісників, зайнятих у молочно-сирному виробництві. Сировари навчають техніці створення сирів. Гості свята зможуть отримати масу корисної інформації про сири — їх видах, історії, способах виробництва, традиції різних країн, сполучуваності різних сортів з іншими продуктами. Також у програмі фестивалю:

	виставки та продаж сирної продукції, різні конкурси, наукові конференції, тематичні обіди. -15000 гривень за одну людину, проживання, переліт включений.
7. Лос-Анджелес, США	Інтенсивний мовний табір для дорослих. Поєднання відпочинку на пляжі з навчанням іноземної мови. Комфортне проживання на пляжі скомпоноване з щоденною практикою та спілкуванням з місцевими жителями, носіями мови. Є можливість серфінгу та сноркелінгу в вільний час.Екскурсії та прогулянки містом з гідом входять у тур. Дискусійні вечори, перегляд фільмів, активні ігри. Тиждень практики та активного відпочинку покращить рівень англійської всіх бажаючих. -30000 гривень за людину, проживання та харчування включене.
Внутрішні навчальні тури	
8. Коломия, Україна	Навчальний йога-тур у прекрасних горах України. Трекінг в гори на оглядовий майданчик. Звідки відкривається з висоти пташиного польоту місцева краса Карпат. Можливість відпочити від шуму великого міста та спробувати себе у старовинній практиці під час щоденних занять для новачків на природі. У тур входить поїздка до національного природного парку “Гуцульщина”. -8000 гривень за людину. Проживання та проїзд з Києва входить в ціну. Тур триває 5 днів.
9. Дениші, Україна	Тур для тих, хто хоче навчитися скельному альпінізму. За три дні тренувань турист буде мати базові знання по всьому спорядженню, як працює страховка та буде мати навички по спуску та підйому по вертикальному (чи наближеному) рельєфу. Тренінг проводится професіоналами у своїй справі та люди з здоровим способом життя отримають задоволення від цього спортивного навчального туру.

	-6000 гривень за людину. Проживання та проїзд з Києва входить в ціну. Обладнання береться напрокат.
10. Київська область, Україна	Тренінг-тур на тему основ виживання у дикій природі. Проживання в наметі та лише корисні та безцінні поради на всі випадки життя. Як знайти чисту воду, як орієнтуватися за допомогою компаса та карти на місцевості, будувати притулок. Гід відточить навички спокійного мислення у стрессовій ситуації та як не загубитися. Живописні види лісів та степів, відпочинок від гучного міста. -1500 з людини, обладнання не входить в ціну. Тренінг триває 2 дні. Проїзд до місця зустрічі виконується електричкою УЗ для всіх бажаючих.

Отже, в Таблиці 3.1 були наведені перспективні приклади навчальних турів. Деталізувавши варіанти розвитку був зроблений висновок, що найперспективнішими навчальними турами можуть бути тури для школярів та тури з різними майстер класами або активним навчанням. Для Coral Travel це буде доцільним початком розвитку цієї галузі.

3.3. Аналіз ефективності запропонованих заходів

Для розрахунку ефективності запропонованих заходів проробимо два тури з запропонованих більш детально та спрогнозуємо результат виручки за них. Це дасть розуміння наскільки пропозиції навчального туризму можуть бути актуальні.

Тур 1 Прага, Чехія

Ознайомчий тур по університетам Праги для випускників. Останні моменти навчання у школі можна провести з користю та прийняти участь у виїзному освітньому турі,який допоможе обрати свій шлях, дізнавшись про

провідні університети Чехії. Кількість українців зацікавлених у навчанні за кордоном щорічно зростає та завдяки цій тенденції молоді українці отримують європейське навчання та використовують свої знання на Батьківщині.

У список університетів, що будуть залучені в базовому турі входять:

- Празька академія образотворчих мистецтв.
- Празька академія музичних мистецтв
- Хіміко-технологічний університет
- Англо-американський університет

Є можливість додавати університети по спеціальності учнів певної школи.

Школярі матимуть змогу відвідати екскурсії університетами, поспілкуватися з іншими студентами та жителями міста. Також дізнатися про вступні екзамени, підготовчі курси і знайти університет, який підійде саме їм.

Тур триває 4 дні, в оплату входить проживання в готелі та екскурсія містом. Перевіз з Києва відбувається автобусом.

11400 гривень з школяра, за великі шкільні групи ціна зменшується.

План

1 день:

Туристична група збирається на Київському вокзалі та на комфортних автобусах доїзжає до дестинації. Заселення в готель. Ввечері вільний час.

