

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

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

«До захисту в ЕК»
Декан факультету
_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Ірина МЕЛЬНИК
(підпис) (ім'я та прізвище)

«__» _____ 2024 р.

«__» _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм»
(код та назва спеціальності)
освітньо-професійної програми _____ «Туризм»

на тему: «Особливості технології та організації лікувальних турів»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи ТУ-4-10

_____ Харченко Альона Миколаївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник _____ Мельник Ірина Леонідівна _____
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____ Лариса ШАРАН _____
(ім'я та прізвище) (підпис)

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

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

світній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Туризм»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач

кафедри туристичного та
готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК

“ ” 2024 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Харченко Альони Миколаївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Особливості технології та організації лікувальних турів

керівник роботи Мельник Ірина Леонідівна, доцент, канд. економ.наук

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від «13» травня 2024 року №348-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 07.06.2024 р.

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

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

Розділ 1. Визначити поняття та розуміння туру. Надати характеристику лікувального туризму і його тенденції розвитку. Розглянути характеристику особливостей технологій та організації лікувальних турів.

Розділ 2. Надати загальну характеристику туроператора ТОВ «Альф Туристичний оператор». Аналізувати внутрішнє середовище туроператора ТОВ «Альф Туристичний оператор». Та аналізувати зовнішнє середовище туроператора ТОВ «Альф Туристичний оператор».

Розділ 3. Розробити лікувальні тури на базі ТОВ «Альф Туристичний оператор». Аналізувати ефективність запропонованих заходів.

5. Перелік графічного матеріалу
рисуноків – 6, таблиць – 14, додатків – 2.

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 10 березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ З№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	15.01.2024-29.02.2024 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2024-10.03.2024 рр.	виконано
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	11.03.2024-31.03.2024 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	01.04.2024-21.04.2024 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 Рекомендаційний	24.04.2024-05.05.2024 рр.	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	8.05.2024-24.05.2024 рр.	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	27.05.2024-28.05.2024 рр.	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	29.05.2024-03.05.2024 рр.	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	07.06.2024 р.	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	17-18.06.2024 р.	

Здобувач _____
(підпис)

Харченко А.М.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Мельник І.Л.
(прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Харченко Альони Миколаївни

на ТЕМУ:

«Особливості технології та організації лікувальних турів»

Кваліфікаційна робота складається з 79 сторінок. Кількість розділів – 3, рисунків – 6, таблиць – 14, додатків – 2.

Об'єктом дослідження є діяльність туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор».

Предметом дослідження є технологія та організація лікувальних турів.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та удосконалення практичних аспектів технології та організації лікувальних турів на базі туристичного підприємства ТОВ «Альф Туристичний Оператор».

У I розділі визначено поняття та розуміння туру, надано характеристику лікувального туризму і його тенденції розвитку, та розглянуто характеристики особливостей технологій та організації лікувальних турів.

У II розділі надано загальну характеристику туроператора ТОВ «Альф Туристичний оператор», проаналізовано внутрішнє середовище туроператора ТОВ «Альф Туристичний оператор», та аналізовано зовнішнє середовище туроператора ТОВ «Альф Туристичний оператор».

У III розділі розроблено лікувальні тури на базі ТОВ «Альф Туристичний оператор», та проаналізовано ефективність запропонованих заходів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туризм, лікувальний туризм, тури, лікувальні тури, лікувальні туристичні подорожі, організація лікувальних турів.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТВОРЕННЯ ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧИХ ТУРІВ	8
1.1 Поняття та розуміння визначення туру.....	8
1.2 Характеристика поняття лікувального туризму та його тенденції розвитку.....	19
1.3 Характеристика особливостей технології та організації лікувальних турів	29
Висновки до 1 розділу.....	36
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА ТОВ «АЛЬФ ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР»	37
2.1 Загальна характеристика туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор».....	37
2.2 Аналіз внутрішнього середовища туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор».....	42
2.3 Аналіз зовнішнього середовища туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор».....	49
Висновки до 2 розділу.....	53
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ЛІКУВАЛЬНОГО ТУРУ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРОПЕРАТОРА ТОВ «Альф Туристичний Оператор».....	56
3.1. Розробка лікувальних турів на базі ТОВ «Альф Туристичний Оператор».....	56
3.2. Аналіз ефективності запропонованих заходів	66
Висновки до 3 розділу.....	69
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі здоров'я стає не тільки особистою потребою, а й соціальним пріоритетом. Зростання уваги до здорового способу життя спонукає до розвитку галузей, що пропонують комплексні послуги з оздоровлення та відновлення. Однією з таких сфер є лікувальний туризм, який дозволяє поєднувати відпочинок з процедурами для підтримки та покращення здоров'я. Актуальність теми "Особливості технології та організації лікувальних турів" обумовлена зростаючим попитом на якісні лікувально-оздоровчі послуги та важливістю інтеграції сучасних технологій у цей процес.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні та удосконаленні практичних аспектів технології та організації лікувальних турів на базі туристичного підприємства ТОВ «Альф Туристичний Оператор».

Завдання дослідження включають:

- привести поняття та розуміння визначення туру;
- навести характеристику поняття лікувального туризму та його тенденції розвитку;
- зробити характеристику особливостей технології та організації лікувальних турів;
- привести загальну характеристику туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»;
- проаналізувати внутрішнє середовище туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»;
- проаналізувати зовнішнє середовище туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»;
- розробити лікувальний тур на базі ТОВ «Альф Туристичний Оператор»;
- проаналізувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є діяльність туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор».

Предметом дослідження є технологія та організація лікувальних турів.

Методи дослідження включають аналіз наукової літератури, статистичний аналіз, анкетування, інтерв'ювання фахівців, а також використання кейс-стаді.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі технологій та методів, використання яких дозволяє оптимізувати процеси у сфері лікувального туризму, та у розробці нових підходів для підвищення їх ефективності.

Практичне значення роботи визначається можливістю використання отриманих результатів для поліпшення якості та доступності лікувальних турів, а також для розробки стратегій розвитку даної галузі.

Дипломна робота ставить за мету не тільки теоретичне дослідження, а й практичну реалізацію отриманих знань, що сприятиме розвитку лікувального туризму як важливої частини здорового способу життя сучасної людини.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел та літератури. Загальна кількість сторінок роботи – 79 сторінок, рисунків – 6, таблиць – 14, додатків – 2.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТВОРЕННЯ ЛІКУВАЛЬНО- ОЗДОРОВЧИХ ТУРІВ

1.1 Поняття та розуміння визначення туру

Творчим результатом діяльності туристів є набір послуг або їх комплекс, призначений для реалізації на ринку. Цей комплекс послуг називають туристичним продуктом, тому що це специфічна послуга, представлена турами [1].

Основними споживачами турпродукту є туристи. Туристичні компанії та підприємці розвивають різні види та форми туризму на основі своїх пропозицій з урахуванням попиту. Ринок постійно змінюється і з'являються нові види турів. Проаналізовано основні види турів і створено оптимальну класифікацію видів туризму [2].

Розглянемо основні види туризму, залежно від потреб.

Освітній туризм – це форма культурно-пізнавального туризму. Цей вид включає в себе екскурсії, спрямовані на задоволення цікавості учасників і збагачення їхнього культурного досвіду. Культурний туризм означає знайомство з культурною спадщиною країн і населених пунктів. Вибір виду туру здійснюється людиною самостійно.

До групи культурно-пізнавального туризму входять:

1. Вивчення історико-архітектурних та культурних особливостей об'єкта відвідування. Це історичні будівлі, пам'ятники, музеї галереї тощо, де експонуються твори мистецтва відомих людей.

2. Участь у різноманітних заходах культурного розвитку: відвідування театрів, концертних залів, кінотеатрів, виставок тощо.

3. Участь у тематичних лекціях та семінарах, різноманітних курсах та майстер-класах. Спортивний туризм можна розділити на два основних види: активний і пасивний. Ті, хто любить займатись улюбленим видом спорту під час подорожей, є прихильниками активного відпочинку. Якщо турист віддає перевагу спостереженню, то його не слід відносити його до пасивних споживачів спортивного туризму.

Спортивний туризм існує давно, але він постійно розвивається, набуває нових форм і змісту, та залишається одним із найпопулярніших серед туристів.

Бізнес-тур - це тип туристичних подорожей, який пов'язаний з професійною діяльністю туриста і часто включає спеціальні послуги, такі як кімнати для переговорів, послуги секретаря тощо. В'їзний туризм включає подорожі людей, які не проживають постійно в межах національних кордонів. Виїзний туризм – означає подорожі громадян країни через її кордони. Це порівняння між внутрішніми подорожами та в'їзним туризмом.

Гарячий тур або «гарячий квиток» - це тур або його компонент, який не продається до початку подорожі, а тому пропонується за зниженою ціною, іноді нижчою від собівартості. Ця концепція часто використовується в маркетингових цілях для залучення клієнтів.

Групові або пакетні тури включають різноманітні туристичні послуги, розроблені туристичними компаніями, і зазвичай включають групові тарифи на авіаперельоти, послуги, трансфери та проживання.

Діловий туризм орієнтований на професійні та комерційні цілі туристів, включаючи власне ділові поїздки та проведення різних заходів. У ньому виділяють корпоративний туризм та індустрію зустрічей.

Індивідуальний тур (FIT) - це тур з певним набором турпослуг, замовлений одним або кількома туристами на свій розсуд, включаючи розміщення, харчування, трансфер, екскурсійну та розважальну програму, розроблену спеціально для туриста.

Круїз - оглядова подорож, під час якої транспортний засіб використовується не лише для пересування, а й для тимчасового проживання, харчування та надання послуг.

Медичний туризм - форма туризму, при якій люди отримують медичні послуги поза місцем постійного проживання [3].

Натуризм, часто використовують як синонім нудизму, але в більш широкому сенсі це рух із філософськими елементами, спрямований на наближення людей до природи. Його іншим аспектом є громадська нагота, або

нудизм.

Науковий туризм - це вид туризму, який передбачає участь у наукових програмах, які не приносять матеріальної користі для туриста, наприклад, спостереження за переміщеннями тварин і змінами чисельності чи участь в археологічних розкопках. Це відрізняється від подорожі розуміння.

Паломництво - форма релігійного туризму, що передбачає відвідування місць або об'єктів, відомих з давніх часів і мають культове значення. У більш вузькому сенсі цей термін використовується стосовно християнства, але він також може бути застосований до інших конфесій.

Турпакет включає ряд послуг (транспорт, проживання, харчування, екскурсії), загальна вартість яких відповідає сумі витрат окремих компонентів.

Рекреаційний туризм - форма рекреаційного туризму, що включає оздоровчий, пізнавальний спортивний туризм та їх поєднання.

Сафарі - це тур, метою якого є полювання та знайомство з місцевою природою.

Свінгер-туризм або свінг-туризм - це вид туризму, в якому стабільні сексуальні пари подорожують з метою обміну або тимчасового обміну сексуальними партнерами. У різних регіонах організовані нічні клуби, свінг-готелі та інша туристична інфраструктура.

Секс-туризм або сексуальний туризм - це вид туризму, який складається з подорожей для задоволення сексуальних потреб туристів. Виділяють чоловічий, жіночий та ЛГБТ варіації. З морально-етичної точки зору це можна вважати негативним явищем, яке сприяє торгівлі людьми, дитячій проституції та сексуальній експлуатації людей. З юридичної точки зору сексуальні стосунки між дорослими є законними в багатьох країнах, проституція є законною в обмеженій кількості країн, а дитяча проституція заборонена майже всюди. До традиційних напрямків секс-туризму належать Таїланд, Куба, Філіппіни, Нідерланди, Бразилія, Коста-Ріка, а також Туреччина та Єгипет, які спеціалізуються на секс-туризмі для жінок.

Подієвий туризм - форма туризму, спрямована на відвідування

різноманітних заходів культурної, спортивної, соціальної та ділової сфер.

Соціальний туризм - це вид туризму, який повністю або частково фінансується за рахунок державного бюджету, різних позабюджетних фондів, а або коштів роботодавців.

Фам-тур, fam-trip або fam-tour - дисконтний тур, організований турагентами та співробітниками авіакомпаній для ознайомлення з певним туристичним маршрутом або центром.

Фітнес-тури включають фізичні вправи (аеробіка, водна аеробіка, силові вправи, танці), дієтологію, йогу, та інші практики.

Фотосафарі - це екскурсія, призначена для фотографування тварин у їхньому природному середовищі.

Шоп-тур - оглядова поїздка, метою якої є придбання певного виду товару.

Гастрономічний, або винний туризм - це вид туризму, спрямований на ознайомлення з винними традиціями певного регіону. Спеціалізовані тури можуть включати відвідування виноградників, виноробень, ресторанів, і винних погребів.

Цей вид туризму включає в себе такі види спортивної діяльності:

1. Насамперед відзначимо - водний туризм, який яскраво виражений у шанувальників водної стихії і популярний у місцях, що мають водні ресурси. Любителі водного спорту та розваг на воді є споживачами такого туру: вітрильний спорт, дарвінг, водні лижі, підводне орієнтування, спортивна підводна стрільба, та інші види спорту і розваг. Базами такого виду туризму є спортивні причали, клуби, бази відпочинку та інші прибережні заклади.

2. Зимовий спортивний туризм. Ця традиційна туристична ніша включає багато видів спорту та розваг, таких як катання на ковзанах, лижах і санях, якими можна насолоджуватися біля підніжжя багатьох гір.

3. Риболовля та полювання. Незважаючи на те, що мисливців менше через вимоги до дозволу, риболовля залишається дуже популярною, і є багато, рибальських станцій у ставках, озерах, річках і океанах.

4. Гольф. Цей досить дорогий вид спорту став популярним серед туристів і

широко поширений більше в Європі та США, хоча в Україні також розвиваються поля для гольфу.

Пригодницький (екстремальний) туризм. Прихильників цього виду туризму зазвичай поділяють на два основних напрями: пригодницький (екстремальний) спорт і пригодницька подорож.

1. Пригодницькі види (екстремальні види спорту). Включають як традиційні, так і нові види спорту. Серед таких туристів включають: альпіністів, любителів рафтингу, віндсерфінгу, байкерів, велосипедистів. До цієї групи також входять туристи, альпіністи, парашутисти тощо.

2. Пригодницький тур включає різний ступінь небезпеки, складні ландшафти та екстремальні погодні умов. Туристів, які віддають перевагу пригодам, можна зустріти в різних куточках планети: гірські річки, пустелі, гори, скелі - їхня стихія.

Найпопулярніші маршрути пригодницьких подорожей – країни Африки, регіон Амазонки в Південній Америці та гірські вершини Азії і Сходу.

Діловий туризм. Ділові поїздки допомагають налагоджувати контакти з партнерами, будувати нові стосунки, реалізовувати бізнес-проекти. Цей вид туризм зосереджується не так на насолоді місцем призначення, а більше на виконанні службових обов'язків. Винятком можуть бути поїздки на форуми та конференції, у програмі яких передбачені розважальні заходи, екскурсії та офіційні прийоми. Відмінною рисою ділового туризму є те, що поїздка не ініціюється самим власником підприємства, а здійснюється за власною ініціативою.

Інсентив-туризм - це популярна сучасна форма розвитку співробітників для компанії, організації або підприємства. Іншими словами, інтенсив-туризм - це заохочувальна подорож, яка винагороджує ефективну роботу та прояв таланту і майстерності працівника. Ці тури зазвичай супроводжуються додатковими грошовими преміями. Інсентив-програми поширені в Європі та США, але й набувають популярності і в Україні.

Лікувально-медичний туризм поділяється за захворюваннями. Для

лікування або профілактики захворювань люди відвідують спеціалізовані курорти та місця, де сама природа має цілющу силу: солоні озера, грязьові гейзери з гарячою джерельною водою [4].

Сільський туризм - ця життя в селі далеко від цивілізації та насолода всіма перевагами спокійної сільської атмосфери. Такі маршрути включають життя в сільських будинках з можливістю участі в повсякденних сільських справах, таких як випас худоби, доїння кіз, носіння сіна, збирання в лісі гриби, та ягоди. Сільський туризм має багато переваг, головною з яких є доступність.

Екологічний туризм, одна з його новітніх форм, приваблює людей, які цікавляться незвіданими місцями та куточками диких лісів з чистим повітрям і водою. Мета цього туризму - допомогти природі відновити її ресурси, але це не завжди можливо.

Еко-туристи вибирають унікальні місця з рідкісними видами флори і фауни. Часто працюють як волонтери, допомагаючи експертам рахувати представників флори і фауни.

Екологічний туризм стає все більш популярним серед туристів [5].

Релігійний туризм представлений паломниками, які відвідують святі місця з вірою в існування Бога. Культові споруди, великі релігійні свята, монастирі та храми, музеї, все це об'єкти, що становлять інтерес для паломників. Хоча є частина людей, яких релігійний туризм приваблює з точки зору вивчення та освіти. Ще низка туристів, це журналісти, які збирають цікаві матеріали про релігію та святі місця для своїх ЗМІ.

Тобто релігійний туризм ділиться на два типи: паломництво та просвітництво.

Усі види турів є у надійних туроператорів. Існують індивідуальні та групові тури в країні та світові турне. Види турів можуть відрізнятися, ділитися за тематикою, за інтересами, все залежить від країни та внутрішнього розуміння туристичних напрямків.

Складовою туру є екскурсійний пакет і комплекс послуг на маршруті, які клієнт замовляє й оплачує передоплатою для включення в обов'язкову програму.

