

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

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

«До захисту в ЕК»

В.о. декана факультету

(підпис)

Цирульнікова В. В.
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2021 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

(підпис)

Мельник І. Л.
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

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

освітньо-професійної програми _____ «Туризм» _____

на тему: «Розповсюдження екстремального туризму як форми організації
дозвілля»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗТУ- 5 - 2

Валько Владислава Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

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

(підпис)

Рецензент _____ Шаран Л. О. _____
(прізвище та ініціали)

(підпис)

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

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2021 р.

РЕЗЮМЕ
на кваліфікаційну роботу
Валько Владислави Олександрівни
на тему:

**«Розповсюдження екстремального туризму як форми організації
дозвілля»**

Дипломна робота складається з – 117 сторінок. Кількість розділів – 4, рисунків – 14, таблиць – 25, додатків – 8.

Об’єктом дослідження є туристичне підприємство «Анекс Тур».

Предметом кваліфікаційної роботи є особливості організації екстремального туризму на туристичному підприємстві.

Метою кваліфікаційної роботи є проведення комплексного аналізу особливостей організації екстремального туризму на базі туристичного підприємства у сучасних умовах.

У I розділі досліджено теоретико-методичні основи організації екстремальних турів. Визначено основні поняття екстремального туризму, технологію організації екстремального туру, охарактеризовано сучасний стан екстремального туризму.

У II розділі здійснена оцінка процесу управління продуктивним портфелем туристичного підприємства «ТОВ «Анекс Тур», дана загальна характеристика туристичного підприємства, проаналізоване внутрішнє та зовнішнє середовища, конкурентні позиції туристичного підприємства.

У III розділі визначені напрями оптимізації технології та організації туристичного продукту в сегменті екстремального туризму підприємства, здійснено розроблення та оцінювання ефективності проекту екстремального туру туристичного підприємства.

У IV розділі виконаний аналіз технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві, проведена оцінка Інтернет-контенту підприємства «ТОВ «Анекс Тур», надані пропозиції по удосконаленню інформаційної діяльності туристичного підприємства.

Ключові слова: туризм, екстремальний туризм, розповсюдження, організація, дозвілля.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	10
1.1. Сутність та зміст екстремального туризму як форми організації дозвілля.....	10
1.2. Технологія організації екстремальних туристичних турів.....	19
1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід організації турів з екстремального туризму.....	24
Висновки до розділу 1.....	31
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АНЕКС ТУР».....	34
2.1. Загальна характеристика туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	34
2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	39
2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	54
Висновки до розділу 2.....	60
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА БАЗІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АНЕКС ТУР».....	61
3.1. Аналіз організації екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур» у сучасних умовах.....	61
3.2. Удосконалення організації та розповсюдження екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	72
3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів щодо організації екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	89
Висновки до розділу 3.....	93
РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АНЕКС ТУР».....	96
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві ТОВ «Анекс Тур».....	96
4.2. Аналіз Інтернет-контенту підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	103
4.3. Обґрунтування пропозицій по використанню інформаційних технологій в діяльності підприємства ТОВ «Анекс Тур».....	107
Висновки до розділу 4.....	110
ВИСНОВКИ.....	113
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	118
ДОДАТКИ.....	123

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах світової ринкової економіки туризм є одним із економічних сегментів, який є найбільш динамічним і швидко розвивається. Згідно з офіційною статистикою Світового банку, в туристичній галузі працює 9,8% робочої сили у світі, яка виробляє понад 10,3% світового валового внутрішнього продукту. Більше того, туристична галузь є важливим фактором соціально-економічного розвитку, що вимагає використання найсучасніших форм та механізмів обслуговування споживачів.

На сьогоднішній день туризм не тільки розвивається надзвичайно стрімкими темпами, а й постійно відкриває нові види туризму. Так, звичний всім пізнавальний туризм потроху починає поступатися місцями іншим, новим, видам туризму, що своєю незвичністю з року в рік завойовують прихильність все більшого числа туристів.

Саме таким, новим та захоплюючим, є й відносно новий вид туризму - екстремальний туризм. Актуальність цього аспекту туризму полягає в тому, що в сучасному світі екстремальний туризм стає все більш популярною формою дозвілля. Якщо раніше екстремальні подорожі були затребувані лише серед деяких туристів, то зараз перебуває все більшу кількість клієнтів, охочих опинитися в екстремальних природних умовах, займатися під час відпочинку небезпечними для життя видами спорту, відвідувати місця природних і техногенних катастроф тощо. Можна сказати, що поступово участь в екстремальних турах стає навіть модним. Така тенденція спостерігається через те, що екстремальний туризм дає можливість сучасному міському жителю, який проводить більшу частину свого життя в офісі з заздалегідь розпланованим на довгі часи вперед одноманітним графіком занять, позбутися від повсякденної буденної рутини. Екстремальний туризм являє собою надзвичайно перспективний вид туризму для розвитку у всьому світі та в Україні.

Все це зумовлює актуальність теми випускної кваліфікаційної роботи «Розповсюдження екстремального туризму як форми організації дозвілля»

Мета випускної кваліфікаційної роботи – це проведення комплексного аналізу особливостей організації екстремального туризму на базі туристичного підприємства у сучасних умовах.

Виходячи з мети випускної кваліфікаційної роботи, варто зазначити наступні **завдання** дослідження:

- дати загальну характеристику організації екстремального туризму на туристичному підприємстві;
- визначити роль екстремального туризму у діяльності підприємства туризму;
- проаналізувати міжнародний досвід організації екстремальних турів туристичними підприємствами;
- дати загальну характеристику діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур»!» та проаналізувати його фінансово-економічний стан;
- проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище туристичного підприємства «Анекс Тур» та визначити його конкурентні позиції на туристичному ринку;
- розробити програму Удосконалення організації та розповсюдження екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур» та дати її економічне обґрунтування;
- охарактеризувати технічне та програмне забезпечення діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур»;
- проаналізувати особливості застосування інформаційних технологій у діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур»;
- сформулювати практичні рекомендації щодо вдосконалення інформаційного забезпечення діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур» та дати їх економічне обґрунтування.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство «Анекс Тур».

Предметом – особливості організації екстремального туризму на туристичному підприємстві.

Теоретична база дослідження. Інформаційну базу дослідження становлять офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, Міністерства розвитку економіки, торгівлі і сільського господарства України; статистична та бухгалтерська звітність туристичного підприємства «Анекс Тур».

Явище екстремального туризму стали об'єктом досліджень: Е.А. Батоциренова, Е.В. Вавилова, Е.А. Окладникової, А.В. Бабкина, А.С. Кускова, Ю.А. Джаладяна, В.В. Храбовченко, А.Б. Косолапова, Ю.А. Матюхіної, А.Н. Рубаника, Д.С. Ушакова, Г.П. Андрєєва, П.Ф. Ковалю, Е.А. Лукіна, В.Ф. Репса, А.В. Гребенюка, В.Ю. Приткова, А.Е. Жердьова, С. П. Фокіна, М.П. Кляпа, В.Л. Казакова

Емпірична база дослідження випускної кваліфікаційної роботи – туристичне підприємство «Анекс Тур»

Методологічна основа дослідження. Методи дослідження обрані з урахуванням поставленої мети і завдань дослідження, його об'єкта та предмета. Методологічну основу випускної кваліфікаційної роботи склали філософські, загальнонаукові методи пізнання.

В ході написання випускної кваліфікаційної роботи було використано наступні методи наукового пізнання: аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, логічне узагальнення та наукова абстракція (при дослідженні поняття «інноваційний маркетинговий інструмент», основних теоретичних підходів до розуміння його сутності; при розгляді існуючих класифікацій інноваційних маркетингових інструментів); порівняльний статистичний аналіз (співставлення звітних та базових показників щодо кадрів туристичного підприємства «Анекс Тур»); горизонтальний метод фінансового аналізу (порівняння позицій фінансової звітності туристичного підприємства з аналогічними позиціями попередніх звітних періодів).

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що за результатами проведеного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища туристичного підприємства «Анекс Тур», його конкурентних позицій на туристичному ринку та дослідження його структури організації роботи було

розроблено та запропоновано комплексну програму заходів щодо вдосконалення організації екстремального туризму на туристичному підприємстві «Анекс Тур» та обґрунтовано її економічну доцільність, а на основі аналізу технічного та програмного забезпечення діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур» та особливостей застосування інформаційних технологій у його діяльності – практичні рекомендації щодо вдосконалення інформаційного забезпечення діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур» та обґрунтована їх економічна доцільність.

Практична значимість проведеного дослідження обумовлюється тим, що його результати та висновки можуть бути використані туристичним підприємством «Анекс Тур» та іншими підприємствами туризму, що реалізують туристичні послуги, в процесі організації екстремальних турів у своїй діяльності, а також вдосконалення конкурентоспроможності підприємства туризму на регіональному та національному ринках України.

Структура випускної кваліфікаційної роботи обумовлена метою, завданням, об'єктом і предметом дослідження та логікою викладення матеріалу. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, що містять дванадцять підрозділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (56 найменування) та додатків. Основний текст роботи складає 117 сторінок. Робота містить 25 таблиць, 14 рисунків, 8 додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та зміст екстремального туризму як форми організації дозвілля

Останнім часом активно розвивається пригодницький туризм - вид туризму, який об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми і досягнення спортивних результатів. До спеціальних видів відноситься різновид пригодницького туризму, а саме - екстремальний туризм.

Головним чинником розвитку екстремального туризму являються соціально-психологічні потреби туристів. Що пов'язано з виключно умовами часу і запитами ринку, адже з кожним роком запити туристів, на думку багатьох дослідників і працівників тургалузі, стають все різноманітнішими, а вимоги до організації і проведення турів все більш високими у зв'язку з їх все зростаючою обізнаністю і накопиченим попереднім досвідом подорожей. Крім того, розвиток екстремального туризму часто пов'язують з розвитком індустрії відпочинку. Таким чином, якщо раніше туроператори не пропонували відпочинок в крижаних печерах, то з розвитком всієї індустрії туризму дані пропозиції стали доступні.

Розвідка річки Хетч, встановлена Донам Хетчем та його братами в 1953 році, стала першим комерційним бізнесом для екстремального туризму, маючи дозвіл концесіонера Національного парку на сплав. Після цього з'явилися інші впливові компанії, що займаються пригодницьким туризмом або екстремальним туризмом, такі як Кер та Дауні у 1946 році, Мікато Сафаріс у 1966 році та OARS у 1969 році, як повідомляє UNTWO [3].

Цей вид туризму почав розвиватися швидкими темпами і ставати більш масовим в кінці 1980 х - початку 1990-х рр.

Незважаючи на те що цей вид туризму з року в рік стає все більш популярним, туристи в основному віддають перевагу так, як і раніше таким популярним видам туризму, як екскурсійний, пізнавальний, пляжний і ін. А все тому, що велика частина туристів не знає, що в себе включає екстремальний туризм, куди можна і скільки все це коштує.

Не зважаючи на те що екстремальні види туризму активно розвиваються в останні роки, він наразі, популярний, головним чином серед професіоналів або підготовлених любителів.

Деякі екстремальні туристи подорожують до місць, які вважаються помірно або навіть вкрай небезпечними з фізичних чи політичних причин. Наприклад, вони можуть подорожувати до регіонів, які постраждали від ядерних катастроф, як-от територія навколо Чорнобильської електростанції в Україні, або до країн, які переживають війну.

Інша форма екстремального туризму передбачає подорож до місця призначення з метою участі в одній чи кількох авантюрних або потенційно небезпечних видах діяльності. Хоча існує багато різних екстремальних видів діяльності, в яких можна брати участь, більшість із цих видів діяльності мають фізичний характер. Наприклад, екстремальний турист може здійснити подорож, яка передбачає дайвінг у клітці з великими білими акулами, стрибки BASE або стрибки з парашутом із статичної точки, наприклад, хмарочоса чи скелі, походи через пустелю або вивчення підводних печер.

Слід підкреслити, що, практично неможливо дати чітке визначення поняття "екстремальні види туризму" через погане вивчення цього явища.

Необхідно визначити місце екстремального туризму серед інших видів туризму, а також ступінь теоретичної вивченості сфери екстремального туризму його затребуваності в практичній діяльності туристських організацій

Аналіз літературних джерел з даної проблематики показує, що досить часто використовуються два основних поняття- екстремальний і пригодницький туризм, що тісно переплетені між собою.

Аналізуючи роботи науковців у цій галузі, можна зробити висновок, що більшість з них трактують екстремальний туризм, як підвид пригодницького туризму.

Російський науковець Е.А. Батоциренов трактує пригодницький та екстремальні види туризму наступним чином: «тяжкий пригодницький туризм потребує гарної фізичної форми та специфічних навичок, крім того присутня певна ступінь ризику». [8, с. 11]

Науковець Е.В. Вавилова вважає що пригодницький туризм- це туризм що об'єднує всі подорожі пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі, і мають на меті отримання нових відчуттів вражень поліпшення фізичної форми і досягнення спортивних результатів.

Сюди автор відносить такі види туризму як альпінізм, скелелазіння, льодолазання, спелеотуризм, гірський, пішохідний, воднолижний та гірськолижний туризм, кінний туризм, дайвінг, парашутизм. [12, с. 23]. На думку науковця Е.А. Окладникової пригодницький, чи, тим паче, екстремальний туризм, взагалі не можуть бути виділені, як окремі види туризму. Дана науковець вважає, що є пригодницькі чи екстремальні програми, які передбачають задоволення потреб людини у випробуванні своїх можливостей гострих переживаннях, пов'язаних з ризиком. Вони можуть включати подорожі на повітряній кулі, походи на підводному човні тощо. [63, с. 41]. А.В. Бабкин у своїй книзі «Спеціальні види туризму» розглядає екстрим-тури, як різновид пригодницького туризму, який об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми і досягнення спортивних результатів. [7, с. 152]. А.С. Кусков та Ю.А. Джаладян взагалі вважають екстремальний туризм крайньою формою пригодницького туризму, який організовується туристами самостійно та пов'язаний з серйозними ризиками для їх здоров'я та життя. [30, с. 36]. В.В. Храбовченко також вважає, що поняття «екстремальний туризм» та «пригодницький туризм» є синонімами, адже для них характерними рисами є пригода та ризик. [55, с. 23].

Є науковці, котрі тісно переплітають також поняття «екстремального туризму» не лише з пригодницьким, але й з екологічним туризмом, так, наприклад Т.К. Сергеева взагалі не розглядає «екстремальний туризм» як вид, однак, деякі його види відносить до екологічного туризму (дайвінг, трекінг, подорожі на велосипеді, байдарочні тури, каякінг, рафтинг тощо). [50, с. 58-62]

В.А. Квартальнов також не виділяє екстремальний туризм, як окремий вид, він зараховує його до спортивного туризму [26, с. 98].

Однак, зі збільшенням популярності цього виду туризму, все більше науковців почали виділяти його, як окремий вид туризму, що має свої, унікальні, особливості, котрі відрізняють його від пригодницького, спортивного чи екологічного туризму, підвидом яких він вважався раніше.

В таблиці 1.1. «Визначення поняття «екстремальний туризм» за різними науковцями» виділено окремих науковців, котрі характеризують екстремальний туризм, як окремий, самостійний вид туризму.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «екстремальний туризм» за різними науковцями

Науковець	Визначення
А.Б. Косолапов [29, с. 267]	Виділяє екстрим-туризм, як окремий вид туризму, що пов'язаний зі значним ступенем ризику для туристів -альпінізм, дайвінг, польоти на парашутах, стрибки з парашутом та інші види спорту, що вимагають необхідних навичок і досвіду
Ю.А. Матюхіна [35, с. 221]	Зазначає відмінні риси цього виду туризму, серед яких можливість небезпечних ситуацій, тісний зв'язок з пригодницьким і спортивним туризмом, необхідність певної фізичної підготовки
А.Н. Рубаник, Д.С. Ушаков [49, с. 207]	Називають головною відмінною рисою екстремальних турів ризик для життя і здоров'я мандрівника
Андрєєва Г.П., Коваль П.Ф. [6, с. 90-94]	Вважають, цей вид туризму ціллю якого є отримання фізичного навантаження, адреналіну, унікальних, недоступних для більшості людей, вражень

Продовження таблиці 1.1.

Е.А. Лукіна [33, с. 29-34]	Передбачає подорожі в важкодоступні, віддалені місця (гори, печери, джунглі, пустелі і ін.) та зайняття видами спорту, котрі пов'язані з труднощами для людського організму і небезпекою
В.Ф. Репс, А.В. Гребенюк [48, с. 38-43]	Подорож, під час якої трапляються заплановані або несподівані події, що вимагають від людини крайнього напруження фізичних і психологічних резервів і (або) викликають сильні емоційні реакції
В.Ю. Притков, А.Е. Жердьов [46, с. 50]	Екстремальний туризм – це вид туризму, який об'єднує подорожі, що пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі та найвищим ризиком для життя
С. П. Фокін [53, с. 225]	Екстремальний туризм – види подорожей, що значно перевищують нормативні вимоги класифікатора спортивних подорожей, а також форми діяльності з підвищеним ризиком, які здійснюються під час спортивних походів або спеціалізованих змагань
М.П. Кляп [27, с. 252]	Екстремальний туризм – різновид туризму, який пов'язаний із певним ступенем ризику
В.Л. Казаков [25, с. 44]	Екстремальний туризм – це різновид туризму, який передбачає відвідування різноманітних природних або техногенних об'єктів, що несуть певний ризик для здоров'я людини

Джерело: створено автором

Проаналізувавши всі визначення, що наведено вище, можна сказати, що на сьогоднішній день саме поняття «екстремального туризму» є на стадії переходу від підвиду пригодницького туризму до самостійного, окремого виду.

Очевидно схожість екстремального туризму з пригодницьким і спортивним, але основне і суттєва їх відмінність полягає в цілях і формах реалізації.

Екстремальний туризм, так само як і спортивний, пов'язаний з серйозними фізичними навантаженнями, але не є видом змагальної діяльності і не спрямований на виконання спортивних нормативів і отримання розрядів і звань.

Екстремальний туризм, як і пригодницький, насичений подіями і несподіванками; але туристів захоплює не власне пригода, а те, що людина

отримує в результаті подорожі: балансування на межі неможливого, задоволення потреби в незвичайних, гострих відчуттях, перевірка своїх сил і здібностей.

Екстремальний туризм має десятки, якщо не сотні різновидів - від традиційних до екзотичних. До найбільш популярних видів відносяться: альпінізм, дайвінг, каякінг, рафтинг, парашанеризм, індустріальний і гірський туризм.

Існують і екзотичні види екстремального туризму, наприклад, сендбординг (спуск на сноуборді з піщаних дюн), спелестологія (диггерство), маунтінбайкінг (спуск з гір на мотоциклі), підводне полювання на акул. Ультрасучасний вид екстремального туризму є подорожі на земну орбіту. Спираючись на власний досвід та аналіз літературних та інтернет-джерел, а також на класифікацію А.В Бабкіна [7] всі напрямки екстремального туризму можна розділити на наступні категорії:

- водні;
- повітряні;
- наземні;
- гірські;
- екзотичні.

До водних видів можна віднести:

- Дайвінг - занурення під воду. Це один з найбільш небезпечних видів туризму. Вейкбординг - комбінація водних лиж, серфінгу, скейта. Морське судно буксирує рейдера, який стоїть на широкій дошці, при розгоні швидкості катер залишає за собою хвилю яку рейдер використовує як трамплін;
- Водні лижі - один з відомих видів активного відпочинку. Водяна альтернатива гірських лиж;
- Віндсерфінг - це пристосування, яке опускається на воду з вітрилом, що кріпиться до дошки;

- Каякінг - вміння володіти каяком, при цьому необхідно відчувати воду і човен;
- Рафтинг - спуск на спеціальних платах по гірських річках.

Серед наземних видів екстремального туризму найпопулярнішими є:

- Маунтінбайкінг - катання на гірських велосипедах;
- Гірські види туризму;
- Альпінізм - сходження на вершину;
- Гірські лижі - катання на лижах в зимовий час. Покриття для катання може бути штучним або справжнім;
- Сноуборд - спуск по снігу з гірських схилів.

Повітряні види екстремального туризму:

- Парашутний спорт - стрибок з літака з парашутом;
- Бейсджампінг - стрибок з використанням спеціального парашута, падіння відбувається зі спеціально фіксованою висоти;
- Парапланеризм-це польоти на параплані. На відміну від стрибків з керованим парашутом, парапланеризм - це справжній політ на крилі з використанням енергії висхідних потоків повітря.

До екзотичні видів екстремального туризму можна віднести:

- Джайло- туризм - перебування людини в первісному середовищі, з усіма аспектами кочового життя;
- Космічний туризм - найдорожчий вид екстремального туризму. Подорож з планети Земля на орбіту. Приблизна вартість космічних турів близько 20 мільйонів доларів;
- Кемпінг на деревах - проведення часу на кронах дерев;
- Вулканобордінг - спуск на дошці по попелу вулкана;
- Роупджампінг - стрибок на тросах над прірвою;
- Індустріальний туризм - набирає все більше обертів серед молоді. Приваблює туристів пізнанням занедбаних об'єктів, заводів, колекторів, катакомб.

Звичайно не всі види можна однозначно класифікувати однак створювати змішані категорії на зразок водно-повітряних або наземно-повітряних не має сенсу так як вони включають всього кілька напрямків, а деякі напрямки навпаки потраплять в кілька категорій.

Окрім того, екстремальний туризм, як і будь-який інший вид туризму, може проявлятися в різних напрямках і видах, що створює необхідність в класифікації цього виду туризму на основі виділення характерних рис і відмінних ознак.

Класифікація видів екстремального туризму може визначатися не тільки такими ознаками, як вид використовуваних ресурсів, а також і метою подорожі, способом розміщення, віком, числом учасників, загальне заняття, категорія складності маршруту, побудова траси тощо.

Екстремальний туризм можна також класифікувати за такими ознаками:

За метою подорожі:

- поліпшення фізичної форми;
- отримання адреналіну.

За способом розміщення:

- наметовий;
- готельний.

За кількістю учасників:

- індивідуальний;
- сімейний;
- груповий.

За побудовою траси:

- лінійний;
- кільцевий;
- радіальний.

За віком:

- дитячий;
- молодіжний;

- третього віку;
- інший.

По напрямкам туристських потоків:

- внутрішній;
- в'їзний;
- виїзний.

Число відомих напрямків екстремального туризму різноманітне та велике-основні з них з описом виду діяльності наведено в таблиці «Різновиди екстремального туризму» в додатку А.

Екстремальні тури найчастіше приваблюють людей, котрі основну частину свого часу проводять в офісах, перед моніторами.

Популярність екстремального спорту і екстремального туризму можна розглядати з філософської, психологічної, фізіологічної та інших сторін. Спробуємо проаналізувати хоча б деякі підходи до даного соціального явища.

Одна з поширених точок зору полягає в тому, що екстремальний туризм дає можливість сучасному міському жителю, котрий проводить більшу частину свого життя в офісі з заздалегідь розпланованим на довгі часи вперед одноманітним графіком занять, позбутися від повсякденної буденної рутини. Часто люди страждають від того, що в їхньому житті не вистачає нових відчуттів, різноманітності життєвих подій.

У дослідженні А.П. Дуровича [19, с. 74] наведено класифікацію Г. Гана, згідно з якою розрізняються два основних типи екстремальних туристів:

- W-2-тип -Скоріше спортсмен, ніж любитель, витримує тривалі і високі, аж до екстремальних, навантаження. При виборі туру домінує «наявність умов для занять хобі». Такі критерії вибору, як «ландшафт, культура, історія», вторинні (наприклад, пристрасний альпініст, льотчик-аматор тощо).
- А-тип (нім. Abenteur - «пригода») -любитель пригод. Ризик, нові відчуття, випробування своїх сил в несподіваних ситуаціях, небезпека - ось те, що визначає вибір мети подорожі у даного типу туриста.

Отже, екстремальний туризм на сьогоднішній день розвивається надзвичайно активно, але потребує чіткої класифікації.

Не завжди визначення терміна досить, щоб зрозуміти приналежність туру до того чи іншого виду туризму. Тому варто привести додаткові критерії екстремального туризму.

Тур або вид туризму відноситься до екстремального, якщо містить два і більше критеріїв нижче:

1. Можливість отримати гострі відчуття, яскраві враження від пережитого, побаченого, почутого;
2. Фізичне або психологічне навантаження на людину;
3. Проведення туру в умовах складних кліматичних факторів, що підвищує навантаження на адаптаційні системи організму людини (низькі температури, сильні вітри, різка зміна погоди тощо);
4. Відвідування екзотичних місць (катастроф, аварій, стихійних лих та ін.);
5. Заняття екзотичною діяльністю (рафтинг, сафарі, спостереження за торнадо ін.);
6. Використання для пересування незвичних для людини транспортних засобів (повітряні кулі, собачі упряжки, вертоліт тощо);
7. Використання філігранної техніки;
8. Пересування по специфічним формам рельєфу (льодовики, гори тощо).

Даний вид туризму має всі шанси зайняти повноцінну нішу у сфері світового туризму, та продовжувати свій розвиток та розширення.

1.2. Технологія організації екстремальних туристичних турів

Проектування екстремальних турів - досить складна процедура. Для розробки маршрутів потрібно мати достатньо високу кваліфікацію і досвід у розробці більш простих туристичних продуктів. Проектування екстремального туру може тривати від кількох днів до кількох місяців.

Аналізуючи працю дослідника Дмитрієвського Ю.Д., можна виділити певні етапи розробки маршруту, котрих рекомендовано дотримуватися при проектуванні екстремального туру. [18]

Етапи розробки екстремальних турів:

- Вивчення рекреаційних ресурсів по планованому маршруту;
- Виявлення ліміту споживання туристських ресурсів;
- Аналіз пропозицій на туристичні послуги по даній DESTИНАЦІЇ;
- Визначення типу туристського маршруту;
- Проектування ескізної моделі туристського маршруту по даній DESTИНАЦІЇ;
- Проектування траси туристського маршруту;
- Складання календарного плану туру;
- Прив'язка маршруту до життєво-важливих пунктів;
- Створення схеми безпеки на туристському маршруті;
- Створення паспорта туристського маршруту;
- Узгодження паспорта з відповідними службами;
- Апробація туристського маршруту;
- Внесення змін до схем туристського маршруту;
- Розгляд та затвердження туристського маршруту

Екстремальний туризм відноситься до найбільш небезпечних видів туризму, його мета і полягає в тому, щоб відчути небезпеку.

Кожен з підвидів екстремального туризму передбачає реальну загрозу для життя туриста, тому одна з найважливіших завдань турфірми - своєчасне та належне інформування туристів про наявність небезпеки, наприклад, отримання травм, криміногенної ситуації, про кліматичних особливостей регіону, в який буде здійснено екстремальний тур.

Необхідно інформувати про правила поведінки в різних ситуаціях, провести інструктаж щодо заходів попередження травм, дати належні рекомендації про поведінку в громадських місцях, у транспорті, про зберігання

паспорта, грошей і цінних речей, порядку дій у разі виникнення неочікуваних ситуацій та обставин, також надати повну інформацію про екологічний і політичному стані в регіоні подорожі.

Залежно від виду заявки туриста і від способу організації продажу тури поділяються на такі види:

- пакетний тур - серійний тур, пропонований в широкий продаж за нижчою ціною і включає тільки чотири обов'язкових базових елемента: туристський центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер;
- інклюзив - тур - жорсткий, заздалегідь спланований набір послуг, зорієнтований на певний вид туризму. Такий тур відрізняється єдиною для всіх програмою, єдиним графіком подорожі;
- індивідуальний (на замовлення) тур - тур, який формується туристськими підприємствами на індивідуальній основі з урахуванням персональних запитів клієнтів і його безпосередній участі;
- груповий тур - дешевший, доступний масовому туристу, але в таких поїздках кожен їх учасник зобов'язаний підкорятися встановленому для групи порядку подорожі.

Однак, незважаючи на спосіб реалізації тура, екстремальний тур несе в собі небезпеки, як для індивідуального туриста, так і для групи.

Всі види небезпек в екстремальному туризмі можна класифікувати за природою явища і ролі туристів у виникненні небезпечної ситуації.

Фактори ризику в екстремальному туризмі класифікуються за їх природою [7, с. 152]:

- травмонебезпечність - результат переміщення механізмів (Лавини, Каменепад, сходи тощо) і предметів, несприятливий ергономічних характеристик спорядження, небезпечних природних і атмосферних явищ;
- вплив навколишнього середовища - небезпека прояви несприятливих погодних умов;
- пожежонебезпека;

- психофізіологічні навантаження - ризик виникнення фізичних і нервово-психічних перевантажень у туристів під час проходження найбільш важких і небезпечних ділянок маршруту;
- небезпека ультрафіолетового і радіаційного випромінювання;
- хімічний вплив;
- специфічні фактори ризику - можливість виникнення на маршруті природних і техногенних катастроф, поганий технічний стан об'єктів, низький рівень підготовки обслуговуючого персоналу, інструкторів, недостатнє інформаційне забезпечення на маршруті.

Оскільки небезпек при організації екстремального туру дуже багато, туристичне підприємство має прикласти максимальних зусиль до підготовки туристичного пакета належним чином, орієнтуючись на дані можливі небезпеки.

При проведенні туристських екстремальних маршрутів необхідно прагнути до:

- оптимального завантаження матеріальної бази туристських об'єктів
- високої фінансової ефективності туристських маршрутів;
- забезпечення дуже високої якості обслуговування в якості основного фактора який визначає якість туристських маршрутів;
- забезпечення безпеки туристів, дотримання чинного законодавства з охорони навколишнього середовища та історико-архітектурних пам'яток;
- раціональної спеціалізації і кооперування туристських підприємств і організацій між собою, а також з суміжними організаціями та підприємствами, торгових, транспортних та інших відомств і міністерств.

На сьогоднішній день, Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) прийняла міжнародний стандарт для пригодницького туризму, проаналізувавши дані стандарти можна сказати, що всі положення, котрі прописані в них, можуть бути віднесені та мають виконуватися при плануванні екстремального туризму.

Метою даних стандартів є встановлення мінімальних вимог до систем управління безпекою та спілкування з учасниками. Вони є незалежними організаціями, оскільки застосовуються до різних аспектів пригодницького та екстремального туризму.

ISO, що регулюють надання послуг з пригодницького та екстремального туризму:

- ISO / TR 21101 визначає, як організація туристичного туризму керує своїми діями з точки зору безпеки;
- ISO / TR 21102 надає дані про мінімальну компетентність керівників;
- ISO 21103 визначає мінімальну інформацію, яку слід повідомляти учасникам та потенційним учасникам до, під час та після діяльності для забезпечення безпеки.

Оскільки цей вид туризму є травмонебезпечним, страхування туристів є обов'язковою умовою проведення екстремальних турів.

У страхових випадках туристам надається допомога і покриваються повністю або частково непередбачені витрати. Страхують життя і здоров'я туристів, майно.

Відповідно до ст. 17 Закону України від 15.09.95 р. N 324/95-ВР (324/95-ВР) "Про туризм" при наданні туристичних послуг обов'язковим є страхування туристів (медичне та від нещасного випадку). Таке страхування здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на підставі договорів зі страховими компаніями, що мають право на проведення такої діяльності, тобто мають відповідну ліцензію. [20, с. 24]. Приклад такої медичної страховки наведено у додатку Б.

Для ряду екстремальних турів, наприклад, гірських турів, дайвінгу передбачаються спеціальні види страхування, оскільки ризик підвищено.

Вірогідність того, що під час екстремального туру знадобиться медична допомога, вище, ніж в звичайній поїздки. Як окремий продукт, екстремальне туристичне страхування не продається, але існують поліси з розширеними опціями, що покривають додатковими ризиками.

На ринку України кожна компанія буде розглядати страхування екстремального спорту відповідно до своїх критеріїв, перелік ризиків та коефіцієнт подорожчання може бути різний. Наприклад, є компанії, які можуть віднести до екстремального спорту навіть пляжний волейбол. При цьому варто зауважити, що окремого виду страхування «Екстремальний туризм» не існує, компанії просто перераховують різні цілі поїздок з зростаючими коефіцієнтами. Клієнту краще відразу озвучити страхової компанії, яким саме видом спорту він збирається зайнятися, оскільки якщо турист не відобразив тип активного відпочинку в медичному страховому туристичному полісі, при отриманні травми страхова відмовить йому в компенсації.

Задля забезпечення максимальної безпеки туриста, між турфірмою, що надає послугу та туристом має бути укладено договір з надання туристичних послуг, приклад такого договору наведено у Додатку В.

Все це серйозні проблеми, які вирішуються туристськими фірмами з метою успішної роботи своїх підприємств.

Отже, при формуванні екстремального туру найбільше уваги потрібно приділили саме безпеці туристів під час туру.

1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід організації турів з екстремального туризму

Станом до 2020 року світова індустрія туризму була однією з індустрій, що розвивалися з найбільшою динамікою та найбільш широко розповсюдженіших відрослей економічної діяльності. На рисунку 1.1 «Динаміка розвитку міжнародного туризму, 2010 – 2019 рр» видно криву зростання кількості осіб, що подорожували за кордон в період з 2010 по 2019 роки.