2 день:

Екскурсія по центру міста Праги. Екскурсія по Празькій академії образотворчих мистецтв та Празькою академією музичних мистецтв від працівників вузів.

3 день:

Візит до Хіміко-технологічного університету та Англо-американського університету. Консультація по вступним екзаменам.

4 день:

Зранку прогулянка до Празького зоопарку. Ввечері чек-аут з хостелу та повернення до Києва на автобусах.

Тепер прорахуємо вартість туру.

Таблиця 3.2

Розрахунок собівартості туру № 1

№	Назва статті	Вартість за одиницю		Кількість (од.доби)	Сума (грн)
		У.о	грн.		
1	Вартість проживання (8-місний хостел)	33	1300	3	3900
2	Вартість проїзду	40	1600	2	3200
3	Екскурсійна програма та розваги:				
4	-екскурсія містом	20	800	1	800
5	-Празький зоопарк	14	550	1	550
6	Страхування	12	480	1	480
Повна собівартість туру					8930 грн

Отже, ціна на цей тур дорівнює 8930 гривен. Додаємо суму валового прибутку Coral Travel та ПДВ.

(8930+570)+20%=11400 грн.

Розрахуємо економічний ефект від реалізації навчального туру за наступних умов:

1. Кількість проданих турів – 250

2. Вартість 1 туру – 11400 грн.

3. Дохід після реалізації

11400*250=2 850 000 грн.

5. Загальні витрати

Змінні витрати 8930*250=2 332 500 грн.

Постійні витрати 150*250=37 500 грн.

6.Чистий прибуток

2 850 000 -(2 332 500+37500)=480 000 грн.

7.Рентабельність продаж

480 000/2 850 000*100=16,84%

Рентабельність дорівнює 16,84%, отже такий варіант навчального туру окупить себе та є конкурентною пропозицією. Тур зазвичай буде проводитися в группах до 15 людей. Можуть бути варіанти з більшою кількістю людей. Для шкільних екскурсій з багатьма класами пропонується знижка 5% на людину.

Тур 2 Париж, Франція

Подорож Парижем для поціновувачів краси та гастрономічних задоволень, кулінарії. Підійде для досвідчених кухарів, так і для новачків, адже уроки в кулінарній школі можна підібрати на будь-який смак та рівень. Уроки в кулінарній школі Le Foodist входять в оплату.

Навчіться азам французької кулінарії - технології, поєднання продуктів, класичні рецепти, також стосується кондитерства та випічки. Бажаєте отримати практичну навичку з приготування тіста для круасану або спекти свій справжній багет традиціон, приготувати макаронс або лимонну тарту?

-Заняття розраховані від кількох годин до кількох днів, залежно від складності курсу.

-навчальні винно-сирні дегустації, можливість дізнатися найкращі комбінації від професіоналів.

План

День 1:

Шлях з Києва до Парижу. Заселення в готель. Вільний час, прогулянка містом.

День 2:

Спеціальний обід із поєднанням вина та сиру.

День 3:

Навчання кулінарії. Урок заточування ножів, практика 5 ножів, техніки фаршу, шматочків та кубиків, навчання приготування 7 французьких соусів.

День 4:

Відпочинок, вільний час. По бажанню подорож до музеїв та виставок, шопінг.

День 5:

Чек-аут та виїзд до Києва.

Тепер прорахуємо вартість туру.

Таблиця 3.3

Розрахунок собівартості туру № 2

№	Назва статті	Вартість за одиницю		Кількість (од.доби)	Сума (грн)
		У.о	грн.		
1	Вартість проживання (2 місний номер, без харчування)	50	2000	4	8000
2	Вартість проїзду	30	1200	2	2400
3	Урок 1. Обід по комбінації сиру та вина	99	3960	1	3960
4	Урок 2. Техніка ножів та французьких соусів.	239	9560	1	9560
5	Страхування	50	2000	1	2000
Повна собівартість туру					25920 грн

Розрахуємо економічний ефект від реалізації навчального туру за наступних умов:

1. Кількість проданих турів – 150

2. Вартість 1 туру – 25920 гривень

3. Дохід з 1 туру, враховуючи валовий прибуток Coral Travel та ПДВ.

(25920+880)+20%=32160 грн

4. Дохід після реалізації

32160*150=4 824 000 грн.

5. Загальні витрати

Змінні витрати 25920*150=3 888 000 грн.

Постійні витрати 450*150 = 67 500 грн.