Існує два основних види турів, які представлені на рис. 1.1

<p>- пакетні тури - комплексне туристичне обслуговування, що включає розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспорт, домашні, спортивні, оздоровчі та інші послуги.</p>	<p>- Інклюзивні тури - Індивідуальне туристичне обслуговування: харчування, проживання, транспорт, екскурсійне обслуговування (за бажанням).</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Рис.1.1. Види турів

На практиці, туристи найчастіше обирають тури «все враховано», які пропонують базові послуги та дозволяють замовити додаткові за потреби.

Загальноприйняте визначення діяльності туроператора включає просування та продаж туристичних продуктів. Ця діяльність здійснюється юридичними особами або фізичними особами - підприємцями, які мають відповідні ліцензії [6].

Обов'язки туроператора включають створення та проведення турів, просування турів, оптовий продаж турів, планування та управління продажами, управління турами, адміністративну підтримку та відповідальність за виконання всіх операцій.

Наступні основні завдання, які входять до кола основних для туроператорів, представлені на рис. 1.2.

Основними напрямками діяльності туроператора є пропозиції, послуги та гарантії.

Для туристичних агентів функція завершення полягає в припиненні поїздки, включаючи окремі послуги. Для туристичних компаній цей функціонал спрямований на комплектацію всього пакету послуг, включаючи транспортні та інші послуги.

Основною функцією є надання гарантій мандрівникам, забезпечення отримання ними певної суми та рівня послуг, за які вони вже заплатили [7].

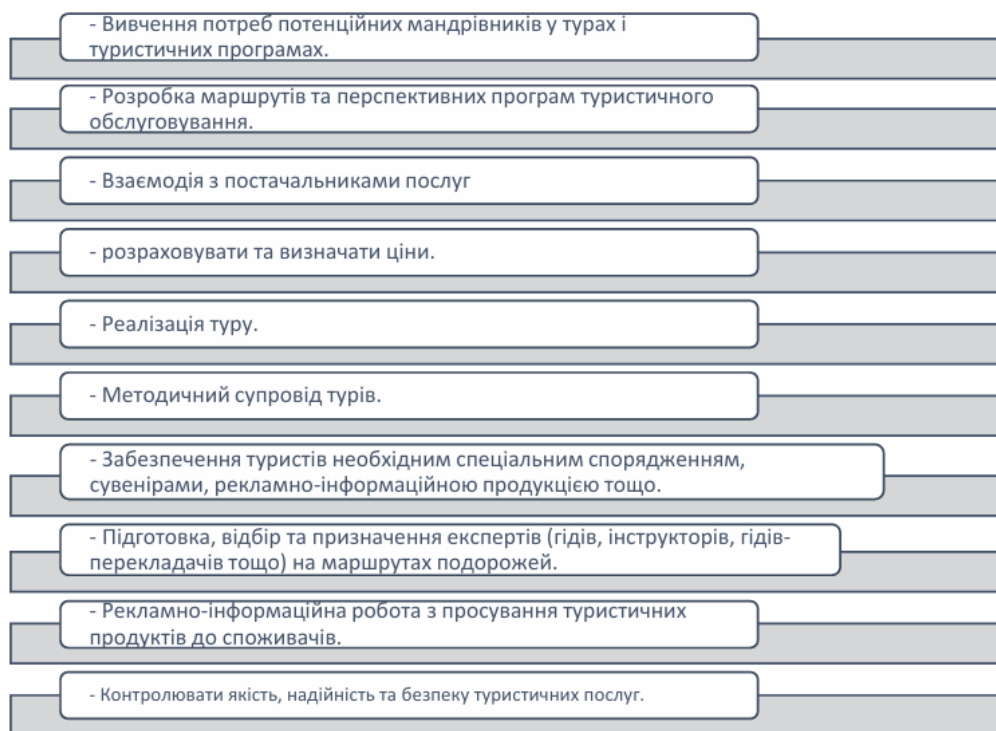


Рис. 1.2. Завдання туроператорів

Основна мета для агентства - придбання подорожей. Послуга являє собою туристичну програму, що складається з конкретного переліку заходів, спрямованих на виконання побажань клієнта.

В іншому розумінні, тур - це рух групи або окремої особи за задалегідь обраним маршрутом до певного місця, організоване туристичним агентством і визначене відповідно до вартості туру (подорожі).

Найчастіше тури діляться на такі категорії:

1) Основні мотиви: лікувальний, рекреаційний.

Серед них виділяють культурно-освітні, спортивні, ділові, етнічні.

2) Засоби для організації: пакетні тури (комбіновані), інклюзив-тури (приватні).

3) При цьому, як форму організації можна розглядати як організовані, так і аматорські подорожі.

4) Кількість груп, осіб та їх учасників.

5) Сезонність буває цілорічною або сезонною.

6) Вихідні (1-2 дні), короткострокові, середньострокові, довгострокові (круїз - майже 6 місяців, 1 рік) - це основні особливості подорожі.

7) Туристичні, розкішні та туристичні тури можуть включати в себе апартаменти класу люкс, а також кемпінг.

8) Послуги, включають в себе: ночівлю та сніданок; напів-пансіон, повний пансіон; повний пансіон з додатковими послугами; все включено; плюс додаткові послуги.

9) План маршрутів буває: лінійні, кільцеві, радіальні, комбіновані.

10) Транспорт: автомобіль, потяг та піші.

11) Є різні види транспорту: наземний (автомобілі, автобуси, потяги), водний (ріки, моря, океани) і повітряний (літаки, повітряні кулі).

12) Міжнародний та національний масштаб [8].

Всі тури повинні включати не тільки маршрут, а й програму та різноманітні послуги.

Ці два важливі моменти складають основу розробки туру.

1) Дослідження ринку передбачає визнання сегментів споживачів і вибір цільових ринків.

2) Оцінюючи здатність компанії проникнути на обраний ринок, слід враховувати такі фактори:

Вибір туру повинен здійснюватися на особистих уподобаннях і потребах туриста. Це дозволяє вибрати елементи програми, проживання, транспорт тощо. Такий підхід сприяє підвищенню конкурентоспроможності товару[9].

Розробка туру потребує інформаційної підтримки. При плануванні туру необхідно використовувати повну базу даних інформації про ресурси, матеріальні цінності, інфраструктуру та технології.

Ресурси можна класифікувати за різними типами.

1) Клімат, моря та прісноводні водойми, ліси та гори є природними цінностями, пов'язаними з природою.

2) Виставки або пам'ятки (природа: національні парки, заповідники, природні пам'ятники, культура та історія: архітектура, археологія, відомі події,

життя та діяльність відомих людей, сади та парки, замки, релігійні об'єкти; етнічні групи: етнічні та народні свята, історичні села, ресторани національної кухні тощо).

3) Розрізняють декілька типів об'єктів дозвілля: музеї, театри та інші заклади культури, виставки, заходи культурної сфери (концерти зірок шоу-бізнесу, фестивалі), класифікація за важливістю (національні властивості, світовий досвід, досягнення в галузі мистецтва, пам'ятки тощо) [10].

Ставлення до матеріально-технічної бази визначається категорією підприємств, що надають послуги з надання окремих класів послуг гостинності (типові засоби розміщення та їх категорії за європейськими стандартами, тарифи на розміщення в номерах). Характеристики інфраструктури включають характеристики зв'язку (наявність транспортних мереж, які дозволяють здійснювати рейси різної інтенсивності та складності), засоби транспорту (тип і відповідний рівень комфорту, швидкість і місткість), інформацію про тарифи та транспортні компанії.

У результаті картографії маршрути повинні базуватися на територіальній оцінці, а отже, на основі географічного розташування, протяжності, форми наявних населених пунктів і транспортних систем, буде зроблено адміністративно-територіальний поділ [11].

Існує кілька основних принципів, яких має бути дотримано під час розроблення турів туроператорами. - Безпека (в усіх компонентах і на всіх етапах подорожі) - Комфорт (задоволення критичних потреб у житлі, харчуванні, транспортних та інших послугах на рівні, не нижчому, ніж у місці поселення), тобто надання якісних послуг під час подорожі - Ергономічність (туристичний продукт та його компоненти мають відповідати фізіологічним та психологічним потребам подорожуючих); - Безпека (в усіх компонентах і на всіх етапах подорожі) - Безпека (в усіх компонентах і на всіх етапах подорожі) - Безпека (в усіх компонентах і на всіх етапах подорожі) - Достатність у

- Categorical compliance - це сукупність правил, які визначають відповідність між різними категоріями.

Серед сучасних економістів і географів спостерігається тенденція до виокремлення окремої багатогалузевої структури, яка є невід'ємною частиною національної економіки, - індустрії туризму [12].

Індустрію туризму можна визначити як сукупність підприємств, що займаються обслуговуванням і забезпеченням потреб людини у відпочинку під час поїздок країною з будь-якою метою, окрім тих, що пов'язані з оплачуваною роботою. Виходячи з цього, матеріально-технічну базу цієї великої системи складають підприємства розміщення, транспорту і туристичного обслуговування. Готелі, а також спеціальні установи для розміщення, такі як кемпінги, будинки відпочинку, санаторії та пансіонати, можуть бути включені до списку розміщення. Проводячи розмежування між різними видами транспорту, ми говоримо про те, що це транспорт для туристів (круїзні судна, спеціальні катери, яхти для екскурсій) і транспорт, що використовується з метою обслуговування місцевих жителів [13].

Індустрія туризму є однією з найважливіших галузей економіки, яка в останні роки стала забезпечувати десяту частину світового ВВП.

Туристичний бізнес, який спрямований на внутрішній туризм, є невід'ємною частиною світового туристичного процесу. Традиційно, незважаючи на всі проблеми в економіці України останніх років, індустрія туризму залишається провідною галуззю економіки країни, щорічно збільшуючи обсяги виробництва туристичного продукту без державного субсидування [14].

В основі будь-якого медичного туру лежить продукт, який можна назвати туристським продуктом. Це комплекс послуг і ресурсів, які турист може отримати на маршруті. Кожен медичний тур включає в себе низку основних і допоміжних послуг, які турист повинен отримати. У тур входять основні та додаткові послуги, які турист може отримати від туроператора. В організації туру бере участь оператор медичного туризму, який безпосередньо або через посередника веде переговори з медичним закладом за кордоном щодо того, якою буде вартість медичних послуг і яких термінів їхнього надання буде

дотримано, бронює місця в готелі та організовує транспортування пацієнта. Крім того, він має підготувати комплекс необхідних додаткових послуг [15].

Виходячи з цього, туризм в Україні є не тільки місцем для здійснення ринкових механізмів, а й джерелом поповнення державного бюджету, а також засобом відпочинку та оздоровлення населення країни. Крім того, він є невід'ємною частиною історії та культури українського народу. Національне сьогодення - це те, що визначає [16].

Основним видом туризму для України, як і раніше, є в'їзний туризм, який сприяє поповненню державної скарбниці валютними надходженнями і створенню додаткових робочих місць.

На сьогодні в Україні налічується понад 4,5 тисячі місць для відпочинку і туризму, з яких близько 620 тисяч потребують модернізації та перебудови з урахуванням вимог міжнародного рівня. Крім цього, слід подбати про підтримання в належному стані зон відпочинку, пам'яток культури та української архітектури, а також інших об'єктів туристично-екскурсійного обслуговування.

Ухвалення державної політики, яка враховуватиме як особливості регіонів, так і проблеми національного розвитку, безсумнівно, підвищить конкурентоспроможність українського туристичного продукту [17].

1.2 Характеристика поняття лікувального туризму та його тенденції розвитку

Медичний туризм - це варіант, який дозволяє поєднати відпочинок з лікуванням за межами місця проживання. Медичний туризм включає в себе такі поняття, як: «Оздоровчий туризм» - це напрямок, за яким люди відвідують місця для оздоровлення та покращення зовнішнього вигляду; «Б'юті-туризм» - це напрямок, за яким люди подорожують, щоб покращити свій зовнішній вигляд; [18].

Види туризму: «Діагностичний» - коли метою поїздки полягає є збір

інформації про стан здоров'я, встановлення точного діагнозу та отримання так званої «іншої думки»; І власне «медичний» - якщо основною метою поїздки є лікування. Аналіз тематичної літератури показує, що терміни «лікувальний туризм», «оздоровчий туризм», «медичний туризм» часто плутають і вживають як синоніми, а тому визначення поняття медичного туризму можна зробити висновок про відсутність стабільного. Головною складовою цих понять є наявність певного роду медичних послуг, а також складність і спосіб їх реалізації є ключовими чинниками в концептуальній відмінності термінів.

При вивченні зарубіжної літератури (особливо англомовної) правильно визначте вид туризму, що розглядається, з огляду на використання великої кількості схожих назв іноземними авторами та їх нечіткість чи непрофесіоналізм: «Medical tourism», «Health tourism», «Wellness tourism», «Medical travel», «Healthcare travel». У даному дослідженні термін «медичний туризм» розглядається як самостійне і закінчене поняття. Однак у деяких ситуаціях (наприклад, при перекладі іноземних джерел або уникнення тавтології) цей термін може використовуватися окремо. [19].

У контексті можна використовувати термін «лікувальний клінічний туризм». Багато вітчизняних експертів вважають, що для визначення лікувального туризму необхідно визначити його основні складові: лікувальну, реабілітаційну, превентивно-валеологічну та анімаційно-розважальну. Перші три з усіх перерахованих є медичними в повному розумінні цього слова. А остання група включає в себе відпочинок і дозвілля-розважальні послуги, тим самим виправдовуючи саме поняття «туризм» загалом. Якщо порівнювати туризм, спрямований на оздоровлення та лікування, з туризмом, спрямованим на розвагу і профілактику, можна зробити висновок про те, що анімаційно-розважальна складова в цьому разі знижується, а медична - зростає. На думку Європейської курортної організації, лікувальний туризм є активним видом відпочинку, який сприяє зміцненню здоров'я і фізичному розвитку особистості, а також пов'язаний із пересуванням людини за межі свого постійного місця проживання. У своєму визначенні лікувальний туризм Л.К. Ріхтер визначає

його як сукупність активного відпочинку та розваг з індивідуальними програмами здоров'я для кожного клієнта [20].

Найвдалішим і найповнішим варіантом трактування поняття лікувальний туризм вважається варіант швейцарського фахівця з туризму Клода Каспара: це сукупність зв'язків і явищ, що виникають при зміні постійного місця проживання людей з метою поліпшення, стабілізації та відновлення фізичного, розумового і соціального здоров'я під впливом запропонованих дій. Для деяких людей, які займаються лікуванням, місце їхнього проживання не є постійним місцем роботи та проживання.

Як постачальників медичних послуг можна виокремити лікувально-профілактичні, діагностичні та медичні установи (лікарні, клініки, центри), а також приватних лікарів. Для них характерна взаємодія з безліччю посередників - агентами, брокерами і фахівцями в галузі консультування. Істотна відмінність між двома категоріями посередників полягає в тому, що перші можуть не володіти компетенціями і знаннями в галузі медицини і здебільшого орієнтовані на отримання прибутку, тоді як останні представлені кваліфікованим медичним персоналом, одне із завдань якого - підібрати індивідуальний пакет медико-туристичних послуг. Цей сервіс призначений для надання клієнтам різних послуг [21].

Не будучи окремою категорією у сфері внутрішнього та міжнародного туризму, лікувальний клінічний туризм має безліч посередників між різними секторами економіки. Таким чином, результатом взаємодії кількох галузей є залучення до процесу надання послуг підприємств транспорту і сфери гостинності, будівництва доріг, зв'язку та інших сфер, які пов'язані з виробництвом товарів народного споживання.

Головною роллю страхової агенції в процесі лікування пацієнта є забезпечення його безпекою, а також взяття на себе зобов'язань щодо врегулювання можливих ризиків. Нині існує багато страховок для медичних туристів. До їх числа входять такі компанії, як Global Protective Solutions (США), а також Medicare International (Японія) [22].

Travel Shield of England's Medicine Travels (Велика Британія), Allianz Assistance for Medical Tourism Germany.

Залучення засобів - особливо Інтернету - для розвитку міжнародної системи охорони здоров'я має величезне значення, оскільки саме глобальна мережа є основним каналом для поширення інформації про медичні послуги та їхні переваги. Завдяки тематичним веб-сайтам, у споживачів з'являється можливість за короткий проміжок часу отримати інформацію про те, які саме сегменти медичного туризму є найпопулярнішими, а також порівняти характеристики послуг, що надаються, і напрямків. До того ж, у таких електронних журналах, як *Medicine Tourism Magazine* і *International Medical Travel Journal*, висвітлено останні наукові досягнення в цій галузі, а також тенденції розвитку медичного туризму та іншу інформацію, що має відношення до цієї сфери [23].

До надання медичних послуг різною мірою причетні влади та уряди різних країн, але вдосконалення системи охорони здоров'я, безсумнівно, є одним з основних напрямків діяльності кожної держави світу. Також заходи щодо розширення сфери медичного туризму для економіки країни можуть включати в себе: створення спеціальних медичних віз (наприклад, медичних карт) або ж спрощення в'їзду для медичних працівників, які мають стандартний набір документів; податкові преференції; сприяння інвестиціям в інфраструктуру системи охорони здоров'я. У цій сфері також здійснюється державне втручання, спрямоване на:

- Виконання правових функцій з регулювання суспільних відносин, які складаються в результаті взаємодії сторін.