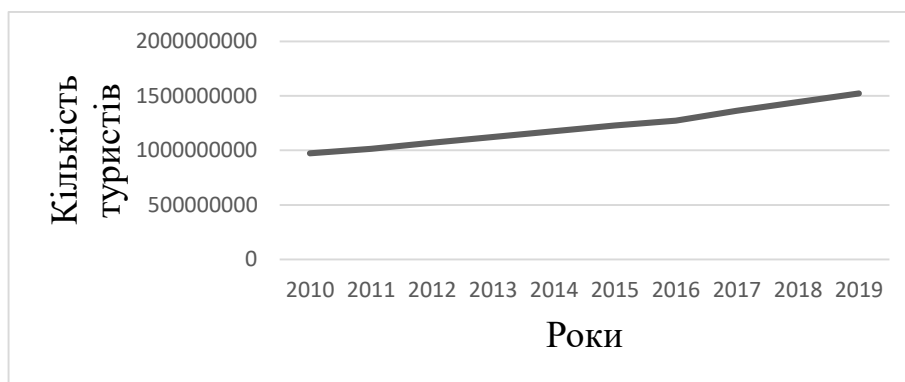


Рис.1.1. Динаміка розвитку міжнародного туризму, 2010 – 2019 рр

Джерело: [1]

На рисунку 1.1. можна побачити, що в період з 2010 по 2019 роки кількість туристів у світі неухильно зростала, у 2019 році кількість туристів збільшилась до відмітки в 1.5 млрд осіб. Аналізуючи графік, можна зробити висновок, що станом на 2019 рік кількість туристів з року в рік неухильно зростала.

При такому потужному розвитку туризму в світі в Україні туризм розвивався не так планомірно. Статистичні дані кількості туристів, що прибули в Україну можна побачити на рисунку 1.2. «Динаміка розвитку в'їзного туризму в Україні»

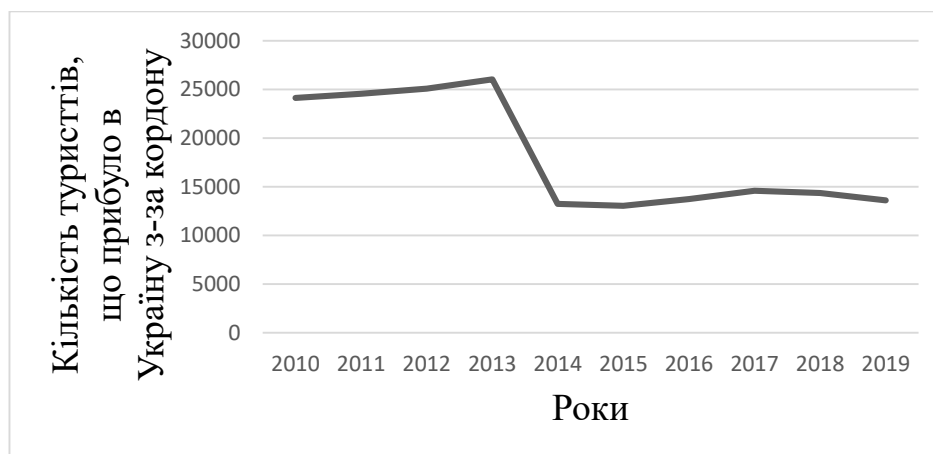


Рис. 1.2. «Динаміка розвитку в'їзного туризму в Україні»

Джерело: [17]

В Україні кількість туристів зростала з гарною динамікою в період з 2010 по 2013 роки, однак у зв'язку з нестабільною політичною ситуацією та початком

воєнних дій на сході України кількість туристів почала стрімко знижуватися, що також добре видно на графіку. В період з 2013 по 2017 роки кількість туристів була стабільно низькою, однак у 2017 та 2018 роках почала простежуватися тенденція невеликого зростання в'їзних потоків туристів. За даними Всесвітньої туристичної організації, іноземні громадяни витратили в Україні 1,4 млрд доларів, що становить 8,8% ВВП країни.

Отже, за останні роки темпи розвитку туризму неухильно зростали, та з початком пандемії COVID-19 кількість туристів надзвичайно зменшилася, за даними статистики ЮНВТО Прибуття міжнародних туристів зменшилось на 70% за перші вісім місяців 2020 року за той самий період минулого року, на тлі глобальних обмежень на поїздки, включаючи багато кордонів, повністю закритих, щоб стримати триваючу пандемію COVID-19.

Міжнародні прибуття впали на 81% у липні та на 79% у серпні, традиційно в два найжвавіші місяці року. На рисунку 1.3. «Зріст та спад туристичних потоків в світі» можна побачити у відсотковому співвідношенні стрімке падіння туристичних потоків у порівнянні з 2019 роком (дані за 2020 рік включно до серпня 2020 року)

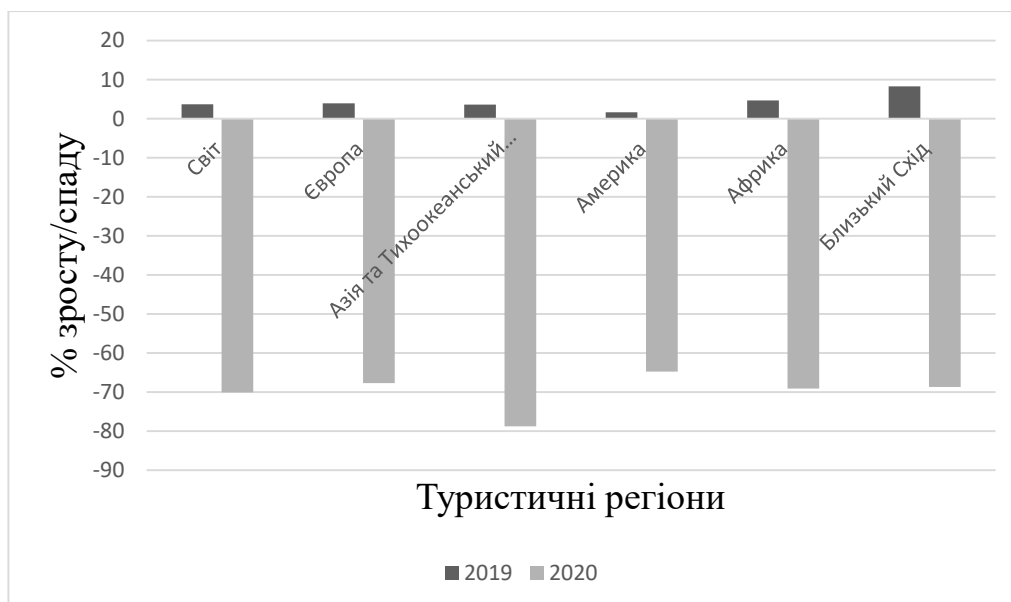


Рис.1.1. Зріст та спад туристичних потоків в світі

Джерело: [1]

В Азії та Тихоокеанському регіоні, першому регіоні, який зазнав впливу пандемії, у січні-серпні 2020 р. Кількість прибулих зменшилася на 79%. Африка та Близький Схід зафіксували падіння на 69% за цей восьмимісячний період, Україна також зазнала серйозного спаду кількості туристів, за даними Державного агентства з розвитку туризму в Україні станом на вересень 2020 року кількість туристів, що прибула в Україну 2,7 млн іноземних туристів. Це в чотири рази менше в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Така ситуація у сфері туризму в цілому також відображається і на розвитку екстремального туризму.

Станом до 2020 року екстремальний туризм являв собою один із самих перспективних видів туризму, який привертає до себе все більше уваги та нових туристів.

З'являються нові місця для екстремального відпочинку, наприклад, штучні гірськолижні курорти, відкриваються та досліджуються нові місця, створені природою про які люди раніше не знали, наприклад, нові печери. Аналізуючи появу нових варіантів екстремальних турів та розваг добре видно тенденцію розвитку цього виду туризму.

Екстремальний туризм постійно знаходиться в розвитку, як в світі, так і в Україні. Весь час з'являються його нові види і різновиди. Так відносно недавно з'явився космічний туризм, і цілком можливо, що через 10-15 років він буде більш доступний, ніж зараз. А які види екстремального туризму з'являться через 20-30 років навіть складно уявити.

У порівнянні з Україною екстремальний туризм в інших частинах світу - у Східній Азії, в Європі, в Північній Америці - розвинений на досить високому рівні. Жителі Європи і особливо Північної Америки навіть відносять екстремальний туризм до найбільш популярних видів відпочинку. До того ж доходи у населення цих частин світу значно вище, ніж в Україні, тому там екстремальним туризмом можуть займатися майже всі бажаючі.

За даними Американської туристичної асоціації (<https://www.ustravel.org>) 98 мільйонів людей здійснили пригодницькі чи екстремальні тури протягом останніх п'яти років XX століття.

Найбільший розвиток туризм отримав в США, Канаді та Мексиці. Важливу роль в цьому процесі відіграють Карибські острови, які залучають гостей своєю екзотичністю.

Один з найбільш популярних видів екстремального туризму - дайвінг, найбільш популярний в Південно - Східній Азії. У таких країнах як Малайзія, Філіппіни, Індонезія майже на будь-якому курорті пропонується висококласний дайвінг. Також дайвінг активно розвивається на Кубі, Гаваях і в Єгипті. Такий курорт як Шарм-ель-Шейх дуже популярний у любителів цього виду активного відпочинку. Підводна флора і фауна Червоного моря настільки багата, що дає потужну базу для розвитку дайвінгу. В країні також непогано розвута й інфраструктура шкіл дайвінгу.

Серфінг популярний в Америці, Австралії. У Сідней або у Флориді погодні умови оптимально підходять для серфінгу. Тому більшість любителів серфінгу, їдуть в ці країни, в яких до того ж проводяться різні змагання. А в Єгипті, також як і дайвінг, популярний віндсерфінг. У кожному курортному містечку є як мінімум одна школа, в якій працюють інструктори з різних країн світу.

Рафтинг активно розвивається в Північній Америці - на річках Канади, Аляски і Колорадо, також набувають популярності річки Карелії- Чирка-Кемь, Шуя, Охта, Суна.

На сьогоднішній день вибір гірськолижних курортів неймовірно великий. Активно цей вид розвивається в Швейцарії, Канаді, Італії, Франції, США.

У В.А.С.Е. джамперів безумовно є популярні місця. Наприклад, найпопулярнішим місцем для цієї активності є міст Жорж-брідж в США. А також багато відомих хмарочосів, телевізійних веж і мостів.

Спелеотуризм активно розвивається на базі найбільшої на землі печери Мамонтової в США (штаті Кентуккі). Найглибшими карстовими вважаються

П'єр-Сен-Мартен і Берже у Франції. Багато печер світу є найвідомішими об'єктами туризму та знаходяться під охороною держави.

Аналізуючи стан туристичного ринку Європи можна відзначити наступне:

- в північних країнах Європи переважають зимові види туризму Гірськолижний спорт, сноуборд, катання на снігоходах, льодолазання тощо;
- в південних країнах популярні гірські: піші прогулянки, кінні та трекінг;
- середня тривалість турів від 1 дня до 10 днів;

Особливістю організації екстремального туризму за кордоном є приділення особливої уваги під час туру безпеці туристів. З метою зниження травмонебезпечні використовуються захисні пристрої, огорожі туристських стежок і маршрутів, захисні пристрої рухомих механізмів і предметів, канатні дороги, підйомники), індивідуальні захисні пристрої: страхувальні мотузки, шоломи, льодоруби, спеціальне взуття; дотримання ергономічних вимог до спортивного інвентарю спорядження, дотримання правил підготовки обладнання і експлуатації засобів перевезення туристів.

Однією з проблем розвитку екстремального туризму в Україні є рівень вітчизняного сервісу у цій сфері. За якістю устаткування й обслуговування Україна поки що відстає від європейських країн. Наступною проблемою розвитку екстремального туризму є недостатня інформаційна підтримка, що є значним стримуючим чинником. Україна може мати прибутки від екстремального туризму, які можуть стати значною складовою державного бюджету. Значною проблемою екстремального туризму є значна кількість ризиків, пов'язаних з травматизмом.

Серйозним стримуючим чинником розвитку екстремального туризму є недостатній рівень добробуту населення. Багато хто з потенційних споживачів із задоволенням хотіли би стати учасниками заходів активного відпочинку, але не можуть собі це дозволити.

Один з видів туризму, який останнім часом набуває популярності на території України - це повітряний. Найбільш розповсюдженими його видами є повітроплавання та стрибки з парашутом.

Для вільного розвитку туристичного повітроплавання в Україні є всі необхідні передумови, насамперед природні. Перспективними вважаються такі місця, як Карпати, міста Київ і Львів, які є красивими історичними місцями, Кам'янець-Подільський, Асканія-Нова тощо. На сьогодні в Україні є близько 20 повітряних куль. Повітроплавання вважається витратним та коштовним заняттям, як і майже всі види екстремального туризму. Вартість двогодинного польоту на повітряній кулі в Україні становить приблизно 280 дол. за один політ,

Стрибки з парашутом так само, як і повітроплавання, перебувають на початковій стадії розвитку в Україні. Дана послуга є дуже привабливою як для спортсменів, так і для аматорів (туристів) за рахунок конкурентної ціни в порівнянні з європейськими країнами.

Водний туризм в Україні завойовує все більшу популярність за рахунок збільшення кількості нових туристичних маршрутів. На території України є великий потенціал для розвитку водного екстремального туризму. Добре розвинена мережа річок, озер, є виходи до Чорного та Азовського морів. Для організації більш спокійних сплавів для новачків підходять рівнинні ріки без крутих порогів і водоспадів (Десна, Дністер, Сіверський Донець, Псел, Ворскла); для більш активного сплаву підходить Південний Буг, що має нескладні водні перешкоди пороги й перекати; також екстремальними є сплави по гірських ріках Карпат (Черемош, Прут, Тиса та ін.).

Найбільш екстремальним видом відпочинку серед гірського виду туризму вважається альпінізм, причому долаються різноманітні перешкоди різного ступеня важкості, пов'язані з умовам місцевого рельєфу й клімату переважно в Закарпатській області.

Різновидом альпінізму є скелелазіння, головною відмінністю якого є те, що підйом відбувається по скельному рельєфу, а не по гірському. В Україні він

розвинений у Житомирській області, Вінницькій області, Кам'янець-Подільському.

Для шанувальників гірських лиж та сноубордингу провідним лідером є Буковель, де існує єдина в Україні «екстремальна» траса для спуску.

Активно розвивається і викликає все більше зацікавлення спелеологія. Найбільш сприятливі для розвитку спелеології в Україні об'єкти: Закарпаття («Перлинова печера»), Івано-Франківська область («Довбушева діра» в с. Космач), Львівщина («Медова», «Страдчанська»), Буковина («Бала-мутівська», «Дуча» «Попелюшка»)

До найбільш екзотичного та унікального виду екстремального туризму можна віднести екскурсійні тури в Чорнобильську зону (Київська обл.), яка користуються особливим попитом серед екстремалів.

Десятки українських компаній організовують поїздки у небезпечний Чорнобиль. Варто зауважити, що ЧАЕС цікавить не тільки українських туристів, а й гостей нашої країни.

Весь світ знає про катастрофу, що відбулась у 1986 р., саме тому люди цікавляться радіаційною специфікою та станом природи після аварії.

Деякі види екстремального туризму (пара- та дельтапланеризм, піший та велосипедний, роуп-джампінг) розповсюджені на всій території України, що дає змогу розвиватися екстремальним видам туризму.

За результатами дослідження визначено, що Україна має значні перспективні місця для розвитку екстремального туризму в Україні. Сьогодні туроператори можуть надати майже всі види туристичних послуг екстремального відпочинку.

Висновки до розділу 1

На підставі вищесказаного можна зробити висновок, що екстремальний туризм набуває популярності серед молоді через такі причини:

- зростаюча популярність здорового способу життя;

- престиж активної діяльності;
- пошук нових вражень і виплеску адреналіну.

Основною проблемою на шляху розвитку екстремального і пригодницького туризму стає забезпечення необхідної безпеки. Її рішення залежить насамперед від професіоналів туристичного ринку, які формують відповідну пропозицію.

Екстремальний туризм служить природною альтернативою звичному для туристів відпочинку. Він забезпечує насичення організму адреналіном за рахунок свідомого залучення учасників в екстремальні ситуації.

Про зростання популярності екстремальних видів туризму в світі свідчить збільшення числа екстрим-туристів та поява нових напрямів, підприємств, що займаються розвитком саме екстремального туризму.

Разом з тим, у розвитку вітчизняного екстремального туризму залишається ще багато невирішених проблем. Перерахуємо деякі з них:

- Вкрай слабка матеріальна база екстремального туризму. Більшість фірм, що організовують екстремальні тури не мають сучасного інвентарю та обладнання;
- При широкої мережі вищих навчальних закладів, котрі випускають фахівців для туризму, практично не готуються кадри для екстремального туризму;
- Випускається мало спеціалізованої літератури з різних видів пригодницького туризму.

З метою розвитку туристичної галузі особливу увагу потрібно приділяти таким напрямам розвитку туристичної галузі України:

- створення єдиної системи підготовки кадрів для галузі туризму відповідно до міжнародних стандартів; формування наукових кадрів для туристичних спеціальностей, проведення на високому рівні науково-дослідної роботи з питань туризму;

- закріплення отриманих знань на виробництві, організація заходів щодо стажування на базових туристичних підприємствах в Україні та за кордоном, здійснення обміну досвідом;
- упровадження інноваційних маркетингових інструментів для просування туризму в Україні;
- використання інноваційних методів щодо скорочення часу на оформлення відповідних документів.

Забезпечення розвитку інноваційного виду туризму – екстремального туризму в Україні, у тому числі за допомогою державної підтримки.

Найбільш перспективними місцями для екстремального туризму в Україні є Карпати та Крим, адже тут сама природа створена для екстриму. У Карпатах можна побудувати безліч висококласних гірськолижних курортів, а Крим може стати міжнародним центром дайвінгу. Також в Україні багато потенційних місць для розвитку спелеології, маунтінбайкінга, каякінга, рафтіngu, дельтапланеризму.

Якщо вирішити проблему фінансування розвитку туристської інфраструктури, туризм цієї сфери почне активніше розвиватися.

Очевидно, що екстремальний туризм поступально розвиватися, тому завдання держави полягає в тому, щоб зробити його максимально безпечним для учасників і не допускати безконтрольного використання і знищення природних туристських ресурсів.

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АНЕКС ТУР»

2.1. Загальна характеристика туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур»

На сьогоднішній день компанія «Анекс Тур» - є одним з найбільш активно розвиваючихся туристичних операторів, котрий здобув широку популярність та досяг високих оцінок туристів з усього світу й безумовну довіру. Підприємство з'явилося на ринку туризму в 1996 році та за більш ніж 20 років успішної діяльності значно розширило перелік надаваних послуг та географію країн, де надаються ці послуги.

Сьогодні компанії під брендом «Анекс Тур» ведуть свою діяльність в Україні, Російській Федерації, Казахстані, Білорусі, Німеччині, а також представництва цієї компанії відкрито у 12 країнах.

«Анекс Тур» відкрив свій перший офіс в Україні в 2006 році у місті Києві. Загалом в Україні функціонує 6 регіональних представництв компанії та велика кількість турфірм, які відкрилися під брендом "«Анекс Тур»" під франшизою туроператора.

Регіональні офіси розташовані у Запоріжжі, Дніпрі, Львові, Одесі та Харкові.

Основна інформація про компанію «Анекс Тур» наведена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основна інформація про туристичного оператора «Анекс Тур»

Повне найменування	Товариство з обмеженою відповідальністю «Туристична компанія «Анекс Тур»
Дата реєстрації	15.03.2006.
Код єдрпоу	34191244
Розмір статутного капіталу	35 350,00 грн.

Продовження таблиці 2.1

Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності	Недержавна власність
Адреса	Україна, 02121, місто Київ, ВУЛИЦЯ ХАРКІВСЬКЕ ШОСЕ, будинок 201-203 /ЛІТЕРА 2А/, група нежилых приміщень №53, ОФІС №1
Веб сторінка	http://anextour.com.ua
Емейл	ua.office@anextour.com
Телефон	+380445911984
Уповноважені особи	АДИГЮЗЕЛЬ ІЛЬКЕР з 12.04.2016 - керівник
Реєстр платників ПДВ	Дійсне свідоцтво ПДВ Індивідуальний податковий номер: 341912426596 Дата реєстрації: 27.03.2006
Акціонери підприємства	Станом на січень 2021 року акціонерами компанії є: Приватна Компанія з Обмеженою Відповідальністю "Атлас Б.в." Засновник, 34996.5\$ (99%) Чакмакли Олджай Засновник, 353.5\$ (1%)

Джерело: створено автором на основі [38]

Приватне підприємство «Анекс Тур» діє на підставі установчих документів: Статуту, Свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та Ліцензії на заняття туристичною діяльністю. У своїй діяльності компанія керується законами України "Про власність", "Про підприємницьку діяльність", "Про підприємницьку діяльність в Україні", діючи відповідно до законодавства України та вищезазначених установ та документів.

Туристичний оператор «Анекс Тур» надає послуги з туроператорської діяльності, на основі ліцензії №581096 (Додаток Г) та банківської гарантії №451

від банку “Кредит Європа Банк” (Додаток Д). Послуги туристам надаються відповідно до угод, котрі прописано в договорі про туристичне обслуговування (Додаток Е).

В останні роки компанія активно розвиває франчайзингову мережу. До неї можуть долучитися ТОВ та приватні підприємці, які займаються туристичною діяльністю та мають договір оренди офісу.

Туроператор має велику мережу власних агентств. В Україні за франшизою ANEX функціонує 190 агентств, і компанія проводить активну франчайзингову політику щодо своїх агентів.

Туроператор пропонує лояльні та чесні умови співпраці, а також постійну підтримку. Надаються корпоративні меблі, рекламні матеріали, вивіски та сувеніри. Є регулярні тренінги та пільгові тури. Для того, щоб туристичний бізнес розвивався найкращим чином, «Анекс Тур» взаємодіє з туристичними агенціями, налагоджуючи стосунки за допомогою конференцій, презентацій, форумів, при активному спілкуванні через Інтернет продовжується робота з розбудови приймаючої бази - готелів, курортів, номерів. Також існує низка вебінарів, навчальних поїздок тощо.

Основні види діяльності підприємства «Анекс Тур» за КВЕД-2010 представлені в таблиці 2.2. Види діяльності туроператора ТОВ «Анекс Тур» (згідно КВЕД-2010).

Таблиця 2.2

Види діяльності туроператора ТОВ «Анекс Тур»

Вид	Опис
79.12 Діяльність туристичних операторів	Організація та проведення турів, що реалізуються через турагентства чи самостійно туристичними операторами. До організації турів може бути включено: послуги трансферу, забезпечення місця проживання, забезпечення харчування, відвідування місць історичних і культурних пам'яток, музеїв, музичних, театральних або спортивних заходів
79.11 Діяльність	Включає посередницьку діяльність туристичних агентств з реалізації продукту від туроператорів.

Продовження таблиці 2.2.

туристичних агентств	
79.90 Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	Діяльність місцевих туристичних інформаційних служб та служб розміщення (проживання); діяльність екскурсиводів (гідів); розповсюдження та продаж квитків на концерти та розважальні заходи.

Джерело: створено автором на основі [40]

Місія «Анекс Тур» - допомогти створити цивілізованіший туристичний ринок, де відносини в ланцюжку клієнт-агент-оператор базуються на взаємних довірі та повазі. Оператор пропонує відпочинок від економ-класу до елітного VIP-рівня в усіх напрямках, за якими працює.

Компанія спеціалізується на курортах Туреччини, Єгипту, Болгарії, Іспанії, Греції, Андорри, Тунісу, Домініканської Республіки, Таїланду, Шрі-Ланки. Авіарейси на всі курорти Туреччини, Єгипту, Болгарії, Іспанії, Тунісу виконуються майже з усіх міст з мільйонним населенням.

Також туроператор «Анекс Тур» пропонує поїздки в більш екзотичні куточки світу: Таїланд, Кубу, Індонезію, Шрі-Ланку та багато інших напрямків.

Компанія пропонує регулярні рейси, величезний вибір готелів та супутні послуги (послуги гідів, трансфер в та з аеропорту, індивідуальний або груповий трансфер та багато інших послуг)

Оператор надає туристичні послуги з 2006 року і за цей час зумів встановити зв'язки з надійними та авторитетними партнерами по всьому світу. Серед них - авіакомпанії («Azur Air»), та компанії які зустрічають туристів в місцях їх прибуття («Blue Sky Travel», «Terramar Group»), банки («Альфа-банк», «Укрсиббанк»), та страхові фірми («ВУСО»).

Також туроператор «Анекс Тур» з 2015 р. має власну авіакомпанію «Azur Air».

Код авіакомпанії в IATA: QU. Код ІКАО: UTN. Офіційний сайт авіакомпанії – www.azurair.ua. Офіс компанії розташовується за адресою: 02090, Україна м. Київ, вул. Сосюри, 6. Базовий аеропорт: Київ Бориспіль. [37]

Варто відмітити, що «Анекс Тур» не використовує жодних авіакомпаній для організації чартерних рейсів окрім «Azur Air»

Окрім того, серед числа партнерів «Анекс Тур» є велика кількість туристичних агентств країни, зокрема: «Joy Travel», «Поїхали з нами», «Роял Вояж» та інші.

Спектр готелів та видів відпочинку постійно оновлюється, якість обслуговування покращується.

Щорічно «Анекс Тур» впроваджує нові туристичні технології у свою роботу. Інновації дозволяють економити час, сили та гроші не тільки для туристів, але й для агентств-партнерів. Веб-сайт туроператора є справжнім помічником для турагентів, наприклад, на веб-сайті туроператора можна швидко та зручно відстежити кількість вільних місць у рейсах, опис готелів, новини, акції, пропозиції, новини, курси валют, навчальні програми та багато іншого. Онлайн-система бронювання турів дозволяє забронювати необхідний тур всього за декілька хвилин, просто заповнивши просту форму та відстежуючи стан програми у режимі онлайн.

Представники туроператора пряцюють також у готелях, та не тільки пропонують різнопланові екскурсії, але завжди готові надати інформаційну підтримку або допомогу у вирішенні проблем, що виникли. У путівці, сформованій «Анекс Тур», обов'язково передбачена страховка, що включає безкоштовне медичне обслуговування за кордоном, в разі необхідності.

Крім стандартної страховки, в умовах пандемії ковід-2019 компанія додала до страховок пакет Програма ANTI_COVID-19, що діє у напрямках: Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Домінікана, Мальдіви. З 01.10.2020 р. програма ANTI_COVID-19 надається безкоштовно на заявки в усіх напрямках крім Туреччини. [38]

Зробивши підсумки, можна виділити основні переваги «Анекс Тур», серед них:

- Легкий пошук турів для подорожей і відпочинку, різноманітність та багатий асортимент послуг;
- Цінова політика фірми, що дозволяє підібрати найвигіднішу путівку;
- Високий професійний досвід працівників підприємства «Анекс Тур»;
- Цілодобова підтримка клієнтів «Анекс Тур» і її гаряча лінія характеризується як підтримка, що «Завжди на зв'язку» [38];
- Контроль за якістю послуг, що надає організація;
- Уважне ставлення до клієнтів, їх потреб та відгуків;
- Постійна інформаційна підтримка туристів За допомогою соціальних мереж, сайтів, електронних листів;
- За комфортом та безпекою туристів ретельно слідкують представники авіакомпанії під час польоту, а по дорозі з аеропорту в готель і назад - працівники трансферної служби.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур»

«Анекс Тур» займає стійкі позиції на українському ринку туризму та з року в рік кількість людей, які віддають перевагу «Анекс Тур» зростає. На основі даних з довідки за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів, було проаналізовано кількість туристів (без екскурсантів), що було обслуговано у компанії «Анекс Тур» в таблиці 2.3. Дана таблиця не має градації за пунктами виїзний та внутрішній туризм, адже, туроператор «Анекс Тур» спеціалізується виключно на виїзному виді туризму.

Таблиця 2.3

Кількість обслужованих туристів (без екскурсантів)

Назви показників	Звітні роки		
	2017	2018	2019
Кількість обслужованих туристів, усього осіб	453 801	515 582	821 730

Джерело: [17]

Для того, аби наглядно бачити динаміку розвитку підприємства та збільшення кількості туристів, на основі таблиці 2.3. побудовано діаграму кількості відправлених туристів, що наведена на рисунку 2.1. «Кількість туристів, обслужованих компанією «Анекс Тур»

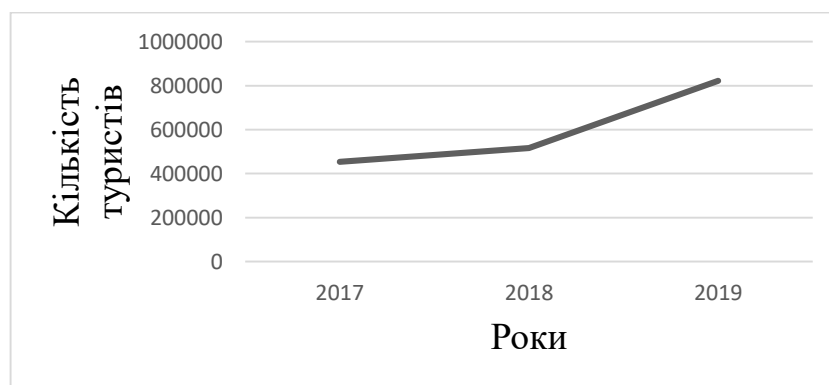


Рис.2.1. Кількість туристів, обслужованих компанією «Анекс Тур»

Джерело: [52]

На рисунку 2.1. добре видно, що в період з 2017 по 2019 роки кількість туристів, що скористалися послугами «Анекс Тур» збільшилось, в період з 2017 по 2018 роки кількість туристів збільшилась на 13,5%, а з 2018 по 2019 на цілих 59,5%. Така динаміка розвитку свідчить про те, що «Анекс Тур» завойовує прихильність все більшої кількості туристів.

Також на рисунку.2.2. «Розподіл туристів за країнами відвідування» наведено розподіл кількості туристів, що скористалися послугами підприємства «Анекс Тур» за країнами відвідування.

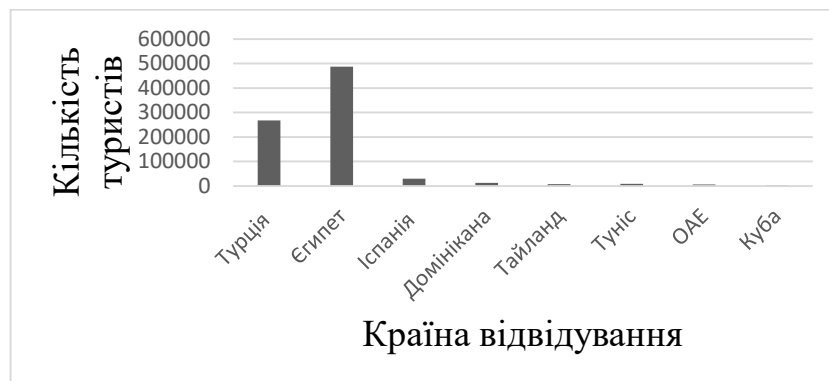


Рис.2.2. Розподіл туристів за країнами відвідування

Джерело: [52]

З діаграми добре видно, що серед країн, що обирають туристи для відпочинку лідирують Єгипет та Турція. Така ситуація у 2019 році склалася через те, що дані напрямки були, по перше, дешевшими за інші, та по друге, користуються популярністю, як «знайомі» туристам напрямки вже не перший рік.

Як добре видно з аналізів – «Анекс Тур» є потужною компанією, котра надає послуги великій кількості туристів та має потужну тенденцію зросту. Кожне велике підприємство, для стабільної, безперебійної роботи повинно мати кращі кадри на ринку та чітку організаційну структуру.

Для більш детального розгляду системи управління підприємства «Анекс Тур» складено організаційну структуру, котра подана в Додатку Ж.

Для даного туристичного підприємства характерна лінійно-функціональна організаційна структура, котра передбачає розподіл відповідальності та повноважень за функціями управління й прийняття рішень по вертикалі. При цьому за лінійною схемою організоване управління, а функціональні підрозділи апарату управління допомагають лінійним керівникам вирішувати управлінські завдання. Всі керівники відділів цілком і повністю є підпорядкованими

генеральному директору, при цьому працівники компанії підпорядковуються тільки одному керівнику в межах їхньої компетенції, результати виконаної роботи безпосередньо генеральному директору передають керівники підрозділів.

Серед переваг такої організаційної структури можна виділити її повну визначеність, адже кожен керівник працює в межах наданих йому повноважень, а працівники працюють в межах однієї виконуваної та безперебійної роботи.

Також завдяки такій структурі спостерігається чіткість в роботі, оперативність дій, що є дуже важливим, враховуючи специфіку даної галузі, де швидка робота та оперативність реагування дає можливість конкурувати з іншими туроператорами.

На туристичному підприємстві «Анекс Тур» загальні рішення можуть приймати керівники структурних підрозділів, однак всі інші рішення є груповими - вони обговорюються разом з керівником підприємства та керівниками підрозділів. Остаточне рішення залишається за директором підприємства.

За функціональністю в управлінні підприємство «Анекс Тур» розподіляється на велику кількість підрозділів, що вирішують велику кількість питань, котрі пов'язані з туристичною діяльністю та розвитком туристичного підприємства.

В таблиці. 2.3. «Характеристика завдань департаментів головного офісу «Анекс Тур» дана характеристика компетенціям департаментам головного офісу.