6.Валовий прибуток

4 824 000 -(3 888 000+67500) =868 500 грн

7.Рентабельність продаж

868 500/4 824 000*100=18,00%

Рентабельність продаж туру номер 2 дорівнює 18,00%, що є хорошим результатом. Через потенційну співпрацю з кулінарною школою, згодом прибуток може лише збільшитися. Тур проводиться в групах до 10 людей. Може бути варіант індивідуального туру по спеціальному запиту. Цей тур також є актуальним та може мати великий успіх на туристичному ринку України.

Висновки до розділу 3

В третьому розділі були розглянути варіанти розвитку навчального туризму в туристичному підприємстві Coral Travel.

Був проаналізований продуктовий портфель підприємства, цей аналіз показав, що навчальні тури є вузькими спеціалізованими пропозиціями та їх неактивно маркетують в мережі та на сайті. Пропозицій також не багато. Всі вони відносяться до корпоративного відпочинку та враховують в себе майстер класи та MICE.

Були запропоновані 10 варіантів навчальних турів та два з них були детально описані та прораховані. Теоретично такі тури окупаються, через низькі постійні витрати та недорогий доступ до навчальних послуг.

Дивлячись на те, як навчальний туризм стає ще більш актуальним – потрібно розширювати свої пропозиції на новий попит. У великої долі туристів є бажання поєднати свій відпочинок з навчанням та для цього великі туроператори мають розвивати цей напрямок, пропонувати майстер класи, курси, екскурсії та екскурсії по музеям до кожного туру по великому місту. Мати доступ до такої інформації при покупці на сайті, або бути обізнаним після бесіди з турагентом. Це може перетворити будь який тур на навчальний та бути корисним для клієнта.

Було також розкрито проблему цільової аудиторії основний пропозицій навчальних турів підприємства Coral Travel. Навчальні тури для школярів та студентів є цікавим кроком, але може бути внеском туроператора у рівень освіти нації та розширити аудиторію яка активно користується їх послугами.

Цей напрямок є актуальним та якщо Coral Travel розширить цей вид туризму ще більше, то є можливість стати тренд-сеттером у туристичному бізнесі України.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Завдяки аналізу багатьох наукових праць можна визначити навчальний туризм, як процес подорожі з метою отримання або вдосконалення певних знань в різноманітних галузях навчання.

Цей вид туризму дозволяє туристам будь-якого віку відточити свої навички та знання, або набути нових знань, відкрити свій кругозір, поглянути на світ по іншому. На даний момент в Україні найбільше представлений саме виїзний навчальний туризм та популярність мають мовні табори, або тури в яких головна ціль тренувати свою іноземну мову.

За висновками першого розділу можна виділити кілька видів освітнього туризму:

- екскурсійно-ознайомчі подорожі по різних містах, природних зонах і країнах;
- навчальні поїздки з метою вивчення іноземної мови або тих чи інших загальноосвітніх або спеціальних предметів;
- ознайомчі поїздки до установи, організації та на підприємства;
- наукові і навчальні стажування в установах, організаціях і на підприємствах;
- участь у семінарах, конференціях, з'їздах, конгресах, майстер-класах, мета яких - обмін досвідом та отримання нової професійно-важливої інформації.

Цей напрям в Україні має багато можливостей для розвитку. В реаліях євроінтеграції в найближчі роки ми можемо очікувати на більшу кількість співпраці з іноземними компаніями для створення нових турів навчального(освітнього) туризму.

Мовні тури, поїздки в навчальні заклади для ознайомлення або різні види стажування стануть ще більш актуальними, для розвитку нашої країни та спеціалістів майбутнього.

У другому розділі було виконано аналіз туристичного підприємства Coral Travel. За результатами аналізу можна впевнено сказати, що це одне з провідних туристичних підприємств України.

Великий успіх можна пояснити раціональним керівництвом, високою професіональність персоналу та вдалим маркетинговим заходам по популяризації власних турпродуктів та підприємства в цілому. Співробітництво з найкращими готелями туристичних країн надає Coral Travel можливість надавати лише найкращий сервіс на всіх етапах подорожі. Від консультації у туристичного менеджера до чек-ауту в готелі.

Після глибокого аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, доходимо до висновку, що Coral Travel залишається успішним підприємством. Корпоративна етика компанії ґрунтується на поєднанні командного підходу до виконання поставлених завдань з професіоналізмом і творчою ініціативою кожного окремого працівника, а також на обов'язковій порядності та відповідальності по відношенню до всіх учасників бізнесу і клієнтам.