- Забезпечення безпеки туристів-пацієнтів та мінімізація ризиків є основною метою.

- Стандартизація та сертифікація галузі спрямовані на:

- До завдань входить збір, аналіз і обробка даних про медичну статистику

[24].

Головним суб'єктом ринку є медичний турист. Мед. турист, який

виступає в ролі самостійного суб'єкта, є важливим індикатором і критерієм, що розкриває сутність медичного туризму і дає змогу виокремити цей вид подорожей серед їхнього розмаїття. На кожному рівні медико-туристичного механізму сконцентрована увага на індивідуальному споживачеві, як і розмаїття видів та форм послуг, що спрямовані на задоволення постійно зростаючих потреб людей у тій чи іншій сфері життя суспільства [25].

Деякі фахівці вбачають схожість медичного туризму з ринком ділових поїздок, що набирає чинності, - так званим MICE-туризмом, який включає проведення корпоративних зустрічей і презентацію, організацію заохочувальних і мотиваційних поїздок, участь у конференціях і конгресах, а також відвідування виставок та інших іміджевих заходів. Спільна риса цих двох типів нішевого туризму полягає в тому, що обидва вони орієнтовані на одну й ту саму діяльність: для споживачів характерне зосередження на одному виді діяльності (медицина або бізнес), а відпочинок і розслаблення займають другорядну роль.

На сьогодні кількість людей, які прямують до медичних установ для проходження обстеження, щорічно збільшується. Цілком очевидно, що проведення різних послідовних і безперервних досліджень ринку та його споживачів є предметом пильної уваги вчених і підприємців, які зацікавлені в практичному застосуванні своїх знань і навичок у реальних умовах функціонування організацій. Туризм - це діяльність, спрямована на задоволення потреб людини у відпочинку, тому важливо використовувати різні підходи до визначення споживчих сегментів, що зумовлено необхідністю врахування особливостей кожного з них. При медичному туризмі пропонується низка типологічних схем пацієнтів, які подорожують [26].

Дані за цей період показують, що туристи більш схиляються до альтернативних медичних напрямків, таких як Сінгапур, Малайзія та Таїланд. Це також стосується Індії, Коста-Ріки та інших країн Південно-Східної Азії. Безперечно, фактори, що призводять до зміни напрямків діяльності, стали привабливими для дослідників ринку та експертів у галузі. Після довгих

досліджень і аналізів було зроблено певні висновки.

Таким чином, у маркетинговому дослідженні ринку медичних подорожей, проведеному міжнародною організацією McKinsey & Company, експерти виявили, що головною мотивацією туристів подорожувати з метою скористатися такими послугами: передові технології; краща якість обов'язкових медичних послуг; доступність (скорочення часу очікування); вартість обов'язкових медичних послуг відносно низька [27].

Дані щодо наявності сучасних технологій у процесі тестування та лікування є найважливішим критерієм для пацієнтів, які починають у свою подорож (40%). Критерієм вибору пункту призначення є аналіз матеріально-технічних ресурсів, а не географічне розташування чи вартість послуг. Наприклад: є одним із найпопулярніших медичних закладів у США де 38% пацієнтів приходять з Латинської Америки, 35% з Близького Сходу та 16% з європейських країн. Лише 7% канадців.

Обов'язкові медичні послуги - другим з значимістю показник, що визначає вірогідність вибору того чи іншого лікувального закладу, на який посилаються 32% медичних туристів. Зараз для цієї групи споживачів ціна послуги та її близькість до дому не відіграють важливої ролі. Цей факт пояснює поступове зникнення пропозицій медичного туризму в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, особливо в Південній Кореї, Таїланді, Малайзії та Індії [28].

Для 15% туристів важливим критерієм при виборі медичного закладу є своєчасне надання необхідних медичних послуг. Особливо важливо використовувати часовий фактор для проведення процедур і операцій, які вимагають тривалого очікування (ортопедія, загальна хірургія, кардіологія). На території країни пацієнта ці послуги не можуть бути надані найближчим часом.

Тільки 9% туристів-пацієнтів обирають кінцевий шлях через порівняно низьку вартість обстеження та/або лікування. Беручи до уваги різницю в цінах на різні медичні послуги, які надають у різних країнах світу і які відрізняються одна від одної, можна припустити, що найближчим часом значущість цінового

аспекту в процесі ухвалення рішень про купівлю зростатиме.

Цей сектор туристів, що становить лише 4% від числа медичних споживачів, керується у виборі пункту призначення на основі зіставлення цін і виявлення порівняно недорогих послуг із різноманітних видів естетичної медицини, наприклад пластичної хірургії, ринопластики тощо. Існує взаємозв'язок між зростанням ВВП на душу населення і доходів громадян у розвинених країнах і потенційним розширенням цього сектора [29].

Огляд досліджень, проведений К. Поллардом, дав йому змогу розглянути туристські мотиви ширше і запропонувати «модель привабливості дестинації». До списку п'яти основних стимулів, на думку Маккінзі, також додаються:

- Показники культурної близькості: культура і традиції народу, його мова, а також національна кухня.
- репутація та громадська думка країни, а також імідж дестинації;
- розмаїття розважальної складової, яка охоплює як традиційні, так і сучасні напрямки.
- варіанти можливих ризиків і можливі способи компенсації [30].

Географічне виокремлення медико-туристських регіонів ґрунтується на загальних засадах сприйняття карти світу: у Північній Америці провідні позиції посідають Канада, США та Мексика; у Європейському регіоні - Велика Британія, Німеччина, Іспанія, Італія, Франція; серед країн Середнього Сходу Ізраїль, Туреччина та ОАЕ визнано успішними дестинаціями; Азіатсько-Тихоокеанський регіон примітний інфраструктурними можливостями Південної Кореї, Таїланду, Індії, Сінгапуру, Китаю; Латинську Америку представляють Коста-Ріка та Колумбія [31].

Класифікація видів лікування, що здійснюються в рамках медичного туризму, охоплює такі напрями:

- проведення комплексних обстежень і скринінгів;
- хірургія (протезування серцевого клапана).
- хірургія (травми суглобів і хребта, травматологія, заміна кульшового і колінного суглоба); - ортопедія (травма суглобів і хребта внаслідок спортивних

травм, хірургічна реабілітація після травм).

- Існує безліч напрямів у галузі онкології;
- Косметологія та естетична хірургія, зокрема ліпосакція, ринопластика, зміна розміру частин тіла, - все це належить до галузі косметології [32].

Цей факт зумовлений сукупністю чинників, які впливають на можливість розвитку певного напрямку медичної та туристичної діяльності в конкретній країні або регіоні. Фахівці Міжнародного науково-дослідного центру охорони здоров'я досліджують глобальний і регіональний аспекти виробництва і споживання медичних послуг, а також їх взаємозв'язок із загальною динамікою світової економіки. За допомогою спеціального індексу медичного туризму (Medical Tourism Index - MTI), який є одним з інструментів для оцінювання країн світу, що надають послуги в галузі охорони здоров'я, можна отримати уявлення про те, як відбувається процес ранжування. У його основі лежить три виміри: навколишнє середовище, промисловість медичного туризму та якість сервісу і технічного оснащення [33].

Згідно з даними, представленими на 2022 рік, п'ять країн - Канада, Велика Британія, Ізраїль, Сінгапур та Індія - лідирують у списку найпривабливіших напрямків для подорожей із медичними цілями.

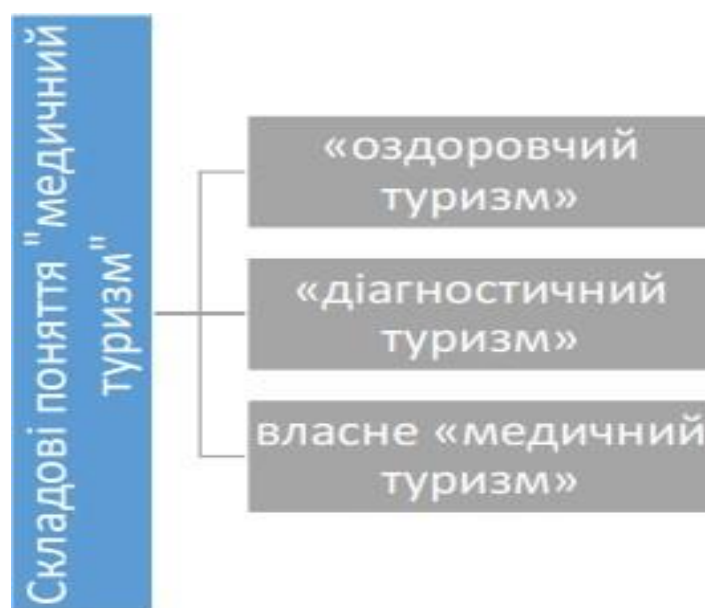


Рис. 1.3 Складові поняття «медичний туризм»

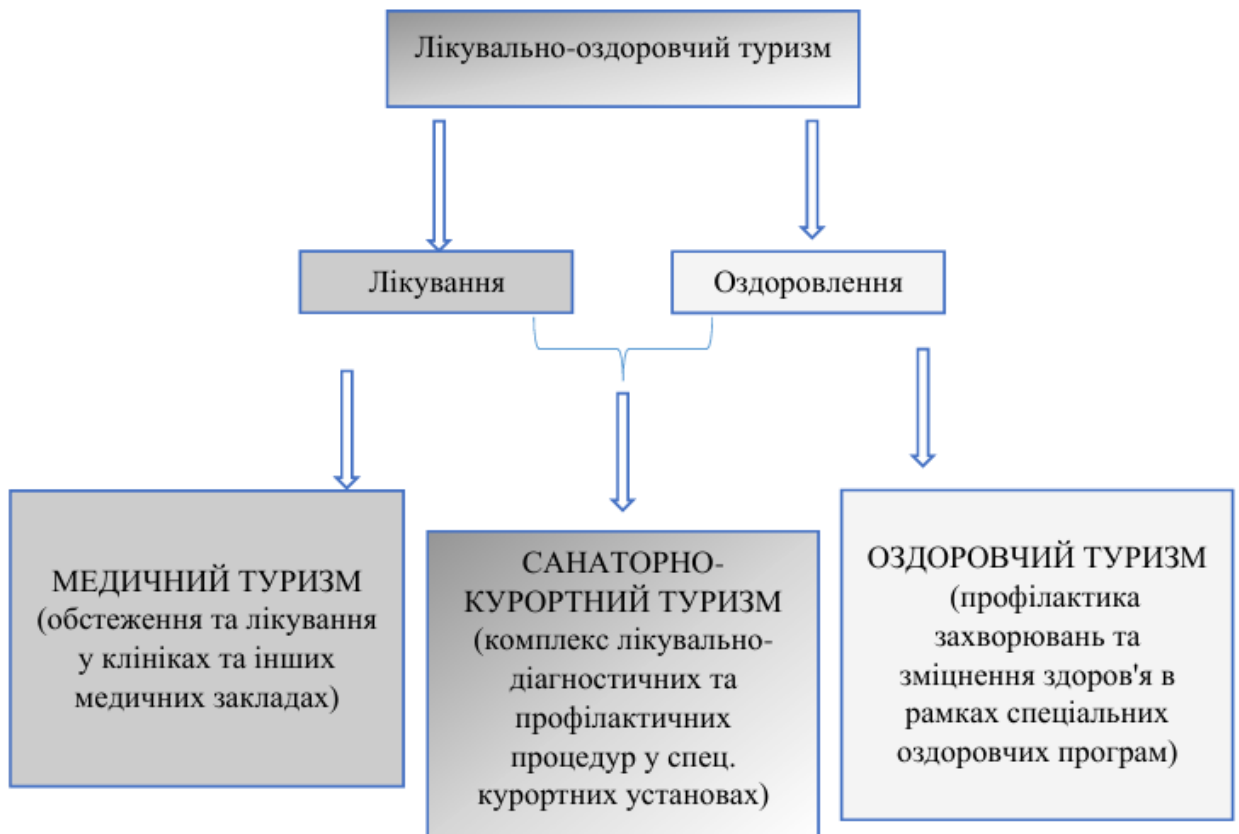


Рис. 1.4 Компоненти лікувально-оздоровчого туризму [8]

Найпопулярнішими напрямками діяльності канадських медичних установ і діагностичних центрів є ортопедія, нейрохірургія, програми зі зниження ваги, пластична хірургія та стоматологія. Завдяки доступності та порівняно високому рівню обслуговування пацієнти обирають саме цей варіант.

Популярність медичного туризму у Великій Британії пояснюється широким спектром послуг, що надаються: хірургічні операції, програми з відновлення репродуктивної функції та збільшення фертильності, а також реабілітаційні плани і процедури, спрямовані на відновлення і зміцнення здоров'я після перенесених захворювань. Величезна кількість державних і приватних лікарень, а також госпіталів з високим рівнем обслуговування. Вибір туристами Великої Британії для медичного туризму ґрунтується на близькості культури, яка дає змогу вільно спілкуватися іноземною мовою, а також на наявності безлічі різноманітних екскурсій і комфортних умов для відпочинку [34].

Таблиця 1.1

Вибірка країн та індекс розвиненості медичного туризму в них

Позиція	Країна	Кількість балів
1	Канада	76,62
2	Великобританія	74,87
3	Ізраїль	73,91
4	Сінгапур	73,56
5	Індія	72,10
6	Німеччина	71,90
10	Колумбія	69,48
22	Бразилія	65,22
29	Мексика	60,70
34	Україна	57,01
41	Іран	36,00

Посідаючи третє місце в списку світових напрямків медичного туризму, Ізраїль займається проведенням складних операцій з лікування різних захворювань, таких як онкологія, ортопедія, кардіологія, загальна хірургія і пластична хірургія. Також він спеціалізується на лікуванні дітей з різними захворюваннями. Найголовнішим мотивом для туристів-пацієнтів є прагнення до використання новітніх технологій у процесі обстеження та/або лікування, а також економія коштів на процедури. Як приклад можна навести вартість стоматологічних послуг у Великій Британії, яка становить 1800-2500 фунтів стерлінгів, а аналогічна процедура в Ізраїлі коштуватиме 600-1000 фунтів (близько 60% економії). Ціни на лікування катаракти в лікарнях США становлять 5000-6000 доларів, а в Ізраїлі це становить 3500-4000 доларів (30-33% економії) [35].

Найрозвиненіша країна в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні - Сінгапур, посідає четверту позицію за критеріями, які сприяють розвитку медичного туризму. Застосовується для проведення складних хірургічних втручань, таких як трансплантація органів і лікування раку, хвороб серця, а також офтальмологічних захворювань і неврологічних розладів. Існує кілька факторів,

які сприяють успішному лікуванню найскладніших захворювань. Це використання сучасного обладнання, а також уважне ставлення медичних працівників до кожного пацієнта.

П'ята за рівнем привабливості та якості медичних послуг країна у світі, Індія пропонує своїм пацієнтам повний спектр послуг у сфері пластичної та судинної хірургії, неврології, ендокринології. Крім цього, цей напрямок має виняткову конкурентну перевагу в розробці індивідуальних програм реабілітації та відновлення після хірургічного втручання, заснованих на стародавніх оздоровчих практиках (йога, медитація). Серед інших переваг, слід зазначити відносно невисоку вартість процедур і відсутність мовного бар'єру для людей, які говорять англійською мовою. Ставлення до медичного туризму в Україні, на думку фахівців Міжнародного науково-дослідницького центру охорони здоров'я (International Healthcare Research Centre), перебуває на 34-й позиції з 41-ї можливих, що є доволі складним питанням, яке потребує детального та комплексного розгляду. І хоча інтерес до цього виду нішевого туризму, безсумнівно, зростає, туристи все частіше обирають закордонні напрямки, а не внутрішньокраїнні. Найімовірнішою причиною цього є незадовільний стан системи охорони здоров'я в цілому [36].

Ситуація в Україні.

Однак, аналізуючи поточний стан медичного туризму в нашій країні, необхідно враховувати і позитивні аспекти, як-от різноманіття кліматичних і природних зон, і, як наслідок, широкий спектр послуг, що потенційно надаються, інноваційні розробки, висококваліфіковані фахівці, які практикують у великих містах, серед яких – Одеса [37].

1.3 Характеристика особливостей технології та організації лікувальних турів

Лікувальний туризм є одним із найпопулярніших видів відпочинку. Тому для глибшого розуміння ринку медичного туризму слід розглянути його ключові фактори. Основою функціонування ринку медичного туризму є

система економічних відносин, що передбачає купівлю-продаж медичних і оздоровчих послуг, та організацію поїздок з метою їх використання. Ринок медичного туризму складається з основних компонентів: покупців, продавців і продуктів. На ринку медичного туризму кожен елемент пов'язаний з певною категорією попиту, пропозиції та ціни. Медичні та оздоровчі послуги є основними продуктами медичного туризму. До послуг у сфері медицини відносяться послуги з діагностики та лікування різних захворювань у різних медичних установах. Ці послуги включають реабілітаційні послуги, та оздоровчі заходи (санаторії, та фітнес-центри). На ринку медичного туризму можна знайти послуги, пов'язані з косметичною та пластичною хірургією. До цього переліку також входять послуги у сфері догляду за зовнішністю та косметичної медицини [38].