Таблиця 2.3

Характеристика завдань департаментів головного офісу «Анекс Тур»

Назва департаменту	Основна компетенція
ІТ-відділ	Контроль програмного забезпечення
Комерційний відділ	Запити, зміни, скасування
Відділ продуктів	Розрахунок індивідуальних, групових, корпоративних, нестандартних турів

Продовження таблиці 2.3

Відділ маркетингу	Урегулювання питань щодо початку співпраці (укладення договорів, умови співпраці), програма комісій, бонусна програма, акції, новини, запити на готелі; нотатки про дні народження, особливі потреби туристів, їх скарги. Проведення реєстрацій на семінари, фірмові заходи та рекламні тури
VIP-відділ	Консультація VIP-готелів, VIP-послуги (бізнес-клас, Azur Space, Apex Priority, експрес та індивідуальні трансфери), індивідуальний розрахунок VIP турів по готелях, розміщення для VIP-готелів
Департамент чартерних авіаперевезень	Запити на чартерні квитки
Департамент регулярних рейсів	Квитки на регулярні рейси
Бухгалтерія	Запит на рахунок, питання оплати заявок, компенсація та облік
Департамент бронювання	Отримання заявок від клієнтів, регулювання туристичних потоків, планування виїздів, бронювання місць для груп та делегацій, ведення бази обліку туристів, статистичний облік та передача даних у відділ маркетингу для аналізу
Відділ видачі документів	Оформлення готових туристичних документів
Юридичний факультет	Розгляд претензій та скарг, урегулювання договірних угод
Візовий відділ	Опрацювання документів, підготовка до подання в посольство чи консульство необхідних документів та доставки клієнтам.
Відділ франчайзингу	Стратегічне планування та розвиток продажів франчайзингу, розробка та впровадження маркетингової та рекламної діяльності, просування франчайзингових брендів

З таблиці видно, що на підприємстві є багато відділів, котрі охоплюють різні сфери діяльності.

Як і в будь-якому іншому підприємстві в «Анекс Тур» відбувається рух персоналу. Динаміка руху на підприємстві наведена в таблиці 2.4. «Динаміка абсолютних показників руху персоналу ТОВ «Анекс Тур» за 2016-2018 рр.».

Таблиця 2.4

**Динаміка абсолютних показників руху персоналу ТОВ «Анекс Тур»
за 2016-2018 рр.**

Показники	Роки		Відхилення (+,-) 2018 р. від		
	2016	2017	2018	2016	2017
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	67	102	99	32	-3
Прийнято	55	41	11	-44	-30
Звільнено працівників, осіб	6	14	15	9	1
З них :					
- за власним бажанням	6	14	15	9	1
- скорочення штату	0	0	0	0	0
- за порушення дисципліни	0	0	0	0	0
Кількість відпрацьованих годин протягом року	128640	195840	190080	61440	-5740

Продовження таблиці 2.4.

Коефіцієнт з вибуття (Ков)	8,96	13,72	15,15	6,19	1,43
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	17,9	40,2	11,1	-6,8	-29,1
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	8,96	13,72	15,15	6,19	1,43

Джерело: [52]

Коефіцієнт поновлення персоналу сягнув свого піку у 2017 р. в якому відбулося суттєве збільшення персоналу та збільшення кількості роботи у працівників підприємства та становив 40,2 %. У 2018 р. цей коефіцієнт став найменшим та становив 11,1%.

Коефіцієнт плинності кадрів став найбільшим у 2018 р. та становить 15,15%, в порівнянні з 2016 р. – зріс на 6,19%, а з 2017 р. – зріс на 1,43%.

Більш детальний розгляд кадрової структури наведено в таблиці 2.5. «Структура трудового потенціалу туристичного підприємства за різними характеристиками»

Таблиця 2.5

Структура трудового потенціалу туристичного підприємства

Категорія	Звітний період 2018	Попередній період 2017		
	Осіб	%	Осіб	%
Структура трудового потенціалу за статтю				
Ч	75	75.76	83	81,37
Ж	24	24,21	19	18,63
Разом	99	100	102	100

Продовження таблиці 2.5

Структура трудового потенціалу за віком				
До 28	67	67,68	71	69,61
29-40	30	30,3	28	27,45
Від 41	2	2,02	3	2,94
Разом	99		102	
Структура трудового потенціалу за якістю підготовки				
Вища освіта за фахом	8	8,08	9	8,82
Середня освіта за фахом	71	71,72	68	66,67
Без фахової освіти	20	20,2	23	22,55
Разом	99	100	100	98,04
Структура трудового потенціалу за категорією кадрів				
Керівник	88	88,8	12	11,2
Спеціаліст	11	11,2	90	88,8
Разом	99	100	102	100
Структура трудового потенціалу за стажем роботи в галузі				
Менше 1 року	2	2,02	5	4,9
1-3 роки	27	27,27	28	27,45
3-5 років	39	39,39	37	36,28
5-10 років	31	31,32	32	31,37
Разом	99	100	102	100

Джерело: [52]

Загалом туристична діяльність – це одна з наймолодших галузей, тому, як правило, в ній працюють досить молоді люди. В таблиці можна побачити високий відсоток працюючої на підприємстві молоді до 28 років. Найбільший відсоток впродовж трьох звітних років був у 2017 р. та становив 69,61%, в 2018 р. він зменшився на 1,93 в порівнянні з 2017 роком. Більш досвідчені працівники

в діапазоні від 29 до 40 років становить приблизно 30% всього персоналу на підприємстві.

Від 41 до 50 років – це всього декілька осіб і це управлінський персонал, на чолі з генеральним директором підприємства. Найбільша чисельність персоналу була у 2017 р. та становила 102 робітники, в порівнянні з 2016 р. був різке його зростання, на 35 робітників стало більше, у 2018 р. відбулося зменшення на 3 працівники.

Дуже рідко на такому підприємстві туристичної індустрії як «Анекс Тур» опиняються робітники зі стажем менше року, тому що однією із умов прийняття на роботу є, як правило, вимогу до кандидата мати, як мінімум, 1 рік досвіду роботи в туристичній сфері.

Всього до 1 року стажу – 2 працівники на підприємстві у 2018 р., у 2017 р. їх було найбільше – 5 працівників та 3 працівники у 2016 р.

Від 1 до 3 років їх кількість становить 27 працівників, в порівнянні з 2016 р. їх кількість збільшилась на 17 працівників. Найбільш численну групу становлять працівники від 3 до 5 років стажу та становлять 39 працівників у 2018 р. – це 39,39% від всього штату персоналу. Навіть в порівнянні з минулими звітними роками стаж в цьому діапазоні є найсуттєвішим на підприємстві.

Найдосвідченіші працівники зі стажем від 5 до 10 років, займають 31,32% від всього персоналу на підприємстві.

Тому можна зробити висновок, що найбільшу частку займають працівники зі стажем від 3 до 10 років, їх кількість в середньому по роках становить 70 % від усього числа працівників.

Задля того, аби проаналізувати раціональність використання трудових ресурсів доречно порахувати продуктивність праці в вартісному виразі та продуктивність праці в натуральному виразі. Дані розрахунки наведено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз використання трудових ресурсів туристичного підприємства

Показники	Попередній період 2017	Звітний період 2018	Відхилення	
			Абсолютне, (+-)	Відносне, (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	102	99	-3	-3,03
Дохід від реалізації послуг, тис.грн	3700	13500	9800	72,59
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	453801	515582	61781	11,98
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис.грн. / особу	36	136	100	73,40
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	4449	5208	759	14,57

Джерело: створено автором

З даних розрахунків можна зробити висновок, що на 1 співробітника підприємства в середньому у 2017 році припадав 4449 клієнт, а у 2018 – вже 5208 клієнтів, така ситуація сталася через незначне, але все ж таки скорочення кількості працівників у 2018 році, порівняно з 2017 та збільшенням кількості туристів

Комерційна та фінансова діяльність туристичної компанії «АНЕКС ТУР» спрямована на забезпечення постійного надходження й ефективної реалізації фінансових ресурсів, дотримання розрахункової дисципліни, а також раціоналізацію власних і залучених коштів для отримання максимально

ефективного функціонування підприємства. Окрім того, велику увагу компанія приділяє різноманітності надаваних послуг, адже споживачі орієнтуються саме на різноманітність і стійкість. Даний показник з одного боку впливає на рівень обслуговування, а з іншого - виявляє ритмічність постачання на туристичний ринок нових послуг.

Фінансовий стан є одним з найважливіших аспектів діяльності кожного підприємства. Оцінку фінансового стану підприємства «Анекс Тур» наведено в таблиці 2.7. «Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства».

Таблиця 2.7

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства

№ з/п	Показники	Попередній період	Звітний період	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне, %
		2018	2019		
1.	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	35000	40000	5000	12,50
2.	ПДВ, тис. грн.	7000	8000	1000	12,50
3.	ПДВ у відсотках до виручки, %	0	0	0	0,00
4.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	28000	32000	4000	12,50
5.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	15000	18000	3000	16,67
6.	Собівартість у відсотках до виручки, %	54	56	3	4,76
7.	Валовий прибуток, тис. грн.	13000	14000	1000	7,14
8.	Інші операційні доходи, тис.грн.	800	600	-200	-33,33

Продовження таблиці 2.7.

9.	Адміністративні витрати, тис.грн.	10000	12000	2000	16,67
10.	Витрати на збут, тис.грн.	30	10	-20	-200,00
11.	Інші операційні витрати, тис.грн.	900	800	-100	-12,50
12.	Фінансові результати від операційної діяльності:прибуток/ збиток, тис. грн.	2870	1790	-1080	-60,34
13.	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	10	10	0	0,00
14.	Інші фінансові доходи	2000	7000	5000	71,43
15.	Інші доходи	10	10	0	0,00
16.	Фінансові витрати	10	10	0	0,00
17.	Інші витрати	10	10	0	0,00
18.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:прибуток / збиток, тис. грн.	2870	1790	-1080	-60,34
19.	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис. грн.	574	358	-216	-60,34
20.	Фінансові результати від звичайної діяльності: прибуток /збиток, тис. грн.	2296	1432	-864	-60,34
21.	Чистий прибуток / збиток, тис.грн	2696	7232	4536	62,72

Джерело: [52]

На підставі проведених розрахунків показників діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур» за період 2018 по 2019 роки можна зробити висновок про те, що підприємство є прибутковим. Чистий дохід від реалізації збільшився на 12,5%; Адміністративні витрати у 2018 році збільшилися на 16,67%.

Для того, щоб розуміти, чи приносить підприємство дохід, та наскільки воно є рентабельним варто провести аналіз рентабельності підприємства. Аналіз

рентабельності наведено у таблиці 2.8. «Аналіз динаміки показників рентабельності підприємства».

Таблиця 2.8

Аналіз динаміки показників рентабельності підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Норматив	Значення за роками		Відхилення (+), (-)
			Попередній період 2017	Звітний період 2018	
Показники рентабельності					
Рентабельність продажів, %		>0	7,70	18,08	10,38
Рентабельність діяльності, %		>0	9,63	22,60	12,97

Джерело: створено автором

Аналізуючи таблицю, можна зробити висновок, що підприємство є не тільки рентабельним, а й збільшило показники рентабельності продажів та діяльності у 2019 році, порівняно з 2018.

Для того, аби дати оцінку якості роботи компанії з клієнтами та партнерами, доречним буде скористатися результатами дослідження Української асоціації туристичних агентів (УАТА). З 18 березня по 14 квітня 2019 р. УАТА. Було проведено опитування серед директорів та менеджерів туристичних агентств України відносно туроператорів, котрі мають власні чартерні програми по напрямках, що є наймасовішими, за опитуванням зручності для турагента. Результати опитування наведено в таблиці 2.10. «Результати оцінки якості роботи туроператора з точки зору зручності для турагента за підсумками сезону «зима 2018/2019».

Таблиця 2.10

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

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

1 – справедливість комісійної програми (розмір, шкала), 2 – сайт (зручність, швидкість), 3 – актуальність цін в підборі і по факту бронювання, 4 – використання ргомо ргісе, 5 - приховані платежі (доплата за рейс, паливний збір), 6 – непідтвердження замовлень, 7 – оцінка роботи «гарячої лінії» (неробочий час), 8 – лояльність у вирішенні спірних питань, 9 – умови оплати по ранньому бронюванню, 10 – виставлення рахунку

Джерело: [45]

Провівши аналіз таблиці видно, що за бальною оцінкою «Анекс Тур» поступається місцем компаніям «Tez Tour», «Join Up!», «Pegas Touristik», «Kompas», «TUI» та «Coral Travel».

Компанії варто звернути увагу на низькі показники по таких параметрах як робота «гарячої лінії» та бути лояльнішими у вирішенні спірних питань. Найвищі оцінки компанія отримала за якість виставлення рахунків та умови оплати по ранньому бронюванню, по іншим критеріям оцінювання компанія отримала середні бали.

Аналогічні дослідження в період з 19 жовтня по 15 листопада Асоціація УАТА також проводила серед директорів та менеджерів туристичних агенцій

України, за результатами опитування було виявлено дев'ять туроператорів, котрі оцінювалося за сімома критеріями з точки зору зручності для туриста. Результати опитування наведено в таблиці 2.11. «Результати оцінки якості роботи туроператора з точки зору зручності для туриста за підсумками 2019 року».

Таблиця 2.11

**Результати оцінки якості роботи туроператора з точки зору зручності
для туриста за підсумками 2019 року**

Туроператор	1	2	3	4	5	6	7	Фінальна оцінка
TEZ Tour	4,21	4,05	4,12	4,04	4,21	3,44	3,79	3,98
Pegas Touristik	4,00	3,84	4,34	3,95	4,21	3,46	3,77	3,94
Феєрія мандрів	3,93	3,85	4,05	4,03	3,89	3,49	3,82	3,87
Kompas	3,95	3,82	4,00	3,8	3,85	3,25	3,56	3,75
Coral Travel	3,96	3,83	3,98	3,77	3,88	3,34	3,36	3,73
	3,74	3,77	3,97	3,96	3,64	3,33	3,36	3,68
ALF	3,80	3,74	3,93	3,82	3,64	3,22	3,48	3,66
Join Up!	3,39	3,15	3,99	3,58	3,99	3,50	3,54	3,59
«Анекс Тур»	3,62	3,34	4,28	2,98	4,14	3,35	3,30	3,57
TUI	3,43	3,28	3,16	3,38	3,58	3,35	2,94	3,30
TPG	3,05	3,16	3,03	3,12	2,83	2,66	2,17	2,86
Середній	3,73	3,62	3,90	3,68	3,81	3,31	3,37	3,63

1-Дотримання заявленої чартерної програми; 2- Частота непоселення у заброньовані готелі; 3- Переноси та затримки рейсів; 4- Оцінка роботи гідів; 5- Підтвердження замовлень; 6- Гарантія кращої ціни по ранньому бронюванню; 7- Лояльність у вирішенні спірних питань

Джерело: [45]

Задля того, аби просунутися в рейтингу по критеріям зручності для туристів компанії анекс варто звернути увагу на кваліфікацію гідів, адже оцінка їх роботи є незадовільною.

2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур»

Туристична галузь більшою мірою залежить від факторів зовнішнього середовища, тому будь-які зміни в економіці країни можуть створювати серйозні проблеми в її діяльності, а будь-яка криза призводить до спаду. Окрім того в туристичній галузі жорстка конкуренція і для того, аби утримувати стійкі позиції на ринку туристичне підприємство має чітко функціонувати.

На сьогоднішній день на туристичному ринку України є досить багато туроператорів, що пропонують свої послуги. Для того, щоб зрозуміти позицію «Анекс Тур» на туристичному ринку доцільно навести топ-5 туроператорів, та порівняти їх за кількістю туристів, що скористалися їх послугами. На рисунку 2.5. «Порівняльний аналіз туристичних підприємств 2017р.», добре видно, яким чином розподіляється туристичний ринок між 5 найпотужнішими туроператорами.

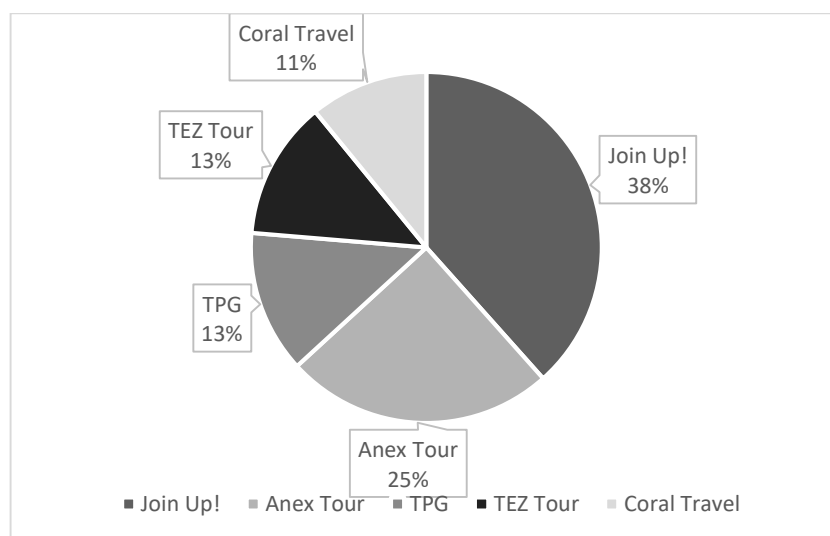


Рис. 2.5. Порівняльний аналіз туристичних підприємств 2017р.

Джерело: [17]

Станом на 2017 рік найбільше туристів обслуговує «Join Up!», на другому місті «Анекс Тур».

Для того, аби побачити динаміку розвитку компанії доречно провести аналогічний аналіз ринку для 2018 року. Результати дослідження наведено на рисунку 2.6. «Порівняльний аналіз туристичних підприємств 2018р.»

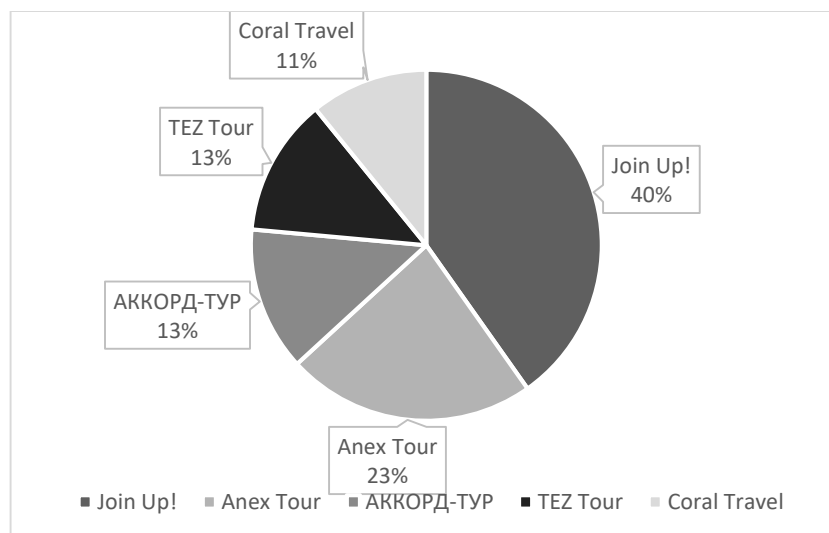


Рис. 2.5. Порівняльний аналіз туристичних підприємств 2018р.

Джерело: [17]

При порівнянні двох діаграм видно, що компанія «Join Up!» збільшила відсоток контролю на 2%, в той час як компанія «Анекс Тур» навпаки втратила 2%. Як висновок, можна затверджувати, що найсильнішим конкурентом для «Анекс Тур» є підприємство «Join Up!».

Для дослідження ринку послуг, вивчення зовнішнього середовища туристичного підприємства також необхідно проаналізувати вплив основних факторів зовнішнього середовища.

Ступінь впливу факторів макросередовища на різні підприємства неоднакова і залежить від їх розмірів, територіального розташування, особливостей діяльності тощо. Узагальнені дані про макросередовище підприємства «Анекс Тур» наведені в таблиці 2.12. «Аналіз факторів макросередовища підприємства «Анекс Тур»

Таблиця 2.12.

Аналіз факторів макросередовища підприємства «Анекс Тур»

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-бальною шкалою
1. Міжнародна	1.1. Стабільність на міжнародній політичній арені	8
	1.2. вартість ресурсів за кордоном	8
	1.3. Полегшення проходження кордонів	10
	1.4. митні збори	6
	1.5. особливості національного законодавства	9
2. Політична	2.1. Зниження стабільності у суспільстві	6
	2.2. Недосконалість законодавчої бази	8
	2.3. Зміни законодавства	8
	2.4. міжнародні договори	7
3. Економічна	3.1. Загроза високих темпів інфляції	8
	3.2. Скорочення доходів споживачів і т.д.	9
	3.3. Зниження податкового тиску	8
	3.4. курс валют	10
5. Технологічні	5.1. Прискорення темпів науково-технічного прогресу	8
	5.2. Можливість впровадження програм для онлайн-підбору туру	6
6. Екологічна	6.1. Погана екологічна ситуація в регіонах туризму	8
	6.2. Загроза екологічних катастроф	8
4. Соціально - демографічна	4.1. Мода на нові напрямки туризму	9
	4.2. Скорочення чисельності населення в регіоні	6
	4.3. вікова структура населення	5
	4.5. загальна працездатність населення	8

Джерело: складено автором

Аналізуючи таблицю, можна зробити висновок, що на макрорівні на турфірму впливають дуже багато факторів.

Для з'ясування конкурентного статусу обраного підприємства потрібно оцінити в балах його позицію серед конкурентів – тобто підприємств, які надають аналогічні послуги в даному сегменті ринку на даній території. Для порівняння було обрано такі конкурентні підприємства як «Join UP!» і «TEZ Tour». Оцінювання проводилось за 5-ти бальною шкалою, де 1 – мінімальний бал, а 5- відповідно найвищий. Результати узагальнені в таблиці 2.12. «Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів».

Таблиця 2.12

Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів

Показники	«Анекс Тур»	Join UP	TEZ Tour
Місце розташування	4	4	4
Середній рівень завантаженості	4	5	3
Популярність серед населення	5	5	5
Рівень професіоналізму персоналу	3	4	4
Якість основних послуг	3	4	4
Асортимент додаткових послуг	4	4	4
Якість рекламних засобів	4	5	4
Цінова політика	4	4	4

Джерело: розробка автора

Аналізуючи дані, наведені в таблиці, можна зробити висновок, що «Join UP!» є сильним конкурентом для компанії «Анекс Тур», вони знаходяться на приблизно однаковому рівні, однак «Анекс Тур» все ж таки поступається місцем за середнім рівнем завантаженості, рівнем професіоналізму працівників та якістю основних послуг.

Для кращого розуміння функціонування компанії «Анекс Тур» на ринку туристичних послуг, доцільним є провести аналіз сильних та слабких сторін підприємства. Даний аналіз представлено в таблиці 2.13. «Сильні й слабкі сторони підприємства «Анекс Тур».

Таблиця 2.13.

Сильні й слабкі сторони підприємства «Анекс Тур»

Елемент середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Виробництво основних і додаткових послуг	1 Ціна Великий вибір основних та додаткових послуг	Середній рівень надаваних послуг
2. Персонал	Високий рівень організаційної структури 2. Низька Плинність кадрів	Недостатньо висока кваліфікація персоналу
3. Інноваційно-інвестиційна діяльність	1. Наявність необхідних фінансових ресурсів; 2. Стимулювання інноваційної активності	1. Відсутність додаткових інвестицій
4. Маркетинг	1. Репутація компанії 2. Багаторічний досвід 3. Наявність власного бренду	1. Слабкі канали збуту
5. Управління	1. Розроблена стратегія підприємства 2. Оптимальна організаційна структура	1. Орієнтація на командні методи;
6. Фінанси	1. Наявність доходів 2. Високий рівень рентабельності	1. Коливання доходів підприємства з урахуванням сезонності

Джерело: розробка автора

Проаналізувавши дані таблиці, можна дійти висновку про те, що сильними сторонами підприємства є широкий та різноманітний спектр надаваних послуг, низька плинність кадрів на підприємстві та позитивна репутація компанії. Слабкими сторонами, котрі потребують модернізації та модифікації є середній рівень надаваних послуг та недостатня кваліфікація персоналу.

Аналізуючи сильні та слабкі сторони роботи підприємства також є доцільним зробити SWOT-аналіз. SWOT-аналіз являє собою оцінку сильних і слабких сторін організації, її зовнішніх можливостей і загроз. Метою його проведення є дослідження фактичного стану і стратегічних перспектив фірми на основі вивчення її сильних і слабких сторін, ринкових можливостей і факторів ризику. SWOT-аналіз підприємства наведено в таблиці 2.14. «SWOT – аналіз діяльності підприємства «Анекс Тур»

Таблиця 2.14

SWOT – аналіз діяльності підприємства «Анекс Тур»

Можливості	Сильні сторони
Ослаблення позицій конкурентів Можливість розширення: відкриття нових точок продажів. Пропозиції та акції	Місце розташування підприємства Наявність необхідних ресурсів. Добра репутація Наявність постійних клієнтів
Загрози	Слабкі сторони
Нестабільність курсу, а саме його збільшення сприяє збільшенню ціни на послуги. Поява нових конкурентів Зниження платоспроможності населення Загроза пандемій	Відсутність чіткої стратегії продажів Сильна залежність від сезонності продажів путівок недостатня кваліфікація персоналу. Відсутність використання жодних авіакомпаній для організації чартерних рейсів окрім «Azur Air Україна» Слабка робота з турагентами Слабка маркетингова політика

Джерело: розробка автора

Проаналізувавши SWOT-таблицю можна стверджувати, що збільшенню прибутку сприятиме рекламна компанія, так само потрібно врахувати той факт, що на підприємстві працюють кваліфіковані працівники, але рівень плинності кадрів дуже велика. Організація «Анекс Тур» має можливості для подальшого розширення. Сильна залежність у підприємства від інфляції і курсу. Відсутність стратегії знижує ефективність розвитку організації.

Висновки до розділу 2

Отже, за результатами дослідження операційної діяльності туристичного оператора «Анекс Тур» можна зробити такі висновки:

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

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

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

РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА БАЗІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АНЕКС ТУР»

3.1. Аналіз організації екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур» у сучасних умовах

На сьогоднішній день організація екстремальних турів є економічно доцільною, адже все більша кількість людей починають дотримуватися активного способу життя, шукати нових вражень, і, відповідно, все більше людей починають звертати увагу саме на екстремальні види туризму.

У більшості випадків екстремальний туризм пов'язаний з великим ризиком, серйозними фізичними навантаженнями, і вимагає від туристів спеціальних умінь і сміливості.

Всі екстремальні види туризму умовно можна розділити на групи відповідно до трьох основних стихій: вода, повітря, земля.

Розробка маршрутів-досить не легка процедура, для розробки маршрутів необхідно мати досить високу кваліфікацію і досвід в розробці більш простих маршрутів. Розробка екстремального маршруту може тривати від декількох днів до двох-трьох місяців.

Якщо маршрут є разовим (замовним), то процес його створення спрощується, крім заходів які забезпечують безпеку туристів на маршруті. Необхідно дотримуватися декількох етапів при розробці маршруту.

При розробці будь-якого маршруту необхідно дотримуватися таких правил:

- по протяжності і складності ділянки маршруту переходу " денного» повинен бути під силу всім членам групи;
- для пересування між туристськими об'єктами необхідно використовувати місцевий транспорт, а також належить турфірмі «організує подорож» транспорт,

значні частини маршруту долаються будь-якими способами активного пересування, але в основному пішки;

- стоянки для довгих привалів і нічлігів по можливості повинні бути з запасом палива і продовольства, комфортно обладнані, а також оснащені зв'язком;

- при плануванні маршруту на випадок непередбаченої затримки в дорозі враховується резерв часу.

При розробці маршруту необхідно використовувати будь-який необхідний матеріал: путівники та інша краєзнавча література, картографічний матеріал, довідники.

Для загального опрацювання маршруту необхідно використовувати оглядові схеми путівників. Для більш точної побудови маршрутної нитки можна використовувати: атласи автомобільних доріг, спеціальні туристські схеми, карти області.

Так само необхідно узгодити маршрути з режимами допуску в заповідники, розкладом руху транспорту і так далі. Завершується розробка маршруту узгодженням і затвердженням паспорта маршруту.

Проведення екстремальних маршрутів-багатоступенева і дуже складна процедура, для якої необхідно володіти досить високою кваліфікацією, вона є одним з головних елементів технології обслуговування туристів в цілому.

При проведенні туристських екстремальних маршрутів необхідно прагнути до:

- оптимальному завантаженні матеріальної бази туристських об'єктів та високій фінансовій ефективності маршрутів;

- забезпеченню дуже високої якості обслуговування в якості основного чинника який визначає якість маршрутів;

- забезпеченню безпеки туристів, дотриманню чинного законодавства з охорони навколишнього середовища та історико-архітектурних пам'яток;

- розумному використанню туристсько-екскурсійних ресурсів, насиченому змісту туристського, екскурсійного та культурно-масового розділів програм обслуговування;

- раціональної спеціалізації та кооперування туристських підприємств і організацій між собою, а також із суміжними організаціями та підприємствами, організаціями, торгових, транспортних та інших відомств і міністерств.

Деякі частини маршрутів проходять по цілком «пристойним» дорогах і тому не пов'язані з подоланням природних перешкод. Вони не вимагають і картографічного матеріалу-цілком достатніми виявляються дорожні покажчики та оглядові схеми, розташовані в місцях масового відпочинку. Під час таких походів не обов'язково влаштовувати тривалі привали, так як час активного пересування невелика.

Інші маршрути прокладені не тільки по дорогах, але і по лісових стежках і галявинах, по берегах річок і озер, через болота, гори і перевали. Там можуть бути якісь природні перешкоди: буреломи, купини, скелі, струмки, канави. Потрібна карта або туристська схема. Тривалі зупинки і ночівлі абсолютно необхідні.

Під час проведення екстремальних маршрутів бажано дотримуватися таких правил:

- за складністю і протяжністю ділянка маршруту денного переходу повинна бути під силу всім туристам;

- місця для тривалих привалів і нічлігів по можливості комфортно розташовані, поблизу можна знайти запаси палива і трохи місцевого продовольства, а також бажано наявність стільникової мережі;

- для пересування між туристськими об'єктами використовувати в міру необхідності місцевий транспорт, а також транспорт належить турфірмі організуючої подорож, значні частину маршруту долають пішки та іншими способами активного пересування;

- при плануванні маршруту враховується запас часу на випадок непередбаченої затримки в дорозі.

Також, перш ніж проводити сам маршрут, потрібно подбати про спеціальне обладнання «при необхідності». Обладнання можна поділити на особисті, групові, а також спеціального обладнання.

Особисте спорядження-речі, які необхідні кожному туристу особисто. Групове спорядження використовується всією групою. Спеціальне спорядження необхідне для виконання краєзнавчих, експедиційних завдань (ботанічних, геологічних, археологічних тощо).

Загальні вимоги до туристичного спорядження це мінімальна вага і обсяг, безпека експлуатації, комфортність, міцність, простота у використанні, гігієнічність, багатофункціональність, естетичність.

Організація екстремальних екскурсій на підприємстві майже нічим не відрізняється від організації інших екскурсій, компанія надає послуги трансферу від готелю до місця призначення, трансфер, що використовується під час екскурсії (якщо такий потрібен) та трансфер назад до готелю. Варто також зазначити, в Standard SPORT B та Standart_Exotic_Sport_B3 - Страховому полісі, що все включений в турпакет, як обов'язковий, вказані страхові випадки, котрі зв'язані з екстремальними видами діяльності, а саме в категорії «аматорський спорт»:

- вітрильний спорт;
- рафтинг;
- джиппінг;
- дайвінг при зануренні до 12 метрів (без лікування декомпрессионной хвороби і при зануренні з інструктором).

ТОВ «Анекс Тур» надає наступні види екстремального туризму в різних країнах світу:

1. Польоти на парашутах: Домініканська Республіка.
2. Дайвінг: «Разом з професійним інструктором туристи насолодяться красотою підводного світу Аравійського моря в дайвінг центрі Гоа, на пляжі Богмало. Новачкам буде запропоновано ознайомче занурення в басейн дайвінг-центру.»

3. Хаммер сафарі: «Екскурсія в Домініканську глибинку на Хаммерах дасть можливість з комфортом покататися по загубленим куточках первозданної, тропічної природи на потужних позашляховиках. Туристи відвідають маленькі села далеко від туристичної зони, побувають на плантаціях цукрового очерету, справжньому ранчо і тютюновій фабриці, покатаються на конях, скуштують смачної Домініканської їжі і викупаються на найвідомішому своєю красою пляжі Макао.

Весь тур займає цілий день, в ході якого екскурсанти почують розповідь про характер, звички, спосіб життя домініканців, їх фольклор і традиції. Це виключно яскрава, емоційна і пізнавальна подорож в саме серце Домінікани, після якого кожен по праву зможе сказати собі: «Тепер я дізнався цю країну!».

4. Морське сафарі: «Морська подорож на катамарані по островах Атлантичного океану на північному сході Варадеро. Зупинка біля коралового рифу, купання з трубкою і маскою, щоб помилуватися підводним світом. Відвідування дельфінарію у відкритому океані і спілкування з дельфінами. Обід з морепродуктів на острові Кайо-Бланко і вільний час на пляжі для купання. На борту і під час обіду-безкоштовний бар!».

