

**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»

В.о. декана факультету

_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(підпис)

(ім'я та прізвище)

« ___ » _____ 2022 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

_____ Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

(ім'я та прізвище)

« ___ » _____ 2022 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

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

освітньо-професійної програми _____ «Туризм» _____

на тему: «Тури вихідного дня як напрям розвитку внутрішнього туризму»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-9

Кулик Артур Віталійович

прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник _____ Сологуб Юрій Іванович

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент _____ Безпала О.В.

(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 – 2022 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу

імені проф. В.Ф.Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри _____

Ірина МЕЛЬНИК

“ _____ ” _____ 2022 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Кулика Артура Віталійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Тури вихідного дня як напрям розвитку внутрішнього туризму»

керівник роботи Сологуб Юрій Іванович, к. геогр. н., доц. кафедри ТГБ

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від “31” березня 2022 року №165-кв

2. Строк подання здобувачем роботи 06 червня 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова література, фахова література, статистична звітність туристичного підприємства

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

Розділ 1. Теоретичні засади дослідження розвитку турів вихідного дня, як одного з видів внутрішнього туризму в Україні.

Розділ 2. Характеристика туристичного підприємства «TUI Ukraine».

Розділ 3. Аналіз напрямів розвитку внутрішнього туризму в Україні на основі організації турів вихідного дня.

5. Перелік графічного матеріалу рисунків – 17, таблиць – 11 додатків – 3.

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання 22 березня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.02.2022-19.03.2022 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	20.03.2022-22.03.2022 рр.	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	23.03.2022-06.04.2022 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	07.04.2022-27.04.2022 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	28.04.2022-12.05.2022 рр.	виконано
6	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	13.05.2022-25.05.2022 рр.	виконано
7	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	26.05.2022-29.05.2022 рр.	виконано
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	30.05.2022-03.06.2022 р.	виконано
9	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	04-06.06.2022 р.	виконано
10	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	15.06.2022 р.	

Здобувач

_____ (підпис)

Кулик А.В.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Сологуб Ю.І.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Кулика Артура Віталійовича

на тему: «Тури вихідного дня як напрям розвитку внутрішнього туризму»

Кваліфікаційна робота складається з – 65 сторінок. Кількість розділів – 3, рисунків – 17, таблиць – 11, додатків – 3.

Об'єктом дослідження є діяльність туристичної компанії «TUI» в Україні.

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні аспекти та практичні засади організації турів вихідного дня.

Мета кваліфікаційної роботи: аналіз організації та розвитку турів вихідного дня як напряму розвитку внутрішнього туризму.

У I розділі розглянуто теоретичні засади дослідження розвитку турів вихідного дня, як одного з видів внутрішнього туризму в Україні.

У II розділі надано загальну організаційну характеристику туристичного підприємства «TUI Ukraine» та проведено аналіз його внутрішнього та зовнішнього середовища.

У III розділі проведено аналіз напрямів розвитку внутрішнього туризму в Україні на основі організації турів вихідного дня. Надано рекомендації щодо вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в ТК «TUI Ukraine».

Ключові слова: туризм, тури вихідного дня, внутрішній туризм, організація, розвиток.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРІВ ВИХІДНОГО ДНЯ, ЯК ОДНОГО З ВИДІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	10
1.1. Сутнісні характеристики турів вихідного дня та їх місце в структурі туристичної діяльності.....	10
1.2. Зарубіжний досвід розвитку турів вихідного дня як одного з напрямів внутрішнього туризму.....	15
1.3. Регіональні особливості розвитку турів вихідного дня в Україні..	21
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРІВ ВИХІДНОГО ДНЯ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ «TUI UKRAINE»).....	29
2.1. Загальна характеристика підприємства ТК «TUI UKRAINE».....	29
2.2. Аналіз середовища діяльності підприємства ТК «TUI UKRAINE» на туристичному ринку України.....	40
Висновки до розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ ВИХІДНОГО ДНЯ	47
3.1. Аналіз впровадження турів вихідного дня в ТК «TUI UKRAINE».....	47
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в ТК «TUI UKRAINE».....	53
Висновки до розділу 3.....	61
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В даний час туристська індустрія є одним з перспективних напрямків, можливості якого доцільно використовувати для розвитку економіки. Статистичні дані свідчать, що у багатьох зарубіжних країнах доходи від внутрішнього туризму становлять до 80% у загальній структурі видів туризму. Внутрішній туризм на відміну від в'їзного туризму стимулює внутрішнє споживання, як наслідок – створює попит на товари внутрішнього ринку, тобто на місцеві товари та послуги. Через те, що витрати внутрішніх туристів залишаються у країні, підвищується значення економічних показників, які характеризують відтворювальні процеси економіки. Мережа колективних засобів розміщення, харчування, розваг, оздоровлення та спорту є структурою внутрішнього туризму та сприяє задоволенню туристично-рекреаційних потреб населення, що сприяє працездатності та зростанню продуктивності праці.