Основною характеристикою лікувально-оздоровчого туризму є те, що споживачі медичних послуг зазвичай не мають можливості зв'язатися безпосередньо з виробниками для придбання конкретних медичних послуг. Водночас слід зазначити, що необхідною умовою функціонування ринку лікувально-оздоровчого туризму є посередництво. Сфера діяльності посередників широка, включаючи планування та здійснення поїздок у різні регіони, пошук та укладання договорів з транспортними компаніями, надання необхідних медичних послуг, транспортування та розміщення тощо. Туристичні агенції, що спеціалізуються на медичному та оздоровчому туризмі, надають комплексну допомогу туристам, на відміну від послуг, що пропонують звичайні туристичні агенції.

Медичний туризм у сфері оздоровчого відпочинку може гарантувати високоякісне медичне обслуговування, яке буде доступне для пацієнта протягом усього періоду лікування. Також він може забезпечити догляд за пацієнтом під час лікування, а також планування лікування з лікарями в національних і міжнародних лікарнях, оцінку співвідношення ціни та якості різних лікувально-профілактичних установ [39].

Розробка туру є раннім етапом розробки продукту санаторно-курортного

закладу і значною мірою визначається безпосередньо на основі результатів маркетингових досліджень потреб туристичного ринку та пропозицій основних конкурентів на місцевому ринку, а також ринкової орієнтації санаторно-курортної організації («продавати те, що користується попитом, або те, що може користуватися попитом»), що пояснюється такими факторами. Середній час розробки медичних турів для туроператорів становить приблизно 6-8 місяців до того моменту, як буде призначено дату медичного туру або сезону. Це зумовлено тим, що велика кількість часу потрібна на розробку продукту, його просування та маркетинг. Цей процес найчастіше пов'язаний із календарним роком. Зазвичай на початку січня санаторій стає готовим до роботи з посередниками і формує пропозиції щодо асортименту пропонованої продукції та її вартості [40].

У процесі планування туру можна виділити кілька основних етапів, які залежать від його цілей.

1) Встановлення схеми взаємодії санаторію та пацієнта під час проведення запланованого медичного туру.

2) Завдяки цьому можна визначити постачальника послуг та його партнерів для реалізації договірних деталей щодо медичного туру.

3) Вартість медичних послуг та їх позиціонування на ринку також впливає на ціну медичного туру. Встановлення ціни, заснованої на пропозиції.

4) Планування каналів збуту продукції є одним з основних напрямів діяльності.

5) Планування рекламних заходів є одним із ключових моментів [41].

Схема роботи санаторію при організації медичного туру повинна ґрунтуватися на:

- Розподілу санаторіїв за сезонами та їх складу;
- Який порядок виплат і компенсації за порушення умов угоди.
- Обов'язкові умови та можливість їх реалізації;
- Існують певні вимоги до прийому відпочивальників, які стосуються наявності або відсутності санаторно-курортної карти, договору обов'язкового

медичного страхування тощо [42].

Правила роботи санаторно-курортних організацій досить прості: вони укладають договір із постачальниками послуг, у якому детально описується порядок взаємодії сторін. Найчастіше укладаються договори, які стосуються:

1) Відпочивальники можуть розраховувати на такі послуги:

1) забезпечення їх залізничними та авіаційними квитками, а також їх доставку безпосередньо в номер;

2) Організація екскурсійної та розважальної програм для відпочивальників у санаторії повинна включати в себе:

3) надання медичних та інших послуг відпочивальникам, які придбали путівки в агентствах з туризму.

4) Крім того, ми надаємо послуги з перевезення відпочивальників на санаторно-курортні об'єкти (доставка від вокзалу до місця призначення, а також назад) та інші [43].

В основі технології планування і здійснення медичних турів лежить комплексний підхід, який включає в себе створення програм обслуговування, а також підготовку щоденних медичних, анімаційних і дозвіллевих програм. Оптимальна програма надання послуг має враховувати потреби клієнтів у послугах, а також їхній предмет. До її переліку мають входити: зміст послуг (склад), їх кількість, послідовність і порядок надання. У процесі розроблення програми медичного туру слід враховувати не тільки рівень комфорту послуг, що надаються, а й відповідність програми обслуговування цілям поїздки.

Розуміється й те, що вивчення медичного туризму має бути комплексним. З огляду на те, що він інтегрований в економічну систему країни, соціальну сферу, культуру і кадрову політику місцевого рівня. Серед економічних досліджень, які стосуються взаємодії медичного туризму з економічним зростанням, є досить багато. За їхніми спостереженнями, цей вид туризму може допомогти у збільшенні доходів та підвищенні конкурентоспроможності економіки за рахунок збільшення зайнятості, забезпечення медичних закладів матеріальними ресурсами та покращення обігу капіталу. Існують і інші бонуси;

Так, у довгостроковій перспективі можна розраховувати на збільшення попиту на медичні послуги всередині країни, а також поліпшення здоров'я населення, при цьому цей процес матиме сприятливі наслідки для економіки [44].

Незважаючи на це, ринок медичних послуг останніми роками зазнає змін. Зараз багато традиційних санаторіїв і пансіонатів втратили свою роль як місця лікування для літніх людей. Вони стали багатофункціональними центрами здоров'я, які можуть задовольнити запити найрізноманітніших груп людей.

На сьогодні в курортних центрах, таких як Трускавець, відбулися дві важливі трансформації. Насамперед відбувається зміна попиту на медичне обслуговування. Здоровий спосіб життя стає дедалі популярнішим, а люди, які прагнуть здоров'я, потребують програм, які допоможуть їм підтримувати їхній стан і знімати стрес. Серед людей, які перебувають у фокусі уваги, - люди середнього та похилого віку, які віддають перевагу активному відпочинку і часто обмежують себе в часі. Більшість експертів сходяться на думці, що саме цей тип споживачів буде найбільш затребуваним у санаторно-курортних установах у 21 столітті [45].

Це є другою причиною для зміни напрямку розвитку курортів. Вона полягає у скороченні традиційної підтримки, яка включає в себе фінансування з боку муніципалітетів і держави. Продукцію санаторно-курортних закладів було піддано диверсифікації, для того щоб вийти на нові ринки споживання та залучити нових клієнтів. Існує безліч програм, які пропонують відпочинок на курортах. Вони різноманітні і включають в себе різноманітні культурні та спортивні заходи, а також повний спектр медичних і реабілітаційних послуг.

Дорадча міжнародна конференція, присвячена медичному та оздоровчому туризму, що відбулася в Італії 1999 року, підкреслила важливість розвитку цього виду туризму в сучасному суспільстві та необхідність проведення досліджень ринку для того, щоб визначити його переваги та недоліки, а також розробити й упровадити стандарти послуг із санаторно-курортного лікування.

Сучасний медичний туризм включає в себе безліч організацій, які займаються наданням медичних послуг (санаторії, клініки, спа-центри), а також

туристичні агентства (посередники, які продають ці послуги) і самих туристів (відпочивальників) [46].

Залежно від мети, для якої вони призначені, курорти можуть виконувати такі функції:

- санаторії, пансіонати та будинки відпочинку.
- Реабілітація пацієнтів включає в себе:
- Оздоровчий відпочинок і профілактика захворювань - це дві складові, які спрямовані на;
- Культурно-оздоровчий відпочинок містить у собі лікувальний та оздоровчий аспекти.

Медичні та оздоровчі послуги на курортах є особливим процесом, що спрямований на підвищення рівня здоров'я споживачів (туристів), через організацію відпочинку та оплату конкретних послуг. У зв'язку зі специфікою надання послуг склалися певні форми обслуговування, такі як оздоровчі процедури, оздоровча гімнастика, лікувальна фізкультура, що виконується самостійно під керівництвом інструктора, туристичні заходи (прогулянки, короткі екскурсії, подорожі тощо), сонячні ванни, водні процедури, повітряні ванни та ігри на свіжому повітрі [47].

Оздоровча програма для відпочивальників (туристів) на курорті «Трускавець» включає в себе низку заходів, які можна умовно розділити на такі групи:

Екскурсії та інформаційні акції: заходи, які включають у себе різні теми, способи пересування, а також місця проведення.

До переліку культурно-розважальних заходів входять: відвідування концертів, театральних постановок, мистецьких фестивалів, фольклорних програм тощо.

Найпопулярнішими серед відвідувачів є розважальні заходи: різноманітні конкурси, анімаційні програми та атракціони, ігри з призами та вікторини, а також проведення різноманітних заходів (аквапарків, тематичних парків).

Спортивно-оздоровчі заходи: тренування з різних видів спорту, оздоровчі

фітнес-тренування, масаж і акупунктура, фізіотерапія всіх видів, відвідування саун, лазень, басейнів і фітнес-центрів, організація спортивних змагань, конкурсів та ігор на свіжому повітрі, на річці й на морі, екскурсії, одноденні та багатоденні походи, рафтинг, вітрильний спорт, дайвінг, верхова їзда тощо [48].

Існують різні види соціальних заходів: це можуть бути зустрічі та конференції, збори та наради, відвідування різноманітних підприємств та організацій, таких як сільськогосподарські підприємства, освітні та медичні заклади, а також сім'ї.

Для того, щоб українські курорти змогли привернути увагу іноземних туристів, необхідно розв'язати низку питань, які стосуються фінансів, управління та модернізації. Основоположним фактором у формуванні (дизайні) туристичного продукту українських курортів мають бути сучасні технології, які сприяють поліпшенню якості життя. У зв'язку з цим, ми вважаємо за необхідне рекомендувати таке: розробити принципово новий підхід до діяльності санаторіїв, заснований на досвіді управління міжнародним ринком готелів для відпочинку [49].

Виконання потреб усіх груп споживачів (відпочивальників, туристів, працівників сфери послуг і рекреантів) у відпочинку та релаксації на курорті.

Важливим питанням для розвитку сфери оздоровчого туризму є вдосконалення навичок і спроможності фахівців у галузі туризму, які займаються розробкою програм з оздоровлення на курортах, що відповідають міжнародним стандартам.

Розробка та впровадження програм зі зміцнення здоров'я здійснюється відповідно до принципів цілісності та доброчесності. Крім того, проводиться навчання фахівців на основі науково обґрунтованих методів для різних видів санаторно-курортної діяльності [50].

Соціальний ефект від впровадження нового підходу до оздоровчого туризму в санаторно-курортній практиці полягатиме в такому.

1) Розроблення та впровадження в національній системі охорони здоров'я інноваційних функціональних підсистем «релаксація» та «активна рекреація».

2) З метою підвищення ефективності санаторно-курортної галузі, необхідно впровадити в її діяльність міжнародні закони з організації туристичного бізнесу та методи управління якістю окремих етапів обслуговування.

Це потребує розроблення нових способів надання послуг клієнтам, які б давали їм змогу отримувати задоволення від відпочинку та релаксації в період перебування на курорті, а також медичні потреби були повністю задоволені.

Висновки до 1 розділу

Актуальним для економіки України є розвиток лікувального туризму для оздоровлення та відновлення населення. Масштабне запровадження різноманітних форм відпочинку, зокрема, форм лікувальних турів та оздоровчого відновлення, що реалізовуватиметься в рамках туризму в сфері оздоровлення, сприятиме зниженню захворюваності, покращенню якості життя, зменшенню втрат по тимчасовій непрацездатності, підвищенню продуктивності праці та ін.

Розвиток лікувальних турів базується на природних рекреаційних ресурсах та матеріально-технічній базі, що сприяє залученню туристів, які шукають оздоровлення та відновлення здоров'я. Спираючись на можливості використання досвіду країн Центральної Європи, серед перспективних напрямків розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні можна виділити залучення інвестицій, поліпшення державно-приватного партнерства, вдосконалення та популяризацію системи медичного страхування населення, рекламну діяльність з просуванням лікувально-оздоровчого продукту та створенням санаторно-курортного бренду.

Лікувально-оздоровчий туризм є перспективним напрямом у світі в контексті зростаючого інтересу до здорового способу життя та активного відпочинку, а в Україні після вторгнення РФ – в контексті відновлення військовослужбовців та цивільного населення.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА ТОВ «АЛЬФ ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР»

2.1 Загальна характеристика туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» є одним з провідних туроператорів України, входячи до топ-9 компаній за кількістю відправлених у тури клієнтів (ліцензія: АВ №349394 від 17.08.2007) [52].

Туристичний оператор «Альф» надає комплексні туристичні послуги, забезпечуючи клієнтів всім необхідним від моменту планування поїздки до повернення додому. Зазвичай, пакет послуг включає наступні елементи: організацію проїзду, перельоту, чартерів, трансферів до готелю та до аеропорту.

Компанія займається бронюванням авіаквитків, організацією чартерних рейсів і забезпеченням трансферів, що дозволяє клієнтам комфортно дістатися до місця призначення та повернутися назад.

Туроператор забезпечує оформлення страхових полісів, які включають медичне страхування, страхування від нещасних випадків та інші види страхування, необхідні для безпечного подорожування. Компанія здійснює бронювання номерів у готелях відповідно до побажань клієнтів, гарантуючи комфортне проживання під час подорожі. «Альф» пропонує організовані екскурсії та тури, що дозволяють туристам ознайомитися з культурними, історичними та природними пам'ятками місця призначення. Для забезпечення максимального комфорту та безпеки клієнтів, компанія надає цілодобову підтримку, де туристи можуть отримати необхідну інформацію та допомогу в будь-який час. Варто зазначити, що перелік послуг, включених до конкретного пакету, може відрізнятися в кожній туристичній програмі залежно від індивідуальних потреб і побажань клієнтів.

На сайті туристичного оператора «Альф» можна знайти різноманітні пропозиції поїздок до популярних туристичних напрямків у всьому світі. Серед них:

1. Домінікана. Пропозиції для тих, хто мріє про відпочинок на білосніжних пляжах Карибського басейну. Туристи можуть насолоджуватися розкішними курортами, дайвінгом, екскурсіями до колоніальних міст та природних заповідників.

2. Греція. Туристи мають змогу відвідати історичні пам'ятки Афін, мальовничі острови Егейського та Іонічного морів, насолодитися місцевою кухнею та гостинністю греків.

3. Туреччина. Пропозиції включають пляжний відпочинок на курортах Анталії, Белека, Бодрума та інших, екскурсії до древніх руїн, гірські походи та багато іншого.

4. Грузія. Туристи можуть відкрити для себе багатство культури і традицій, відвідати виноробні регіони, стародавні монастирі, насолодитися кухнею та гостинністю грузин.

5. Мексика. Пропозиції охоплюють відпочинок на узбережжі Карибського моря, відвідування древніх руїн цивілізацій майя і ацтеків, екскурсії до культурних і природних пам'яток.

6. США. Можливість відвідати різноманітні куточки Америки: мегаполіси як Нью-Йорк та Лос-Анджелес, національні парки, пляжі Флориди та Каліфорнії, культурні та історичні пам'ятки.

7. Єгипет. Пропозиції включають відпочинок на курортах Червоного моря, екскурсії до пірамід, Луксору, круїзи по Нілу та інші культурні і природні атракції.

8. Індонезія. Можливість відвідати острови Балі, Ява, Суматра та інші, насолодитися тропічною природою, пляжами, дайвінгом та культурними пам'ятками.

Крім міжнародних напрямків, туроператор «Альф» пропонує широкий вибір українських курортів, що дозволяє ближче познайомитися з нашою прекрасною країною, її колоритними регіонами та гостинними людьми. Туристи можуть відвідати Карпати, де можна насолодитися гірським відпочинком і зимовими видами спорту, Закарпаття з його термальними

джерелами і виноробними традиціями, Чорноморське узбережжя, а також історичні міста, такі як Львів, Одеса, Київ та багато інших. Це дає змогу не лише відпочити, а й пізнати багату культуру та історію України.

Серед найбільш відзначених переваг туроператору виділяють наступні:

1. Точний підбір відповідного туру під будь-які запити та бюджет. Туроператор ретельно аналізує потреби та побажання кожного клієнта, пропонуючи оптимальні варіанти подорожей, що відповідають індивідуальним вимогам і фінансовим можливостям. Це включає як ексклюзивні, так і економічні тури, що дозволяє задовольнити широкий спектр запитів.

2. Підтримка туристів під час перебування в турі, особливо у разі екстрених ситуацій. Забезпечення клієнтів необхідною інформацією та підтримкою під час поїздок є одним з наших пріоритетів. Туроператор оперативно реагує на запити туристів і надає допомогу в будь-яких ситуаціях, включаючи екстрені випадки, що забезпечує комфорт та безпеку подорожей.

3. Вигідні акції та гарячі пропозиції. Компанія регулярно проводить акції та пропонує гарячі тури, що дозволяє клієнтам скористатися вигідними умовами для подорожей. Це включає знижки, спеціальні пропозиції та бонуси, які роблять наші тури доступнішими та привабливішими для широкого кола туристів.

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» продовжує вдосконалювати свої послуги, орієнтуючись на високі стандарти якості та клієнтоорієнтованість, що підтверджується позитивними відгуками та лояльністю наших клієнтів.

Організаційна структура управління в сфері туризму, як і в будь-якій іншій організації, складається з відділів, рівнів управління і зв'язків між ними - як горизонтальних, так і вертикальних. Розмір туристичної організації визначає кількість управлінських ланок. Ієрархія управління туризмом складається з групи управлінських ланок, що відображає структуру організації та відносини керівництва і звітності між різними рівнями. Вертикальні зв'язки і субординація в управлінні дозволяють розподілити відповідальність за прийняття та реалізацію управлінських рішень серед працівників.

Організаційна структура туристичного агентства ТОВ «Альф Туристичний Оператор» наведена на рис. 2.1.