5. Джип сафарі: «Вас чекає незабутня подорож на джипах (по 4 людини в машині) по околицях курорту Варадеро і міста Матансас. При наявності водійських прав Ви самі зможете сісти за кермо джипа і проїхати по неасфальтованих дорогах повз селянських селищ, спостерігаючи типовий Кубинський пейзаж, флору і фауну цього дивного куточка світу. Ви відвідаєте і скупаєтеся в печері Сатурно, а на пляжі Кораль зможете поплавати з трубкою і маскою, насолодитися підводним світом і погодувати рибок. У природному парку Канимар у місті Матансас вас чекає прогулянка на катері і купання в річці, катання на конях і на биках, а також креольський обід на свіжому повітрі.».

6. Сафарі на джипах до водопаду Дадхсагар: «Захоплююча подорож на джипах через густі джунглі сподобається любителям екзотики. Під час екскурсії туристи побачать Красивий водоспад Дадхсагар і заїдуть на найбільшу ферму

спецій в Гоа, де їм запропонують обід, приготований відповідно до традиціями місцевої кухні.».

Таким чином, стає зрозумілим, що хоча ТОВ «Анекс Тур» надає широкий ряд послуг з екстремального туризму, однак підприємство не використовує туристичні ресурси країн для розвитку в них екстремального туризму в повній мірі.

Для аналізу обізнаності цільової аудиторії про послуги екстремального туризму в ТОВ «Анекс Тур» було проведено опитування, з метою дізнатися, наскільки цільова аудиторія знайома з послугою екстремальний туризм і через які канали.

Опитування містить 10 питань, з яких 8 закритого типу, 2 відкритого типу. Анкета розроблена на платформі Google. Анкета поширювалася наступним чином: через особистий лист, розсилка на поштову адресу. Також, був опублікований пост про проведення опитування на сайті компанії.

В опитуванні брали участь 100 осіб. Чоловіки і жінки у віці від 25 до 40 років. Такий вік був обраний не випадково. Цей вік відповідає віку цільової аудиторії і характеризується наступним:

1. Природно-кліматичні мотиви. Рельєф місцевості, рослинність, температура повітря тощо привабливі для туристів, такі форми, як спортивний, водний, лижний туризм. Вони відображають психологічні та біологічні потреби населення великих міст, яке шукає відпочинку і зміни навколишнього середовища в туризмі.

2. Психологічні мотиви. Вони спонукають людину до подорожі, задовольняють психологічні потреби туриста. Доведено, що не багато туристів повертаються в місця, де вони вже побували, за винятком тих випадків, коли туристом рухають сентиментальні причини або сильний економічний мотив.

3. Економічні мотиви відіграють значну роль у формуванні недорогих туристичних пакетів, що робить істотний вплив на кількість туристів із середнім рівнем доходу.

Згідно з опитуванням, проведеним за допомогою анкетування, були отримано наступні результати:

Більшість опитаних ведуть активний спосіб життя, поєднуючи спорт, роботу і сім'ю (Результати опитування наведені на рисунку 3.1. Образ життя опитуваних).

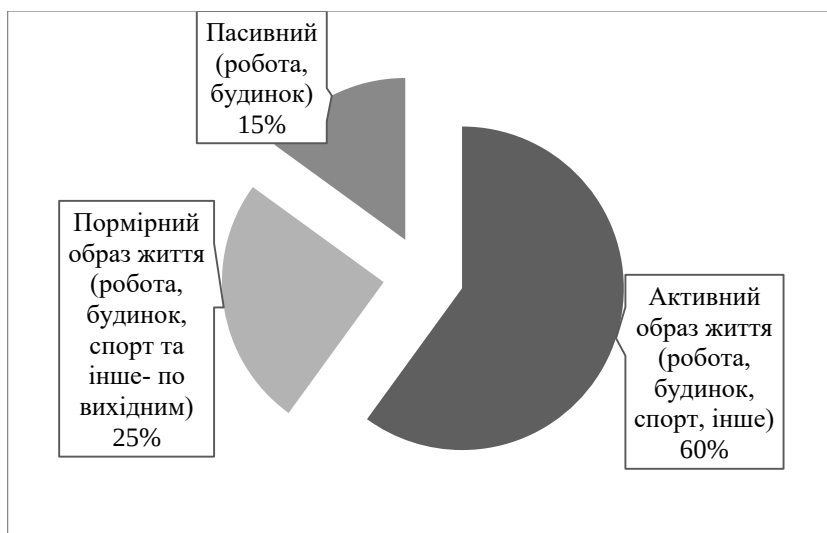


Рис. 3.1. Образ життя опитуваних

60% з 100% опитаних ведуть активний спосіб життя-займаються сім'єю, спортом, працюють, так само відвідують інші заходи. І тільки 15 % – «робота-дім, дім-робота». (Результати опитування наведені на рисунку 3.2. Поширеність інформації про екстремальний туризм, %).

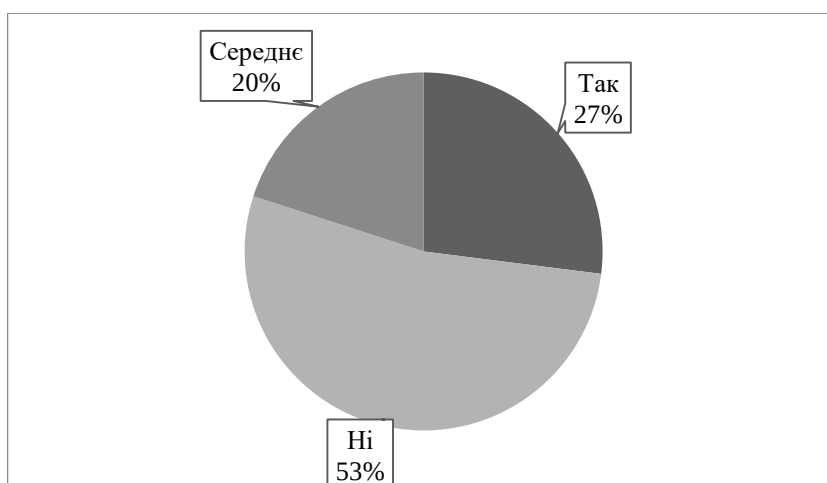


Рис.3.2. Поширеність інформації про екстремальний туризм, %

Виходячи з діаграми на рисунку 3.3, можна зробити висновок, що про екстремальному туризмі знають тільки 27% опитаних; 20% тільки чули про нього, і 53 % є не обізнаними про такий вид туризму.

Для визначення необхідності екстремального туризму серед потенційних споживачів було поставлено питання «ви коли-небудь брали участь в організованих екстремальних турах?» (Результати опитування наведені на Рисунку 3.3. Участь в організованих екстремальних турах, %).

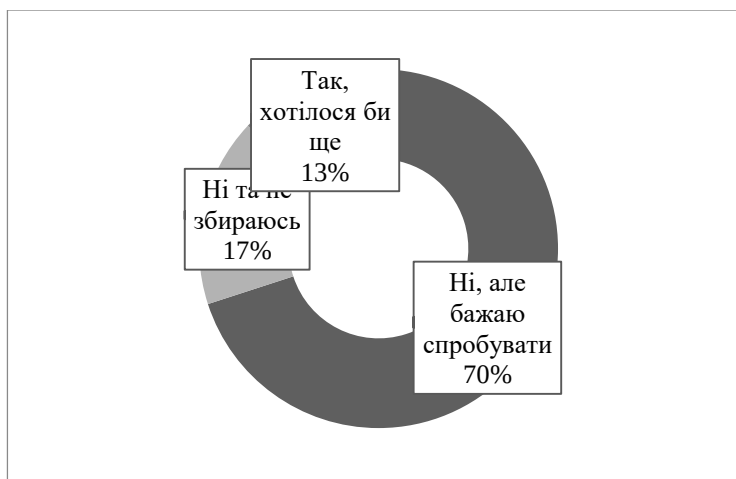


Рис.3.3. Участь в організованих екстремальних турах, %

Як ми бачимо, що 70% цільової аудиторії екстремального туризму хотіли б спробувати і 13% повторити цей вид послуг.

Також було поставлено запитання «чи готові ви до екстремальної подорожі?» (Результати опитування наведені на рисунку 3.4. Потреби в екстремальному турі).

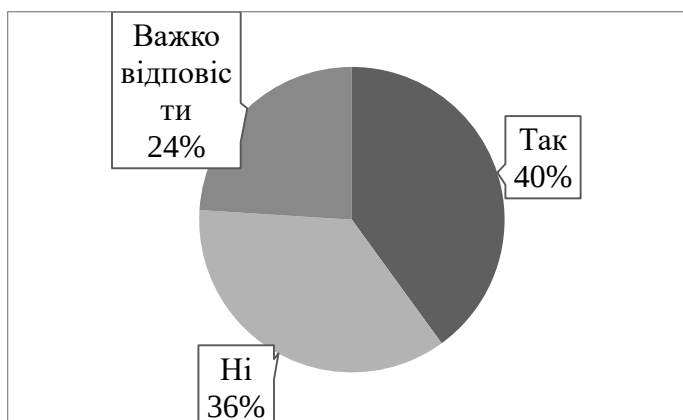


Рис.3.4. Потреби в екстремальному турі

Як видно з даної діаграми на рис.3.5, потенційними покупцями є 40%, так само видно, що 24% людей, які відповіли на це питання, зможуть приєднатися до покупців при достатньо повної обізнаності туру та його безпеки.

Виходячи з поданого звіту можна зробити висновок про те, що в загалом опитані знають про існування екстремальних турів, але дуже бідно. Більшість опитаних позитивно ставляться до цього виду послуг і хотіли б спробувати.

Проте, досить великий відсоток опитаних не бажають спробувати екстремальний туризм. Можливо, це пов'язано зі стереотипами про погану безпеку це виду туризму, психологією виховання і майже не опрацьованою рекламою.

Можна провести аналіз, використовуваних рекламних каналів ТОВ «Анекс Тур» на основі опитування та виявити, як поширюється інформація про послуги, в тому числі і про екстремальний туризм.

В якості каналів поширення реклами в ТОВ «Анекс Тур» розглядаються наступні:

- виставка;
- реклама в Internet;
- радіореклама;
- пряма e-mail розсилка
- друкована рекламна продукція;

Розглянемо кожен вид використовуваної реклами окремо.

1. Участь у виставці (організація власного стенда).

Виставкові заходи займають особливе місце в арсеналі засобів сучасного туристського маркетингу. Вони надають туристському підприємству великі можливості одночасного поширення і отримання широкого спектру економічної, організаційної, технічної і комерційної інформації при відносно доступній її вартості. Участь у виставці дає можливість продемонструвати свій продукт.

В ТОВ «Анекс Тур» існує робоча група з організації виставкових стендів турфірми, яка розробляє план подачі інформації на стенді. Дизайнерська обробка стенду здійснюється підрозділом розробки фірмового стилю виробу. Стенд з

довідковою інформацією та відділами обслуговування клієнтів зазвичай виділяється кільком (4-6) співробітникам. Від загального рівня обізнаності, коректності і зовнішнього вигляду співробітників на стенді, дизайну і технічного рівня самого стенду залежить імідж компанії і інтерес відвідувачів до демонстрованого продукту.

2. Реклама в Internet.

У компанії є свій сайт в Інтернеті. Він використовується не тільки як ще один рекламний проспект з картинками, але і як інструмент дозволяє спростити спілкування з клієнтом. На сайті можна познайомитися з основними напрямками, переліком її послуг, а також основними турами.

Реклама в Інтернеті займає велику частку в рекламній діяльності турфірми. Вона відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії з діловими партнерами, а також доступ до різноманітних інформаційних джерел.

3. Радіореклама.

Одним з наймасовіших за охопленням потенційних споживачів засобів поширення рекламної інформації є радіо. Найбільш поширеними видами радіореклами є радіо оголошення, радіо ролик і радіорепортаж.

Це найбільш поширений прийом товарної реклами (із зазначенням телефонів і адрес місць можливої покупки). У такій рекламі високі вимоги пред'являються як до рекламного тексту (він повинен бути коротким, зрозумілим, виразним і таким, що запам'ятовується), так і до голосу диктора.

4. Пряма e-mail розсилка.

Одним з найбільш перспективних і ефективних засобів є пряма поштова реклама. Туристична фірма «Анекс Тур» виробляє розсилку рекламних повідомлень постійним або потенційним споживачам, а також діловим партнерам. Найбільш часто використовуваними формами відправлень прямої поштової реклами є спеціально підготовлені рекламно-інформаційні листи та рекламні матеріали.

5. Друкована рекламна продукція (каталоги, буклети тощо).

Друкована реклама-один з найважливіших засобів поширення рекламної інформації туристських підприємств. «Анекс Тур» використовує два виду друкованої реклами:

Туристичний фірмовий каталог-скинуте або переплетене друковане видання, що містить систематизоване представлення всієї туристичної програми використовується туристичним оператором для презентації. Він забезпечується великою кількістю фотоматеріалів і рекламної інформації, що допомагає споживачам зробити правильний вибір, беручи до уваги свої інтереси, бажання і фінансові можливості.

Рекламний буклет-невелике за обсягом друковане видання, містить текст та ілюстрації. Головне завдання рекламного буклету – кинутися в очі, викликати бажання взяти і прочитати. Буклет часто застосовуються турфірмою «Анекс Тур» на виставках, ярмарках для роздачі відвідувачам. Їх також поміщають на прилавки спеціалізованих фірм або роздають на головному вході виставки і недалеко від стендів.

Для туристів, які звертаються в туристичну компанію «Анекс Тур» є недостатній набір рекламної друкованої продукції, яка має більше мінусів, ніж плюсів.

Таким чином, можна сказати, що даний вид реклами в ТОВ «Анекс Тур» досить погано розроблений і вимагає ряд змін, для залучення нових клієнтів і просування нової послуги-екстремальний туризм.

Розглянувши канали поширення туристичного оператора «Анекс Тур», можна сказати, що при такому різноманітті надаються послуг, і активній участі на виставках, досить маленький ряд друкованої реклами для туристів, які звертаються до них. Важливо рекламувати нові послуги саме подачею описового текстового матеріалу, заголовки повинні звертати увагу на корисність відпочинку для здоров'я, так як в даний час саме здоровий відпочинок стає все більш і більш популярним, а особливу увагу варто звернути саме на рекламу екстремального туризму.

3.2. Удосконалення організації та розповсюдження екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур»

В результаті проведеного в попередньому підрозділі аналізу можна зробити висновок, що в ТОВ «Анекс Тур» недостатнє стимулювання збуту та як наслідок низький рівень попиту на послуги екстремального туризму. В умовах жорсткої конкуренції величезне значення набуває розробка програми просування туристського продукту і послідовного здійснення конкретних заходів щодо її реалізації.

З метою збільшення обсягу продажів, підвищення ефективності та прибутковості туристське підприємство повинно займатися формуванням попиту на свої послуги і власне туристський продукт, стимулюванням збуту. Для досягнення цих цілей використовується система маркетингових комунікацій, яка включає наступні компоненти:

- стимулювання збуту;
- зв'язок з громадськістю;
- особисті продажі;
- реклама.

На основі проведеної характеристики діяльності та аналізу обізнаності про послуги екстремального туризму в ТОВ «Анекс Тур» необхідно розробити друковану рекламу, спрямовану на просування екстремального туризму туристичного оператора.

Залучення нової цільової аудиторії.

Складемо автопортрет потенційного покупця:

1. Вік: Дорослі, зрілі люди. Повнолітні діти бізнесменів і політиків, від 20 до 40 років.
2. Стать: Чоловіки, Жінки.
3. Соціальне становище: самотні, сімейні пари, сім'ї з дітьми.

4. Сфера діяльності та рівень зарплати: керівники власної компанії, спортсмени, фінансова діяльність, від 10 тис. грн. на одну людину в місяць.
5. Географічні особливості: жителі великих міст.
6. Життєвий уклад: успішні, експериментатори, пристосованець.
7. За типом поведінки: товариські, активні, незалежні.
8. Потреби, бажання: активний спосіб життя, так як на сьогоднішній день просувається культ спорту, бажання відчувати сплеск емоції і насолоду від відпочинку.

Розглянувши автопортрет потенційного покупця, можна зробити висновок, що відбулися зміни в потребах, аудиторія з пасивних відпочиваючих перетворилася в активних.

Інформування цільової аудиторії про послугу екстремальний туризм ТОВ «Анекс Тур» може здійснюватися за допомогою друкованої реклами у вигляді листівок та афіш. В даних матеріалах буде інформація про екстремальний туризм, що це не просто спорт або вид відпочинку, а задоволення, емоції і цікаве проведення часу.

Листівки будуть поширюватися на виставках, де приймає участь ТОВ «Анекс Тур» і центральних вулицях великих міст країни, а так само в торгово-розважальних центрах. Афіші будуть розташовані так ж на виставках для залучення уваги і на вулицях міст великих країни на афішних стендах.

Авіаквитки, паспорт, ваучери, договір, страховка – всі ці документи видає туристам будь-яке туристичне агентство при продажу туру. В даний час загальноприйнятим стало видавати цей комплект в турконверті.

Існує безліч матеріалів, з яких виробляються дані конверти. Найбільш доступними є конверти з щільного паперу або картону. Однак турагентство «Анекс Тур» замовлятиме конверти з нейлону.

Туристичні конверти з нейлону більш функціональні, довговічні і зручні, ніж пластик або папір. Сьогодні туристичні конверти є невід'ємною частиною результативної роботи кожного турагентства.

Турконверт брендований і містить мінімальну інформацію про компанію. Турконверт буде служити своєрідним «якорем», і закликати звернутися ще раз саме в дану турфірму, до даного менеджера. Також, він справляє позитивне враження на клієнтів і покращує імідж компанії. продукцію планується один раз тиражем 1000 штук. Середня ціна друку даного тиражу становить 15000 грн.

Інформація про турконверт:

- Матеріал: нейлон;
- Колір: помаранчевий, помаранчева окантовка;
- Розміри: 250x135 мм;
- Внутрішні кишені: прозора кишеня з обороту;
- Відділення для візитки: немає;
- Нанесення логотипу: так.

Візитка-невід'ємний атрибут сучасної людини, незалежно від типу бізнесу. Поширений формат візиток 90 x 50 мм, рідше 85 x 55 мм, можливі нестандартні формати. Оптимально друкувати візитки цифровим друком, оскільки тираж рідко буває великим. В даному випадку буде використана матовий папір, щільністю 350 г/м². У співробітників турфірми ТОВ «Анекс Тур» є свої фірмові візитки, але вони не оформлені по бренд-буку франчайзера «Пегас Туристик», що необхідно виправити.

Необхідно виготовити: 2000 штук.

Отже, необхідно 2000 штук матових візиток. Цих візиток повинно вистачити на рік. При даному тиражі вартість друку візиток складе 700 грн. Макет візиток взято з бренд-бука "Пегас Туристик", тому додаткові витрати на його розробку не потрібні.

Листок мандрівника(планувальник). Даний вид друкарської продукції представляє з себе лист А4, що заповнюється менеджерами для всіх клієнтів відвідують офіс. Він покликаний замінити не престижні блокноти і щоденники, в які зазвичай менеджери записують первинну інформацію про потреби клієнта таку, як дати поїздки, вартість туру, на яку розраховує клієнт, а також довгий

перелік прихованих і явних потреб клієнта, які дозволять менеджеру підібрати туристу ідеальний відпочинок.

- Тираж: 300 штук;
- Матеріал: глянцева папір 130 гр / м²;
- Ціна за штуку: 12,5 грн.;
- Підсумкова вартість тиражу: 3750 грн.;
- Вартість розробки макета: 800 грн.

Ефективність даної розробленої друкованої рекламної продукції слід відстежити за економічними та комунікаційними показниками:

1. Комунікативний тест.
2. Кількість звернень до ТОВ «Анекс Тур».
3. Збільшення обсягів продажів екстремального туру.

Ще одним, не менш ефективним, засобом просування екстремального туризму може виступати передача усної інформації. Це радіо-неформальні форми і способи передачі усної інформації про товар від споживача до споживача.

Поширення чуток є дуже старим радіо-методом. Однак в вітчизняному маркетингу це стало широко застосовуватися не так давно, рівно з того моменту, як споживче ставлення до традиційної реклами стало неухильно зміщуватися в область скепсису.

Для розробки рекламної стратегії в Інтернет слід визначити її мету. Цілями інтернет-реклами ТОВ «Анекс Тур» є:

- залучення нових клієнтів;
- інформування клієнтів про акції, що проводяться турагенством та нові види послуг.

Для забезпечення цих цілей буде використовуватися контекстна реклама в пошукових системах, реклама в соціальних мережах, рекламні блоки на сайтах про розваги. Контекстна реклама буде виводитися при певному запиті користувача, наприклад «екстремальний туризм» або «екстремальні види

спорту». Оплата нараховується за кожен перехід по посиланням, тобто оплачується безпосередньо кількість переглядів потенційними відвідувачами.

При розміщенні контекстної реклами в Google для визначення витрат призначається денний бюджет. Рекламодавець сам визначає розмір бюджету і може змінити його в будь-який момент. Якщо бюджет закінчується протягом дня, показ оголошень сповільнюється або повністю зупиняється до наступної доби.

Оптимальна кількість переглядів день для ТОВ «Анекс Тур» дорівнює 50. Якщо призначити ціну за один клік в 3 грн., то денний бюджет складе 150 грн. У підсумку в місяць на контекстну рекламу буде витрачено 4500 грн.

Реклама в соціальних мережах включає в себе створення спільноти ресторану, розміщення таргетованої реклами, рекламні повідомлення в різноманітних спільнотах. Для такої реклами будуть використовуватися дві найбільш популярні соціальні мережі – Instagram та Facebook.

Створення спільноти не вимагає грошових витрат. Спільнота являє собою аналог головного сайту компанії, але в межах соціальної мережі. Представник ТОВ «Анекс Тур» повинен наповнити співтовариство інформацією (текстової, фото, відео) і постаратися запросити найбільше число учасників. Рекламні повідомлення в спільнотах розміщуються з розміщення їх адміністраторів. Оплата призначається за домовленістю з адміністраторами і можливе безкоштовне розміщення реклами.

Найбільш важливий пункт – це таргетована реклама. Таргетинг – це надточне націлювання оголошень. Таргетована реклама - це реклама, що показується користувачам, яких вона з найбільшою ймовірністю може зацікавити. Серед можливих параметрів - як звичайні географічні та демографічні, так і більш вузькі критерії (освіта, посади, інтереси користувачів і багато іншого).

Існує два способи оплати такої реклами - за покази і за переходи. Оголошення за покази привабливі за рахунок збільшеного розміру картинок — 90x120 пікселів. Текст опису в оголошеннях з оплатою за покази не

відображається. Оплата здійснюється за покази, виходячи з обраної рекламодавцем вартості 1 тис. показів. Частота показів такого оголошення залежить від обраної вартості 1000 показів.

Ціна 1000 показів з найбільшою частотою – 3 гривні. У день варто обмежитися 2000 показів, отже щоденна плата становитиме 6 гривень. Виходячи з цього щомісячна сума для однієї соціальної мережі становить 180 гривень. Так як таргетована реклама буде розміщуватися в двох соціальних мережах, то витрати для компанії будуть становити 360 грн.

Образи і символи часто надають більш сильне мотиваційний вплив і дають більш потужний поштовх до покупки, ніж «розумні» аргументи. У сучасному світі все більше покупок відбувається не в силу життєвої необхідності, і вони спрямовані не на задоволення «реальних» потреб, а потреб інших, психологічних.

Така стратегія як «імідж бренду» передбачає перетворення предметів реклами в символи певного соціального чи психологічного типу людей, створення стійкого зв'язку рекламованого бренду з яскравим образом людини (з його способом життя, поведінкою, з його оточенням і колом спілкування тощо), який повинен бути привабливим для потенційного споживача, відповідати його уявленням про себе або про те, ким він хотів би бути. Продаючи разом з рекламованим продуктом і бажаним іміжем, реклама допомагає споживачеві За допомогою товару підкреслити свою індивідуальність і приналежність до певного соціального або психологічного типу.

Іншою ефективною стратегією для створення реклами продукту, при якій провідними виявляються ірраціональні мотиви, є резонанс. У таких рекламних повідомленнях обіграються актуальні проблеми суспільної, політичної, економічної або культурної життя країни в даний момент. Резонанс можуть викликати і вічні теми, і неминущі загальнолюдські цінності.

Даний тип реклами ставить собі за мету надати продукту психологічно значимий сенс, пов'язавши його з якимись важливими для індивіда ціннісними

поняттями або хвилюючими його ідеями (а не з певним соціальним або психологічним чином, як в іміджевій стратегії).

Афективна стратегія розраховує викликати емоційну причетність у реципієнта. За допомогою гумору, несподіваних сюжетних ходів, гри слів і образів і т. п. даний тип реклами теж прагне перенести приємні почуття, що виникли від контакту з рекламним повідомленням на рекламований продукт. Але вона, на відміну від попередніх двох типів, не прагне надати продукту якусь соціальну або психологічну значимість, долучити споживача до нікому стилю життя або ціннісної позиції, а просто намагається доставити йому задоволення, розсмішити його, підбадьорити, справити на нього враження будь-яким чином.

При створенні друкованої рекламної продукції доцільно буде користуватися стратегією «імідж марки», щоб показати цільовій аудиторії емоції від екстремального туризму, тим самим привернути увагу і збільшити потребу в пропонованій послугі.

Дані цілі є актуальними не тільки для туристичного оператора «Анекс Тур» але і для інших фірм надають послуги туризму. На сьогоднішній день серед потенційних клієнтів поширена думка про те, що екстремальний туризм – це «модно».

Даний стереотип з'явився через спорт, правильного харчування, що в свою чергу позитивно позначається на просуванні послуги екстремального туризму.

Іншою метою, є інформування цільової аудиторії про екстремальний туризм та спорт в цілому. Завдяки цьому, підвищитися впізнаваність туристичного оператора «Анекс Тур», обізнані про цей вид послуг і можливо стануть потенційними клієнтами. Важливо, щоб інформування за допомогою рекламних засобів про цю діяльність була добре розроблена і мала одну ідею.

Також в компанії існують проблеми безпосередньо з організацією екстремального туризму. Таким чином, стає доцільним обговорення деяких ключових моментів в організації даного виду послуг:

1. Вимоги до організації екстремального туризму.

Незважаючи на те що вітчизняне законодавство не розкриває зміст поняття «екстремальний туризм», проте слід враховувати положення цілого ряду нормативних правових актів, які визначають вимоги до організації екстремального туризму.

Стосовно до організації екстремального туризму туроператор повинен враховувати ту обставину, що в більшості випадків маршрути такого туризму проходять у важкодоступних, малонаселених місцях. У цих умовах першорядне значення має забезпечення туристів досвідченими супроводжуючими, здатними при необхідності надати першу медичну допомогу, а також засобами зв'язку, що дозволяють при необхідності прийти на допомогу до терплять лихо туристам. Туроператори, турагенти, організації, що здійснюють екскурсійне обслуговування, зобов'язані користуватися послугами інструкторів-провідників, якщо організовані ними подорожі пов'язані з проходженням туристами (екскурсантами) маршрутів, що становлять підвищену небезпеку для життя і здоров'я туристів.

2. Безпека туристів під час екстремального туризму.

При організації таких турів потрібно враховувати існування цілого ряду шкідливих факторів (факторів ризику), які стосовно до екстремального туризму проявляються значно яскравіше, ніж в інших видах туризму.

Щоб мінімізувати фактор впливу навколишнього середовища, потрібно вибирати для туризму сприятливу пору року і доби; раціонально проектувати траси туристського маршруту; враховувати погодні особливості району; забезпечувати відповідну екіпіровку туристів.

Для попередження біологічних факторів потрібно інформувати туристів про небезпечні тварин, риби, плазунів, рослини, ареали поширення яких збігаються з туристським маршрутом, про те, як уникнути небажаних контактів і які екстрені заходи слід вжити в разі отримання травми (контакту).

Для виключення або зниження впливу психофізіологічних факторів ризику, до яких відносяться фізичні і нервово-психічні перевантаження, потрібно раціонально побудувати програми обслуговування туристів, графіки

переміщення по маршруту, що передбачають достатні умови для нормальної життєдіяльності людини (сну, прийому їжі, задоволення санітарних і побутових потреб).

Для мінімізації впливу небезпечних випромінювань потрібно інформувати туристів про вплив ультрафіолетового випромінювання на людину; використовувати засоби індивідуального захисту (захисні маски, креми, одяг). Необхідно враховувати дію даного фактора ризику при плануванні графіка руху по маршруту (по відкритих, незатінених ділянках маршруту в гірських, водних, лижних та інших походах).

3. Інформування туристів про особливості екстремального туру.

Обов'язок по інформуванню туристів про те, що являє собою Екстремальний туризм, а також про супроводжуючих його ризики в рівній мірі відноситься і до туроператорів, і до турагентів. Саме тут дуже важливо максимально детально розкрити потенційному туристу зміст того чи іншого екстремального туру, обумовити можливі ризики, а також протипоказання. Не секрет, що багато видів екстремального туризму неприпустимі для людей, що мають ті чи інші проблеми зі здоров'ям.

При цьому інформування повинно включати в себе кілька етапів: попереднє, до моменту прийняття потенційним туристом рішення про придбання конкретного туристського продукту, і подальше, в процесі надання туристських послуг.

Саме на стадії попереднього інформування важливо детально обумовити програму того чи іншого екстремального подорожі, передбачити можливі ризики в процесі його здійснення, обов'язки потенційного туриста (наприклад, необхідність зробити профілактичну вакцинацію за певний період часу до подорожі), перелік медичних протипоказань.

При укладенні відповідного договору дуже важливо зафіксувати факт докладного ознайомлення тепер уже туриста з усією попередньо наданою йому інформацією.

Що ж стосується подальшого інформування, то воно буде обумовлено специфікою конкретного туру і включати більшою мірою технічні моменти, обумовлені, наприклад, місцем проходження певного маршруту подорожі. Однак і в даному виді інформування також важливо фіксувати факт отримання туристами відповідної інформації.

У 2020 р індустрія туризму зіткнулася з серйозним викликом у своєму розвитку – важкою кризою, пов'язаною зі стрімким поширенням нового виду коронавірусу (COVID-19) по всій планеті.

Варто зауважити, що людство не в перший раз стикається з пандемією, при цьому раніше арсенал засобів для боротьби з вірусами був набагато менше. Принциповою відмінністю поточної пандемії є одночасне виникнення так званої «неінфекційної пандемії» («пандемії страху»), пов'язаної зі стрімким розвитком інформаційних технологій і миттєвим поширенням інформації в сучасному світі.

Ситуація, що склалася, справила істотний вплив на всі сфери світового господарства, але найсильніше була порушена сфера культури, розваг і туризму.

Таким чином, в сучасних умовах для вітчизняних туроператорів стає доцільним змінення напрямків для подорожей. Так, для ТОВ «Анекс Тур» можливі наступні варіанти екстремального туризму по Україні:

Одним з нових видів екстремального відпочинку для України є військові тури. Більш того, послуги, що надаються компаніями, що спеціалізуються на військових турах, дуже різні. Наприклад, у Клубі активного відпочинку «сильний дощ» (Сколе, Львівська обл.) майже за 3,5 тис. грн. пропонують любителям "військових ігор" пожити тиждень в умовах, наближених до дійсної служби в армії з вивченням Статуту та стройовою підготовкою.

Не менш екстремальним видом туризму, який набирає популярність в Україні, є поїздки на занедбані промислові об'єкти і в Чорнобильську зону. Хто б міг подумати, що через чверть століття після Чорнобильської аварії, що сколихнула весь світ, туристи будуть шикуватися в чергу, щоб потрапити туди. Причому зона відчуження приваблює не тільки українців, а й жителів західних країн і країн ближнього зарубіжжя. А попит, як відомо, створює пропозицію. В

Україні працюють десятки компаній, які возять туристів до Чорнобиля. Але кількість компаній, які надають свій продукт, а не є посередниками, невелика - до десяти. Наприклад, всі наші маршрути є унікальними розробками, так як ми самостійно продумуємо теми і сценарії поїздок.

Туристичний потенціал тридцятикілометрової зони ще не повністю використаний. Незважаючи на те, що Чорнобиль асоціюється у людей насамперед з радіаційною трагедією, він вже давно став візитною карткою України. У всьому світі знають, що сталася катастрофа, яка певною мірою змінила долю не тільки нашої країни, але і всієї планети. Тому туристи їдуть туди як в історично значуще місце, і людей також цікавить радіаційна специфіка, що відбувається з цим місцем після аварії."

Унікальність Чорнобиля полягає, перш за все, в поєднанні технічних пам'яток і красивої природи: "фактично там утворився природний заповідник без промислового і транспортного загазованості. У нас навіть є проект з перетворення Чорнобильської зони на меморіально-культурний природний національний парк.

Але для цього необхідна підтримка влади в розробці маршрутів і створенні відповідної інфраструктури. Це той продукт, який дає можливість продавати, піднімаючи туристичний імідж країни. Настав час змінити фокус у поданні Чорнобиля людям як всередині країни, так і в зовнішньому світі.

Звичайно, навіть зараз організувати туристичну поїздку в Чорнобиль набагато складніше, ніж провести екскурсію в будь-яке інше місто або регіон України. Зокрема, необхідно отримати багато дозволів для групи, так як це все ще місце обмеженого допуску і пересування.