Українці довіряють цій компанії та бачать в ній стабільність та сприймають як перспективний бренд. Через політичні та міжнародні фактори макросередовища останні роки не були такими успішними як роками назад, але можна бути впевненим, що Coral Travel зможуть вистояти ці економічні труднощі та підняти свої продажі, коли настане більш сприятливий час для виїзного та внутрішнього туризму.

Для збільшення обсягів надання послуг, що призведе і до збільшення прибутку, слід розширювати асортимент продукції, вдало просувати його на ринок, слідкувати за діяльністю конкурентів, мати план розвитку та коригувати його, дивлячись на ситуацію в світі та в Україні.

Були запропоновані 10 варіантів навчальних турів та два з них були детально описані та прораховані. Теоретично такі тури окупаються, через низькі постійні витрати та відносно недорогий доступ до навчальних послуг.

Дивлячись на те, як навчальний туризм стає ще більш актуальним – потрібно розширювати свої пропозиції на новий попит. У великої долі

туристів є бажання поєднати свій відпочинок з навчанням та для цього великі туроператори мають розвивати цей напрямок, пропонувати майстер класи, курси, екскурсії та екскурсії по музеям до кожного туру по великому місту. Мати доступ до такої інформації при покупці на сайті, або бути обізнаним після бесіди з турагентом. Це може перетворити будь який тур на навчальний та бути корисним для клієнта.

Гібридизація навчального туризму з іншими видами туризму покращить популярність серед населення та допоможе ввести цей вид туризму у кругозір більшої кількості людей. Суміщати приємне з корисним та пізнавальним може стати новим трендом.

Отже, цей спеціалізований вид туризму може стати більш доступним та популярним з певними змінами та збільшенням кількості запропонованих турів. Туристи будуть цікавитися такими турами все більше, адже нові емоції, справжній досвід є безцінними аспектами навчального туризму, а отримувати нові знання завжди буде актуальним.

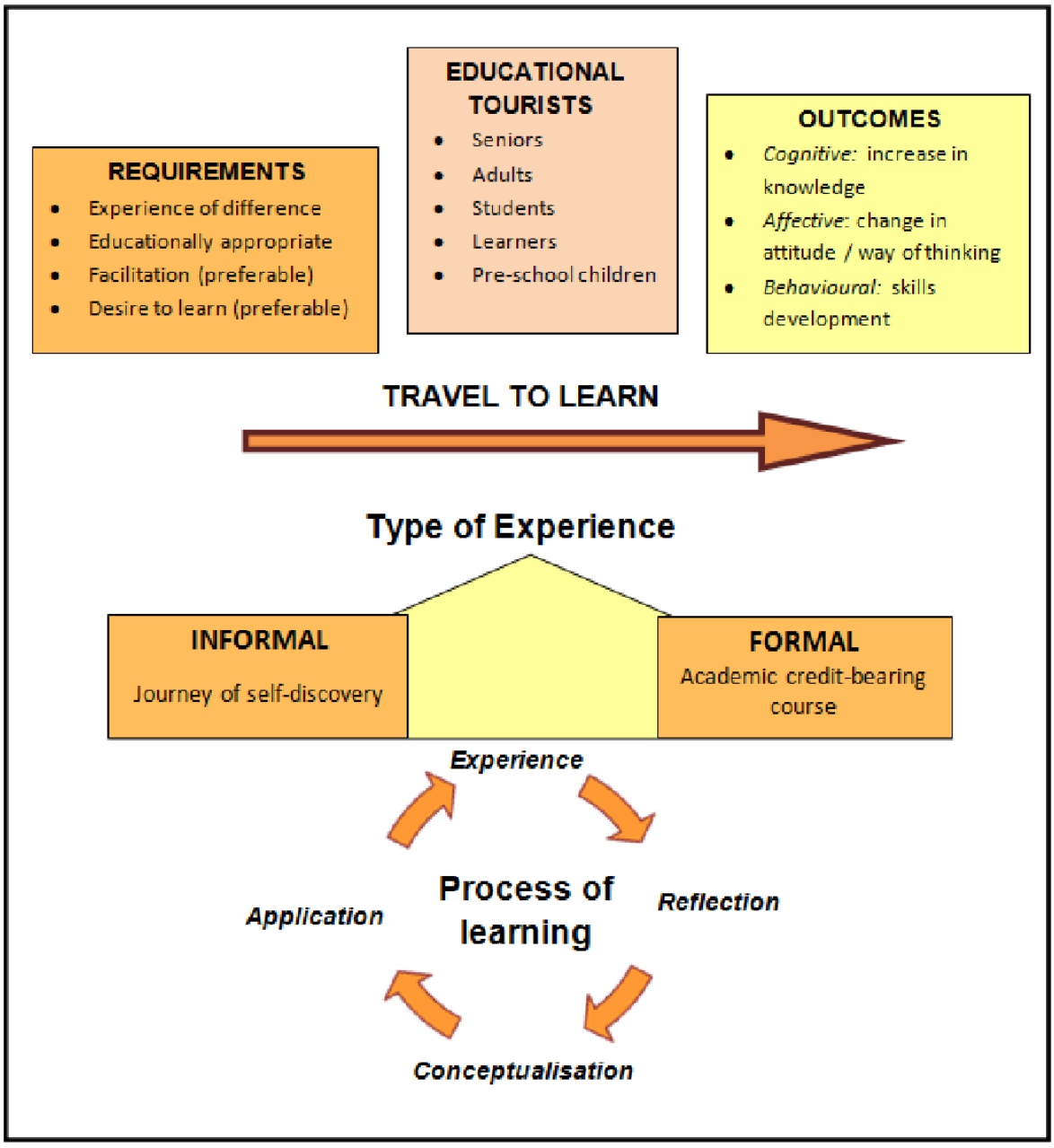
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України Про туризм URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text
2. Баєв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
3. В’їзний туризм. Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук’яненко В.В., 2010. 304 с.
4. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 178 с.
5. Горєлов Д.О., Большенко С.Ф. Стратегія підприємства. Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010.133 с
6. Давиденко І.В. Особливості розвитку ринку освітнього туризму. URL: https://cutt.ly/Dwe29jwV
7. Каднічанський Д. Молодіжний і навчальний туризм. Курс лекцій. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. –60 с.
8. Кифяк В. Ф. Організація туризму · Видавництво: Книги-XXI · 2011 344 с.
9. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму : підручник. К. : Знання, 2010. 502с.
10. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. - К.: Знання, 2013. 334 с.
11. Козлова Н.А. Формування та розвиток ринку міжнародного освітнього туризму / Н.А. Козлова. Дис. … канд. екон. наук. Київ, 2018. 187 с.
12. Коновалова О. В., Андрушкевич Т. В. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки. URL: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58123.doc.htm
13. Курліщук І.І. Особливості використання педагогічного потенціалу освітнього туризму в сучасному українському шкільному середовищі. *Гуманітарний корпус: збірник наукових статей з актуальних проблем*