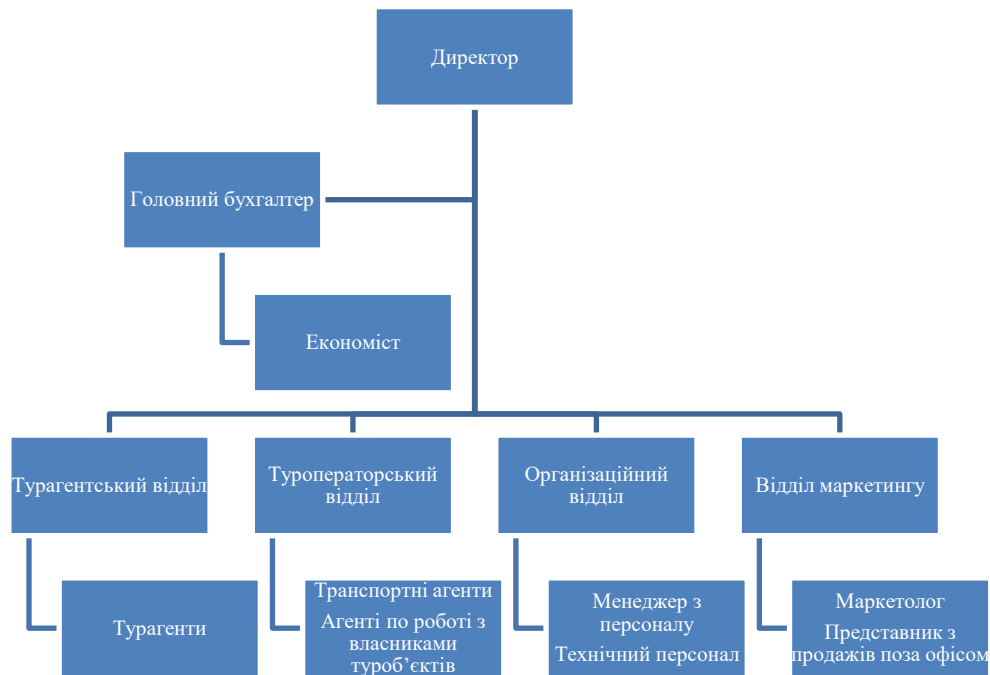


Рис. 2.1. Організаційна структура туристичного агентства ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Представлена організаційна структура побудована у вигляді традиційної лінійно-функціональної управлінської структури, де переважають вертикальні зв'язки, що відображають сукупність функціональних відносин компанії. Вона демонструє основну спрямованість підрозділів фірми. У межах цієї організаційної структури основні повноваження щодо управління всіма напрямками діяльності фірми зосереджені у директора.

Ключовими завданнями туристичної фірми «Альф» є:

- підвищення якості запропонованих продуктів;
- збільшення кількості клієнтів, зацікавлених у подорожах;
- вдосконалення методик продажу;
- збільшення обсягів продажу через аналіз популярності різних напрямків;

- покращення форм обслуговування клієнтів шляхом підвищення професійного рівня співробітників фірми;

- надання кваліфікованих консультацій з усіх питань, пов'язаних з поїздками, придбанням авіаквитків, оформленням віз та медичних страховок, що дозволяє розробляти програми відпочинку, найбільш адекватні сучасним вимогам ринку.

Успішний діловий стиль дозволяє уникати шаблонів. «Альф» працює як туристичний агент з туроператорами, підтримуючи надійне партнерство. Компанія завжди готова запропонувати туристичний продукт, який обов'язково знайде свого покупця.

Основні принципи роботи компанії включають сувору дисципліну, високий рівень виконання завдань, відповідальність перед кожним клієнтом та роботу без помилок. Управління дотримується таких принципів: чесність і відкритість щодо підлеглих; пояснення цілей і допомога в їх досягненні.

Контроль за діяльністю фірми здійснюється бухгалтерським відділом, який отримує інформацію про наявність та рух грошових коштів, а також про проведення різних господарських операцій. Маркетингова та рекламна стратегія, а також розробка туристичного продукту, реалізуються відділом маркетингу.

Таким чином, ТОВ «Альф Туристичний Оператор» є провідною компанією в туристичній галузі, що входить до топ-9 туроператорів за кількістю клієнтів. Компанія забезпечує повний спектр туристичних послуг, від планування поїздки до повернення додому, пропонуючи тури до популярних міжнародних і українських напрямків. «Альф» відзначається високим рівнем клієнтоорієнтованості, надійністю та якістю сервісу, включаючи підтримку в екстрених ситуаціях, вигідні акції та спеціальні пропозиції. Організаційна структура компанії побудована за лінійно-функціональним принципом, що дозволяє ефективно розподіляти повноваження і відповідальність між працівниками. Важливими аспектами роботи є суворі дисципліна, відповідальність і робота без помилок. Управління базується на принципах

чесності, відкритості та підтримки підлеглих. Фірма також активно розвиває маркетингові та рекламні стратегії для покращення своєї діяльності та задоволення потреб клієнтів.

2.2 Аналіз внутрішнього середовища туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Внутрішнє середовище туроператора – це сукупність внутрішніх факторів, які впливають на його діяльність і формують його характеристики та можливості. Це організаційна структура, кадровий потенціал, стратегії управління, фінансові ресурси, технологічні можливості, корпоративна культура та інші внутрішні аспекти, що визначають внутрішній порядок і ефективність функціонування компанії. Аналіз внутрішнього середовища допомагає виявити сильні та слабкі сторони туроператора, а також визначити потенційні можливості для розвитку та вдосконалення його діяльності.

Аналіз основних фінансових показників наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз основних фінансових показників ТОВ «Альф Туристичний Оператор», тис. грн

Назва рядка	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення, (+-)	Відносне відхилення, (%)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4 299,00	10 158,90	5859,9	136,3
Інші операційні доходи	41,60	4 436,30	4394,7	10564,2
Інші операційні витрати	4 693,00	14 300,20	9607,2	204,7
Інші доходи	544,60		-544,6	-100,0
Разом доходи	4 885,20	14 595,20	9710	198,8
Разом витрати	4 693,00	14 300,20	9607,2	204,7
Фінансовий результат до оподаткування	192,20	295,00	102,8	53,5
Податок на прибуток	34,60	53,10	18,5	53,5
Чистий прибуток (збиток)	157,60	241,90	84,3	53,5

Загальний фінансовий аналіз ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показує значний зріст виручки та фінансового результату протягом 2022 та

2023 років.

У 2023 році чистий дохід від реалізації продукції збільшився на 5859,9 тис. грн або на 136,3%, досягнувши 10 158,90 тис. грн. Це велике зростання свідчить про успішне розширення бізнесу та підвищення популярності послуг компанії.

Інші операційні доходи також значно зросли, на 4394,7 тис. грн або на 10564,2%, досягнувши 4436,30 тис. грн у 2023 році. Це може бути результатом різноманітних додаткових джерел доходу або розвитку нових бізнес-ліній.

Однак, разом з ростом доходів зросли й витрати. Інші операційні витрати та загальні витрати збільшилися на 9607,2 тис. грн або на 204,7%, досягнувши 14300,20 тис. грн у 2023 році. Це може бути пов'язано з розширенням бізнесу та збільшенням обсягів послуг.

Загальний фінансовий результат до оподаткування зріс на 102,8 тис. грн або на 53,5%, досягнувши 295,00 тис. грн у 2023 році. Це позитивний показник, який свідчить про те, що компанія зуміла збільшити свій прибуток відносно обсягів витрат.

Таким чином, аналіз основних фінансових показників підприємства показує успішний розвиток компанії та позитивну динаміку виручки та прибутку протягом року. Однак необхідно уважно контролювати рівень витрат, щоб забезпечити стабільність фінансового стану підприємства в майбутньому.

Коефіцієнти ліквідності ТОВ «Альф Туристичний Оператор» наведено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Коефіцієнти ліквідності ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Назва рядка	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення, (+/-)	Відносне відхилення, (%)
Поточна ліквідність	0,94	0,87	-0,07	7
Абсолютна ліквідність	0,002	0,002	0	0
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,41	0,41	0	0

Аналіз коефіцієнтів ліквідності ТОВ «Альф Туристичний Оператор» за 2022 та 2023 роки свідчить про незначні зміни у показниках ліквідності підприємства.

Поточна ліквідність у 2023 році знизилася на 0,07 пунктів або на 7% порівняно з 2022 роком, склавши 0,87. Це свідчить про те, що підприємство має дещо нижчу здатність покривати свої короткострокові зобов'язання за рахунок поточних активів, хоча цей показник все ще близький до одиниці, що є відносно нормальним значенням.

Абсолютна ліквідність залишилася практично незмінною, зі значенням 0,002 у 2022 та 2023 роках, що складає зниження на 0,00198 пунктів або на 99%. Це свідчить про дуже низький рівень високоліквідних активів, таких як грошові кошти та їх еквіваленти, що вказує на обмежену здатність підприємства негайно покрити свої поточні зобов'язання.

Коефіцієнт швидкої ліквідності залишився стабільним на рівні 0,41 у обидва роки, що означає, що підприємство має достатньо ліквідних активів, щоб покрити свої поточні зобов'язання без врахування запасів. Це значення вказує на стабільність цього аспекту ліквідності, але також вказує на те, що підприємство все ще залежить від продажу своїх запасів для забезпечення повної ліквідності.

Загалом, підприємство ТОВ «Альф Туристичний Оператор» має задовільні показники ліквідності, але з деякими потенційними ризиками, зокрема у сфері абсолютної ліквідності. Рекомендується підвищити рівень високоліквідних активів для зменшення фінансових ризиків у разі непередбачених обставин.

Коефіцієнти платоспроможності та рентабельності ТОВ «Альф Туристичний Оператор» приведено у табл. 2.3.

**Коефіцієнти платоспроможності та рентабельності ТОВ «Альф
Туристичний Оператор»**

Назва рядка	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення, (+-)	Відносне відхилення, (%)
Коефіцієнт автономії	13,7	7,2	-6,5	-47,4
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	55,5	33,5	-22	-39,6
Рентабельність активів	5,7	6,2	0,5	8,8
Рентабельність власного капіталу	29,8	47,4	17,6	59,1
Рентабельність оборотних активів	7,5	7,9	0,4	5,3
Рентабельність загальних активів	5,2	6,2	1	19,2

Аналіз коефіцієнтів платоспроможності та рентабельності ТОВ «Альф Туристичний Оператор» за 2022 та 2023 роки показує зміни у фінансовій стійкості та ефективності використання активів компанії.

Коефіцієнт автономії знизився з 13,7 у 2022 році до 7,2 у 2023 році, що представляє абсолютне зниження на 6,5 пунктів або на 47,4%. Це вказує на зменшення частки власного капіталу в загальній структурі капіталу, що може свідчити про підвищену залежність від зовнішніх джерел фінансування.

Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом також знизився, з 55,5 у 2022 році до 33,5 у 2023 році, що представляє абсолютне зниження на 22 пунктів або на 39,6%. Це означає, що менша частина необоротних активів покривається власним капіталом, що може свідчити про збільшення фінансового ризику.

Рентабельність активів зросла з 5,7% у 2022 році до 6,2% у 2023 році, що є приростом на 0,5 або на 8,8%. Це вказує на покращення ефективності використання активів для генерації прибутку.

Рентабельність власного капіталу значно зросла з 29,8% у 2022 році до 47,4% у 2023 році, що представляє приріст на 17,6 або на 59,1%. Це свідчить про значне покращення ефективності використання власного капіталу для

генерації прибутку.

Рентабельність оборотних активів зростає з 7,5% у 2022 році до 7,9% у 2023 році, що є приростом на 0,4 або на 5%. Це показує, що компанія стала трохи ефективнішою у використанні своїх оборотних активів.

Рентабельність загальних активів також зростає з 5,2% у 2022 році до 6,2% у 2023 році, що представляє приріст на 1 пункт або на 19,2%. Це вказує на покращення загальної ефективності використання активів компанії.

Фінансовий аналіз показує, що ТОВ «Альф Туристичний Оператор» досягло покращення в ефективності використання своїх активів, що відображається в зростанні рентабельності. Однак, зниження коефіцієнтів автономії та покриття необоротних активів власним капіталом свідчить про підвищення фінансового ризику через збільшену залежність від зовнішніх джерел фінансування. Компанії варто звернути увагу на підвищення своєї фінансової стійкості, зокрема, збільшення частки власного капіталу.

Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Альф Туристичний Оператор» приведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Назва рядка	2022 р.	2023 р.	Абсолютне відхилення, (+-)	Відносне відхилення, (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	47	53	6	12,8
Дохід від реалізації послуг, тис. грн	13690	16723	3033	22,2
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	1945	2307	362	18,6
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис.грн. / особу	291,28	315,53	24,3	8,3
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	41,38	43,53	2,1	5,2

Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Альф Туристичний Оператор» за 2022 і 2023 роки показує позитивні тенденції у збільшенні чисельності персоналу та підвищенні продуктивності праці.

Середньооблікова чисельність персоналу зросла з 47 осіб у 2022 році до 53 осіб у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 6 осіб або на 13%. Це свідчить про розширення команди компанії для забезпечення зростаючого обсягу роботи.

Дохід від реалізації послуг зріс з 13 690 тис. грн у 2022 році до 16 723 тис. грн у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 3 033 тис. грн або на 22,2%. Це відображає успішну діяльність компанії та підвищення попиту на її послуги.

Кількість обслугованих клієнтів збільшилася з 1 945 осіб у 2022 році до 2 307 осіб у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 362 клієнти або на 18,6%. Це демонструє зростання популярності послуг компанії серед клієнтів.

Продуктивність праці в вартісному виразі (тис. грн/особу) зросла з 291,28 у 2022 році до 315,53 у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 24,3 тис. грн/особу або на 8,3%. Це свідчить про підвищення ефективності праці персоналу.

Продуктивність праці в натуральному виразі (клієнтів/особу) зросла з 41,38 у 2022 році до 43,53 у 2023 році, що становить абсолютне зростання на 2,1 клієнта/особу або на 5,2%. Це вказує на покращення здатності персоналу обслуговувати більше клієнтів.

Аналіз показує, що ТОВ «Альф Туристичний Оператор» успішно використовує свої трудові ресурси, демонструючи зростання чисельності персоналу та покращення продуктивності праці як у вартісному, так і в натуральному виразі. Це свідчить про ефективне управління персоналом та підвищення ефективності роботи компанії, що позитивно впливає на її фінансові результати та здатність обслуговувати більшу кількість клієнтів.

У табл. 2.5 приведені зведені показники рівня сервісного обслуговування ТОВ «Альф Туристичний Оператор» [53].

Зведені показники рівня сервісного обслуговування ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Показники	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Значення показника стабільності асортименту туристичного продукту, балів	0,20	0,11	0,18
Значення показника впровадження прогресивних методів продажу послуг, балів	0,13	0,13	0,14
Значення показника системи послуг, балів	0,07	0,08	0,08
Значення показника затрат часу споживачів на обслуговування, балів	0,18	0,18	0,18
Значення показника завершеності процесу покупки, балів	0,18	0,1	0,18
Значення показника якості праці працівників тур підприємства, балів	0,21	0,21	0,21
Загальний рівень культури інноваційного обслуговування	0,97	0,96	1

За результатами зведених показників рівня сервісного обслуговування ТОВ «Альф Туристичний Оператор» видно, що показники стабільності асортименту туристичного продукту, системи послуг та затрат часу споживачів на обслуговування зазнали певного зростання протягом 2021-2023 років. Впровадження прогресивних методів продажу послуг також виявило певне підвищення, хоча це зростання було незначним. Показники завершеності процесу покупки та якості праці працівників тур підприємства мали коливання, проте загалом залишалися на високому рівні. Загальний рівень культури інноваційного обслуговування залишався стабільним і високим протягом цього періоду. Це свідчить про те, що ТОВ «Альф Туристичний Оператор» успішно працює над покращенням якості своїх послуг та впровадженням новаторських методів обслуговування.

Таким чином, аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показує позитивні результати в зростанні доходів та продуктивності. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 236% у 2023 році, що свідчить про успішну діяльність компанії. Ліквідність залишилася стабільною, але незначне зниження поточної ліквідності вимагає уваги. Зростання рентабельності активів і власного капіталу вказує на ефективне використання ресурсів, хоча зниження

коефіцієнта автономії показує зростаючу залежність від зовнішніх фінансів. Ефективне використання трудових ресурсів підтверджується зростанням чисельності персоналу та продуктивності праці. Для подальшого зростання компанії необхідно зосередитися на управлінні витратами, підвищенні ліквідності та зміцненні фінансової стійкості.

2.3 Аналіз зовнішнього середовища туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Зовнішнє середовище туроператора – це сукупність зовнішніх факторів та умов, що впливають на його діяльність, але не піддаються прямому контролю з боку підприємства. До цих факторів належать економічні умови, політичні та правові аспекти, технологічні фактори, природні умови, конкурентне середовище, споживачі та їх потреби.