Внутрішній туризм супроводжує розвиток суміжних галузей, створюються умови для успішного функціонування виробництв, які вважаються нерентабельними. Розвиток внутрішнього туризму здатний може стати джерелом фінансових надходжень в економічну систему країни та стабілізувати ринок праці. Розвиток внутрішнього туризму в Україні в даний час офіційно визнали стратегічним пріоритетом.

Сьогодні подорожі та відпочинок стають невід'ємною частиною життя населення всіх континентів і, як наслідок, у структурі витрат середньостатистичної сім'ї, витрати на туристичні послуги – це четверта стаття після витрат на харчування, одяг та обслуговування автомобіля. Особливого розвитку на даному етапі зазнають тури «вихідного дня», які відповідають сучасним реаліям життя та не вимагають від працюючої людини довгострокового планування відпочинку, а надають можливість активно провести вихідні та побачити цікаві куточки нашої держави.

Сьогодні у розвитку туризму зацікавлена як держава, так і суб'єкти господарювання. В останні роки рівень туристичної інфраструктури зазнав значних змін завдяки політиці розвитку туризму з боку всіх рівнів влади, а також завдяки проведенню великих міжнародних спортивних та культурних заходів. В даний час завдяки накопиченому туристському потенціалу практично всі види туризму можуть бути розвинені на території нашої країни.

Проблемам розвитку внутрішнього туризму в Україні присвячено роботи багатьох вітчизняних науковців, зокрема таких як: О. М. Бейдик, О. О. Любіцева, М. М. Мальська, Г. П. Науменко, С. І. Попович, Т. Г. Сокол, Т. І. Ткаченко та багатьох інших. Проте, враховуючи швидкі зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі, можна стверджувати, що тема розвитку туристичних продуктів залишається актуальним завданням, яке потребує детального дослідження сучасного стану та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні, що й зумовило вибір теми роботи: «Тури вихідного дня як напрям розвитку внутрішнього туризму».

Об'єктом дослідження є діяльність туристичної компанії «TUI» в Україні.

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні аспекти та практичні засади організації турів вихідного дня.

Мета кваліфікаційної роботи: аналіз організації та розвитку турів вихідного дня як напряму розвитку внутрішнього туризму.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких **завдань:**

- розглянути сутнісні характеристики турів вихідного дня та їх місце в структурі туристичної діяльності;
- проаналізувати зарубіжний досвід розвитку турів вихідного дня як одного з напрямів внутрішнього туризму;
- виявити регіональні особливості розвитку турів вихідного дня в Україні;
- надати загальна характеристика підприємства ТК «TUI Ukraine»;

- провести аналіз середовища діяльності підприємства ТК «TUI Ukraine» на туристичному ринку України;
- проаналізувати ступінь впровадження турів вихідного дня в ТК «TUI Ukraine»;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в ТК «TUI Ukraine».

Методи дослідження. Теоретико-методологічну основу дослідження склали положення економічної теорії, представлені в наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів з проблематики розвитку внутрішнього туризму та організаційних аспектів надання послуг вихідного дня.

Для досягнення поставленої мети в роботі було використано такий комплекс загальнонаукових та спеціальних методів:

- метод структурно-логічного аналізу та узагальнення (в процесі логічної побудови структури дослідження та формування висновків);
- метод узагальнення та систематизації (в систематизації поглядів науковців та узагальнення категоріального апарату дослідження);
- методи аналізу й синтезу (в процесі визначення особливостей розвитку, проблем та перспектив організації турів вихідного дня в Україні);
- методи схематичного та графічного зображення інформації (з метою наочного подання результатів дослідження та представлення статистичних даних та аналітичних матеріалів за темою дослідження);
- методи статистичного аналізу (для проведення аналізу тенденцій розвитку внутрішнього туризму в Україні та аналізу ступеню впровадження турів вихідного на підприємстві);
- порівняльний метод (в процесі зіставлення світових тенденцій та вітчизняного досвіду розвитку турів вихідного дня на ринку внутрішнього туризму).