Вам потрібно зібрати дані від всієї групи і подати їх вчасно-не менше ніж за 10 днів до дати вильоту. Чорнобильінтерінформ приймає делегації та туристичні групи, і вони уповноважені видавати дозволи на поїздки. Серед тих видів екстремального туризму, що представляє ТОВ «Анекс Тур» в інших країнах, деякі можна надавати і в Україні. Так, для прихильників водного туризму можна надавати наступні послуги для рафтингу:

Новачкам краще запропонувати для рафтингу Південний Буг, сплави по якому включають Мигейські пороги - цікава ділянка цієї річки. Сподобаються любителям водного туризму і сплави по Дністру, під час яких можна насолодитися дикою красою Дністровського каньйону.

Для більш досвідчених туристів актуальні сплави по Десні, Тетереву або Случі. А Екстремальний рафтинг доцільно пропонувати в Карпатах – на річках Дністер, Прут і Черемош.

Для прихильників повітряних видів екстремального туризму можна запропонувати стрибки з парашутом, парапланеризм, дельтапланеризм. Стрибками з парашутом можна урізноманітнити свій відпочинок в Києві.

В околицях столиці України є село Петропавлівська Борщагівка, де розташований аеродром «Чайка». Тут можна зробити стрибки з парашутом під керівництвом досвідчених інструкторів.

Асоціацією «Пара-СКУФ» проводяться стрибки на аеродромі «Бородянка», розташованому в сорока кілометрах від Києва. А в Чернігові, розташованому в сімдесяти кілометрах від Києва, можна скористатися послугами Чернігівського авіаційно-спортивного клубу.

Оскільки в сучасних реаліях закритих кордонів доцільно розвивати екстремальний туризм в Україні, та, як видно з досліджень, що були проведені, Україна має потужну базу для розвитку цього виду туризму, доцільно розробити екстремальний тур по Україні.

Для створення екстремального туру дуже потужну матеріально-технічну базу має місто Кам'янець-Подільський. Біля міста є декілька печер, у яких доцільно розвивати спелеотуризм. Серед них – печера «Атлантида» – карстова печера, поблизу села Завалля. Це єдина в Україні триярусна горизонтальна печера, з площею 3120 м² та завдовжки 2400 м. Стіни гроту вкриті масою різноманітних різнокольорових гіпсових кристалів та інших утворень.

Також серед любителів скелелазіння дуже популярним є Смотрицький каньйон схили котрого сягають 50 метрів. Через каньйон збудовано міст Стрімка

лань, який, окрім прямого застосування використовується також для роупджампінгу. Через каньон також можна переправитися на троллеї.

Екстремальний тур «Перезавантаження» до міста Кам'янець-Подільського розрахований на повнолітніх осіб із середнім та високим рівнем доходу та гарним рівнем фізичної підготовки, віком від 18 до 45 років. Група – 10 осіб. Технологічна карта туристської подорожі наведена у додатку 3.

Пунктом відправлення є місто Київ. Вид транспорту, що використовується під час подорожі- автобус. Програму екстремального туру наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Програма екстремального туру «Перезавантаження» на 5 днів/4 ночі

Термін	Зміст
1 день	Вийзд з Києва до Кам'янець-Подільського автобусом Зупинка в готелі «Тарас Бульба» Поселення. Обід Катання на БРДМ Повернення в готель Вечеря. Вільний час
2 день	Сніданок у готелі Політ на парашути Обід в кафе «Сьоме небо» Політ на повітряній кулі на заході сонця Повернення у готель Вечеря. Вільний час
3 день	Сніданок у готелі. Прибуття до Смотрицького каньйону. Вільний час для фотографування, огляду каньйону. Роуп-джампінг (за бажанням, міст «Стрімка Лань») Переправа через Смотрицький каньйон Скелелазіння в Смотрицькому каньйоні Обід в кафе «На Зарванській» Повернення до готелю Екскурсія до Кам'янець-Подільського замку за програмою «Середньовічна казка» - за бажанням Вечеря. Вільний час

Продовження Таблиці 3.1.

	Повернення до готелю. Вільний час. Вечірній збір у альтанці, шашлик та пісні під гітару
5 день	Сніданок в готелі Сплав по річці Збруч Повернення до готелю. Обід Виїзд до Києва

Джерело: створено автором

У вартість туру включено:

- трансфер: Київ – Кам'янець-Подільський - Київ, а також трансфер по маршруту;
- проживання - зазначений період у номерах обраної категорії;
- харчування у готелі (сніданки, шашлик на 4й день);
- оренда спорядження;
- страховий поліс.

Екскурсія та вхідні квитки:

- катання на БРДМ;
- політ на парашлані;
- політ на повітряній кулі на заході сонця;
- переправа через Смотрицький каньйон;
- скелелазіння в Смотрицькому каньйоні;
- екстремальний маршрут по печері "Атлантида" або Детальний маршрут по печері "Атлантида" протяжністю 4 години;
- сплав по річці Збруч

Додатково оплачуються:

- харчування в кафе
- роуп-джампінг
- екскурсія до старого замку «Середньовічна казка»

Детальний опис туру:

Трансфер здійснюються комфортабельним мікроавтобусом 181 Mercedes Sprinter чорний вір на 12 місць з комфортабельним шкіряним салоном та кондиціонером.

Розміщення готельно-ресторанному комплексі “Тарас Бульба”, що складається з 2-х корпусів та ресторану. Розміщення в двомісних номерах категорії «Покращений Стандарт». У номері є двоспальне ліжко і розкладний диван (у мансарді стіни обшиті деревом) , кабельне ТБ, інтернет, стіл, шафа для одягу, душова кабіна, дзеркало, банні та туалетні приналежності, набір міні-парфумерії, електрочайник, холодильник, кондиціонер, фен, щітка для взуття тощо.

Також у готельному комплексі пропонуються додаткові послуги:

- Сплави на байдарках по р. Дністер;
- Прогулянки на кораблі по р. Дністер (до 35 осіб) від 1 години;
- Прокат водних велосипедів (катамаран);
- Власний пляж;
- Спа-центр з великим бесейном;
- Хамам;
- Сауна;
- Баня;
- Чани з цілющими травами;

Детальний опис туру.

День 1:

7:00 зустріч біля метро Житомирська, знайомство.

Трансфер до міста Кам'янець-Подільський (орієнтовний час в дорозі – 6-7 годин).

Прибуття до готелю, поселення та обід у готелі.

Катання на БРДМ - це поїздка на бойовій машині, яка знаходиться на озброєнні розвідувальних підрозділів більш ніж 50 країн світу. Це не просто

машина –БРДМ може долати водні перешкоди, добиратися практично в будь-які місця, де позашляховик не зможе пробратися і вміщує максимально 14 осіб.

День 2:

Політ на парашлані

Програма польоту:

- прибуття на місце проведення польоту;
- знайомство з інструктором;
- інструктаж перед польотом;
- політ на парашлані в тандемі з інструктором тривалістю 5-10 хвилин в залежності від вітру;
- посадка на землю.

Обід в кафе «Сьоме небо» з атмосферою повітроплавання – кафе зроблено у стилі повітряної кулі.

Політ на повітряній кулі на заході сонця.

Програма польоту:

- Прибуття на місце старту;
- Розміщення пасажирів в кошику та інструктаж з поведінки в польоті та приземленні;
- Політ тривалістю 60 хвилин;
- Приземлення;
- Посвята у повітроплавці (за окремим сценарієм);
- Похід до сувенірної крамнички.

День 3:

Поїздка до Смотрицького каньйону. Вільний час для фотографування, огляду каньйону. За бажанням - роуп-джампинг - стрибок з моста «Стрімка лань» висотою 54 метра в каньйон річки Смотрич з подальшим польотом і безпечною зупинкою.

Переправа через Смотрицький каньйон – спуск по натягнутому тросі, по якому надійно пристебнутий турист здійснює "переїзд" на протилежний берег річки на висоті 50 метрів, довжина шляху 200 метрів.

Скелелазіння в Смотрицькому каньйоні – скелелазіння під керівництвом досвідчених інструкторів.

За бажанням - екскурсія до Кам'янець-Подільського замку за програмою «Середньовічна казка». Гостей проведуть по коридорах фортеці, покажуть його найпотаємніші куточки і розкажуть цікаві факти з його історії. А нічне підсвічування замку по-справжньому здивує і створить атмосферу романтичної середньовічної казки.

День 4:

Спелеотур до печери «Атлантида». Туристам буде запропоновано два варіанти відвідування печери:

Детальний маршрут по печері "Атлантида".

Маршрут включає в себе більш детальне ознайомлення з печерою і наповнений складними елементами проходження. Пересування по підземному маршруту буде ускладнено різноманітністю форм рельєфу: колодязі, завали, вузькі щілини. На шляху зустрічаються різноманітні форми кристалів. Буде надано можливість самотійного орієнтуватися в одному з районів печери. Захоплюючі розповіді та історії спелеологів будуть підтримувати екстремальне настрої протягом усього шляху. Буде розказано легенди про загадкові духів печери - Чорного та Білого спелеологів.

Екстремальний маршрут по печері "Атлантида".

На цьому маршруті супутниками туриста стануть: витривалість, хороша фізична підготовка, холонокровність та взаємодопомогу. Маршрут пройде по унікальним важкодоступних місцях печери.

Туристи побувають на «13-ій Магістралі», на «Ліжку», «300 Метрів Радості», в залі «Казка» і спробують подолати одне з найскладніших перешкод печери - «Розпір».

Ввечері на туристів чекає смачний шашлик в готельній альтанці та пісні під гітару.

День 5:

В останній день на туристів чекає захоплюючий сплав по річці Збруч. Для участі не потрібно досвіду і спецпідготовки. Сплав стане незабутнім доповненням до всіх екстремальних розваг.

Маршрут проходить по території Національного природного парку «Подільські Товтри», серед мальовничого Збруцького каньйону з численними історико-архітектурними пам'ятками - замками, костелами, церквами. Стрімка течія, нескладні перекати, скелі, водоспади роблять тур по-справжньому яскравим.

Виїзд до Києва.

Такий тур буде надзвичайно цікавим любителям екстриму, адже охоплює надзвичайно різноманітні види екстремальної діяльності.

3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів щодо організації екстремального туризму на базі туристичного підприємства ТОВ «Анекс Тур»

Кожен туристичний оператор, не залежно від його послуг, що надаються, прагне до збільшення потенційних клієнтів, що в свою чергу допомогло б справлятися з багатьма завданнями: підвищення рейтингу, збільшення прибутку, розширення офісів.

Хороша рекламна продукція і висока впізнаваність туристичних фірм сприяють залученню нових клієнтів. Для компанії в цілому на даний час стає все більш актуальним розширення клієнтської бази за рахунок людей, що віддають перевагу саме екстремальному виду відпочинку.

Екстремальний туризм є джерелом численних потоків туристів, що в свою чергу є для регіону як фінансовою вигодою, так і елементом престижу. Для розвитку екстремального туризму необхідно створення спеціальних умов-це будівлі, обладнання, спорядження, різні підготовлені заходи, а також інформування потенційних споживачів. За допомогою реклами.

Рішення зосередити свою увагу на розвитку екстремального туризму компанія обґрунтовує посиленнями на економічні показники, що свідчать про підвищений попит на такі послуги, а також на відсутність в Україні справжніх фахівців у цій галузі. Співробітники компанії сподіваються, що їх досвід і ентузіазм надихнуть клієнтів на регулярні заняття екстремальними видами туризму.

Виходячи з поставлених цілей просування, можна виділити наступні завдання:

1. Розробка рекламних засобів спрямованих на просування екстремального туризму ТОВ «Анекс Тур».

2. Встановити контакт з цільовою аудиторією.

В попередньому підрозділі було проведено розробку запропонованих заходів щодо підвищення попиту на послуги ТОВ «Анекс Тур» в цілому, а також екстремального туризму. Таким чином, стає доцільним провести розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів та витрат на їх реалізацію. Детальний кошторис представлено в таблиці 3.1. «Кошторис запропонованих заходів».

Таблиця 3.2.

Кошторис запропонованих заходів

Засоби підвищення збуту	Витрати
1. Турконверти	15000
2. Візитки	700
3. Листок мандрівника (планувальник)	4550
4. Контекстна реклама	4500
5. Реклама в соціальних мережах	Безкоштовно
6. Таргетова реклама	360
Всього витрат	25110

Таким чином, загальна сума витрат на просування такого виду послуг, як екстремальний туризм складатиме 25110 грн. Розрахуємо економічний ефект від даних послуг.

В результаті застосування запропонованих рекомендацій очікується збільшення кількості клієнтів, а відповідно і виручки в середньому на 30% протягом 2021 року.

Також у розділі 3.2. було запропоновано екстремальний тур до міста Кам'янець-Подільського. Для того, аби зрозуміти, чи буде такий тур рентабельним та вигідним для туроператора варто зробити розрахунок для цього екстремального туру. Розрахунок наведено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

Калькуляція вартості екстремального туру до міста Кам'янець-Подільський

Показники	Фактично, грн.
Розміщення у готельно-ресторанному комплексі «Тарас Бульба» у 2-х місних номерах категорії «Покращений Стандарт»	16500
Трансфер Київ – Кам'янець-Подільський – Київ, трансфер по маршруту (приблизно 950 км)	9500
Сніданки у готелі	4000
Катання на БРДМ	4000
Політ на парашлані	16000
Політ на повітряній кулі на заході сонця	35000
Переправа через Смотрицький каньйон	1500
Скелелазіння в Смотрицькому каньйоні	4000
Екстремальний маршрут по печері "Атлантида" або Детальний маршрут по печері "Атлантида" протяжністю 4 години (на вибір)	3000
Шашлик на 4й день туру	5000
Сплав по річці Збруч	2500
Послуги водія та гіда	15000
Винагорода туропреатора (30%)	34800
Разом	150800
Собівартість	116000
Прибуток до оподаткування	34800
Податок на прибуток, 18%	6264
Чистий прибуток	28536
Маржинальний дохід туроператора	34800

На основі запропонованої калькуляції вартість екстремального туру до міста Кам'янець-Подільський на 5 днів для 1 особи при двомісному розміщенні становитиме 15080 грн. без урахування послуг, що оплачуються додатково (екскурсії, роуп-джампінг, харчування, особисті витрати).

З розрахунків добре видно, що тур є надзвичайно рентабельним, тому є доцільним його запровадження.

Для того, аби оцінити, чи доцільним є створення такого туру доцільно скласти прогнозний план реалізації турів «Перезавантаження» на 2021 рік. Такий прогноз наведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

Прогнозний план реалізації турів «Перезавантаження» на 2021 рік

Період	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів
Січень	0	
Лютий	0	
Березень	0	
Квітень	2	19.04-24.04; 25.04-30.04
Травень	3	02.05-07.05; 10.05-15.05; 20.05-25.05
Червень	3	02.06-07.06; 10.06-15.06; 20.06-25.06
Липень	3	02.07-07.07; 10.07-15.07; 20.07-25.07
Серпень	3	02.08-07.08; 10.08-15.08; 20.08-25.08
Вересень	3	02.09-07.09; 10.09-15.09; 20.09-25.09
Жовтень	1	01.10-06.10
Листопад	0	
Грудень	0	

На підставі проведених розрахунків можна визначити фінансові результати діяльності туристичної фірми від організації туру, які подано таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

Фінансові результати від продажів туру

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	2 714 400
Чистий дохід від надання послуг	2 225 808
Собівартість послуг	2 008 000
Валовий прибуток	217 808
Податок на прибуток (18%)	39 385
Чистий прибуток	179 442

Варто також провести оцінку ефективності даного туру за допомогою розрахунків таких показників як чиста рентабельність продажів і чиста рентабельність витрат туристичного продукту.

Чиста рентабельність продажів:

$$\text{ЧР}_\text{п} = \frac{179442}{2225808} \times 100\% = 8\%$$

Також доцільно розрахувати чисту рентабельність витрат:

$$\text{ЧР}_\text{в} = \frac{179442}{2008000} \times 100\% = 8,9\%$$

Аналізуючи показники рентабельності, можна зробити висновок, що тур є економічно вигідним.

Отже, при застосуванні запропонованих заходів компанія зможе не тільки збільшити кількість клієнтів, а й не вийти в збитки в умовах сучасної пандемії. Згідно з опитуваннями в 2020 році близько 40% українців планували подорожі по країні та близько 43% залишалися в своєму населеному пункті. З цих цифр видно, що доцільніше буде на певний час зосередити свою увагу на організації подорожей по країні. При цьому, якісний розвиток даної сфери послуг підвищить туристичну репутацію України як серед українців, так і серед іноземців.

Висновки до розділу 3

Екстремальний туризм - це емоційно яскрава форма відпочинку, яка сприяє зміцненню здоров'я і різнобічному вихованню людини. В даний час екстремальний туризм однаково популярний як серед молоді, так і серед досвідчених туристів або спортсменів.

Екстремальний туризм - це своєрідний вид відпочинку. Він пов'язаний з відвідуванням незвичайних місць: водоспадів, вулканів, островів, місць катастроф і т. п.

Заняттям діяльністю пов'язаної з екзотикою, наприклад: сплави по гірських річках (рафтинг), поїздка в цілях полювання, спостереження за тваринами (сафарі).

В розділі було проведено аналіз обізнаності цільової аудиторії про екстремальний туризм туристичного оператора «Анекс Тур», провівши опитування. За результатами опитування можна зробити висновок про те, що в цілому опитані знають про існування екстремальних турів, але дуже погано.

Більшість позитивно ставляться до цього виду послуг і хотіли б спробувати. Проте, досить великий відсоток опитаних не бажають спробувати екстремальний туризм. Можливо, це пов'язано зі стереотипами про погану безпеку це виду туризму, психологією виховання і майже не опрацьованою рекламою.

Також було проаналізовано використовувані рекламні канали туристичного оператора «Анекс Тур» та було отримано висновок, що вони різноманітні, але жоден з них не розроблений в повну силу. Друкований реклама вимагає ряд змін, для залучення нових клієнтів і просування нової послуги-екстремальний туризм.

Була розроблена і описана друкована реклама у вигляді листівки та афіші, які спрямовані на просування екстремального туризму туристичного оператора «Анекс Тур».

Дані рекламні матеріали були розроблені з урахуванням специфіки і всіх особливостей туристичного оператора «Анекс Тур». Ураховані особливості цільової аудиторії та фінансові можливостей туристичного оператора «Анекс Тур». Дані розробки можна застосовувати в реальній життя для просування товару або послуг. За допомогою друкованої реклами.

У 2020 р індустрія туризму зіткнулася з серйозним викликом у своєму розвитку – важкою кризою, пов'язаною зі стрімким поширенням нового виду коронавірусу (COVID-19) по всій планеті.

Варто зауважити, що людство не в перший раз стикається з пандемією, при цьому раніше арсенал засобів для боротьби з вірусами був набагато менше. Принциповою відмінністю поточної пандемії є одночасне виникнення так званої «неінфекційної пандемії» («пандемії страху»), пов'язаної зі стрімким розвитком інформаційних технологій і миттєвим поширенням інформації в сучасному світі.

Ситуація, що склалася, справила істотний вплив на всі сфери світового господарства, але найсильніше була порушена сфера культури, розваг і туризму. Таким чином, в сучасних умовах для вітчизняних турагенств стає доцільним змінення напрямків для подорожей.

Запропоновано розробити екстремальний тур до міста Кам'янець-Подільський, розраховано його собівартість та рентабельність.

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

4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві ТОВ «Анекс Тур».

Автоматизація управління туристичними підприємствами дуже спрощує та прискорює здійснення деяких бізнес-процесів чим дозволяє зменшити витрати часу на операції, що часто повторюються.

Для забезпечення ефективності туристичного обслуговування необхідна необхідність автоматизації управління, адже туристичні підприємства реалізують продукти, складовими яких є послуги.

Наявність інформаційних туристичних порталів та каталогів дає можливість отримати оперативну інформацію відносно будь-якого туристичного підприємства, напрямів його діяльності та іншу туристичну інформацію. Веб-сайти туристичних організацій та органів виконавчої влади дають можливість отримати офіційну інформацію, веб-сайти туристичних видань – ознайомлюють з останніми новинами та тенденціями розвитку ринку туристичних послуг.

Діяльність в туристичній індустрії відрізняється за специфікою від інших сфер підприємницької діяльності, а отже відрізняються й прийоми автоматизації.

На рисунку 4.1 «Технічне забезпечення підприємства» представлене технічне забезпечення туристичного підприємства «Анекс Тур».

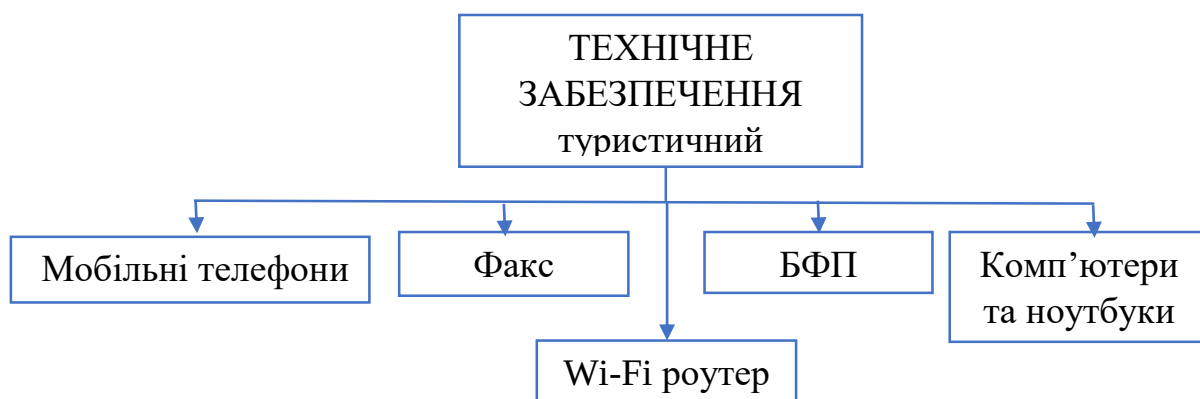


Рис. 4.1 Технічне забезпечення підприємства

Аналізуючи дані, представлені на рисунку 4.1, можна зробити висновок, що на підприємстві «Анекс Тур» технічне забезпечення є досить потужним.

Серед технічного забезпечення на підприємстві є:

1. Мобільні телефони та корпоративний мобільний зв'язок. На мобільних телефонах налаштовані соціальні мережі – Telegram та Viber;
2. Факс Panasonic KX-FT 982 UA-B Black, – (044)-591-19-84, використовується підприємством у своїй господарській діяльності для взаємодії із підприємствами-контрагентами;
3. Багатофункціональні лазерні пристрої, – офісні пристрої Canon I-SENSYS LBP113w. Даний пристрій включає функції ксерокса, сканера та принтеру, – та використовуються у діяльності бухгалтера туристичного підприємства для укладення договорів із підприємствами-контрагентами, ведення податкової, бухгалтерської та статистичної звітності, а також у діяльності всіх менеджерів підприємства «Анекс Тур» для укладення договорів про надання туристичних послуг;
4. Комп'ютери та ноутбуки - офісне обладнання, яке використовується для здійснення господарської діяльності підприємства туризму.
5. Wi-Fi роутер, – використовується на підприємстві для забезпечення доступу до Інтернет- мережі та для можливості резервувати готелі для туристів та здійснювати бронювання квитків.

В роботі ТОВ «Анекс Тур» використовується програмний комплекс «САМО-Тур» (пакет STANDARD) – для автоматизації туристичний операторської діяльності. Програма «САМО-Тур» призначена для туристичних операторів, та містить різні онлайн-модулі [41].

За допомогою цього програмного комплексу можна:

- здійснювати оцінку фактичного стану підприємства;
- прогнозувати і моделювати управлінські рішення;
- створювати власний масовий або індивідуальний туристичний продукт;
- здійснювати онлайн-продаж своїх послуг;
- координувати роботу і погоджувати взаємодію з турагентствами;
- містить модулі бухгалтерського обліку та аналітики, сумісними з «1С:».

Розробником програми «САМО-Тур» є компанія «САМО-Софт», котру було засновано в 1991 році, та яка має спеціалізацію - розробка програмного забезпечення для автоматизації підприємств туристичної галузі.

САМО-Софт сьогодні – це [41]:

- величезний досвід;
- високий професіоналізм;
- згуртована команда;
- гідна репутація;
- ефективні бізнес-технології;
- корпоративні традиції;
- відкритість;
- взаєморозуміння;
- довірче співробітництво з партнерами;
- амбітний менеджмент;
- прагнення до самовдосконалення;
- бізнес з широкою продуктовою лінійкою для всіх учасників туристичного ринку;
- партнери;

- клієнти;
- дилерська мережа;
- велика кількість підприємств представництв.

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

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

Програма має наступні основні розділи:

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

Розділ «Тури» дає можливість самостійно створювати тури, комплектуючи відповідні дані з «Довідників». Так само є змога вносити в базу даних вже готові програми від інших туристичних операторів.

«Майстер» - це алгоритм дій, який необхідно виконати для вирішення того чи іншого завдання в рамках програми.

Всі дії, які виконує користувач щодо введення наступних даних: характеристика готелю, характеристика рейсу, завдання блоків для номерів і місць на рейсі, оформлення заявки, створення звітів - покроково і послідовно відстежуються програмою, що виключає пробіли при введенні інформації

Довідники. Дані в програмі «САМО-Тур» надаються у вигляді довідників. Кожен з яких являє собою таблицю з інформацією, котра поділена по колонках. Неактуальна, стара інформація виділяється сірим кольором, дані, на які слід звернути увагу - підсвічено червоним кольором.

Окрім того, програма «САМО-Тур» має довідники клієнтів, готелів, перевізників, партнерів тощо.

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

Опис готелю включає в себе:

- сервіс в готелі;
- розташування;
- наявність додаткового обладнання;
- варіанти харчування.

До опису може бути додано документи наступних форматів: MS Word, MS Excel, та картинками. Це дозволяє зробити опис повнішим та забезпечити його відповідними ілюстраціями.

Також є можливість обирати яким чином буде встановлено ціну продажу:

- пряма ціна продажу;
- розрахунок на підставі комісії туристичного оператора.

Довідник «РЕЙСИ». У довіднику «РЕЙСИ» є два блоки: блок з описами місць рейсу за класами (економ, бізнес, перший тощо). У кожному класі можуть бути кілька варіантів розміщення пасажирів. У другому блоці вказані ціни, котрі відповідають варіанту розміщення в даному класі. Також є можливість об'єднати рейси за принципом «туди-назад».

Довідник «ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ». У довіднику «ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ» при виборі міста, де буде надаватися послуга, можна обрати «Партнера», котрий буде надавати послугу й самі додаткові послуги, такі як:

- трансфер;
- екскурсія;

- додаткові заходи;
- ціни на дані послуги.

Довідник «СТРАХОВКИ». У довіднику «Страховки» подано інформацію щодо страхування туристів цінами на страхові поліси. При вказуванні ціни страховки за 1 день, програма самостійно вираховує суму страховки за кількістю днів.

Довідник «ВІЗИ». У довіднику «ВІЗИ» є два блоки: блок з даними «Візові країни». У даному блоці необхідно обрати партнера, що видає візу, тип візи та термін її дії. У другому блоці вказані ціни на візи.

Особливості програми «САМО-Тур»:

- сумісність з бухгалтерською програмою «1С»;
- сумісність з системою «Банк-клієнт»;
- в довіднику «Партнери» вказані всі туристичні оператори, котрі представлені у пошуковій системі «Андромеда», та список всіх туристичних операторів України та країн СНД;
- в довіднику «Напрямки» вказано всі країни та їх столиці;
- в розділі «Довідники» внесені пам'ятки по країнам;
- програма має унікальну систему прав доступу;
- програма має мобільну версію, що сумісна з Android і IOS.

Аби краще зрозуміти переваги та недоліки програмі Само-тур варто проаналізувати програму. Аналіз переваг та недоліків проведено в таблиці 4.1. «Переваги та недоліки програми «Само-тур».

Таблиця 4.1.

«Переваги та недоліки програми «Само-тур»

Переваги	Недоліки
комплексне управління роботою туристичного оператора	Висока вартість
можливість виведення фінансової та управлінської статистики	Об'ємність програми

Продовження Таблиці 4.1.

Можливість в графічному режимі виводити фінансову та управлінську статистику	необхідність індивідуального налаштування програми під конкретну організацію
Зручний інтерфейс	
Наявність вичерпної інформації	
Сумісність з ІС	

Джерело: створено автором

Аналізуючи таблицю добре видно, що програма САМО-тур має більше переваг ніж недоліків. Великим недоліком є висока вартість програми, однак це компенсується її великим функціоналом.

Як видно з аналізу, програма Само-тур має дуже широкий функціонал та є гарним рішенням для автоматизації бізнес-процесів туристичних підприємств

Окрім програми САМО-тур туроператор «Анекс Тур» також використовує GDS-тури.

GDS-тури - це динамічне формування пакетного туру. За допомогою регулярних (не чартерних) рейсів з розрахунком загальної вартості пакету в Інтернеті, що досягається прямим доступом до систем бронювання авіакомпаній. За кілька хвилин є можливість забронювати та організувати регулярний рейс на найвигідніших умовах. Головною перевагою GDS-турів є широкий вибір авіакомпаній, варіантів перельотів, сполучень та тарифів. Тури GDS також дають можливість відкривати нові напрямки, розширяти географію польотів та урізноманітнювати туристичні маршрути.

Для туристичного підприємства основними перевагами від запровадження GDS-турів є [39]:

- значне зниження витрат праці на формування турпродукту на регулярних рейсах;
- зменшення фінансових ризиків, адже пропонується бізнес-модель дає можливість великих депозитів;

- можливість розширення асортименту напрямків без додаткових витрат;
- наявність усіх запланованих рейсів для знаходження в Інтернеті, задля того, аби була можливість задовільнити стандартну запити клієнтів;
- завжди актуальна інформація про наявність та вартість квитків. За допомогою нових інтеграційних технологій.

Отже, туристичне підприємство «Анекс Тур» у повній мірі використовує сучасні надбання інформаційних систем для спрощення своєї роботи та автоматизації бізнес-процесів підприємства.

4.2. Аналіз Інтернет-контенту підприємства ТОВ «Анекс Тур»

На сьогоднішній день практично всі туристичні підприємства використовують інформаційні технології (ІТ) в своїй діяльності. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет.

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

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

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

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

Аби краще оцінити сайт підприємства «Анекс Тур» доцільним буде зробити аналіз інтернет-контенту туристичного підприємства. Аналіз наведено у таблиці 4.2. «Аналіз інтернет-контенту туристичного підприємства «Анекс Тур»»

Таблиця 4.2

Аналіз інтернет-контенту туристичного підприємства «Анекс Тур»

№ з/п	Критерії	Оцінка підприємства
1.	Дизайн сайту	10
2.	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	9
3.	Форма для зворотного зв'язку із турфірмою або вікно для онлайн виклику	9
4.	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	10
5.	Наявність мапи сайту	0
6.	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10
7.	Наявність мобільного додатку	10
8.	Характеристика турів	9
9.	Галерея	7
10.	Характеристика турфірми, об'єм корисної інформації для гостя	8
11.	Наявність на сайті відеоматеріалів	6
12.	Можливість бронювання авіаквитків	10
13.	Огляд новин	8
14.	Наявність гостьової книги відгуків	0
15.	Інформація про акції турфірми	8
16.	Опис основних і додаткових послуг	7
17.	Наявність розсилки на e-mail споживачів	9

Продовження Таблиці 4.2.

18.	Графа зустрічей та заходів	7
19.	Інформація про співпрацю або партнерів	8
20.	Наявність віконця курсу валют	0
21.	Вакансії турфірми	10
22.	Зручність сайту	7
23.	Рівень подання інформації	7
24.	Середнє значення	7,34

Джерело: створено автором

Аналізуючи таблицю, можна зробити висновок, що на сайт потрібно додати гостьову книгу відгуків, мапу сайту та віконце з курсом валют. Окрім того, на сайті недостатня кількість фото та відео. Загалом сайт можна охарактеризувати, як зручний у використанні.

Для того, щоб підприємство й далі утримувало стійкі позиції на ринку, варто особливу увагу звертати й на маркетингову політику підприємства.

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

Для того, аби побачити наскільки добре функціонує сайт, а також рівень зацікавленості клієнтів компанією доречно буде простежити Динаміка популярності запиту «Анекс Тур» в Інтернет, котру зображено на рисунку 4.1. «Динаміка популярності запиту Анекс Тур».

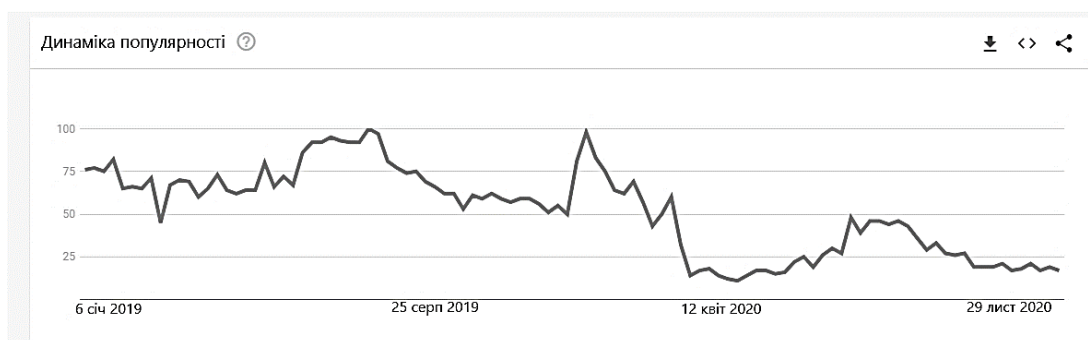


Рис. 4.1. Динаміка популярності запиту «Анекс Тур»

Проаналізувавши динаміку популярності можна простежити наступні тенденції:

- Зріст пошукових запитів простежується наприкінці літа та початку осені, та після новорічних свят (середина січня- початок лютого);
- Кількість пошукових запитів у 2019 році була більше, ніж у 2020 році.