Для проведення аналізу факторів макросередовища підприємства ТОВ «Альф Туристичний Оператор», розглянемо кожен сферу макросередовища і оцінемо вплив відповідних факторів за 10-бальною шкалою у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз факторів макросередовища підприємства ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Сфера макросередовища	Сфера макросередовища	Сфера макросередовища
1. Міжнародна	1.1. Візова політика	7
	1.2. Міжнародні угоди та регулювання	6
2. Політична	2.1. Політична стабільність	8
	2.2. Державне регулювання туризму	7
3. Економічна	3.1. Стан економіки	9
	3.2. Валютний курс	7
4. Соціально-демографічна	4.1. Демографічні зміни	6
	4.2. Соціальні тренди	8
5. Технологічна	5.1. Розвиток інформаційних технологій	9
	5.2. Інноваційні технічні засоби	8
6. Екологічна	6.1. Екологічні стандарти та регулювання	7

Аналіз факторів макросередовища ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показує, що підприємство стикається з різними зовнішніми впливами, які можуть як підтримувати, так і перешкоджати його діяльності. Найбільший вплив мають економічні (особливо стан економіки і валютний курс), технологічні (розвиток інформаційних технологій) та політичні фактори (політична стабільність). Тому компанії необхідно постійно моніторити ці фактори та розробляти стратегії для ефективного реагування на зміни у зовнішньому середовищі.

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» має кількох основних конкурентів на ринку туристичних послуг, серед яких виділяються компанії Coral Travel, Anex Tour і Tez Tour. Ці компанії відомі своїм значним досвідом у галузі, широким спектром послуг та високою якістю обслуговування клієнтів.

Coral Travel є одним з провідних туроператорів, що працює на ринку туристичних послуг вже понад 20 років. Компанія пропонує широкий асортимент турів до популярних туристичних напрямків, таких як Туреччина, Єгипет, Іспанія, Греція та інші. Однією з ключових переваг Coral Travel є наявність власної чартерної програми, що забезпечує надійність і регулярність рейсів. Крім того, компанія активно впроваджує сучасні технології для покращення обслуговування клієнтів, такі як онлайн-букінг та мобільні додатки.

Anex Tour також займає лідируючі позиції на ринку туристичних послуг. Компанія спеціалізується на організації турів до Туреччини, Єгипту, Іспанії, Греції, Таїланду та інших країн. Anex Tour відома своєю увагою до якості обслуговування клієнтів та широким вибором готелів та курортів. Компанія має розгалужену мережу офісів та агентів по всьому світу, що дозволяє їй надавати високий рівень підтримки та обслуговування клієнтів.

На рис. 2.2 зображено частки основних конкурентів на ринку туристичних послуг.

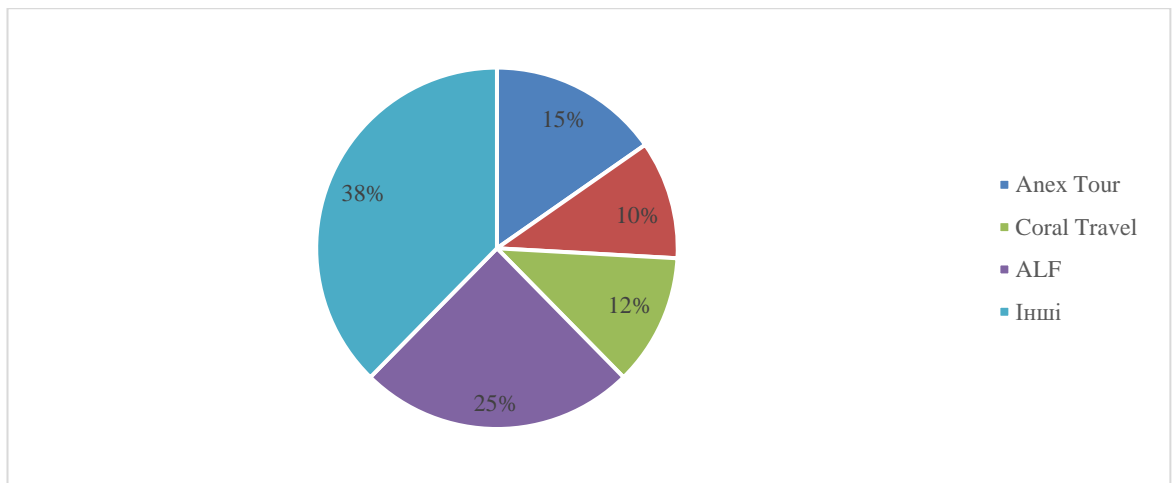


Рис. 2.2. Частки основних конкурентів на ринку туристичних послуг

У табл. 2.7 проведено бальну оцінку позицій підприємства серед головних конкурентів.

Таблиця 2.7

Бальна оцінка позицій ТОВ «Альф Туристичний Оператор» серед головних конкурентів

Показники	ТОВ «Альф Туристичний Оператор»	Anex Tour	Coral Travel
Місце розташування	3	2	1
Середній рівень завантаженості	2	3	1
Популярність серед населення	2	3	1
Рівень професіоналізму персоналу	3	2	1
Якість основних послуг	3	2	1
Асортимент додаткових послуг	2	3	1
Якість рекламних засобів	2	3	1
Цінова політика	2	3	1
Разом	22	21	9

Coral Travel отримали 9 балів, водночас Anex Tour набрав 21 бал, що робить його головним конкурентом ТОВ «Альф Туристичний Оператор». Важливо враховувати, що в найвищому ступені перспективним може бути

підприємство, яке має можливості для подальшого розвитку та покращення у важливих напрямках. Конкуренція з такими сильними гравцями, як Coral Travel і Anex Tour вимагає від ТОВ «Альф Туристичний Оператор» постійного вдосконалення своїх послуг, впровадження новітніх технологій та орієнтації на потреби клієнтів. Для успішної конкуренції на ринку компанії необхідно зосередити зусилля на підвищенні якості обслуговування, розширенні асортименту турів та покращенні маркетингової стратегії.

Матриця SWOT – це інструмент стратегічного аналізу, який використовується для оцінки внутрішніх сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз, що впливають на підприємство, продукт або проект. Аббревіатура «SWOT» походить від англійських слів: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості) і Threats (загрози). Матриця SWOT дозволяє зрозуміти внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на успішність організації та використовуються для формулювання стратегій розвитку. Матриця SWOT туристичного підприємства наведена у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Матриця SWOT туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Широкий вибір туристичних напрямків. 2. Якісне обслуговування клієнтів під час подорожей. 3. Ефективне управління турпродуктом. 4. Добре підібрані туристичні послуги для різних цільових аудиторій. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відносно невелика рекламна присутність порівняно з конкурентами. 2. Обмежений бюджет на рекламні кампанії. 3. Недостатня автоматизація процесів управління. 3. Низький рівень освіченості технологій у деяких частках персоналу.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ріст попиту на туристичні послуги через підвищену зацікавленість подорожами. 2. Розвиток цифрових технологій для покращення маркетингу та обслуговування клієнтів. 3. Партнерство зі залізничними та авіакомпаніями для підвищення доступності подорожей. 4. Зростання туристичного потенціалу деяких регіонів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Загострення військових дій. 2. Зміни у законодавстві або політиці, що можуть вплинути на туристичну галузь. 3. Негативні впливи природних катастроф або епідемій на туристичний бізнес. 4. Валютні коливання та зростання вартості пального, що впливає на вартість подорожей.

SWOT-аналіз ТОВ «Альф Туристичний Оператор» демонструє наявність суттєвих переваг, таких як широкий вибір туристичних напрямків, якісне обслуговування та ефективне управління турпродуктом. Однак існують слабкі сторони, такі як обмежений бюджет на рекламу та недостатня автоматизація управлінських процесів. Зацікавленість у подорожах та розвиток цифрових технологій відкривають нові можливості для компанії, однак на ринку існують загрози, такі як зростання конкуренції та зміни у законодавстві. Загалом, ТОВ «Альф Туристичний Оператор» може успішно розвиватися, максимізуючи свої сильні сторони, вирішуючи проблеми слабкостей та використовуючи можливості, які пропонує ринок, при цьому управляючи загрозами, що виникають на шляху досягнення стратегічних цілей.

Таким чином, аналіз зовнішнього середовища туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показав, що компанія має можливість скористатися різноманітними можливостями, що включають стабільний економічний розвиток, рост попиту на туристичні послуги та розвиток цифрових технологій. Однак, варто враховувати потенційні загрози, такі як зростання конкуренції на ринку, зміни в законодавстві та негативний вплив природних катастроф. Для успішного функціонування і розвитку, компанія повинна бути готовою адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та використовувати свої сильні сторони, щоб максимізувати можливості та зменшити загрози.

Висновки до 2 розділу

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» - один з провідних українських туроператорів і займає місце у топ-9 компаній за кількістю клієнтів, яких вони відправляють у тури. Туристичний оператор «Альф» надає комплексні послуги для туристів, що включають усі аспекти поїздки, починаючи з планування та закінчуючи поверненням додому. Зазвичай, ці послуги включають організацію проїзду, перельоту, чартерів, а також трансфери до готелю та аеропорту.

Аналіз внутрішнього середовища туроператора ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показує комплексне розуміння його поточного стану, виявляючи як

сильні сторони, так і потенційні області для покращення.

Фінансові показники свідчать про значне зростання доходів та прибутковості компанії. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 236% у 2023 році, що вказує на успішну діяльність компанії та ефективно залучення клієнтів. Разом з тим, значне зростання витрат вимагає ретельного контролю, щоб уникнути можливих фінансових ризиків у майбутньому.

Ліквідність підприємства залишилася відносно стабільною, хоча спостерігається незначне зниження показника поточної ліквідності. Це може свідчити про певні фінансові виклики, які необхідно вирішувати для підтримки стабільності. Показники абсолютної та швидкої ліквідності залишилися практично незмінними, що свідчить про необхідність покращення управління високоліквідними активами.

Платоспроможність і рентабельність компанії показали змішані результати. З одного боку, спостерігається зростання рентабельності активів та власного капіталу, що свідчить про підвищення ефективності використання ресурсів. З іншого боку, зниження коефіцієнта автономії та покриття необоротних активів власним капіталом вказує на збільшення залежності від зовнішніх джерел фінансування, що може підвищувати фінансові ризики.

Трудові ресурси використовуються ефективно, що підтверджується зростанням чисельності персоналу та продуктивності праці. Це свідчить про успішне управління персоналом і здатність компанії адаптуватися до збільшення обсягів діяльності.

Аналіз факторів макросередовища ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показує, що підприємство опиняється під впливом різноманітних зовнішніх чинників, які можуть сприяти або завдати шкоди його діяльності. Економічні, технологічні та політичні фактори мають найбільший вплив, особливо стан економіки, розвиток інформаційних технологій та політична стабільність. Тому компанії необхідно постійно моніторити ці фактори та розробляти стратегії для ефективного реагування на зміни у зовнішньому середовищі.

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» має кілька основних конкурентів на

ринку туристичних послуг, серед яких виділяються компанії Coral Travel, Anex Tour. Ці компанії відомі своїм значним досвідом у галузі, широким спектром послуг та високою якістю обслуговування клієнтів.

Аналіз кожного з цих конкурентів показує, що вони мають свої унікальні переваги і стратегії. Coral Travel відрізняється своїм довгим стажем роботи на ринку та наявністю власної чартерної програми, Anex Tour славиться своєю увагою до якості обслуговування та широким вибором готелів.

РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ЛІКУВАЛЬНОГО ТУРУ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРОПЕРАТОРА ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

3.1. Розробка лікувальних турів на базі ТОВ «Альф Туристичний Оператор»

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» є одним з провідних туроператорів України. В умовах зростання попиту на оздоровчі та лікувальні подорожі, компанія має можливість розширити свій асортимент туристичних продуктів за рахунок розробки спеціалізованих лікувальних турів. Це дозволить задовольнити потреби клієнтів, які прагнуть поєднати відпочинок з медичними процедурами та оздоровленням.

Останніми роками спостерігається зростання попиту на лікувальні тури. Це пов'язано зі зростанням усвідомлення важливості здоров'я та профілактики захворювань, пошуком альтернативних методів лікування та оздоровлення, підвищенням якості медичних послуг у популярних туристичних регіонах.

Оцінка українських курортів, які пропонують лікувально-оздоровчий туризм приведено у табл. 3.1. [54].

Вибір найкращого напрямку для лікувально-оздоровчого відпочинку залежить від конкретних потреб та вподобань туриста. Проте на основі загальних оцінок, доступної інфраструктури та популярності, можна визначити кілька найкращих варіантів:

1. Трускавець відомий своїми мінеральними водами, які сприяють лікуванню різних захворювань. Тут добре розвинена інфраструктура, включаючи сучасні санаторії та спа-комплекси. Це одне з найпопулярніших місць для оздоровчого відпочинку в Україні.

2. Моршин є ще одним популярним курортом для оздоровлення, відомим своїми мінеральними водами. Тут є декілька сучасних санаторіїв, що пропонують широкий спектр лікувальних процедур.

3. Східниця пропонує відпочиваючим цілющі мінеральні води та затишну атмосферу. Це чудове місце для тих, хто шукає тихий та спокійний відпочинок з можливістю оздоровлення.

Оцінка українських курортів, які пропонують лікувально-оздоровчий туризм

Місце	Лікувальні фактори	Рівень інфраструктури (1-10)	Популярність серед туристів (1-10)	Загальна оцінка (1-10)
Солотвино	Соляні озера, грязелікування	7	8	7,5
Поляна	Мінеральні джерела	8	7	7,5
Шаян	Термальні води, мінеральні води	7	6	6,5
Трускавець	Мінеральні води «Нафтуся»	9	9	9
Східниця	Мінеральні джерела	8	8	8
Моршин	Бальнеологічний курорт	8	7	7,5
Яремче	Спа-курорти, санаторії в горах	7	7	7
Куяльницький лиман	Грязелікування, мінеральні води	7	6	6,5
Сергіївка	Лікувальні грязі, лиманські води	6	6	6
Арабатська стрілка	Термальні джерела, солоні озера	8	7	7,5
Конча-Заспа	Санаторії, лікувальні комплекси	9	8	8,5
Хмільник (Рівненська)	Лікувальні радонові води	7	7	7
Очаків	Лікувальні грязі, мінеральні води	6	6	6
Хмільник (Вінницька)	Радонові води, санаторії	8	8	8
Брусниця	Мінеральні джерела	6	5	5,5
Березівські мінеральні води	Лікувальні джерела	6	6	6
Миргород	Мінеральні води, санаторії	8	8	8

Отже, для розробки лікувально-оздоровчого туру обрана Східниця, як найкращий напрямок для лікувально-оздоровчого відпочинку завдяки своїм цілющим мінеральним водам, спокійній атмосфері, розвиненій інфраструктурі, помірним цінам та природним красотам. Це ідеальне місце для тих, хто шукає комплексний підхід до оздоровлення та відновлення сил в екологічно чистому

регіоні.

Східниця відома своїми численними мінеральними джерелами, які мають унікальний склад і властивості. Мінеральні води цього курорту використовуються для лікування різних захворювань, зокрема, травної системи, нирок, печінки та порушень обміну речовин. Відомі своєю цілющою силою джерела забезпечують ефективне оздоровлення та профілактику багатьох хронічних хвороб. Східниця пропонує відпочиваючим спокійний та затишний відпочинок у серці Карпат. Тут панує атмосфера гармонії та умиротворення, що сприяє повному відновленню фізичних і духовних сил. Відсутність міської суєти та шуму дозволяє відвідувачам насолодитися природою, чистим повітрям та тишею.

Східниця має добре розвинену інфраструктуру для прийому туристів. Тут знаходиться багато санаторіїв, оздоровчих центрів, готелів та приватних садиб, які пропонують широкий спектр лікувальних та оздоровчих послуг. Відпочиваючі можуть скористатися бальнеотерапією, фізіотерапією, масажами, дієтотерапією та іншими процедурами, що сприяють покращенню здоров'я та загального самопочуття.

Ціни на проживання та оздоровчі послуги в Східниці є помірними, що робить цей курорт доступним для широкого кола відвідувачів. У порівнянні з іншими популярними курортами, такими як Трускавець, відпочинок у Східниці є більш економічно вигідним, що дозволяє насолодитися високоякісним оздоровленням без значних фінансових витрат.

Східниця розташована в екологічно чистому регіоні Карпат, оточеному мальовничими лісами, гірськими річками та красивими пейзажами. Чисте повітря, насичене киснем та фітонцидами, створює ідеальні умови для оздоровлення та релаксації. Природні красоти регіону сприяють активному відпочинку, включаючи піші прогулянки, екскурсії та спортивні заходи на свіжому повітрі.

Східниця є ідеальним місцем для тих, хто шукає комплексний підхід до оздоровлення. Високоякісні оздоровчі послуги, цілющі мінеральні води,

сприятливі природні умови та професійний підхід до лікування забезпечують повне відновлення сил та енергії. Курорт пропонує програми, що враховують індивідуальні потреби кожного клієнта, що робить процес оздоровлення максимально ефективним та приємним.

Східниця обрана як найкращий напрямок для лікувально-оздоровчого відпочинку завдяки своїм багатим природним ресурсам, розвиненій інфраструктурі, доступним цінам та спокійній атмосфері. Це місце, де можна не тільки покращити здоров'я, але й насолодитися красою Карпат та відчувати справжній відпочинок [55].

Тому, опис туру включає:

1. Назва туру – Лікувально-оздоровчий тур до Східниці;
2. Тривалість – 10 днів / 9 ночей;
3. Цільова аудиторія – люди, які потребують оздоровлення та відновлення, сім'ї, пари, індивідуальні туристи;

День 1. Прибуття і знайомство.