філософії, культурології, філософії, педагогіки та історії. Випуск 6. Вінниця: ТОВ «Нілан – ЛТД». 2016. С. 116-122.

14. Любіцева О.О. Методика розробки турів Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
15. Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко – К.: «Центр учбової літератури», 2017. 244 с.
16. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах / Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н., Цепенда М.В. та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2019. 440 с.
17. Менеджмент у туризмі : навч. посібник / Н. Л. Мандюк,. А. М. Манько. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 198 с.
18. Навчальний (або освітній) туризм URL: http://um.co.ua/1/1-8/1-81964.html
19. Однією фірмою на двох стільцях: як Coral Travel працює на ринках України та росії URL: доступу:https://www.stopcor.org/ukr/section-suspilstvo/news-odnieyu-firmoyu-na-dvoh-stiltsyah-yak-coral-travel-pratsyue-na-rinkah-ukraini-ta-rosii-15-06-2022.html
20. Офіційний сайт компанії «Корал Тревел». URL: https://www.coraltravel.ua
21. Пангелов Б.П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей : навч. посіб. К. : Академвидав, 2010. 248 с.
22. Спеціалізований туризм: навч. посіб. / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с
23. Ткачук Л. М. Освітній туризм у світі й в Україні. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія «економіка, право, політологія, туризм»*. 2010. Т. 2, № 2. С. 147–153. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/296365383.pdf

24. Туроперейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
25. Михайліченко Г.І. Туроперейтинг. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.
26. Kazandzhieva, Velina Ivancheva. “Trends in the Development of Educational Tourism.” *JOURNAL OF THE UNION OF SCIENTISTS - VARNA, ECONOMIC SCIENCES SERIES* 7, 2018. P. 47-55.
27. Maga, Anastasia & Nicolau, Pete. Conceptualizing Educational Tourism and the Educational Tourism Potential (evidence from ASEAN countries). 2018. 10.2991/cssdre-18.2018.72.
28. Global Student Travel/Educational Tourism Market Size, Share & Trends, COVID-19 Impact Analysis Report. URL: https://www.sphericalinsights.com/reports/student-travel-market
29. Future Marketing Insights. URL: https://www.futuremarketinsights.com/reports/educational-tourism-market

ДОДАТКИ

Додаток А