Для того, щоб краще зрозуміти позицію «Анекс Тур» серед запитів в мережі Інтернет зробимо порівняння пошукових запитів «Анекс Тур» з двома потужними туристичними підприємствами: «TUI» та «Coral Travel», котру зображено на рисунку 4.2. «Динаміка популярності запиту «Анекс Тур» порівняно з іншими компаніями».

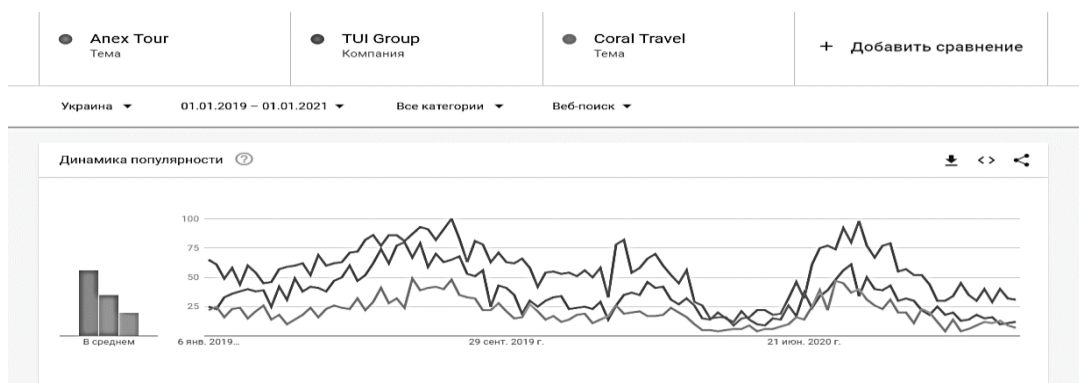


Рис. 4.2. Динаміка популярності запиту «Анекс Тур» порівняно з іншими компаніями

Як видно на динаміці, навіть у порівнянні з іншими підприємствами запитів по «Анекс Тур» все одно більше – це свідчить про вибір вдалої маркетингової політики.

Для того, щоб оцінити ефективність офіційних сторінок соціальних медіа, було порівняно сторінки «Анекс Тур» зі сторінками основних конкурентів. Результати порівняння показано в таблиці 4.3. «Популярність офіційних сторінок основних туроператорів України в соціальних мережах».

Таблиця 4.3

Популярність офіційних сторінок основних туроператорів України в соціальних мережах

Туроператор	Facebook		Instagram
	Кількість людей, яким це подобається	Кількість людей, які стежать	Кількість людей, які стежать
TUI Ukraine	143542	148059	34900
Join Up	36101	44439	28700
Tez tour	48389	51259	18500
«Анекс Тур»	15191	19245	16000
Coral travel	93871	106858	189000

Джерело: створено автором

Аналізуючи таблицю можна побачити, що «Анекс Тур» поступається першими місцями іншим підприємствам за активністю в соціальних мережах, на це варто звернути увагу – адже на сьогоднішній день соціальні мережі є потужним інструментом для просування продукту підприємства в маркетинговому середовищі.

4.3. Обґрунтування пропозицій по використанню інформаційних технологій в діяльності підприємства ТОВ «Анекс Тур»

Оскільки, як видно з досліджень, підприємство «Анекс Тур» має ряд недоліків, що стосуються сайту, доречним буде провести ряд заходів для його удосконалення.

Недоліки на сайті підприємства, на які варто звернути увагу:

- відсутність мапи сайту;
- відсутність гостьової книги відгуків;

– відсутність віконця курсу валют.

Перш за все, підприємству варто додати на свій сайт розділ з відгуками, аби налагодити зворотній зв'язок зі споживачами своїх послуг. Такий крок позитивно вплине на діяльність підприємства, адже завдяки сторінці з відгуками можна буде відстежувати сильні сторони в роботі підприємства, та звертати увагу на ті, котрі потребують доопрацювання.

Також, для зручності користування сайтом дуже важливо додати розділ «навігація» чи «мапа сайту», де відвідувач сайту зможе швидко знайти розділ, котрий йому потрібен.

Окрім того, підприємству варто додати на сайт вікно з актуальним курсом валют, задля зручності туриста у підрахунках туристичних пропозицій.

Задля того, аби краще зрозуміти, яким чином потенційний клієнт, який відвідує сайт, поводить на сайті, доцільним є використання програми відстежування активності на сайті. Програми для відстеження дозволяють відстежувати переміщення курсору по сайту, робити записи та аналітику переміщень, таким чином визначаючи проблемні місця та недопрацьовує сайту.

Серед таких програм можна виділити програму, що має назву «Hotjar».

Hotjar - це онлайн-сервіс для аналітики веб-сайту та накопичення зворотних зв'язків. Вона допомагає зрозуміти потреби відвідувачів і збільшити конверсію.

Програма пропонує аналізувати дії користувачів на сайті за допомогою створення теплових карт, котрі дозволяють дізнатися, на які елементи сторінки натискають користувачі найбільше, на які посилання найчастіше натискають і як далеко гортають сторінки. Виходячи з цього можна зрозуміти, як відвідувачі сайту взаємодіють з його інтерфейсом.

Також програма дає можливість зробити запис рухів курсора відвідувача. Це дає можливість побачити все кліки, рухи курсора по сайту, скільки часу людина витрачає в кожній частині сторінки, які проблеми виникають у певних браузерах або пристроях та на яких саме сторінках. Наприклад, аналізуючи записи руху курсорів, можна помітити, що відвідувачі, що заходять через Internet

Explorer та взагалі не бачать кнопку для оформлення замовлення або інші важливі сторінки.

За допомогою функції «Аналітика форм» можна проаналізувати як люди заповнюють кожне окреме поле, наприклад, при заповненні бланків онлайн-замовлення туру.

По-перше, можна дізнатися, як багато часу відвідувачі в середньому витрачають на заповнення кожного поля. По-друге, можна побачити, при заповненні яких полів сторінку сайту залишає найбільша кількість людей.

Якщо до аналітики форм ще додати перегляд сесій, то можна подивитися, як взагалі відвідувачі заповнюють поля. Можливо, відвідувачі щось не розуміють і вводять абсолютно не ті дані, що потрібно, тому в результаті отримують помилку заповнення форми і йдуть до конкурентних фірм.

Програма «Hotjar» пропонує плани для підприємств усіх розмірів. За допомогою програми можна робити аналіз від 500 до 15000 сеансів на день, в залежності від кількості сеансів, що будуть записані та проаналізовані варіюється також і ціна.

Для підприємства «Анекс Тур» доцільно аналізувати приблизно 1000-1500 сеансів на день, вартість такого пакету буде складати 189 євро за 1 місяць використання.

При раціональному аналізі конверсія сайту за 1 місяць зросте приблизно на 25-30%, що позитивно відобразиться на продажах турів, та, відповідно, і на доходах підприємства.

Підприємство «Анекс Тур» також активно популяризує свої акаунти у таких соціальних мережах: Facebook, telegram, Viber, Instagram тощо. Також в акаунтах поширюється нова інформація та акційні пропозиції компанії.

Для компанії буде доцільним запустити кампанію популяризації акаунтів в Facebook та Instagram.

Проаналізувавши контент підприємства в Facebook та Instagram виявлено ряд помилок, що значно зменшують охоплення в цих соціальних мережах. Серед таких помилок:

- Нераціональне використання хештегів;
- Нераціональне використання геопозицій;
- Викладення постів у «холодний час» - викладення інформації не в пікові години активності користувачів мережі.

Перш за все, підприємству варто звернути увагу, на те, що у своїх публікаціях не використовуються хештеги – а це головні інструменти пошуку інформації у соціальній мережі Facebook та Instagram. Використання хештегів дозволить збільшити охоплення в соціальних мережах та спростити пошук сторінки підприємства як в мережі Інтернет, так і всередині соціальних мереж. Найпопулярніші хештеги, котрі можна використовувати для просування підприємства у соціальних мережах – тури, відпочинок, море, гарячітури, Турція, Єгипет, туризм, відпустка, подорожі.

Також варто активно використовувати геолокації, адже вони також дуже спрощують пошук сторінки підприємства. Для прикладу, для посту, в котрому буде описано тур до Єгипту, буде доречним поставити геолокацію «Єгипет», таким чином збільшуючи частоту появи посту в рекомендаціях користувачів.

Варто також звернути увагу на пікові години активності користувачів мережі та підписників. Публікація поста на піку активності ваших передплатників здатна збільшити кількість переглядів, що в свою чергу, призведе до того, що соціальна мережа стане активніше просувати ваш контент.

Для підприємства дані рекомендації є безкоштовними, адже використання хештегів та геолокацій у соціальних мережах є безкоштовним, однак реалізація даних пропозицій дозволить збільшити популярність сторінок підприємства та збільшити відвідуваність сторінок.

Висновки до розділу 4

Підприємство «Анекс Тур» в своїй роботі використовує програмний комплекс «САМО-Тур», що дозволяє автоматизувати туроператорську діяльність.

За допомогою цього програмного комплексу можна:

- здійснювати оцінку фактичного стану підприємства;
- прогнозувати і моделювати управлінські рішення;
- створювати власний масовий або індивідуальний туристичний продукт;
- здійснювати онлайн-продаж своїх послуг;
- координувати роботу і погоджувати взаємодію з турагентствами;
- містить модулі бухгалтерського обліку та аналітики, сумісними з «1С:»

Всі ці функції спрощують роботу туристичного підприємства та дозволяють продуктивніше працювати з меншими затратами часу та роочих ресурсів.

Окрім того, підприємство використовує систему GDS-турів. Основною їх перевагою є те, що за декілька хвилин можна забронювати й оформити подорож регулярними авіарейсами на найвигідніших умовах. Також цією системою може користуватися й потенційний турист на сайті підприємства, що спрощує пошук туру та його калькуляцію.

Загалом сайт підприємства досить зручний, однак має й деякі недоліки: відсутність мапи сайту, гостьової книги відгуків та віконця курсу валют, ці розділи варто додати до сайту для його кращого функціонування та підвищення зручності користування ним.

Для вирішення недоліків на сайті підприємства запропоновано введення у роботу програми «Hotjar», котра дозволяє відстежувати та аналізувати взаємодію відвідувачів з сайтом підприємства, та виявляти недоліки сайту, що збільшить його конверсію.

Також ряд проблем є й на сторінках підприємства у соціальних мережах:

- Нераціональне використання хештегів;
- Нераціональне використання геопозицій;
- Викладення постів у «холодний час» - викладення інформації не в пікові години активності користувачів мережі.

Внесено пропозиції, щодо збільшення частоти використання таких інструментів популяризації сторінки у соціальних мережах, як хештеги та геопозиції.

ВИСНОВКИ

В результаті проведення комплексного аналізу особливостей організації екстремального туризму в діяльності туристичного підприємства «Анекс Тур», автор дійшов наступних теоретичних і практичних висновків

Сьогодні загальновизнано, що екстремальний туризм набуває все більшої популярності.

Екстремальний туризм служить природною альтернативою звичному для туристів відпочинку. Він забезпечує насичення організму адреналіном за рахунок свідомого залучення учасників в екстремальні ситуації. Однак, не дивлячись на такий стрімкий розвиток, поняття «екстремальний туризм» все ще чітко не визначено.

Проаналізувавши ряд робіт науковців, можна сформулювати термін «екстремальний туризм» як перехідний, від підвиду пригодницького туризму до самостійного, окремого виду.

В результаті аналізу матеріально-технічної бази для розвитку цього виду туризму визначено, що раціональним є розвиток екстремального туризму на території України, адже Україна має Україні багато потенційних місць для розвитку багатьох видів екстремального туризму. Сьогодні туроператори можуть надати майже всі види туристичних послуг екстремального відпочинку. Однак, є ряд проблем, котрі не дають цьому виду туризму розвиватися, серед них:

- Вкрай слабка матеріальна база екстремального туризму;
- Відсутність достатньої кількості фахівців з організації екстремального туризму;
- Випускається мало спеціалізованої літератури з різних видів екстремального туризму;
- Також було проаналізовано динаміку росту туристичних потоків в період з 2010 по 2019 роки в світі та в Україні.

Встановлено вплив пандемії COVID-19 на розвиток туризму в світі – за даними ЮНВТО прибуття міжнародних туристів зменшилось на 70%, що негативно сказалося також і на розвитку екстремального туризму.

Проведено порівняння розвитку екстремального туризму в Україні та світі, визначено, що найбільший розвиток екстремальний туризм отримав в США, Канаді та Мексиці, та що одним з найбільш популярних видів екстремального туризму є дайвінг.

Виявлено, що організація екстремального туризму має ряд своїх особливостей, та багато факторів ризику, на які потрібно звертати увагу при проектуванні туру. Вказано ряд стандартів, що регулюють та встановлюють мінімальні вимоги до систем управління безпекою та спілкування з учасниками під час проведення екстремальних турів, серед них:

- ISO / TR 21101;
- ISO / TR 21102;
- ISO 21103.

Акцентовано увагу на тому, що при формуванні екстремального туру найбільше уваги потрібно приділили саме безпеці туристів під час туру.

Визначено, що сьогодні на вітчизняному ринку туристичних послуг туристичний оператор «Анекс Тур» є однією з найбільших комерційних мереж в Україні, спеціалізацією яких є надання туристичних послуг та здійснення чартерних авіап перевезень, оскільки туроператор є власником авіаційної компанії «Azurair».

Проведення аналізу внутрішнього середовища туристичної агенції «Анекс Тур» свідчить про те, що підприємство туризму спеціалізується на наданні широкого спектру туристичних послуг, а саме: формуванні індивідуальних турів за кордон, організація турів в екзотичні країни, VIP-тури.

Визначено, що для даного туристичного підприємства характерна лінійно-функціональна організаційна структура. Визначено, що підприємство має велику кількість підрозділів, що вирішують велику кількість питань, котрі пов'язані з туристичною діяльністю та розвитком туристичного підприємства.

Аналіз фінансово-економічних показників свідчить про те, що туристичне підприємство активно розвивається, оскільки обсяги виручки від реалізованих турпродуктів та послуг у 2019 р. зріс на 12,5% у порівнянні із показниками 2018 р.

Проведено аналіз рентабельності підприємства та визначено, що підприємство є не тільки рентабельним, а й збільшило показники рентабельності продажів та діяльності у 2019 році, порівняно з 2018.

Аналіз зовнішнього середовища турагенції «Анекс Тур» свідчить про наявність трьох підприємств-конкурентів – туроператорів «TEZ-TOUR», «Join Up!» та «CORAL TRAVEL».

Головними зовнішніми факторами, які впливають на ринкові можливості підприємства туризму, є виникнення нових конкурентів на ринку регіону, надання підприємствами-конкурентами більш дешевих туристичних послуг, збільшення податкового навантаження та зниження купівельної спроможності споживачів.

Також на підприємстві є слабкі сторони, на які варто звернути увагу, серед них:

- Середній рівень надаваних послуг;
- Недостатньо висока кваліфікація персоналу;
- Коливання доходів підприємства з урахуванням сезонності;
- Слабка маркетингова політика.

Було проаналізовано які види екстремального туризму в різних країнах світу надає туристичне підприємство «Анекс Тур». Визначено проблему недостатнього стимулювання збуту та як наслідок низький рівень попиту на послуги екстремального туризму.

Визначено, що через пандемію COVID-19 та закриття кордонів доречним для підприємства туроператорів стає доцільним змінення напрямків для подорожей. Визначено, що можливі наступні варіанти екстремального туризму по Україні, серед них:

- військові тури;

- поїздки на занедбані промислові об'єкти і в Чорнобильську зону;
- рафтинг;
- стрибки з парашутом, парапланеризм, дельтапланеризм.

Запропоновано розробити екстремальний тур до міста Кам'янець-Подільський. Розраховано його рентабельність.

В діяльності туристичного оператора «Анекс Тур» використовується велика кількість інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій, які сприяють автоматизації багатьох процесів роботи працівників туристичної організації. Так, технічне забезпечення діяльності турагенції включає:

- мобільні телефони та корпоративний мобільний зв'язок;
- факсимільний зв'язок та факс;
- використання БФП;
- персональні комп'ютери та ноутбуки;
- Wi-Fi роутер та безперебійний Інтернет.

Програмне забезпечення підприємства туризму представлене: по-перше, програмним забезпечення «САМО-Тур-автоматизація туроператора», що дає можливість спростити роботу туристичного підприємства та дозволяє продуктивніше працювати з меншими затратами часу та робочих ресурсів.

Окрім того, підприємство використовує систему GDS-турів. Основною їх перевагою є те, що за декілька хвилин можна забронювати й оформити подорож регулярними авіарейсами на найвигідніших умовах.

Проведено Аналіз Інтернет-контенту підприємства.

Проведено порівняльний аналіз сторінки «Анекс Тур» зі сторінками основних конкурентів, визначено основні слабкі сторони у веденні сторінок у соціальних мережах, це:

- Нераціональне використання хештегів;
- Нераціональне використання геопозицій;
- Викладення постів у «холодний час» - викладення інформації не в пікові години активності користувачів мережі.

Запропоновані також вирішення цих проблем, що призведе до збільшення охоплення аудиторії та активності сторінки.

Проведено аналіз сайту підприємства та порівняльний аналіз запитів у мережі Інтернет. Визначено, що підприємство «Анекс Тур» лідирує серед запитів у порівнянні з підприємствами TUI та Coral Travel.

Знайдено ряд проблем у функціонуванні сайту та запропоновані методи їх вирішення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Basic Tourism Statistics [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unwto.org/statistics>
2. U.S. Travel association [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ustravel.org>
3. World Trade Organization: Official Web-Site [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.wto.org/>
4. Абабков Ю.Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма. Учебник / Ю.Н. Абабков, И.Г. Филиппова. – М.: Дрофа, 2014. – 144 с.
5. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: КноРус, 2018. – 464 с.
6. Андреева Г. П. Теоретичні засади спеціалізованого туризму / Г. П. Андреева, П. Ф. Коваль. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – №7. – С. 90–94
7. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
8. Батоциренов Е. А. География активного туризма в республике Бурятия / Е. А. Батоциренов. – Улан-Удэ: БГСХА, 2012. – 167 с.
9. Божидарник Т. М. Міжнародний туризм / Т. М. Божидарник. – Харків: Центр навчальної літератури, 2019. – 312 с.
10. Борисова О. Ф. Спеціалізований туризм. Навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти спеціальності «Туризм» / О. Ф. Борисова. – Київ: Кондор, 2020. – 360 с
11. Бухалков М.И. Показатели продуктивности и рентабельности труда персонала / М.И. Бухалков // Экономические науки. – 2014. – № 5 (54). – С. 61–65.
12. Вавилова Е. В. Основы международного туризма / Е. В. Вавилова. – Москва: ГАРДАРИКИ, 2005 – 205 с.

13. Господарський кодекс України: Кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
14. Грабовский Ю. В. Спортивный туризм / Ю. В. Грабовский, Т. М. Скалий, О. М. Скалий. – Київ: Навчальна книга - Богдан, 2008. – 304 с
15. Гуржій Н.М. Інноваційні технології в туристичній індустрії / Н.М. Гуржій, А.В. Третинко. – 2016. – № 3 (20). – С. 221–224.
16. Гуцол А.В. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник / А.В. Гуцол. – Северодонецьк: ПП «Поліграф-Сервіс», 2017. – 343 с.
17. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
18. Дмитриевский Ю. Д. Туристские районы мира: учебное пособие / Ю. Д. Дмитриевский. – Смоленськ: СГУ, 2014. – 224 с.
19. Дурович А. П. Маркетинговые исследования в туризме / А. П. Дурович. – СПб: Учебное пособие, 2008. – 384 с
20. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 1995 р. № 31 // Відомості Верховної Ради України – С. 24-49.
21. Звіт з праці (форма 1-ПВ) (квартальна) за 2017–2019 рр.
22. Звіт про туристичну діяльність (форма №1-туризм) від 31.12.2017 р.
23. Звіт про туристичну діяльність (форма №1-туризм) від 31.12.2018 р.
24. Звіт про туристичну діяльність (форма №1-туризм) від 31.12.2019 р.
25. Казаков В. Л. Екстремальний туризм на Криворіжжі / В. Л. Казаков. // Дніпропетровський альманах. – 2009. – №3. – С. 44–52.
26. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма / В. А. Квартальнов. – Москва: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
27. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму / М. П. Кляп. – Київ: ЗНАННЯ, 2013. – 301 с
28. Козловский Е. Г. Правове регулювання туристичної діяльності / Е. Г. Козловский. – Харків: Центр навчальної літератури, 2019. – 272 с.

29. Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма / А. Б. Косолапов. – Москва: КНОРУС, 2008. – 272 с.
30. Кусков А. С. Основы туризма / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – Москва: КНОРУС, 2008. – 400 с
31. Лисакова Л. А. Туризм: учебное пособие / Л. А. Лысакова. – Москва: МПСИ, 2009. – 265 с.
32. Ліцензійний реєстр суб'єктів тур операторської діяльності, затверджений Міністерством економічного розвитку та торгівлі України від 22.01.2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://old.mfa.gov.ua/mediafiles/sites/cyprus/files/Licensing_register_of_subjects_of_tour_operator_activity.pdf.
33. Лукина Е. А. Основные причины роста популярности экстремального и приключенческого туризма / Е. А. Лукина. // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. – №4. – С. 29–34
34. Мальская М. А. Світовий досвід розвитку туризму / М. А. Мальская, Н. Б. Паньків, А. С. Ховалко. – Харків: Центр навчальної літератури, 2017. – 244 с.
35. Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии / Ю. А. Матюхина. – Москва: Альфа-М Инфра-М, 2011. – 304 с.
36. Окладникова Е. А. Международный туризм География туристских ресурсов мира / Е. А. Окладникова. – СПб: Омега-Л, 2002. – 384 с
37. Офіційний сайт "AZUR AIR" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.azurair.ru>
38. Офіційний сайт "Анекс Тур" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://anextour.com.ua>
39. Офіційний сайт GDS.travel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gds.travel/ru>
40. Офіційний сайт Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб та громадських формувань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch>

- 41.Офіційний сайт програми Само-тур [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://samo.ru/tour.html>
- 42.Офіційний сайт туристичного оператора CORAL TRAVEL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coraltravel.ua/>
- 43.Офіційний сайт туристичного оператора JOIN UP! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://joinup.ua/>
- 44.Офіційний сайт туристичного оператора TEZ-TOUR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tez-tour.com>
- 45.Офіційний сайт української асоціації туристичних агентств [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uata.com.ua>
- 46.Притков В. Ю. Екстремальний туризм в Україні: сучасний стан та перспектива розвитку / В. Ю. Притков, А. Є. Жердьов. // 19. – 2016. – С. 44–51
- 47.Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності: Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 991 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015>
- 48.Репс В. Ф. Тенденции изменения социокультурного содержания экстремального туризма как формы досуга / В. Ф. Репс, А. В. Гребенюк. // История и археология. – 2008. – №1. – С. 38–43
- 49.Рубаник А. Н. Технологии въездного туризма / А. Н. Рубаник. – Ростов на Дону: МарТ, 2010. – 384 с. – (2)
- 50.Сергеева Т. К. Экологический туризм / Т. К. Сергеева. – Москва: Финансы и статистика, 2004. – 360 с
- 51.Федорченко В. В. Туризмоліогія. Концептуальні засади теорії туризму / В. В. Федорченко, В. К. Пазенок, А. Г. Кручек. – Харків: Академія, 2013. – 368 с
- 52.Фінансові показники підприємства "Анекс Тур" [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://nomis.com.ua/34191244->

tovarystvo-z-obmezhenoiu-vidpovidalnistiu-turystychna-kompaniia-aneks-tur#finance

53. Фокин С. П. Туризмoлогiчнi аспекти спортивного туризму / С. П. Фокин. – 2010. – №1. – С. 222–228
54. Характеристики Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі. / О. І.Артеменко, М. В. Сукач, Л. М. Хрущ, І. О. Скопень. – Дніпро: Ліра-К, 2018. – 764 с.
55. Храбовченко В. В. Экологический туризм / В. В. Храбовченко. – Москва: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
56. Чорненька Н. В. Безпека туризму / Н. В. Чорненька. – Київ: Кондор, 2018. – 188 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Різновиди екстремального туризму

Вид екстремального туризму	Зміст
Авто-, мототуризм	Проходження на машині мотоциклі квадроциклі маршрутів зі складним важкопрохідним рельєфом а також виконання трюків
Альпінізм	Проходження маршруту через гірську вершину За допомогою спеціального спорядження
Вейкбординг	Катання по воді на дошці За допомогою троса або лебідки і катери
Віндсерфінг	Катання на легкої непотопаючий дошці приводиться в рух вітрилом приєднаним За допомогою шарніра
Водні лижі	Катання по воді на спеціальних лижах За допомогою катера і троса
Геокешинг	Гра із застосуванням супутникових навігаційних систем метою якої є знаходження схованок встановлених у важкодоступних місцях
Гірський туризм	Проходження маршруту в гірській місцевості включаючи перехід через перевали різної складності і рідше підкорення гірських вершин
Гірські лижі	Спуск по підготовленому або непідготовленому сніжному схилу на лижах і навіть виконання трюків
Дайвінг	Підводне плавання або з використанням апарату забезпечує запас повітря або на затримці дихання фрі-дайвннг
Дельтапланеризм	Польоти За допомогою літального апарату важче повітря дельтаплану
Джайлоо туризм	Проживання з корінними народами в важкодоступних місцях
Індустріальний туризм	Дослідження територій будівель та інженерних споруд виробничого або спеціального призначення а також будь-яких покинутих споруд з метою отримання

	емоційного і естетичного задоволення або задоволення дослідницького інтересу
Кайтбординг	Людина, що стоїть на дошці розганяється За допомогою повітряного змія (кайта При цьому кататися можна як по воді так і по засніжених рівнинним або гірським поверхонь
Каньонінг	Спуск або підйом по дну каньйону
Каякінг	Пересування по воді в одномісному судні каяку
Кінний туризм	Проходження на коні маршруту зі специфічними перешкодами
Космічний	Подорожі за межі Землі
Льодолазання	Подолання крутих льодових схилів За допомогою спеціального спорядження Льодові схили можуть бути природного походження (замерзлі водоспади великі бурульки або штучними льодовими спорудами
Маунтинбайк	Катання на гірському велосипеді
Парапланеризм	Польоти на безмоторному надлегкому літальному апараті параплані
Парасейлінг	Польоти на парашуті за катером
Парашутний спорт	Спортсмени здійснюють стрибки з літаків аеростатів і вертольотів з парашутом
Повітроплавання	Вертикальне і горизонтальне переміщення в атмосфері Землі на літальних апаратах легше повітря аеростатах
Рафтинг	Сплав по гірських річках і штучним гребним каналам на надувному човні рафте
Роупджампінг	Стрибки з мотузкою з високого об'єкта За допомогою складної системи амортизації з альпіністських мотузок і спорядження Стрибки бувають з вільним падінням і без вільного падіння маятник
Сендбординг	Спуск на сноуборді з піщаних дюн
Серфінг	Катання на хвилі на спеціальних легких дошках
Скайсерфінг	Стрибки з парашутом і лижею для виконання різних фігур у вільному падінні

Скейтбординг	Катання і виконання трюків на скейтборді роликовій дошці
Скелелазіння	Латання з природничих крутих поверхнях скель і спеціальним штучним спорудам скалодром
Скі тур	Проходження маршрутів по пересіченій місцевості на спеціальних лижах
Слеклайн	Ходіння і виконання трюків на спеціальній нейлонової або поліестерової стропі натягнутій між стаціонарними об'єктами станціями
Сноубординг	Спуск із засніжених схилів на сноуборді а також виконання трюків
Спелеологія	Дослідження природних Підтемне порожнин печер і подолання в них різних перешкод з використанням спеціального спорядження
Спелестологія	Дослідження порожнин штучного походження підземних споруд
Треккніг	Основною метою є піше подолання групою маршруту по слабопересеченої місцевості
Туризм на полюсах Землі	Проживання на Північному і Південному полюсах Землі і спостереження за природним особливостями
Хелі скі	Спуск по недоторканим сніжних схилах далеко від підготовлених трас з підйомом до початку спуску на вертольоті

(джерело: складено автором)

Додаток Б



Договір комплексного страхування подорожуючих за межами України
Travel Insurance Policy 295912VZKUP7



Страхувальник зобов'язується надіслати відповідно «Рішення Ради ЄС 2017/17/ЄГ щодо медичного страхування подорожуючих осіб»

Insurance coverage provided under the EU Council Decision 2017/17/EC on travel medical insurance

Суб'єкт персональних даних надає згоду ТДВ «СК «ГАРДІАН» на обробку персональних даних згідно мети їх обробки на підставі договору страхування та згідно Закону України «Про захист персональних даних», Закону України «Про страхування» та інших актів чинного законодавства України

The subject of personal data agrees with PSC «Guardian» for the processing of personal data by the purpose of their processing under the insurance contract and by the Law of Ukraine «On Protection Of Personal Data», the Law of Ukraine «On Insurance» and other acts of legislation of Ukraine.

Страховик • Insurer		Адреса страховика • Insurer address			
ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «СТРАХОВА КОМПАНІЯ «ГАРДІАН» (ТДВ «СК «ГАРДІАН») ADDITIONAL LIABILITY COMPANY Insurance Company "GUARDIAN" (J-Guardian ALIC)		Україна, 01032, місто Київ, вулиця Саксаганського, 96. • 96, Saksaganskogo Str., Kyiv, 01032, Ukraine; tel.: +38044-333-17-10			
Страховальник • Policy Holder Прізвище, ім'я • Last Name, Name		Дата народження • Day of Birth		Паспорт • Passport	
YEVHEN GAVRILO		04.04.1983		Серія • Series	№ 22222222
Адреса/Телефон • Address/Contact Phone		Ідентифікаційний номер • ID		Територія дії • Valid in	
Фролова, 1234, кв. 12, Одеса, , Україна +38 (000) 000-00-00		0987654321		EUR	
Застраховані особи • Insured Persons Прізвище, ім'я • Last Name, Name		Дата народження • Day of Birth		Страхова премія • Insurance Premium	
YEVHEN GAVRILO		04.04.1983		110.60 UAH	
Кількість осіб • Quantity of Persons		1			
Період страхування • Insurance Period		Строк дії договору • Term of Validity			
Кількість днів • Quantity of Days 6		з • from 17.05.2019		до • to 06.06.2019	
Умови страхування • Insurance Terms		Страхова сума на кожну особу • Insurance sum per Person		Програма • Program	
Медичні витрати • Medical Expenses		30000.00 EUR		A	
Нещасний випадок • Accident		---		---	
				</	

Підпис страховальника • Signature of Insured

З умовами цього Договору та правилами страхування ознайомлений і згодний
I am familiarized and agree with the insurance terms and conditions

Електронний підпис • Electronic Signature

pyTD1b0CKvbxSh60

Дата укладання договору • Date of Policy Conclusion

15.05.2019 23:00

Підпис страховика • Signature of Insurer

Підписано електронним підписом • Signed by electronic digital signature

Уповноважений представник страховика • Authorized Representative of Insurer

ТСВ «Український Онлайн Центр
Фінансових Послуг»



Важко! Із Правилами страхування та порядком звернення за медичною допомогою є невід'ємною частиною договору.
ATTENTION TO VISA ISSUING AUTHORITIES

Додаток В

ДОГОВІР № _____

НА ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

м. Київ

_____ 20__ р.

_____ (далі – „ТУРАГЕНТ”), (ліцензія Державної служби туризму і курортів України на _____),
 _____, в особі _____, що діє від імені та за дорученням ТОВ «Фаворит Юкрейн», (ліцензія Державної служби туризму і курортів України на туроператорську діяльність, Серія АВ № 538557 від 08 липня 2010 року), платник податку на прибуток на загальних підставах, в особі директора Колошко Тетяни Іванівни, яка діє на підставі Статуту, (далі – „ТУРОПЕРАТОР”),
 та _____, яка діє від свого імені, та від імені _____ (далі – „ТУРИСТ”) з другої сторони, разом – СТОРОНИ, діючи добровільно і перебуваючи при здоровому розумі та ясній пам’яті, розуміючи значення своїх дій, уклали цей договір про наступне:

1. Визначення термінів

Терміни, що використовуються у цьому Договорі, означають:

1.1. **Туроператор** - юридична особа, створена згідно із законодавством України, для якої виключною діяльністю є організація і забезпечення створення туристичного продукту, реалізація і надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг, яка у встановленому порядку отримала ліцензію на туроператорську діяльність.

1.2. **Турагент** - юридична особа, створена згідно з чинним законодавством України, а також фізична особа - суб'єкт підприємницької діяльності, яка здійснює посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператора та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність.

1.3. **Туристичний продукт** – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги по організації відвідування об'єктів культури, відпочинку і розваг, реалізація сувенірної продукції тощо).

1.4. **Тур** - туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена замовленим туристом комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо).

1.5. **Характерні туристичні послуги** - послуги, призначені для задоволення потреб споживачів, надання яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам.

1.6. **Супутні туристичні послуги** - послуги, призначені для задоволення потреб споживачів, надання яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам.