Після прибуття на вокзал або аеропорт Львова або Трускавця, учасники туру будуть зустрінуті трансфером, який доставить їх до Східниці. Це може зайняти приблизно 2 години від Львова та 30 хвилин від Трускавця. Після прибуття до курортного містечка учасники будуть розміщені в готелі, де їх зустрінуть вітальним напоєм та допоможуть заселитися в комфортабельні номери. Після того, як учасники відпочинуть від дороги та освіжаться, вони отримають можливість насолодитися легкою вечерею зі стравами місцевої кухні в ресторані готелю. Після вечері передбачена ознайомча прогулянка по курортному містечку, під час якої учасники відвідають основні визначні місця Східниці. Крім того, вони отримають коротку лекцію про історію та цілющі властивості мінеральних вод, які зробили це місто популярним місцем для відпочинку та оздоровлення.

День 2. Початок лікувальних процедур.

Ранковий початок у готелі розпочнеться зі сніданку, де учасники туру зможуть насолодитися ранковим шведським столом, що включає в себе здорові

та смачні опції для сніданку. Після сніданку передбачена консультація з лікарем, під час якої учасники пройдуть медичний огляд, а також розроблять індивідуальну програму лікування, яка буде враховувати їхні потреби та побажання. Після консультації учасники відвідають мінеральні джерела, де зможуть не лише насолодитися дегустацією води з різних джерел, але й насолодитися благотворним впливом мінеральних вод на організм. Після цього учасники повернуться до готелю, де буде обід з дієтичним меню, що враховує рекомендації лікаря. Після обіду розпочнуться лікувальні процедури, включаючи фізіотерапевтичні процедури, масажі та бальнеотерапію, які сприятимуть оздоровленню та релаксації. Вечеря також буде сервіруватися у готелі і буде складатися з повноцінних страв з дієтичних продуктів, сприяючи здоровому харчуванню. На завершення дня передбачена вечірня прогулянка по курортному містечку, яка допоможе розслабитися перед сном та насолодитися спокоєм та красою навколишньої природи.

День 3. Лікувально-оздоровчий день

Сніданок у готелі розпочинається зі смачного шведського столу, де учасники можуть насолодитися різноманітними здоровими стравами, щоб набрати енергії на цілий день. Після сніданку запрошуємо учасників на ранкову зарядку або йогу на свіжому повітрі, щоб розпочати день з енергії та гарного настрою.

Потім відбувається консультація з лікарем, під час якої проводиться медичний огляд та розробляється індивідуальна програма лікування для кожного учасника. Планується також відвідування мінеральних джерел для дегустації місцевої мінеральної води, яка має цілющі властивості.

Після лікувальних процедур учасникам буде запропоновано збалансований обід у готелі з дієтичним меню. Потім настає вільний час, який можна використовувати для відпочинку або організації екскурсій. Вечір завершується повноцінною вечерею у готелі зі смачними стравами місцевої кухні, щоб учасники могли розслабитися після насиченого дня.

День 4. Лікувально-оздоровчий день

Розпочинаємо четвертий день туру із вишуканого сніданку у готелі, що відомий своїми стравами, де учасники можуть насолоджуватися свіжими продуктами та різноманітням гастрономічних дів. Після сніданку учасники запрошуються на прогулянку вздовж мальовничих локацій Східниці, що відома своєю природною красою та місцевим спокоєм.

По завершенні прогулянки учасники повертаються у готель, де їх очікує обід із страв місцевої кухні. Цей обід, крім заряду енергії, подарує учасникам відчуття ситості та незабутні враження.

Після пригощання учасникам надається вільний час для відпочинку та відновлення сил після лікувальних процедур і екскурсій. Вечір завершується вечерею, яка включає страви вишуканої кухні, щоб кожен стравив день в розкоші та задоволенні.

День 5. Лікувально-оздоровчий день

Початок дня вітає учасників смачним сніданком, який сервірується у готелі з найсвіжіших продуктів та вишуканих страв. Після сніданку планується активний вечірній вихід до найближчого лісу для занять аеробікою на свіжому повітрі.

Після сніданку, відбудеться екскурсія до мальовничої долини Східниці, де учасники матимуть можливість насолодитися неперевершеними краєвидами та місцевою природою.

Після екскурсії гості повернуться у готель, де їх очікує обід із смачними стравами місцевої кухні. Після обіду учасники матимуть вільний час для особистих занять, включаючи релаксацію біля басейну або прогулянку вздовж прибережної зони.

Вечір завершується вечерею, де гості зможуть спробувати страви вишуканої кухні та насолоджуватися вечорами в розкоші та затишку готелю.

День 6. День творчості та самовираження.

Цей день присвячений розвитку творчих здібностей та самовираженню. Розпочнемо його з сніданку, під час якого гості матимуть можливість обговорити свої ідеї та натхнення на цей день. Після сніданку проведемо

майстер-клас з розпису по склу або виготовлення природних керамічних виробів. Кожен учасник матиме можливість виразити свою творчість та створити унікальну річ, яка стане сувеніром цього туру.

Після обіду, який також буде сервірований у форматі пікніка під відкритим небом, учасники матимуть вільний час для відпочинку та насолоди природою.

Увечері гості зберуться, щоб поділитися своїми враженнями від дня та показати свої творіння одне одному. Вечеря буде приготовлена в форматі барбекю, де всі зможуть насолодитися смачними стравами та приємною атмосферою спілкування.

День 7. Екотур до заповідного лісу.

Сьомий день туру пропонує екскурсію до заповідного лісу, що розташований поблизу Східниці. Ранковий сніданок буде сервірований в спеціально організованій зоні відпочинку, де учасники можуть насолодитися свіжими стравами та підготуватися до подорожі.

Після сніданку вирушимо у ліс, де проведемо невелику екскурсію під керівництвом досвідчених гідів. Учасники дізнаються про біорізноманіття та унікальні екосистеми цього регіону, а також матимуть можливість спостерігати за дикою природою та місцевими видами рослин і тварин.

Під час екскурсії також буде організована вечеря у форматі пікніка серед природи. Учасники зможуть насолодитися аутентичними стравами, звуки лісу та атмосферою спокою та відпочинку.

Після повернення з екскурсії гості матимуть вільний час для відпочинку та релаксації у готелі. Вечеря буде подана у формі бенкету, де учасники зможуть насолодитися стравами місцевої кухні та обмінятися враженнями від дня.

День 8. Мистецький майстер-клас.

Восьмий день туру пропонує учасникам захоплюючий мистецький майстер-клас, який дозволить їм розкрити свій творчий потенціал та насолодитися процесом створення власних шедеврів. Після сніданку учасники

вирушать до мистецького центру, де на них чекає зустріч з визначними місцевими художниками. Під їх керівництвом гості відправляться у захоплюючу подорож у світ мистецтва, де зможуть навчитися різноманітним технікам та виразно виразити свої почуття та емоції через малюнок чи скульптуру.

Кожен учасник отримає можливість створити власну роботу під керівництвом досвідчених майстрів, що стане відмінним сувеніром і приємним спогадом про подорож. Після закінчення майстер-класу учасникам буде запропоновано обід, після якого вони матимуть вільний час для відпочинку та розваг у готелі або можуть вирушити на прогулянку, насолоджуючись мальовничими краєвидами Східниці.

Вечір проведений в атмосфері тепла та творчості, яка створить неповторні враження та незабутні спогади про цей день.

День 9. Відпочинок та релаксація.

Дев'ятий день туру призначений для повного відпочинку та релаксації, дозволяючи учасникам насолодитися останніми моментами свого перебування у курортному місті Східниця.

Після сніданку учасникам буде запропоновано розслабитися у спа-центрі готелю, де вони зможуть скористатися різноманітними процедурами для відновлення та оздоровлення тіла та душі. В цей день доступні різноманітні масажі, ароматерапія, гідротерапія та інші процедури, які допоможуть учасникам відчувати глибоку релаксацію та відновлення життєвих сил.

Після обіду учасники можуть вільно розпоряджатися своїм часом, відпочиваючи у номерах готелю, прогулюючись у мальовничому парку або вирушаючи на останню екскурсію до цікавих місць Східниці.

Вечір пройде в атмосфері спокою та задумливості, де учасники матимуть можливість насолодитися останніми вечорами у цьому прекрасному курортному місті, обговорюючи свої враження та плани на майбутнє.

День 10. Завершення туру розпочинається зі сніданку у готелі, де учасники отримують можливість насолодитися стравами, що враховують їхні

індивідуальні дієтичні потреби. Після сніданку відбувається заключна консультація з лікарем, на якій підводяться підсумки лікування та надаються рекомендації на майбутнє для підтримки отриманого результату.

Після консультації учасникам туру надається вільний час для пакування речей та останніх прогулянок по Східниці, включаючи можливість для останніх покупок сувенірів та насолоди мальовничими краєвидами міста.

Обід у готелі перед від'їздом є легким та дозволяє учасникам насолодитися останніми миттєвостями на курорті.

Після обіду організовується трансфер до вокзалу або аеропорту у Львові або Трускавці, де учасники здійснюють прощання з курортом та вирушають додому з новими силами, враженнями та спогадами про цей чудовий лікувально-оздоровчий тур до Східниці.

До додаткових послуг може бути включено:

- прокат велосипедів та спорядження для піших прогулянок;
- індивідуальні екскурсії та тури;
- додаткові лікувальні процедури;
- послуги косметолога та SPA.

Проведемо калькуляцію вартості лікувально-оздоровчого туру до Східниці. (таблиця 3.2).

Згідно з калькуляцією туру «Лікувально-оздоровчий тур до Східниці», вартість обслуговування одного ваучера складає 31 490 грн без ПДВ. Після додавання ПДВ у розмірі 20%, ціна продажу одного ваучера з ПДВ становить 37 787 грн.

Прямі витрати на тур складають 22 200 грн, а загальні виробничі витрати становлять 1 110 грн. Таким чином, загальна виробнича собівартість туру складає 23 310 грн. Прибуток від продажу туру складає 6 993 грн.

Таким чином, вартість обслуговування туру «Лікувально-оздоровчий тур до Східниці» виходить досить конкурентною на ринку туристичних послуг, забезпечуючи якісний відпочинок та оздоровлення для учасників.

Калькуляція туру «Лікувально-оздоровчий тур до Східниці»

Калькуляційна стаття	Показники	Кількість	Ціна, грн.	Вартість, грн
Проживання у готелі (9 ночей)	Ночей	9	1500	13500
Трансфери	Трансферів	2	500	1000
Харчування (сніданки, обіди, вечері)	Одиниць	27	100	2700
Медичні консультації та лікування	Умов	1	1500	1500
Екскурсії та розваги	Умов	1	700	700
Страховання (медичне)	Умов	9	200	1800
Витрати на рекламу	Умов	1	1000	1000
Разом прямих витрат				22 200
Загально виробничі витрати				1 110
Виробнича собівартість				23 310
Прибуток				6 993
Вартість обслуговування				1186,5
Ціна одного ваучера без ПДВ				31 490
ПДВ				6297,9
Ціна продажу одного ваучера з ПДВ				37 787

Отже, розробка лікувально-оздоровчого туру до Східниці на базі ТОВ «Альф Туристичний Оператор» є кроком у напрямку надання високоякісних медичних та відпочинкових послуг для клієнтів, які прагнуть поліпшити своє фізичне та психічне здоров'я. Цей тур відповідає вимогам сучасного ринку туристичних послуг, де попит на лікувально-оздоровчі програми постійно зростає.

Основні переваги розробленого туру включають доступ до цілющих мінеральних джерел, комфортне проживання у сучасних готелях, професійне медичне обслуговування та розвинену туристичну інфраструктуру. Ці аспекти сприяють створенню ідеальних умов для відновлення сил і поліпшення самопочуття учасників туру.

Крім того, розробка такого туру позитивно впливає на репутацію компанії та сприяє її подальшому розвитку. Вона дозволяє компанії зайняти свою нішу

на ринку, залучити нових клієнтів та збільшити прибуток. Таким чином, розробка Лікувально-оздоровчого туру до Східниці є перспективною і вигідною ініціативою для ТОВ «Альф Туристичний Оператор».

3.2. Аналіз ефективності запропонованих заходів

Аналіз ефективності запропонованих заходів є ключовою складовою в оцінці успішності та прийнятті рішень щодо реалізації лікувально-оздоровчого туру. Цей аналіз дозволяє з'ясувати ефективність вжитих заходів у досягненні поставлених цілей, визначити потенційні питання та можливості для поліпшення програми туру.

Прогнозований план реалізації запропонованого лікувально-оздоровчого туру на 2025 рік у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Прогнозований план реалізації запропонованого Лікувально-оздоровчий тур до Східниці на 2025 рік

Місяць	Кількість турів
Січень	0
Лютий	0
Березень	1
Квітень	1
Травень	2
Червень	5
Липень	5
Серпень	5
Вересень	5
Жовтень	3
Листопад	3
Грудень	0
Загалом	30

Аналізуючи прогнозовану кількість турів на різні місяці 2025 року, можна зробити наступні висновки. Сезон лікувально-оздоровчих турів найбільш активний у весняно-літній період, з квітня по вересень, коли передбачається значна кількість турів. Найменша активність спостерігається в зимові місяці - січні та лютому, коли не передбачається реалізація жодного туру. Планування турів має бути спрямоване на оптимізацію ресурсів та ефективне використання

пікових періодів попиту у весняно-літній сезон. Необхідно вдосконалювати стратегії просування турів та маркетингові заходи з метою стимулювання попиту у менш активних місяцях, таких як січень та лютий. З урахуванням цих факторів, рекомендується зосередити увагу на розвитку та просуванні турів у пікові місяці та пошуку нових стратегій для стимулювання попиту у менш активні періоди року.

Розрахуємо точку беззбитковості продажів Лікувально-оздоровчий тур до Східниці, щоб з'ясувати, наскільки швидко окупиться тур і з якого обсягу продажів компанія отримає прибуток, за такою формулою:

$$B = PV / (P1 - ZB1) \quad (3.1)$$

де B – обсяг продажів, відповідний точці беззбитковості,

PV – постійні витрати,

ZB1 – змінні витрати на тур,

P1 – ціна туру у вартісному вираженні

Таблиця 3.4

Розрахунок беззбиткового обсягу продажів Лікувально-оздоровчий тур до Східниці

Показник	Значення
Постійні витрати	
Змінні витрати на тур	21 610
Цін туру	37 787
Точка беззбитковості	119 030
Точка беззбитковості у кількості турів	3,15

На основі проведеного розрахунку беззбиткового обсягу продажів для лікувально-оздоровчого туру до Східниці можна зробити наступні висновки. Постійні витрати складають 51 000 грн, а змінні витрати на одну одиницю продукції – 21 610 грн. За умови обсягу продажів у 1 133 610 грн. (30 турів), точка беззбитковості становить 119 030 грн. Це означає, що для досягнення беззбитковості компанія повинна забезпечити продажі понад 3,15 одиниць.

Досягнення цього обсягу продажів дозволить покрити всі постійні та змінні витрати, не допускаючи збитків.

Розрахунок показників ефективності Лікувально-оздоровчого туру до Східниці наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок показників ефективності лікувально-оздоровчого туру до Східниці

Показник	Формула	Розрахунок
Маржинальний прибуток	Ціна продажу - Змінні витрати	37 787 грн – 21 610 грн = 16 177 грн
Рентабельність продажів	(Прибуток / Виручка) * 100%	(6 993 грн / 37 787 грн) * 100% = 18,5%
Рентабельність інвестицій	(Прибуток / Витрати) * 100%	(6 993 грн / 23 310 грн) * 100% = 30%
Показник операційного важеля	Маржинальний прибуток / Прибуток	16 177 грн / 6 993 грн = 2,31
Період окупності інвестицій	Інвестиції / Чистий прибуток	23 310 грн / 6 993 грн = 3,33 тури

За результатами розрахунків можна зробити наступні висновки щодо ефективності лікувально-оздоровчого туру до Східниці:

У першу чергу, ми бачимо, що маржинальний прибуток складає 16 177 грн, що вказує на наявність певного рівня прибутковості в цій діяльності. Рентабельність продажів становить 18,5%, що може бути вважати задовільним показником. Також, рентабельність інвестицій складає 30%, що означає, що проект віддає своїм інвесторам відповідну винагороду.

Показник операційного важеля становить 5,24, що вказує на те, що прибуток вищий за маржинальний прибуток, що в цілому позитивно впливає на фінансову стійкість проекту.

Період окупності інвестицій складає 3,33 тури, що вказує на те, що вкладені кошти повертаються досить швидко, що також позитивно впливає на фінансовий стан проекту.

Отже, в цілому можна зробити висновок, що лікувально-оздоровчий тур до Східниці має потенціал для успішної та прибуткової діяльності. Однак

рекомендується продовжити моніторинг та аналіз фінансових показників для забезпечення стабільності та ефективності проекту у майбутньому.

Висновки до 3 розділу

Запропонований лікувально-оздоровчий тур до Східниці має широкий спектр програмних заходів, спрямованих на забезпечення максимальної користі для учасників. Назва туру, «Лікувально-оздоровчий тур до Східниці», чітко відображає його цільову спрямованість. Тривалість туру – 10 днів / 9 ночей, що дозволяє учасникам повністю насолоджуватися усіма перевагами терапевтичного впливу місцевих природних факторів. Цільова аудиторія туру включає різноманітні групи - від індивідуальних туристів до сімей та пар, що дозволяє розширити коло потенційних клієнтів. Кожен день програми включає різноманітні лікувальні процедури, екскурсії, майстер-класи та вільний час для відпочинку, що забезпечує повне задоволення потреб кожного учасника.