1.7. **Супутні послуги** – послуги, які самостійно на власний розсуд надаються Турагентом Туристу, зокрема, консультаційні, інформаційні та інші та не входять до складу Туристичного продукту.

1.8. **Турист** - особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін.

1.9. **Заявка туриста на бронювання комплексу туристичних послуг (надалі Заявка)** - дає Туристу інформацію про замовлений ним комплекс туристичних послуг.

2. Предмет Договору

2.1. Відповідно до цього договору, **ТУРАГЕНТ** на підставі агентської угоди

_____ з **ТУРОПЕРАТОРОМ ТОВ «Фаворит Юкрейн»**, за встановлену даним

договором плати зобов'язується надати **Туристу** замовлений ним комплекс туристичних та Супутніх послуг, погоджений сторонами в заявці туриста на бронювання комплексу туристичних послуг (Додаток № 1), що є невід'ємною частиною даного договору.

3. Права та обов'язки СТОРІН

3.1. ТУРАГЕНТ зобов'язується:

3.1.1. Інформувати ТУРИСТА про:

основні вимоги пропонованих до оформлення виїзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд до країни тимчасового перебування), в тому числі інформацію щодо термінів їх оформлення;

медичні застереження стосовно здійснення туристичної поїздки, у тому числі протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і віку туристів для участі в поїздці;

його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення турагентської (туроператорської) діяльності, сертифікатів відповідності та іншу інформацію відповідно до законодавства про захист прав споживачів;

розмір фінансового забезпечення ТУРАГЕНТА на випадок його неплатоспроможності чи неспроможності (банкрутства) та кредитну установу, яка надала таке забезпечення;

про загальні умови типового (публічного) договору на надання туристичних послуг (за його наявності);

програму туристичного обслуговування;

характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, терміни стикувань (сполучення) рейсів, а також іншу обов'язкову інформацію, передбачену кодексами і правилами перевезень (якщо перевезення входить до складу туристичного обслуговування);

характеристику готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування (якщо готельне обслуговування входить до складу послуг з туристичного обслуговування);

права, обов'язки та правила поведінки ТУРИСТА в країні (місцевості) перебування;

порядок відшкодування завданих збитків та умови відмови від послуг;

про правила проживання в країні (місцевості) перебування, поведінку в громадських місцях;

про звичай місцевого населення, пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристичного показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього природного середовища, санітарну та епідеміологічну обстановку;

про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там;

про види і способи забезпечення харчування під час туристичної поїздки;

про види та тематику екскурсійного обслуговування, порядок зустрічей і проводів, супроводу туристів;

про дату і час початку та закінчення туристичного обслуговування, його тривалість;

відомості про мінімальну кількість туристів у групі, терміни інформування туриста про те, що туристична поїздка не відбудеться через недобір групи;

відомості про страхову організацію, що здійснює страхування ризиків, пов'язаних з наданням туристичного обслуговування, розмір страхових відшкодувань, порядок і умови їх виплати;

про вартість туристичного обслуговування і порядок здійснення оплати;

про епідемічну ситуацію в країні виїзду, можливий ризик зараження малярією та заходи її профілактики, про інші інфекційні та паразитарні хвороби та їх профілактику;

про місце перебування організації (організацій), уповноваженої ТУРОПЕРАТОРОМ на прийняття претензій туристів, а також про адреси і телефони українських дипломатичних установ у країні тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної поїздки, а також іншу інформацію на вимогу туриста відповідно до чинного законодавства України;

те, що у випадку виникнення претензій щодо якості туристичного обслуговування, необхідно протягом трьох календарних днів з дати виявлення недоліків звернутися до представників ТУРОПЕРАТОРА у країні перебування.

3.1.2. Забезпечити бронювання послуг та забезпечити (організувати) надання послуг ТУРИСТУ, відповідно до умов Договору та Заявки ТУРИСТА.

3.1.3. Забезпечити ТУРИСТА документами, необхідними для отримання послуг відповідно до умов Договору, а саме: страховий поліс, проїзні документи, тощо, згідно з графіком відправлення за маршрутом, вказаному в Заявці ТУРИСТА. З урахуванням обставин надання послуг, документи можуть надаватися ТУРИСТУ в офісі ТУРАГЕНТА та/або місці початку надання послуг.

3.1.4. Надати документ, що підтверджує оплату ТУРИСТОМ вартості послуг, згідно з Заявкою ТУРИСТА та на умовах Договору (корінець прибуткового ордеру, квитанція, касовий чек тощо).

3.1.5. Своєчасно інформувати ТУРИСТА щодо змін тривалості туру, умов перельоту, проживання, харчування, а також змін програми туру.

3.1.6. Перевіряти у ТУРИСТА наявність та правильність оформлення необхідних паспортних та візових документів.

3.2. ТУРИСТ зобов'язується:

3.2.1. Своєчасно, за першою вимогою, надавати ТУРАГЕНТУ всі документи та інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту та для виконання Договору.

3.2.2. Оплатити вартість послуг відповідно до умов Договору.

3.2.3. Своєчасно отримувати послуги, що передбачені Договором, зокрема вчасно прибути на вказане ТУРАГЕНТОМ місце початку надання послуг, у будь – якому випадку не пізніше, ніж за 2 (дві) години до часу виїзду (вильоту), в тому числі, у випадку зміни перевізником раніше обумовленого часу виїзду (вильоту) або рейсу.

3.2.4. Дотримуватись правил перебування в країні тимчасового перебування, звичаїв, традицій місцевого населення; виконувати митні, прикордонні, санітарні правила України та країни тимчасового перебування.

3.2.5. Не порушувати суспільний порядок та вимоги законів, які є чинними на території країни тимчасового перебування.

3.2.6. Дотримуватись правил внутрішнього розпорядку та протипожежної безпеки в місцях розміщення та перебування.

3.2.7. Дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки.

3.2.8. Своєчасно та в повному обсязі здійснювати оплату за використання додаткових послуг в місцях розміщення та перебування.

3.2.9. Оплатити вартість в'їзної візи при проходженні паспортного контролю.

3.2.10. Відшкодовувати збитки нанесені своїми неправомірними діями.

3.2.11. Послуги, надані ТУРИСТУ третіми особами і не обумовлені Договором, ТУРИСТ оплачує безпосередньо третім особам, що надали такі послуги.

3.2.12. Оплатити фактично понесені ТУРАГЕНТОМ витрати, у випадку відмови від Договору до початку поїздки, та відшкодувати збитки, заподіяні ТУРАГЕНТУ, спричинені діями ТУРИСТА.

3.3. ТУРАГЕНТ має право:

3.3.1. Своєчасно отримувати від ТУРИСТА повну, достовірну інформацію та документи, в обсязі, необхідному для реалізації туристичного продукту та для виконання Договору, необхідні для надання послуг відповідно до умов даного Договору.

3.3.2. Отримувати та утримувати фактично понесені ТУРАГЕНТОМ витрати, у випадку відмови ТУРИСТА від Договору до початку поїздки та на відшкодування збитків, заподіяних ТУРАГЕНТУ, спричинених діями ТУРИСТА.

3.4. ТУРИСТ має право:

3.4.1. Вимагати від ТУРАГЕНТА інформації про виконання умов Договору.

3.4.2. Отримувати необхідну і достовірну інформацію відповідно до чинного законодавства в сфері захисту прав споживачів і туристичної діяльності.

3.4.3. Отримувати інформацію про наявність ліцензії у ТУРАГЕНТА (ТУРОПЕРАТОРА).

3.4.4. Отримувати послуги, відповідно до умов Договору.

3.4.5. Отримувати відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі невиконання або неналежного виконання умов Договору у розмірі, передбаченому Договором.

4. Порядок бронювання турів та порядок розрахунків

4.1. Вартість туристичного продукту, замовленого ТУРИСТОМ згідно з Розділом 2 цього Договору, розмір агентської винагороди, а також вартість Супутніх послуг, вказуються в Заявці туриста на бронювання комплексу туристичних послуг, що є невід'ємною частиною даного Договору. (Додаток №1 до даного Договору).

4.2. Під час підписання даного Договору та заповнення Заявки, Турист здійснює Турагенту передплату в розмірі 20% від загальної вартості замовленого туристичного продукту, агентської винагороди та Супутніх послуг. Цей пункт не поширюється на п. 4.7. даного Договору.

4.3. Турагент протягом 3-х робочих днів після оформлення Заявки здійснює підтвердження замовленого Туру.

4.4. Після отримання підтвердження на Тур, Турагент запрошує Туриста для погодження в Заявці підтвердження Туру та здійснення остаточної оплати замовленого Туру, агентської винагороди та Супутніх послуг. Турист повинен здійснити повну оплату вартості за замовлений Тур, агентську винагороду та Супутні послуги за вирахуванням передоплати шляхом внесення коштів на розрахунковий рахунок ТУРАГЕНТА протягом 1-го банківського дня після підтвердження Туру.

4.5. У разі нездійснення оплати в зазначений строк, підтвердження на Тур автоматично анулюється, збитки Турагента покладаються на Туриста.

4.7. Якщо даний Договір підписується менш ніж за 14 днів до початку замовленого Туру або дата початку якого припадає на Високий сезон (Високий сезон: 25 квітня - 10 травня, 01 серпня - 31 серпня, 24 грудня - 10 січня) Турист здійснює 100 (сто) % оплату вартості замовленого ним Туристичного продукту, агентської винагороди та Супутніх послуг.

Оплата повинна бути здійснена Туристом при підписанні Заявки.

4.8. СТОРОНИ погодили, що на дату повної оплати туристичних послуг загальна їх вартість для громадян України може бути змінена в залежності від зміни курсу гривні по відношенню до долара США чи Євро, оскільки загальна вартість послуг визначається шляхом множення прайсової вартості послуг, встановленої ТУРОПЕРАТОРОМ, на дату фактичної оплати та на коригуючий коефіцієнт, встановлений ТУРОПЕРАТОРОМ.

4.9. Усі види платежів по Договору проводяться в національній валюті України - гривні.

4.10. Грошові кошти, за виключенням сум винагороди ТУРАГЕНТА, оплачені ТУРИСТОМ на поточний рахунок ТУРАГЕНТА, є транзитними і підлягають подальшому перерахуванню ТУРОПЕРАТОРУ.

4. Відповідальність СТОРІН

5.1. У випадку порушення (невиконання чи неналежного виконання) своїх зобов'язань за Договором однією із СТОРІН, СТОРОНА, що порушила свої зобов'язання, несе відповідальність відповідно до чинного законодавства України та умов Договору.

5.2. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності у випадку несвоєчасної чи неповної оплати ТУРИСТОМ вартості послуг, що надаються відповідно до умов Договору.

5.3. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності, якщо рішенням влади чи відповідальних осіб ТУРИСТУ відмовлено в можливості в'їзду чи виїзду внаслідок порушення ним правопорядку або інших причин, або, якщо внаслідок будь-яких інших причин, незалежних від ТУРАГЕНТА, ТУРИСТ не скористався послугами.

5.4. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності, якщо рішенням посольства, консульства, міграційної та/або прикордонної служби, будь-якої країни, ТУРИСТУ відмовлено в отриманні візи та/або у в'їзді/виїзді до цих країн.

5.5. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності за затримки чи скасування виїзду, зміну умов перевезення, втрату багажу пасажирів, які виникли не з вини ТУРАГЕНТА, а також за невиконання або неналежне виконання перевізником, аеропортом, страховою компанією та іншим суб'єктом надання послуг відповідно зобов'язання по перевезенню, наданню послуг аеропорту, страхових послуг або іншої послуги, оскільки ТУРАГЕНТ виступає виключно посередником між ТУРИСТОМ та вказаними суб'єктами надання послуг.

ТУРАГЕНТ не несе відповідальності за пов'язану з цими діями зміну обсягів та строків надання послуг, що надаються відповідно до умов Договору.

У цих випадках відповідальність перед ТУРИСТОМ, відповідно до законодавства та правил перевезення, страхування, послуг аеропорту несуть фірми, підприємства, установи, що надають відповідні послуги.

Якість послуг, що надаються на підставі Договору, визначається законодавством, нормами та стандартами обраної ТУРИСТОМ країни тимчасового перебування та фірмами, підприємствами, установами, що їх надають. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності за суб'єктивність сприйняття туристом умов проживання, за будь-які незручності у зв'язку з проведенням на території країни подорожі будівельних, ремонтних та відновлювальних робіт, які виконуються відповідно до рішення місцевих органів, державними чи приватними структурами.

5.6. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності за збереження багажу, цінностей та документів Туриста та осіб, що подорожують з ним, протягом усього періоду надання послуг відповідно до умов Договору, але надає допомогу в його розшуку чи отриманні відповідних компенсацій від винних організацій, установ, підприємств тощо.

5.7. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності щодо відшкодування грошових витрат ТУРИСТА за оплачені послуги, якщо ТУРИСТ у період обслуговування за своїм розсудом чи в зв'язку із своїми інтересами не скористався всіма чи частиною запропонованих та сплачених послуг, в тому числі з причини хвороби туриста, підтвердженої відповідними медичними довідками, та не відшкодовує ТУРИСТУ витрати, що виходять за межі послуг, обумовлених у Заявці ТУРИСТА.

5.8. ТУРАГЕНТ не несе відповідальності у випадку настання страхового випадку. Претензії по збитках ТУРИСТ пред'являє в страхову компанію, вказану в страховому полісі.

5.9. Якщо ТУРИСТ не скористався послугами ТУРАГЕНТА по оформленню візи, ТУРАГЕНТ не несе відповідальність за наявність та дійсність візи ТУРИСТА.

5.10. ТУРИСТ несе повну відповідальність за наявність у нього та осіб, що подорожують з ним, необхідних документів на в'їзд/виїзд, на транзит через територію будь-яких третіх країн за маршрутом подорожі в країну тимчасового перебування та документів на багаж, та компенсує ТУРАГЕНТУ всі витрати у випадку будь-яких порушень ним та (або) особами, що подорожують з ним, візового, прикордонного, митного режиму та міграційних правил, включаючи ті витрати, які можуть виникнути у ТУРАГЕНТА у зв'язку з необхідністю сплати штрафів, депортацією ТУРИСТІВ, тощо.

5.11. ТУРИСТ несе повну відповідальність у випадку порушення діючих правил проїзду, реєстрації чи провозу багажу, нанесення збитків майну транспортної компанії чи порушення правил проживання в готелі або недотримання законодавства країни тимчасового перебування. При цьому штрафи стягуються з винної особи в розмірах, передбачених відповідними правилами і нормами транспортної компанії, готелю, тощо країни тимчасового перебування.

5.12. У випадку відмови від виконання Договору, включаючи неявку ТУРИСТА в місце початку надання туристичних послуг, зміни умов Договору зі сторони ТУРИСТА, включаючи внесення будь-яких змін у Заявку або, якщо внаслідок будь-яких інших причин, незалежних від ТУРАГЕНТА, ТУРИСТ не скористався послугами, ТУРИСТ оплачує фактично понесені ТУРАГЕНТОМ витрати та/або відшкодовує збитки, заподіяні ТУРАГЕНТУ, спричинені діями ТУРИСТА.

Зокрема, але не виключно, фактично понесені ТУРАГЕНТОМ витрати та/або збитки можуть включати: вартість послуг по оформленню та обробці Заявки ТУРИСТА, розмір яких вказується в Заявці та утримується незалежно від строків та причин відмови від отримання замовлених послуг;

суму витрат ТУРАГЕНТА на сплату штрафів, що застосовуються компаніями – партнерами, що безпосередньо надають туристичні послуги, у наступних розмірах:

- за відмову від поїздки в терміні 35-21 день до початку подорожі - 15% загальної вартості туристичних послуг;
- за відмову від поїздки в терміні 20-15 днів до початку подорожі - 50% загальної вартості туристичних послуг;
- за відмову від поїздки в терміні 14-8 днів до початку подорожі – 85 % загальної вартості туристичних послуг;
- за відмову від поїздки в терміні 7-1 день до початку подорожі – 100 % загальної вартості туристичних послуг;

- при відмові від поїздки, що припадає на високий сезон - 100% вартості туристичних послуг;

- при відмові від замовлення за акцією «раннє бронювання» або за іншими акціями, якщо таке положення було зазначене в умовах проведення акції – 100% вартості туристичних послуг.

5. Форс-мажорні обставини

6.1. СТОРОНИ звільняються від відповідальності за часткове чи повне невиконання своїх зобов'язань по Договору, якщо воно виникло внаслідок обставин непереборної сили і, якщо ці обставини безпосередньо вплинули на виконання Договору. Під обставинами непереборної сили розуміються обставини, які виникли після підписання Договору і в результаті непередбачуваних, незалежних і невідворотних СТОРОНАМИ обставин. Такі обставини встановлюються наявністю загальновідомих фактів, публікацій в засобах масової інформації та іншими способами, які не потребують спеціального доказування.

6.2. СТОРОНА, яка посилається на обставини непереборної сили, зобов'язана терміново, але не пізніше 48 годин з дати виникнення таких обставин, повідомити іншу СТОРОНУ про їх виникнення в письмовій формі і надати оформлену належним чином довідку Торгово-промислової палати України.

6.3. Неповідомлення чи несвоєчасне повідомлення іншої СТОРОНИ про такі обставини, позбавляє СТОРОНУ права посилатися на обставини форс - мажора як на підставу, яка звільняє її від відповідальності за невиконання зобов'язань.

6.4. Неповідомлення чи несвоєчасне повідомлення іншої СТОРОНИ про форс-мажорні обставини, дає їй право дострокового припинення Договору.

6. Порядок вирішення суперечок

7.1. У випадку виникнення спорів чи розбіжностей, що можуть виникнути з Договору чи в зв'язку з ним вирішуються СТОРОНАМИ шляхом переговорів. Якщо СТОРОНИ не приходять до взаємної згоди, спір вирішується в порядку, передбаченому чинним законодавством України.

7.2. Претензії ТУРИСТА з питань надання послуг відповідно до Договору приймаються до розгляду протягом чотирнадцяти днів з дати закінчення туру.

7.3. Претензії ТУРИСТА приймаються в письмовому вигляді разом з оригіналами заяви і доданих до неї документів, що мають відношення до інциденту, в тому числі актів, підписаних уповноваженою особою ТУРОПЕРАТОРА та завірених представником приймаючої сторони в країні перебування ТУРИСТА.

7.4. Претензії, подані з порушенням пунктів 6.2. і 6.3. Договору, ТУРАГЕНТОМ та ТУРОПЕРАТОРОМ до розгляду не приймаються.

7.5. ТУРОПЕРАТОР та ТУРАГЕНТ не приймають претензії та не несуть відповідальності по претензіях, що пов'язані з деякими відхиленнями щодо обслуговування, яке надають готелі, мотелі, пансіонати (несмачна їжа, висока вартість додаткових послуг, відключення води та електропостачання, прибирання кімнат і території та таке інше) та негативними наслідками спожитих послуг, самостійно придбаних туристом у будь-яких суб'єктів ринку туристичних послуг у країні перебування/відпочинку туриста.

7. Додаткові умови

8.1. СТОРОНИ, відповідно до ст. 212 Цивільного кодексу України, обумовили настання прав та обов'язків за Договором, крім обов'язку ТУРИСТА, здійснити оплату послуг у розмірі та порядку, передбаченому Договором, який настає (обов'язок по оплаті) з дати підписання Договору, відкладальною обставиною, а саме: Договір набуває сили з дати надання підтвердження на бронювання Заявки ТУРИСТА ТУРОПЕРАТОРОМ , та діє до дати закінчення надання послуг (закінчення туру).

У зв'язку з цим, СТОРОНИ погодили, що у випадку не надання підтвердження на бронювання Заявки ТУРИСТА ТУРОПЕРАТОРОМ , даний Договір є таким, що неукладений, а сплачені ТУРИСТОМ кошти підлягають поверненню за вимогою останнього.

8.2. ТУРИСТ вправі відмовитися від виконання Договору до початку подорожі виключно за умови оплати фактично понесених ТУРАГЕНТОМ витрат та відшкодування збитків, заподіяних ТУРАГЕНТУ , викликаних діями ТУРИСТА.

У випадку зміни вартості послуг, що надаються відповідно до Договору більш, ніж на 5 (п'ять) % вартості, обумовленої Договором, ТУРИСТ має право відмовитись від виконання даного Договору та вимагати повернення раніше сплачених коштів.

8.3. ТУРАГЕНТ, у випадку виняткової необхідності, має право замінити замовлений готель, за умови, що новий готель буде аналогічного або вищого класу без додаткової оплати зі сторони ТУРИСТА. Категорія готелю визначається офіційними органами країни розташування готелю.

8.4. Всі зміни, додатки та доповнення до даного Договору є чинними тільки, якщо вони вчинені в письмовій формі, підписані уповноваженими представниками СТОРІН, та є невід'ємною частиною даного Договору.

8.5. У випадках не передбачених Договором СТОРОНИ керуються чинним законодавством України та міжнародним правом, згоду на яке надано Верховною Радою України.

8.6. Договір укладений в двох примірниках українською мовою, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної СТОРОНИ.

АДРЕСИ ТА РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Додаток 1 до Договору на туристичне

обслуговування № _____ від «___» _____ 20 р.

ЗАЯВКА ТУРИСТА НА БРОНЮВАННЯ КОМПЛЕКСУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Інформація про ТУРИСТА				
Прізвище, ім'я, по батькові				
Адреса				
Телефон/факс				
E-mail				
Комплекс туристичних послуг				
Країна перебування/Курорт				
Дата	Відправлення		Прибуття	
Трансфер	Індивідуальний	Група	VIP	Не потрібен
Вид транспорту/категорія місця	Поїзд ☐ Автобус ☐ Авіа ☐		Бізнес клас ☐ Економічний клас ☐	
Транспортна компанія				
Готель				
Страховка				
Тип номера	☐ STANDARD ☐ інше			
Харчування	☐ BB ☐ HB ☐ FB ☐ AI ☐ UAI ☐ інше			
Розміщення	☐ SNG ☐ DBL ☐ DBL+EX.BED ☐ інше			
Вартість туристичного продукту				

Паспортні дані ТУРИСТА та осіб, що подорожують з ним
(латинськими літерами, як в закордонному паспорті)

№	Прізвище	Ім'я	Дата народження	№ паспорта
1.				
2.				
3.				

Додаткові побажання (виконання не гарантується)

Дата заповнення _____

ТУРАГЕНТ

ТУРИСТ

_____/

/

/_____/

./

МП

Відмітка про підтвердження Туру / Confirmation of the Tour

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МЕНЕДЖЕР /_____/

/

ТУРИСТ _____/

./



Серія АГ № 581096

ЛІЦЕНЗІЯ

ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО УКРАЇНИ З ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ

Вид господарської діяльності **туроператорська діяльність**

Найменування юридичної особи **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"**

Ідентифікаційний код юридичної особи **34191244**

Місцезнаходження юридичної особи **02121, м.Київ, вулиця Харківське шосе, будинок 201-203 /літера 2А/, група нежилых приміщень №53, офіс №1**

Дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії **10.05.2012 №53**

Строк дії ліцензії **з 15.05.2012 необмежений**

Номер в ліцензійному реєстрі - **287/2012**

Голова
М.П.   **О. О. Шаповалова**

Дата видачі ліцензії **17 ТРА 2012**





АТ "КРЕДИТ ЄВРОПА БАНК"

01601, м. Київ, вул. Мечнікова, 2

Тел.: 044 390 67 33

Факс: 044 499 40 35

SWIFT: FBHLEUAU

код МФО 380366

код ЄДРПОУ 34576883

www.crediteurope.com.ua

БАНКІВСЬКА ГАРАНТІЯ №451

«29» вересня 2020 року

місто Київ

Ми, АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «КРЕДИТ ЄВРОПА БАНК» місцезнаходження якого: 01601, м. Київ, вулиця Мечнікова, будинок 2, ідентифікаційний код юридичної особи ЄДР: 34576883, (надалі за текстом – «Гарант») на прохання **ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ «АНЕКС ТУР»**, що є юридичною особою за законодавством України, місцезнаходження якого: 02121, м. Київ, вул. Харківське шосе №201-203 (Літера 2А), групи нежилых приміщень №53, офіс №1, ідентифікаційний код юридичної особи ЄДР: 34191244, (надалі за текстом – «Принципал») на підставі Договору про надання фінансових послуг №44/11 від «16» лютого 2011 року, укладеним між Гарантом та Принципалом, надаємо дану гарантію, (надалі за текстом – «Гарантія») в якості фінансового забезпечення цивільної відповідальності Принципала перед кожним з фізичних осіб-туристів (надалі за текстом – «Бенефіціари»), які є споживачами туристичного продукту внаслідок укладання ними з Принципалом договорів про надання туристичних послуг (надалі за текстом – «Основне зобов'язання»).

Цією Гарантією покриті лише можливі вимоги Бенефіціарів, пов'язані з невиконанням Принципалом своїх фінансових зобов'язань за Основним зобов'язанням у разі порушення процесу про визнання Принципала банкрутом відповідно до чинного законодавства України, чи виникнення обставин неплатоспроможності Принципала пов'язаним з необхідністю покриття витрат Бенефіціара з його повернення в місце постійного проживання (перебування) та/або з необхідністю відшкодування вартості ненаданих Принципалом Бенефіціарові послуг передбачених Основним зобов'язанням.

Розмір грошової суми, що підлягає виплаті Бенефіціару, складається з документально підтверджених витрат Бенефіціара з його повернення в місце постійного проживання (перебування) та документально підтвердженої вартості ненаданих послуг, передбачених Основним зобов'язанням. Ця Гарантія не розповсюджується на виплати Принципалом штрафних санкцій, відшкодування неякісних послуг наданих Принципалом Бенефіціарові за Основним зобов'язанням, комісійні виплати, а також і на будь-які інші платежі Принципала необумовлені цією Гарантією.

Зобов'язання Гаранта за цією Гарантією обмежується сумою, що становить **660 752,00 гривень** (Шістсот шістдесят тисяч сімсот п'ятдесят дві гривні 00 копійок) (код валюти – 980), що станом на «29» вересня 2020 року складає 20 000,00 Євро (Двадцять тисяч Євро, 00 євроцентів) і не може бути збільшена ні за яких умов.

Гарант зобов'язується протягом **30 (тридцяти) календарних днів** після отримання від Бенефіціарів всіх документів передбачених даною Гарантією, сплатити Бенефіціарам в межах загальної суми Гарантії кошти шляхом їх перерахування на рахунки Бенефіціарів зазначені в їх заявах. При цьому, у випадку перевищення загальної суми заявлених у відповідності до умов цієї Гарантії вимог Бенефіціарів над сумою Гарантії, обов'язок Гаранта за цією Гарантією перед кожним окремим Бенефіціаром обмежується сумою грошових коштів, яка визначається пропорційно до вимог кожного окремого Бенефіціара. Зобов'язання Гаранта за цією Гарантією зменшуються на суму здійснених виплат Бенефіціарам за цією Гарантією.

Вимога Бенефіціара про сплату Гарантом грошової суми за цією Гарантією повинна бути представлена Гаранту в письмовій формі **не пізніше 17:00 за київським часом «09» листопада 2021 року** за адресою: 01024, Україна, місто Київ, вулиця Шовковична, будинок 42-44.

Вимога Бенефіціара про сплату Гарантом грошової суми за цією Гарантією повинна бути надана Гаранту в письмовій формі, в якій вказується номер і дата Гарантії та платіжні реквізити Бенефіціара. До заяви обов'язково повинні бути додані наступні документи, завірени особистим підписом Бенефіціара:

1. Копія Основного зобов'язання;

2. оригінал розрахунку суми вимоги Бенефіціара в українських гривнях. При цьому, фактично понесені витрати в іноземних валютах переводяться в українську гривню за офіційним курсом НБУ на дату їх фактичного понесення Бенефіціаром;
3. оригінали документів, які підтверджують розмір вимог Бенефіціара;
4. копія всіх сторінок паспорту громадянина України та довідки про присвоєння ідентифікаційного номера Бенефіціара або інших документів, що засвідчує особу Бенефіціара;
5. оригінал документу, що підтверджує сплату Бенефіціаром вартості послуг Принципала згідно Основного зобов'язання;
6. копія всіх сторінок паспорта громадянина України для виїзду закордон Бенефіціара в тому числі сторінки з обов'язковою відміткою про в'їзд і виїзд з країни;
7. копія заяви Бенефіціара на відшкодування Бенефіціарові Принципалом збитків із вхідним реєстраційним номером Принципала;
8. копія відповіді Принципала Бенефіціару про неможливість відшкодування Принципалом збитків;
9. Документи, що підтверджують порушення процесу про визнання Принципала банкрутом або виникнення обставин неплатоспроможності Принципала, а саме:
 - копії ухвали суду (господарського суду), що засвідчує факт порушення процесу про визнання Принципала банкрутом, внаслідок виникнення обставин його неплатоспроможності;
 - копії рішення суду (господарського суду) про обов'язок Принципала відшкодувати заподіяні ним Бенефіціарові збитки;
 - копії постанови відділу державної виконавчої служби за місцезнаходженням Принципала або його майна про відкриття виконавчого провадження проти Принципала на підставі виконавчих документів за якими здійснюється стягнення з Принципала на користь Бенефіціара;
 - копій виконавчих документів (виконавчого листа або наказу господарського суду) за якими здійснюється стягнення коштів з Принципала на користь Бенефіціара, за укладеними між ними договорами на туристичне обслуговування;
 - копії постанови відділу державної виконавчої служби за місцезнаходженням Принципала, про повернення Бенефіціарові виконавчих документів без виконання у зв'язку з відсутністю у Принципала майна та коштів, або у зв'язку з порушенням проти Принципала справи про банкрутство.

Ця Гарантія набуває чинності з «10» листопада 2020 року і діє до 17:00 за київським часом «09» листопада 2021 року (включно). Після закінчення зазначеного строку ця Гарантія втрачає чинність, незважаючи на факт її повернення чи неповернення Гаранту.

Надане Бенефіціару за цією Гарантією право вимоги до Гаранта не може бути передано іншим особам та не може бути переуступленим.

Ця Гарантія підпадає під дію і трактується у відповідності з чинним законодавством України.

Ця Гарантія припиняється сплатою Бенефіціаром суми, на яку видано цю Гарантію, або закінченням строку, на який видано цю Гарантію, або у випадку дострокового припинення дії ліцензії Принципала на здійснення туристичної діяльності або у разі повернення Принципалом оригіналу Гарантії до Гаранта.

У випадку здійснення Гарантом гарантійного платежу Бенефіціару за цією Гарантією Гарант у будь-якому випадку без обмежень має право на зворотню вимогу (регрес) до Принципала.

З усіх інших питань, що передбачені цією Гарантією, Гарант, Бенефіціар та Принципал керуються чинним законодавством України.

Від імені Гаранта:

Голова Правління



Онур Анлиатамер

Додаток Е**ДОГОВІР № _____****на туристичне обслуговування**

м. _____

« ____ » _____ 20__ р.

_____, назване у подальшому «Турагент» (розмір фінансової гарантії відповідальності Турагента складає еквівалент суми _____ Євро, яка надана _____, згідно Договору про надання банківської гарантії виконання зобов'язань № _____ від _____ 20__ р.), в особі _____, що діє на підставі _____, який діє від імені та за дорученням Туроператора ТОВ «Туристична Компанія «Анекс Тур» (адреса: 02121, м. Київ, вул. Харківське шосе, 201-203, 2А, група нежилых прим. №53, офіс № 1, тел. (044) 591 1 591, ліцензія на право заняття туроператорською діяльністю Серія АГ № 581096 від 17 травня 2012 року, розмір фінансової гарантії відповідальності Туроператора складає еквівалент суми 20 000,00 Євро, яка надана ПАТ «Кредит Європа банк», адреса банку: 01601, м. Київ, вул. Мечнікова 2, згідно Договору про надання банківської гарантії № 448 від 16.10.2019 р., який діє по дорученню і за рахунок іноземного туроператора «Anex Tourism Worldwide DMCC» (PO box: 392873, Swiss Tower Unit: 2101 Plot No: 903 Cluster Y, Jumeirah Lakes Towers, Dubai, United Arab Emirates), на підставі Договору № _____ А/1 від « ____ » _____ 201__ р., з одного боку та

_____, названий у подальшому «Турист», з другого боку, названі в подальшому «Сторони», уклали даний Договір про наступне:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Турагент зобов'язується відповідно до замовлення Туриста й особам, що слідує з ним, забезпечити надання комплексу туристичних послуг (туристичний продукт) Туристу, а Турист зобов'язується на умовах даного Договору прийняти та оплатити їх.

1.2. Турист здійснює вибір туристичних послуг із запропонованих Турагентом на свій розсуд і за своїм побажанням.

1.3. Турагент/Туроператор виступає як посередник між Туристом, з одного боку, і транспортними, страховими компаніями, готелями й іншими підприємствами, установами, з іншого боку. По угодах, оформлених Турагентом, Турист набуває прав та обов'язків, навіть якщо Турагент/Туроператор і був названий в угоді, чи вступив у безпосередні відносини по виконанню угоди, зробивши юридичні дії (оплати, оформлення документів і т.д.).

2. УМОВИ ТА СТРОКИ ТУРИСТИЧНОЇ ПОДОРОЖІ (ЗАМОВЛЕННЯ)

2.1. Туристична подорож здійснюється у складі (вказуються кількість туристів та відомості про них; при подорожі туриста/ів з дітьми, дата народження дитини вказується обов'язково):

1.	_____	_____	_____	_____	_____
_____	прізвище	_____	ім'я	_____	дата народження
_____	_____	_____	_____	_____	громадянство
2.	_____	_____	_____	_____	_____
_____	прізвище	_____	ім'я	_____	дата народження
_____	_____	_____	_____	_____	громадянство
3.	_____	_____	_____	_____	_____
_____	прізвище	_____	ім'я	_____	дата народження
_____	_____	_____	_____	_____	громадянство
4.	_____	_____	_____	_____	_____
_____	прізвище	_____	ім'я	_____	дата народження
_____	_____	_____	_____	_____	громадянство
					паспорт: серія, номер
					паспорт: серія, номер
2.2.	Країна	та	місце		паспорт: серія, номер, призначення:

2.3. Термін подорожі: з « ____ » _____ 20__ р. по « ____ » _____ 20__ р.

2.4. Транспортне обслуговування*:

2.4.1. Вид транспортного засобу (літак, потяг, автобус, автомобіль, інше): _____;

2.4.2. Категорія транспортного засобу (перший клас, економ клас, інше): _____;

2.4.3. Маршрут (дата, час місце відправлення та повернення, проміжних зупинок і транспортних сполучень): _____;

2.5. Розміщення в готелі або інших аналогічних засоби розміщення (в т.ч. транзитне):

2.5.1. Назва

готелю: _____;

2.5.2. Категорія

готелю: _____;

2.5.3. Тип

номеру: _____;

2.5.4. Місце

готелю: _____ розташування _____;

2.5.5. Строк та порядок оплати готельного обслуговування в разі обрання подорожі за системою «Рулетка», вказується назва «Roulette» та категорія без назви готелю):- _____;

2.6. Поселення до готелю** «_____» _____ 20____ р. Виселення з готелю** «_____» _____ 20____ р.

2.7. Трансфер:

Страховик: _____

(VIP, індивідуальний, груповий, без трансферу, між готелями)

UAI, інше)

2.8. Додаткові або інші умови подорожі, додаткові послуги (побажання***): _____

2.9. Програма туристичного обслуговування, види екскурсійного обслуговування та інші послуги, включені до вартості туристичного продукту

2.10. Інші суб'єкти туристичної діяльності, які надають туристичні послуги, включені до туристичного продукту (у тому числі приймаюча сторона):

_____ (вказується: їх місцезнаходження та реквізити)

* Графік руху за маршрутом, аеропорт, дату та час вильоту, тип літака або інші характеристики можуть бути змінені Туроператором.

** Поселення та виселення з готелю (звільнення номеру) здійснюється в залежності від часу вильоту літака та з урахуванням розрахункової години, передбаченої готелем за місцевим часом. Турист самостійно сплачує всі витрати, що виникли внаслідок порушення ним розрахункової години.

*** Додаткові побажання приймаються, але не гарантуються.

3. ВАРТІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

3.1. Загальна вартість туристичних послуг, замовлених Туристом становить:

_____ (цифрами та прописом)

3.2. Турист здійснює повну оплату замовленого Турпродукту в національній валюті України – гривнях, згідно з п.3.1. цього Договору, протягом **двох банківських днів** з дати укладання договору.

У випадку:

- не оплати Туристом повної вартості замовленого Турпродукту згідно з п.3.1. цього Договору протягом двох банківських днів;
та

- при збільшенні офіційного курсу долара США/Євро щодо гривні, встановленого Національним Банком України на дату оплати, по відношенню до офіційного курсу долара США/Євро щодо гривні, встановленого Національним Банком України на дату укладання цього Договору;

оплата та/або не оплачена частина Турпродукту підлягає перерахунку на частку ділення (офіційного курсу долара США/Євро щодо гривні, встановленого Національним Банком України на дату оплати), на (/) (офіційний курс долара США/Євро щодо гривні, встановленого Національним Банком України на дату виставлення рахунку)

3.3. Оплата Турпродукту може бути проведена фізичними чи юридичними особами у будь-якій формі, що не суперечить чинному законодавству України. Оплату Турпродукту Турист може здійснити самостійно на розрахунковий рахунок Туроператора. Оплата туристом вартості витрат відповідно до п. 6.1. цього Договору проводиться у безготівковій формі.

3.4. У випадку несплати або неповної оплати Туристом вартості туристичних послуг у строки, передбачені п. 5.2.1. Договору, Турагент/Туроператор має право відмовити Туристу в наданні туристичних послуг, при цьому Турист відшкодовує Турагенту/Туроператору фактично понесені витрати по бронюванню і оформленню туру.

4. ПРАВА СТОРІН

4.1. Турагент/Туроператор має право:

4.1.1. Внести зміни у зміст туру та графік руху за маршрутом; змінити аеропорт, дату та час вильоту, тип літака або інші характеристики Турпродукту. У випадку, якщо Турист скористався запропонованими йому альтернативними послугами, послуги за Договором вважаються наданими належним чином.

4.1.2. Змінити вартість туристичного продукту, погодженої Сторонами, при цьому перевищення ціни туристичного продукту не повинно бути більше ніж 5% від його первісної ціни. У разі перевищення ціни туристичного продукту більше ніж 5% первісної ціни турист має право відмовитися від виконання договору, а Турагент зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

4.1.3. Замінити замовлений готель або інший об'єкт розміщення на інший готель або інший об'єкт розміщення за умови, що новий готель (об'єкт розміщення) буде аналогічного або вищого класу, в будь-якій місцевості, незалежно від попередніх домовленостей (в тому числі і під час туру), якщо інше не буде окремо погоджено сторонами.. Категорія готелю визначається офіційними органами країни розташування готелю. В цьому випадку, обов'язки Турагента з розміщення Туриста вважаються виконаними і Турист не має права на пред'явлення будь-яких претензій щодо умов його розташування та оплати.

4.1.4. Розірвати даний Договір без відшкодування Туристу матеріальних і моральних збитків, у випадку не оформлення в'їзних віз Туристу Посольством країни слідування.

4.1.5. Відмовити в наданні туристичних послуг, в разі неповної або несвоєчасної оплати туру. В даному випадку для Туриста настають наслідки передбачені п. 6.1 Договору.

4.2. Турист має право:

4.2.1. Отримати туристичні послуги, а також отримувати інформацію, консультації протягом туристичної подорожі.

4.2.2. Відмовитися від замовленого Турпродукту, при цьому сплативши Турагенту/Туроператору реально понесені останніми витрати, пов'язані з виконанням зобов'язань за даним Договором. Заява про відмову Туриста від туристичних послуг в письмовій формі приймається Турагентом до виконання з дня отримання такої заяви. В даному випадку для Туриста настають наслідки передбачені п. 6.1 Договору.

5. ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

5.1. Турагент зобов'язується:

5.1.1. Надати Туристу повну та достовірну інформацію, передбачену чинним законодавством України та зокрема ст.19¹,20 Закону України «Про туризм», та додатково:

- про місце надання туристичних послуг, програму туристичного обслуговування;
- про характеристику транспортних засобів, що здійснюють перевезення, зокрема їх вид (наприклад літак, потяг, автобус та інше) і категорію (перший клас, економ клас та інше);
- про час та місце проміжних зупинок і транспортних сполучень та категорію місця, яке споживач (турист) займатиме в певному виді транспортного засобу;
- про характеристику готелів та інших об'єктів, призначених для надання послуг з тимчасового розміщення, у тому числі місце їх розташування, категорію, строки і порядок оплати готельного обслуговування;
- про ціну (вартість) туристичних послуг;
- про будь-які зміни у туристичному обслуговуванні;
- про медичні застереження стосовно здійснення туристичної подорожі, зокрема протипоказання через певні захворювання, особливості фізичного стану (фізичні недоліки) і вік туристів у країні (місці) тимчасового перебування;
- про місцезнаходження туроператора, поштові реквізити, контактний телефон, копію ліцензії та інше;
- про види і тематику екскурсійного обслуговування, порядок здійснення зустрічей і провідів, супроводу туристів;
- про стан навколишнього природного середовища, санітарного та епідеміологічного благополуччя;
- про адресу для направлення скарг і претензій туристів, а також адреси і телефони дипломатичних установ України у країні (місці) тимчасового перебування або місцевих служб, до яких можна звернутися у разі виникнення труднощів під час туристичної подорожі;
- про умови обов'язкового та добровільного страхування туристів;
- про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування та перебування там.

5.1.2. Забезпечити бронювання туристичних послуг відповідно до п. 2 Договору.

5.1.3. Організувати оформлення документів.

5.1.4. Забезпечити Туриста необхідними документами: ваучерами, страховими полісами (пам'яткою), авіаквитками на авіарейси згідно з графіком відправлення за маршрутом, вказаними у п. 2 Договору.

5.1.5. негайно інформувати Туриста про зміни в замовлених послугах, при їх наявності не пізніше ніж через один день з дня, коли Туроператор повідомив Турагента про зміну обставин, якими сторони керувалися під час укладання договору.

5.1.6. Перевіряти у Туриста наявність та правильність оформлення необхідних паспортних та візових документів. Попереджувати про основні вимоги до оформлення в'їзних/виїзних документів, строки, порядок оформлення. Повідомляти про правила в'їзду та виїзду з країни перебування.

5.1.7. Довести до відома Туристів, що строк дії договору страхування починається з дати останніх підтверджених змін до Турпродукту та повної його оплати Турагентом.

5.1.8. Турагент зобов'язується отримати від Туриста та надати Туроператору достовірні відомості щодо номера телефону Туриста, з метою забезпечення своєчасного інформування Туриста.

5.2. Турист зобов'язується:

5.2.1. Оплатити вартість туристичного продукту протягом _____ днів (годин) з моменту підписання даного Договору.

5.2.2. Своєчасно надати документи, які необхідні для оформлення поїздки (Туру). Документи повинні бути оформлені у встановленому законодавством порядку і надані Турагенту не пізніше, ніж за ____ днів до початку подорожі. Турагент/Туроператор не несе відповідальності за правильність оформлення закордонного паспорту Туриста.

5.2.3. Прибути до аеропорту за три години до офіційно повідомленого часу вильоту літака та на передодні вильоту перевіряти час виїзду зворотного трансферу з готелю до аеропорту.

5.2.4. Дотримуватись вимог чинного законодавства України щодо перетину Державного кордону України, а також прикордонних, митних правил та правил в'їзду/виїзду до/з країни тимчасового перебування, санітарних правил; поважати звичаї, традиції місцевого населення, політичний та соціальний лад країни перебування; не порушувати суспільний порядок та вимоги законів, чинних на території країни тимчасового перебування; не порушувати права та законні інтереси інших громадян; дотримуватись правил поведінки на борту літака, дотримуватись правил внутрішнього розпорядку та протипожежної безпеки в місцях розміщення та перебування. Виконувати інші обов'язки, передбачені чинним законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

5.2.5. Оплатити вартість в'їзної візи при проходженні паспортного контролю, якщо віза не була оформлена заздалегідь.

5.2.6. У випадку виникнення у Туриста претензій, щодо якості послуг які надаються, Турист зобов'язаний негайно в письмовій формі надати претензію представнику сторони, яка приймає, та повідомити про це Турагента протягом доби. Усі пред'явлені претензії Туристів повинні містити: прізвище, ім'я та по-батькові Туриста, період і місце його перебування, а також супроводжуватися актом, складеним Туристом, уповноваженим працівником організації, що надавала послуги Туристу, та завіреним підписом представника Туроператора в країні перебування. Претензії повинні бути направлені Туроператору не пізніше 14 календарних днів із дня закінчення Туру. Разом з претензією Туроператору надається копія Договору Турагента з Туристом, інші документи, що мають відношення до інциденту.

5.2.7. Надати достовірні дані про порушення законодавства, митного та візового режиму, якщо такі мали місце в минулому. В разі виникнення негативних наслідків з причини надання недостовірних, недійсних, невірно оформлених та підроблених даних чи документів і виникнення в зв'язку з цим матеріальних збитків Турагента/Туроператора, Турист компенсує всі понесені збитки.

5.2.8. Самостійно сплачувати додаткові послуги, що обрані ним (Туристом) за власним бажанням: транспортні послуги (не передбачені умовами договору), обслуговування за кордоном України (не передбачене умовами договору), а також інші послуги, що не передбачені умовами Договору в місцях проживання та перебування.

5.2.9. Повернутися до України в терміни, передбачені умовами туру та чинною візою.

5.2.10. Виконувати умови та правила, передбачені цим Договором.

5.2.11. Під час здійснення туристичної подорожі, дотримуватись правил особистої безпеки та збереження особистого майна.

5.2.12. Пройти профілактику у відповідності до міжнародних медичних вимог, в разі здійснення подорожі до країни (місця) тимчасового перебування, в якій існує високий ризик захворювання на інфекційну хворобу.

5.2.13. У випадку відмови від цього Договору до початку поїздки сплатити Турагенту грошові кошти згідно з п.4.2.2. цього Договору.

5.2.14. Відшкодувати Турагенту/Туроператору збитки, заподіяні своїми неправомірними діями, у тому числі, але не обмежуючись:

- через порушення, пов'язані з неналежним оформленням документів для перетину Державного кордону України;
- через порушення Туристом візового режиму в країні перебування, виплатити Турагенту/Туроператору штрафні санкції імміграційних служб країни перебування Туриста і всі можливі витрати по його депортації.

5.2.15. Надати достовірну інформацію щодо номеру телефону, з метою забезпечення своєчасного інформування.

6. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

6.1. За відмову Туриста від Турпродукту (частково або повністю) з будь-яких причин, Турист зобов'язується сплатити Турагенту, Туроператору фактично зазначені витрати за послуги, понесені у зв'язку з виконанням підтвердженого замовлення Туриста. Туроператор, Турагент повідомляє суму понесених витрат у письмовій формі. За допомогою

електронного або факсимільного зв'язку, за вимогою. Сторони домовились, що підтвердженням фактично зазначених витрат за послуги, понесені у зв'язку з виконанням підтвердженого замовлення Турпродукту Туроператора, є довідка Туроператора із зазначенням загальної суми витрат та/або Акт про реалізацію послуг та/або документ іноземного туроператора.

6.2. Якщо до складу Туру входить в'їзна віза то, на доповнення до п. 6.1, настає додаткова відповідальність за відмову від Туру:

- якщо документи Туриста не надавались до посольства, вартість послуг з оформлення візи повертається в повному обсязі;
- якщо до моменту відмови від туру віза проставлена в паспорті, вартість фактичних витрат з її оформлення не повертається.

6.3. Зміна умов Туру за ініціативою Туриста після його сплати, а також несвоєчасне надання Туристом Турагенту необхідних документів прирівнюється до відмови від туру і породжує наслідки, передбачені п.6.1 даного Договору.

6.4. Турагент/Туроператор не розглядає претензії Туриста що до якості наданих послуг та/або невідповідності наданого Турпродукту сподіванням Туристів та/або відповідно за незадоволення від наданих послуг, що ґрунтуються на суб'єктивній оцінці Туриста цих послуг, а також за відсутності відповідних записів у туристичному ваучері, оскільки уява кожної конкретної особи носить особистий та суб'єктивний характер і не може відповідати загальноприйнятим нормам у тому числі затвердженим законодавством відповідної країни.

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

6.6. Турагент/Туроператор не несе відповідальності та не сплачує будь-які компенсації за можливі порушення та дії, які не належать до його компетенції, а саме:

- за зміну розкладу, відміну, затримку авіарейсу, заміну літака одного типу на інший, закриття аеропортів, з метеорологічних, технічних та інших причин, що призвело до зміни програми Туру, за транспортне перевезення Туриста, збереження документів та особистих речей Туриста, втрату або псування багажу під час перевезення. В даному випадку відповідальність за вищевикладене несе Перевізник. Взаємовідносини між пасажиром (Туристом) та Перевізником регулюються договором на перевезення, підтвердженням якого є виданий Туристу квиток, згідно чинного законодавства України;

- за неможливість здійснення Туристом подорожі, перенесення її на більш пізніші терміни, призупинення подорожі, шкоду, що викликана діями консульської, митної та імміграційної служб України та зарубіжних країн;

- відшкодування витрат при настанні страхових випадків, що передбачені договором страхування. При настанні страхового випадку Турист зобов'язаний діяти у відповідності до інструкції, яка викладена у страховому полісі (пам'ятці);

- за готельне обслуговування (несмачна їжа, висока вартість додаткових послуг, відключення води та електропостачання, прибирання кімнат і території та таке інше) та негативні наслідки споживчих послуг, самостійно придбаних туристом у будь-яких суб'єктів ринку туристичних послуг у країні перебування/відпочинку туриста.

6.7. Турагент/Туроператор не приймає претензії та не несе відповідальності по претензіях, які пов'язані з деякими відхиленнями щодо обслуговування, яке надають готелі, мотелі, пансіонати (несмачна їжа, висока вартість додаткових послуг, відключення води та електропостачання, прибирання кімнат і території та таке інше) та негативними наслідками споживчих послуг, самостійно придбання туристом у будь-яких суб'єктів ринку туристичних послуг у країні перебування/відпочинку туриста.

6.8. У випадку порушення Туристом програми обслуговування, норм та правил поведінки в країні перебування, правил митного та прикордонного контролю, правил поведінки на борту літака, транспортних перевезень (порушення правопорядку у стані алкогольного або наркотичного сп'яніння), а також порушення інших загальноприйнятих правил поведінки, що стало причиною зняття Туриста з рейсу, затримки компетентними органами, доставлення (перебування) Туриста до (в) медичних закладів країни перебування, з вищевказаних причин, що призвело до додаткових матеріальних витрат Туриста, Турагент/Туроператор не несе відповідальності, вартість Туру не повертається, будь-які інші компенсації не виплачуються.

6.9. За невиконання або неналежне виконання умов даного Договору, винна Сторона сплачує іншій Стороні завдані цим, документально підтверджені збитки.

6.10. У випадку анулювання подорожі з вини Турагента Туристу повертається повна вартість сплачених останнім послуг протягом 60 днів.

6.11. Турагент/Туроператор не несе відповідальності по відшкодуванню матеріальних затрат Туриста за сплачені туристичні послуги, якщо Турист під час туристичної подорожі, керуючись особистими інтересами, не скористався всіма або частиною наданих Турагентом туристичних послуг, достроково припинив термін перебування в Турі.

6.12. Турагент/Туроператор (сторона яка приймає Туриста в країні тимчасового перебування), не несуть відповідальності за втрату, пропажу цінностей, документів, особистих речей Туриста під час здійснення туристичної подорожі.

6.13. Турист, що підписав Договір, представляє інтереси всіх туристів, про яких зроблене замовлення, несе відповідальність перед Турагентом та цими туристами, за вибір послуг, правильність повідомлених даних, своєчасну оплату послуг та виплату витрат, в разі відмови від подорожі.

6.14. Турагент/Туроператор не несе відповідальності за рішення (дії) прикордонних, митних служб країн, через (до) які (яких) подорожує Турист, а також інших установ щодо неможливості в'їзду Туриста або осіб що подорожують разом з ним, відповідно до умов цього Договору та заявки, на територію цих країн. В даному випадку Турист самостійно сплачує витрати пов'язані з депортацією (вартість транспортного перевезення, адміністративні штрафи, пеня та інші платежі). Будь-які компенсації не виплачуються.

6.15. У випадку відмови в'їзду на територію країни туристичної подорожі одному із туристів, що подорожує групою, відповідно до умов цього Договору з причин передбачених п. 6.13 Договору, Договір не припиняється для інших туристів

в групі (такі туристи продовжують подорож відповідно до умов Договору). В даному випадку претензії на дії відповідних органів країн подорожі для розгляду не приймаються, компенсації не виплачуються.

6.16. Турагент не несе відповідальності за неналежне виконання умов Договору, якщо це сталося внаслідок надання Туристом Турагенту документів та недостовірних відомостей (неповнота, недостовірність, неправильність оформлення документів та ін.).

6.17. У випадку невіїзду Туриста внаслідок втрати документів, запізнення на рейс на початку та в кінці туристичної подорожі з причин особистого характеру та ін., Турагент/Туроператор не несе відповідальності і компенсації не сплачує.

6.18. Турагент/Туроператор не несе відповідальності за будь-які незручності, завдані Туристу в зв'язку з проведенням на території країни перебування будівельних та ремонтних робіт, які відбуваються за рішенням або з відома місцевих влад будь-якими державними або приватними особами.

6.19. При порушенні Туристом Правил перевезення пасажирів та багажу, до нього (Туриста) застосовуються штрафні санкції передбачені Перевізником.

6.20. Зміна або заміна будь-яких даних Туриста тягне за собою зміну умов попереднього бронювання (вартість туру й т.п.). У випадку внесення будь-яких змін до документів, виправлення неточностей у записах документах Туриста, останній погоджується з усіма додатковими платежами.

6.21. У випадку невиконання зобов'язань по оплаті Туру (п. 5.2.1) Турист зобов'язаний сплатити Турагенту пеню в розмірі 0.3% від вартості Туру (п. 3.1), за кожен день прострочки платежу до моменту сплати.

6.22. Турагент не несе відповідальності за підвищення вартості авіаквитків та зобов'язується інформувати Туриста про зміну вартості авіаквитків, відразу після отримання інформації від Туроператора.

6.2.3. У разі неможливості встановити зв'язок з Туристом за наданим Турагентом номером телефону Туриста, Турагент особисто відповідає за наслідки несвоєчасного оповіщення та інформування Туриста.

7. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СУПЕРЕЧОК

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

7.2. У випадку визнання претензій Туриста та відшкодування йому з боку Турагента спричиненої шкоди, Турист підписує відповідні фінансові документи про це, а також письмову заяву про відмову від пред'явлення майнових та інших претензій до Турагента.

8. ДОДАТКОВІ УМОВИ

8.1. Заміна готелю або номеру за власним бажанням Туриста може бути здійснена тільки за додаткову плату.

8.2. В разі задоволення претензій з якими звертається Турист в країні перебування, відповідно до п. 5.2.6, шляхом надання альтернативних послуг, і турист ними скористався, то вважається що Турагент/Туроператор і сторона, яка приймає, виконали свої зобов'язання належним чином і претензії по тому ж самому питанню до розгляду не приймаються.

8.3. Претензії та заяви Турагент приймає безпосередньо від особи, що підписала Договір.

8.4. Претензії стосовно клімату, місцевих традицій, тривалості авіаперельоту до розгляду не приймаються.

8.5. У випадку настання страхового випадку, претензії по збитках Турист пред'являє в страхову компанію, вказану в страховому полісі (пам'ятці).

8.6. Адміністрація готелів країни перебування може тимчасово змінювати склад устаткування номерів, змінювати харчування, особливо на початку та в кінці сезону. Деякі розваги, що рекламуються, враховуючи використання спортивного устаткування, можуть бути оплатними. Устаткування, що зображене на рекламних фотографіях, необов'язково може бути в наявності протягом сезону. Турагент/Туроператор не володіє інформацією про можливі плани адміністрації готелів щодо проведення будівельних та ремонтних робіт в курортній зоні.

8.7. Квитки, які придбані за чартерною програмою поверненню не підлягають.

8.8. Для зміни зворотної дати вильоту за чартерною програмою Турист має звернутись до гідів в країні перебування за придбанням нового квитка на іншу дату вильоту. Вартість невикористаного квитка не повертається.

8.9. Зміна умов Туру тягне за собою скасування попереднього замовлення та подання нового. В даному випадку Турист сплачує витрати передбачені п. 6.1 Договору.

8.10. Підписанням даного договору Турист, враховуючи вимоги Закону України «Про захист персональних даних», підтверджує та надає Туроператору та Турагенту згоду на обробку його персональних даних (та персональних даних будь-яких фізичних осіб, що слідують з ним), які були або будуть передані Туроператору та Турагенту у зв'язку або на виконання даного договору та замовлення туру. Турист засвідчує і гарантує, що він має всі необхідні правові підстави для передачі вищезгаданих персональних даних Туроператору та Турагенту для їх подальшої обробки з метою організації та надання Туристу будь-яких туристичних послуг, без будь-якого обмеження строком та способом, у т.ч. для їх використання і поширення, зміни, передачі чи надання доступу до них третім особам у випадках, передбачених чинним законодавством України, а також для передачі Туроператором та Турагентом персональних даних для обробки третім особам та здійснення відносно них будь-яких інших дій, якщо це пов'язано із захистом прав Туроператора та Турагента за ними, або якщо це необхідно для реалізації Туроператором та Турагентом прав та обов'язків, передбачених законом.

Право визначення об'єму обробки персональних даних Турист надає Туроператору та Турагенту.

Турист звільняє Туроператора та Турагента від будь-якої відповідальності, у тому числі за будь-яку моральну шкоду, майнові збитки, неотриманні доходи (вигоду), завдані будь-яким особам внаслідок будь-яких суперечок, претензій, вимог або судових спорів щодо або у зв'язку з персональними даними. Турист приймає на себе повну відповідальність перед такими третіми особами, у тому числі за відшкодування збитків та шкоди.

Турист зобов'язується відшкодувати Туроператору та Турагенту будь-які майнові збитки, моральну шкоду, неотриманні доходи (вигоди), в т.ч. судові витрати та витрати на консультаційні послуги, що виникли внаслідок порушення Туристом зазначених вище засвідчень і гарантій, або у разі задоволення судом позову до Туроператора та Турагента про відшкодування збитків або шкоду у зв'язку з переданими Туристом персональними даними.

Вищенаведені зобов'язання, засвідчення і гарантії є необмеженими строком, вони є безумовними і безвідкличними.

9. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

9.1. Сторони звільняються від майнової відповідальності за невиконання зобов'язань, передбачених Договором, при виникненні форс-мажорних обставин, а саме:

- Повінь, землетрус, цунамі, епідемії й інші стихійні явища природи;
- Пожежі, вибухи, виходи з ладу чи ушкодження комп'ютерної техніки, каналів зв'язку, транспортних засобів;
- Страйк, саботаж, локаут і інші непередбачені ситуації, що безпосередньо вплинули на виконання умов даного Договору та унеможливають це;
- Оголошена чи неоголошена війна, революція, масові безладдя;
- Законні чи незаконні дії органів державної влади.

9.2. Сторона, для якої створилася неможливість виконання прийнятих на себе зобов'язань, внаслідок дії форс-мажорних обставин, зобов'язана протягом 24 годин в письмовій формі повідомити іншу Сторону про час настання і припинення дії даних обставин.

9.3. Належним доказом настання форс мажорних обставин та терміну їхньої дії є наявність довідки, виданої відповідними компетентними органами відповідної країни.

10. РОЗІРВАННЯ, ЗМІНИ ТА ДОПОВНЕННЯ ДОГОВОРУ

10.1. Кожна зі сторін Договору може вимагати розірвання Договору або внесення змін та доповнень до нього в зв'язку з істотними змінами обставин, з яких вони виходили при укладенні Договору. Побаження Туриста щодо змін умов Туру, або про відмову від туру приймаються до розгляду в письмовій формі.

10.2. Турист вправі відмовитись від виконання Договору до початку туристичної подорожі за умови сплати Турагенту фактичних витрат в повному обсязі за послуги, які були надані до отримання повідомлення про відмову, а також сплати витрати у відповідності до п. 6.1 Договору.

10.3. Турагент вправі відмовитись від виконання Договору тільки за умови повного відшкодування Туристу вартості сплаченого ним Туру.

10.4. Турагент вправі розірвати Договір при невиконанні Туристом умов передбачених п. 5.2.1 Договору.

10.5. Всі зміни та доповнення до Договору укладаються в письмовій формі за взаємною згодою та підписами Сторін.

11. ЗАКЛЮЧНІ ПОЛОЖЕННЯ

11.1. Факт підписання Договору свідчить про те, що Турист до замовлення туристичних послуг та укладення договору на туристичне обслуговування отримав всю необхідну інформацію у доступній та наочній формі про організацію туристичного обслуговування за Договором, права, обов'язки та правила поведінки, умови страхування, порядок відшкодування завданих збитків, умови відмови від послуг, медичні застереження стосовно здійснення туристичної поїздки, порядок перевірки щодо часу рейсу, трансферу, а також правила перетину державних кордонів, митні правила України та країни тимчасового перебування, правила поведінки за кордоном, щодо туристичного обслуговування за Договором в повному обсязі, яка була надана у відповідності з вимогами Закону України «Про туризм», законодавства про захист прав споживачів.

12. СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ

12.1. Даний Договір набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до моменту виконання сторонами своїх зобов'язань.

12.2. Зобов'язання Турагента щодо виконання умов Договору виникає тільки після сплати Туристом вартості туристичного обслуговування в повному обсязі та надання всіх необхідних для оформлення туристичної подорожі документів та відомостей.

12.3. Даний Договір укладений в двох примірниках українською мовою, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної Сторони.

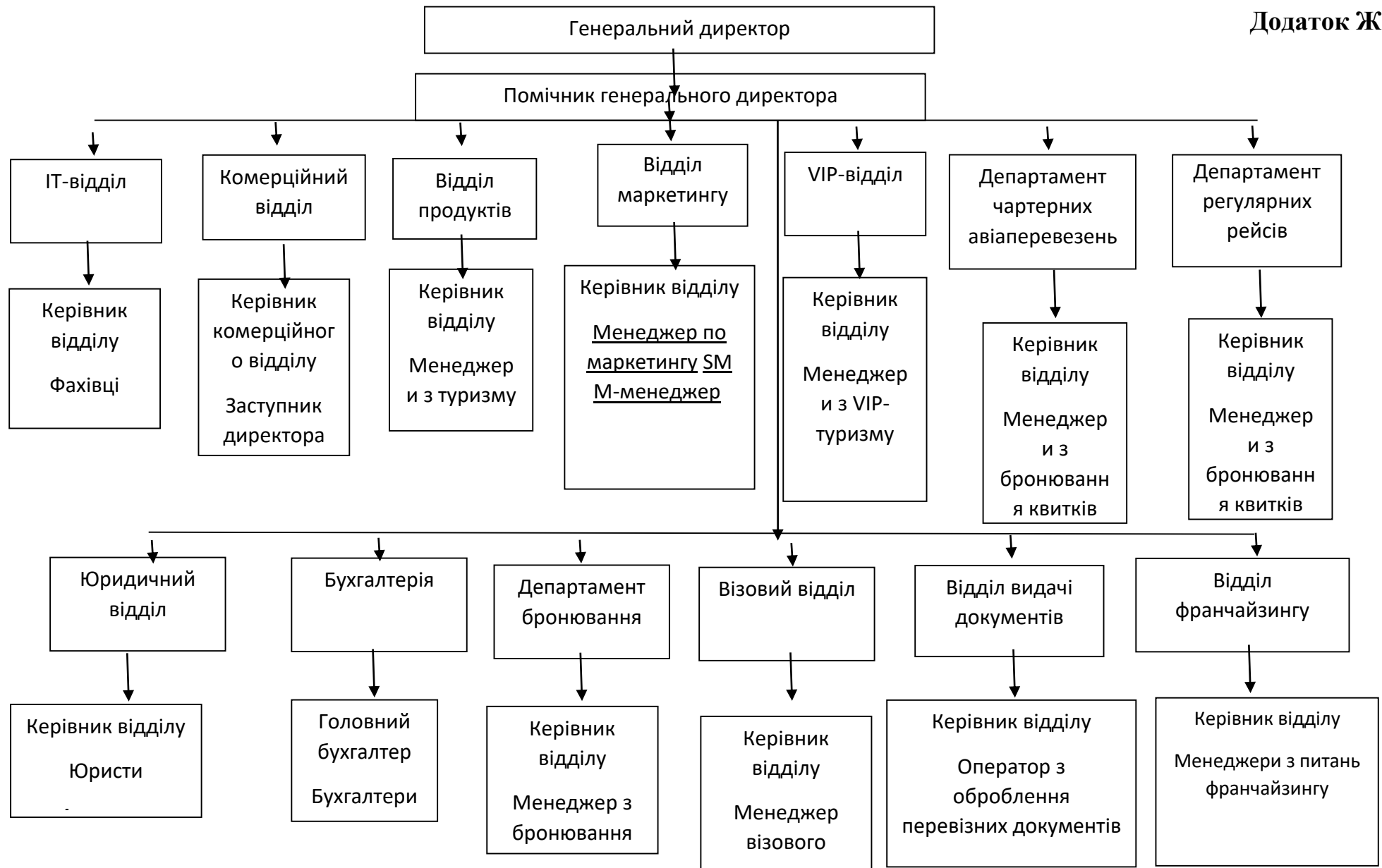
13. АДРЕСИ СТОРІН

ТУРАГЕНТ	ТУРИСТ
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Директор / _____ / (підпис)	Турист / _____ / (підпис)

«Мною отримана вся необхідна інформація, передбачена законом України «Про туризм» та всі необхідні документи, для туристичної подорожі».

(П.І.Б., підпис Туриста)

Додаток Ж



Технологічна карта туристської подорожі

Назва туристичної організації	ТОВ «Анекс Тур»
Назва маршруту	«Перезавантаження»
Вид транспорту	мікроавтобус 181 Mercedes Sprinter чорний вір на 12 місць
Основні пункти маршруту	Місто Кам'янець-Подільський, печера «Атлантида»
Вид маршруту	Радіальний
Кілометраж	Приблизно 950 км
Тривалість маршруту в днях (календарних)	5
Кількість туристичних груп	1
Всього туристів по маршруту	10 осіб
Всього людино-днів (по ночівлям) обслуговування на маршруті	4
Затрати по екскурсійному обслуговуванню	15 000 грн
Тривалість роботи керівника туристичної групи	5 днів
Вартість путівки на туристичну групу	150 800 грн
Вартість путівки на одну особу	15 080 грн