За калькуляцією, загальна виробнича собівартість туру складає 23 310 грн. При цьому, прибуток від продажу туру становить 6993 грн, а вартість обслуговування одного ваучера складає 1186,5 грн. Це робить ціну одного ваучера без ПДВ 31 490 грн. Після додавання ПДВ у розмірі 6297,9 грн, ціна продажу одного ваучера з ПДВ становить 37 787 грн. Розрахунок беззбиткового обсягу продажів для лікувально-оздоровчого туру до Східниці показує, що необхідно продати щонайменше 3,15 турів.

Маржинальний прибуток складає 16 177 грн, що відображає чистий прибуток від продажу після врахування змінних витрат. Рентабельність продажів становить 18,5%, а рентабельність інвестицій - 30%, що свідчить про ефективність вкладених коштів.

ВИСНОВКИ

Актуальним для економіки України є розвиток лікувального туризму для оздоровлення та відновлення населення. Масштабне запровадження різноманітних форм відпочинку, зокрема, форм лікувальних турів та оздоровчого відновлення, що реалізовуватиметься в рамках туризму в сфері оздоровлення, сприятиме зниженню захворюваності, покращенню якості життя, зменшенню втрат по тимчасовій непрацездатності, підвищенню продуктивності праці та ін.

Розвиток лікувальних турів базується на природних рекреаційних ресурсах та матеріально-технічній базі, що сприяє залученню туристів, які шукають оздоровлення та відновлення здоров'я. Спираючись на можливості використання досвіду країн Центральної Європи, серед перспективних напрямків розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні можна виділити залучення інвестицій, поліпшення державно-приватного партнерства, вдосконалення та популяризацію системи медичного страхування населення, рекламну діяльність з просуванням лікувально-оздоровчого продукту та створенням санаторно-курортного бренду.

Лікувально-оздоровчий туризм є перспективним напрямом у світі в контексті зростаючого інтересу до здорового способу життя та активного відпочинку, а в Україні після вторгнення РФ – в контексті відновлення військовослужбовців та цивільного населення.

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» є одним з провідних українських туроператорів, входячи до топ-9 компаній за кількістю клієнтів, яких вони відправляють у тури. Туристичний оператор «Альф» надає повний спектр послуг для туристів, включаючи організацію проїзду, перельоту, чартерів, а також трансфери до готелю та аеропорту. Послуги компанії охоплюють всі етапи поїздки від планування до повернення додому.

Аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Альф Туристичний Оператор» свідчить про комплексне розуміння його поточного стану, висвітлюючи як

сильні сторони, так і можливі напрями для покращення. Фінансові показники демонструють значне зростання доходів та прибутковості. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції зріс на 236% у 2023 році, що свідчить про успішну діяльність компанії та ефективно залучення клієнтів. Однак, значне зростання витрат потребує ретельного контролю для уникнення можливих фінансових ризиків у майбутньому.

Ліквідність підприємства залишилася відносно стабільною, хоча було відмічено незначне зниження показника поточної ліквідності. Це може вказувати на певні фінансові виклики, які потрібно вирішувати для підтримки стабільності. Показники абсолютної та швидкої ліквідності залишилися майже незмінними, що свідчить про необхідність покращення управління високоліквідними активами.

Платоспроможність і рентабельність компанії показали змішані результати. З одного боку, відзначається зростання рентабельності активів та власного капіталу, що свідчить про підвищення ефективності використання ресурсів. З іншого боку, зниження коефіцієнта автономії та покриття необоротних активів власним капіталом вказує на зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування, що може збільшувати фінансові ризики.

Трудові ресурси використовуються ефективно, що підтверджується зростанням чисельності персоналу та продуктивності праці. Це вказує на успішне управління персоналом і здатність компанії адаптуватися до збільшення обсягів діяльності.

Аналіз факторів макросередовища ТОВ «Альф Туристичний Оператор» показує, що підприємство знаходиться під впливом різноманітних зовнішніх чинників, які можуть як сприяти, так і заважати його діяльності. Економічні, технологічні та політичні фактори мають найбільший вплив, особливо стан економіки, розвиток інформаційних технологій та політична стабільність. Тому компанії необхідно постійно моніторити ці фактори та розробляти стратегії для ефективного реагування на зміни у зовнішньому середовищі.

ТОВ «Альф Туристичний Оператор» має кілька основних конкурентів на

ринку туристичних послуг, серед яких виділяються компанії Coral Travel, Anex Tour. Ці компанії відомі своїм значним досвідом у галузі, широким спектром послуг та високою якістю обслуговування клієнтів.

Аналіз кожного з цих конкурентів показує, що вони мають свої унікальні переваги і стратегії. Coral Travel відрізняється тривалим стажем роботи на ринку та наявністю власної чартерної програми, Anex Tour славиться своєю увагою до якості обслуговування та широким вибором готелів.

Запропонований лікувально-оздоровчий тур до Східниці включає широкий спектр програмних заходів, спрямованих на максимальну користь для учасників. Назва туру, «Лікувально-оздоровчий тур до Східниці», точно відображає його цільову спрямованість. Тривалість туру складає 10 днів / 9 ночей, що дозволяє учасникам повною мірою скористатися терапевтичними перевагами місцевих природних факторів. Цільова аудиторія туру охоплює різноманітні групи - від індивідуальних туристів до сімей та пар, що дозволяє залучити ширше коло потенційних клієнтів. Програма кожного дня включає різноманітні лікувальні процедури, екскурсії, майстер-класи та вільний час для відпочинку, що забезпечує задоволення потреб кожного учасника.

За калькуляцією, загальна виробнича собівартість туру становить 23 310 грн. Прибуток від продажу туру складає 6993 грн, а вартість обслуговування одного ваучера - 1186,5 грн. Таким чином, ціна одного ваучера без ПДВ складає 31 490 грн. Після додавання ПДВ у розмірі 6297,9 грн, ціна продажу одного ваучера з ПДВ становить 37 787 грн.

Розрахунок беззбиткового обсягу продажів для лікувально-оздоровчого туру до Східниці показує, що необхідно продати щонайменше 3,15 турів. Маржинальний прибуток складає 16 177 грн, що відображає чистий прибуток від продажу після врахування змінних витрат. Рентабельність продажів становить 18,5%, а рентабельність інвестицій - 30%, що свідчить про ефективність вкладених коштів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про курорти» від 05.10.2000 № 2026-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>
2. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 року №324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.07.2001 № 805 «Про затвердження Загального положення про санаторно-курортний заклад». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/805-2001-%D0%BF#Text>
4. Баєв В.В. Сучасні тенденції розвитку медичного туризму в Україні. *Агросвіт* № 7. 2015. с. 35-38. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/7_2015/8.pdf
5. Билим О. С., Дернова К.О. Розширення послуг лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. № 4. С. 62–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vanp_2017_4_9
6. Билим О.С., Зінов'єва С. Ефективність маркетингових комунікацій в туристичній сфері. *Застосування маркетингових технологій управління туристичними підприємствами в умовах сучасного бізнес-середовища* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Херсон, 19 жовтня 2018 року). Херсон, 2018. С. 46-49.
7. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВОЗ). World Health Organization (WHO). URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-health-expenditure>
8. Гапонова Е. О. Ринок медичних послуг в Україні: проблеми та протиріччя // *East European Scientific Journal*. Warsaw, Poland. 2016. Vol. 3, № 2. (6). Р. 24-26. URL: https://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/15362/1/eesj_6_p3_24-26.pdf
9. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/7667/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%20%28%D0%90%20%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%29.pdf>

10. Діденко К. Д. Медичний туризму в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Вип. 16. Ч. 4. 2016. С. 101–105. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/4/26.pdf
11. Інтернет-проект «Санаторії та курорти України». URL: <http://www.sanikur.com>
12. Коваленко С.Н. Прогнозування розвитку санаторно-курортної діяльності в Україні. Схід. Серія «Економічні науки». 2015. № 8 (140). С. 21–25. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Skhid_2015_8_6
13. Комарова О.С. Розвиток оздоровчого туризму в регіонах. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 23–24 листопада 2017 р). Одеса, 2017. С. 112-116.
14. Курорти України. URL: <https://dorogovkaz.com/kurorty.php>
15. Меліх О.О., Меліх Т.Г., Арчибісова Д.С. Особливості створення туристичного продукту в сучасних умовах. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва: серія «Економічні науки»*. 2019. № 2. С. 415–424. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2019_2_42
16. Михайліченко Г. І. Розвиток туристичного продукту лікувально-оздоровчого та медичного туризму України. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7641>
17. Михайлюк О. Л., Сухіна Л.В. Перспективи розвитку медичного туризму в Одеському регіоні. *Економічні інновації*, 2016. № 62. с. 408- 417. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2016_62_57
18. Воробей В. Перспективи медично-оздоровчого туризму. 2019. URL: <https://info.ppv.net.ua/mors/>

19. Нестеренко Т.П. Принципи формування цін на послуги закладів санаторно – курортної сфери. URL: https://vlp.com.ua/files/73_0.pdf
20. Офіційний сайт UN Tourism (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>
21. Офіційний сайт Всесвітньої Організації Охорони Здоров'я. Статут ВООЗ адміністрації. URL: <https://www.who.int/about/accountability/governance/constitution>
22. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
23. Папп В.В. Фактори конкурентоздатності регіональної туристичної системи. *Економічний простір*. 2015. № 100. С. 47–56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2015_100_7
24. Парфіненко А.Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12–23. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/items/87a0afa5-a03f-4a01-bc2a-32f90e2105a9>
25. Парфіненко А. Ю., Волкова І. І., Щербина В. І. Проблеми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні (у порівнянні з країнами Центральної Європи). Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2018. Вип. 7. С. 130–135. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=ZrVEN8MAAAAJ&citation_for_view=ZrVEN8MAAAAJ:5U14iDaHHb8C
26. Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Тридід О. М. Стратегічне управління розвитком підприємства. Харків : Вид. ХДНЕУ, 2002. 640 с. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/450/438>
27. Романова А. Аналіз становлення і розвитку медичного туризму в Україні у контексті світового економічного простору, Проблеми і перспективи економіки та управління. № 1. 2017. С. 62-68. URL:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppeu_2017_1_9

28. Савіна Г.Г., Яковенко О.В. Управління клієнтською базою туристичного підприємства із застосуванням інтернет-ресурсів: економічний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. №25 (2). С. 107-110. URL: [http://www.visnyk-](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/25_2_2019ua/25_2_2019.pdf)

[econom.uzhnu.uz.ua/archive/25_2_2019ua/25_2_2019.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/25_2_2019ua/25_2_2019.pdf)

29. Сардак С.Е. Механізм управління соціально-економічною системою. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2010. №1(8) С. 191200. URL: <https://philarchive.org/rec/SAR-99>

30. Стратегія розвитку Одеської області на період 2021-2027 роки. URL: <https://oda.od.gov.ua/odeshhyna/soczialno-ekonomichnyj-ta-kulturnyj-rozvytok/strategichni-plany-dij-ta-programy-rozvytku/strategiya-regionalnogo-rozvytku/strategiya-rozvytku-odeskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/>

31. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>

32. Яровий В.Ф. Теоретичні аспекти дослідження інноваційно-інвестиційних стратегій туристичних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 24. С. 178–181. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_24_38

33. Як працює система охорони здоров'я Англії. URL: <https://moz.gov.ua/article/health/jak-pracjue-sistema-ohoroni-zdorovja-anglii>

34. Andrea de la Hoz-Correa. Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis / Andrea de la Hoz-Correa, Francisco Muñoz-Leiva, Márta Bakucz // *Tourism Management*. 2018. Vol. 65. P. 200–211. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2017.10.001>

35. Blazevic O. Health tourism and “smart specialisation”. *UTMS Journal of Economics*. 2016. Vol. 7 (1). PP. 85-95. URL: <https://www.utmsjoe.mk/files/Vol.%207%20No.%201/UTMSJOE-2016-0701-08-Blazevic.pdf>

36. Bookman, M., Bookman, K. J. Medical tourism in Developing Countries. N.Y. 2007. 258 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/26585788_Medical_tourism_in_developing_countries_Milica_Z_Bookman_and_Karla_R_Bookman
37. Carrera P. Review Medical tourism: Assessing the evidence on treatment abroad. *Maturitas*. 2010. № 66. P. 27–32. <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2010.01.017>
38. Cosburn Helen K. Health Tourism. A Continuum of Care, *Medical Tourism Magazine*. Jul 15, 2009. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7641>
39. Joanna Gaines. Medical Tourism. *Travel Medicine (Fourth Edition)*, Elsevier. 2019. P. 371–375. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-54696-6.00039-2>
40. Ridderstaat J. The impact of major tourist markets on health tourism spending in the United States. *Journal of Destination Marketing & Management*. – Vol. 11. 2019. P. 270–280. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X17304304?via%3Dihub>
41. Kiss K. Analysis of Demand for Wellness and Medical tourism in Hungary, *Scientific Papers*. 2020. URL: <https://econpapers.repec.org/article/agsapstra/147415.htm>
42. Medical Tourism: Globalization of the Healthcare Marketplace. *Medscape general medicine* 9(4):33. 2007. URL: https://www.researchgate.net/publication/5541752_Medical_Tourism_Globalization_of_the_Healthcare_Marketplace
43. Uysal M., Sirgy M.J., Woo E., Kim H., Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*. 2016. Vol. 53. – P. 244–261. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517715001661?via%3Dihub>
44. Lunt N., Horsfall D., Hanefeld J.. Medical tourism: A snapshot of

evidence on treatment abroad. *Maturitas*. 2016. Vol. 88. P. 37 – 40. URL: [https://www.maturitas.org/article/S0378-5122\(16\)30032-9/abstract](https://www.maturitas.org/article/S0378-5122(16)30032-9/abstract)

45. Cesario S.K.. Implications of medical tourism. *Nursing for Women's Health*. 2018. Vol. 22 (3). P. 269–273. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1751485118301065?via%3Dihub>

46. Shandova N., Bylym O. Conceptual approaches to the development of health tourism. *The scientific heritage*. 2019. № 37. P. 5–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/conceptual-approaches-to-the-development-of-health-tourism>

47. Voigt C. Wellness tourists: in search of transformation. *Tourism Review*. 2011. Vol. 66(1/2). P. 16-30. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/16605371111127206/full/html>

48. Voskresenskaya, E., Shandova, N., Sofiienko, A. Innovative approach to the formation of a system of strategic marketing management of tourism enterprises in conditions of market uncertainty. *TEM Journal*. 2020, 9(3), p. 1076 – 1087. URL: https://www.temjournal.com/content/93/TEMJournalAugust_1076_1087.pdf

49. Weil D. N. Accounting for the Effect of Health on Economic Growth. *National Bureau of Economic Research*. 2005. No. 11455. URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w11455/w11455.pdf

50. Working well. A Global Survey of Health Promotion and Workplace Wellness Strategies. Buck Consultants, International Health Consulting, Cigna, Pfizer and World data Work, 2010. 245 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://moodle.adaptland.it/pluginfile.php/20611/mod_data/content/39969/2009_Working%20well_report.pdf

51. UNWTO: International Tourism Highlights, 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.unwto.org/publication/international-tourism->

[highlights-2019-edition](#)

52. Офіційний сайт «ALF ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР». URL: <https://alf.ua/>

53. ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "АЛЬФ ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР". Фінансова звітність. URL: <https://clarity-project.info/edr/35254273/finances>

ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансова звітність малого підприємства за 2023 р.

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
II. Оборотні активи Запаси:	1100	3.30	184.90
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0.80	0.80
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	339.40	2 850.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	7 601.10	4 689.90
Усього за розділом II	1195	7 944.60	7 725.60
Баланс	1300	7 944.60	7 725.60

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 350.00	1 350.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-932.40	-690.50
Усього за розділом I	1495	417.60	659.50
товари, роботи, послуги	1615	1.70	69.60
розрахунками з бюджетом	1620	45.40	45.90
Інші поточні зобов'язання	1690	7 479.90	6 950.60
Усього за розділом III	1695	7 527.00	7 066.10
Баланс	1900	7 944.60	7 725.60

Звіт про фінансові результати за 2023 р.

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	10 158.90	4 299.00
Інші операційні доходи	2120	4 436.30	41.60
Інші операційні витрати	2180	14 300.20	4 693.00
Інші доходи	2240		544.60
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	14 595.20	4 885.20
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	14 300.20	4 693.00
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	295.00	192.20
Податок на прибуток	2300	53.10	34.60
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	241.90	157.60

Фінансова звітність малого підприємства за 2022 р.

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
II. Оборотні активи Запаси:	1100	3.30	184.90
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0.80	0.80
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	339.40	2 850.00
Гроші та їх еквіваленти	1165	7 601.10	4 689.90
Усього за розділом II	1195	7 944.60	7 725.60
Баланс	1300	7 944.60	7 725.60

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 350.00	1 350.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-932.40	-690.50
Усього за розділом I	1495	417.60	659.50
товари, роботи, послуги	1615	1.70	69.60
розрахунками з бюджетом	1620	45.40	45.90
Інші поточні зобов'язання	1690	7 479.90	6 950.60
Усього за розділом III	1695	7 527.00	7 066.10
Баланс	1900	7 944.60	7 725.60

Звіт про фінансові результати за 2022 р.

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	10 158.90	4 299.00
Інші операційні доходи	2120	4 436.30	41.60
Інші операційні витрати	2180	14 300.20	4 693.00
Інші доходи	2240		544.60
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	14 595.20	4 885.20
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	14 300.20	4 693.00
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	295.00	192.20
Податок на прибуток	2300	53.10	34.60
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	241.90	157.60