Інформаційною базою роботи виступили наукові статті, підручними, монографії, дані Державної служби статистики України, дані Національної

туристичної організації України, фінансова звітність та внутрішні документи туристичного підприємства «TUI Ukraine».

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження та надані рекомендації можуть бути використані керівництвом підприємства ТК «TUI Ukraine» для вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Апробація отриманих результатів. Основні результати досліджень кваліфікаційної роботи були викладені у публікації автора у матеріалах 88-ї Міжнародної наукової конференції молодих вчених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті» (7-8 квітня 2022 р.) – Київ.

Структура роботи. Дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел з 41 найменування та додатків. Текст роботи викладено на 65 сторінках, включаючи 3 додатки, дослідження містить 17 рисунків та 11 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРІВ ВИХІДНОГО ДНЯ, ЯК ОДНОГО З ВИДІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Сутнісні характеристики турів вихідного дня та їх місце в структурі туристичної діяльності

Сучасний темп життя характеризується мінливістю, високим рівнем зайнятості людей, які не можуть виділити час на відпустку, відвідати довготривалу екскурсію або тур. Рішенням цієї проблеми стали тури, які проводяться у вихідний день. Такі тури дають можливість туристам лише за один – два дні ознайомитися з природними та культурними пам'ятками, активно провести вихідні, відволіктися від повсякденного життя.

Тури вихідного дня мають пізнавально-рекреаційний характер, вони значною мірою чинять вплив на освіту та духовне збагачення представників різних верств населення, сприяють пізнанню своєї країни та формують національну самосвідомість.

Спочатку тури вихідного дня та рекреаційні походи було розроблено для ділових, працюючих людей, які не мають достатньої кількості часу для відпочинку та відпустки. Так, ще з 1890 року почала формуватися туристична інфраструктура в Україні (розроблялася транспортна мережа, відкривалися нові об'єкти ресторанно-готельного господарства), з'явилася велика кількість туристичних фірм, клубів, бюро, компаній. Так, сформувалися два основні елементи туристського ринку - елітарний туризм, призначений для заможних верств населення та екскурсійний й рекреаційний туризм для інтелігенції.

Тури вихідного дня є видом внутрішнього туризму, який як частина ємного поняття туризму, без сумніву є найважливішим та дуже значущим елементом туристичної системи. Проте, на сьогоднішній день не існує

однозначного визначення поняття туризму вихідного дня, його по-різному трактують не тільки окремі фахівці, а й туристичні організації (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Визначення поняття «тур вихідного дня» у різних джерелах

Джерело	Визначення
Всесвітня туристична організація (ЮНВТО)	Різновид внутрішнього або виїзного туризму, який включає діяльність відвідувачів-резидентів країни в межах однієї країни (являє собою частину внутрішньої туристичної поїздки або частину виїзної (зарубіжної) туристичної поїздки), яка триває до трьох днів [1].
Закон України «Про туризм»	Визначено, як туристичний продукт, представлений у межах внутрішнього туризму, як одна з організаційних форм туризму, що характеризує короткострокові подорожі в межах території України громадян та осіб, що постійно проживають на території країни [2].
В.К. Федорченко	Поїздки відвідувачів-резидентів країни за межі їх звичайного середовища, проте лише в межах своєї країни [3, с.39].
В. Ф. Кифяк	Тимчасовий виїзд громадян країни з свого постійного місця проживання, часто, в рамках національних кордонів країни постійного перебування з метою відпочинку, для задоволення своїх пізнавальних інтересів, заняття спортом або з іншою метою туристичної поїздки [4, с. 89].
П.Р. Пуцентейло	Сукупність відносин та явищ, що виникають в процесі переміщення й перебування мешканців країни, в місцях, які є відмінними від місць їх постійного місця проживання та роботи [5, с. 46].

Джерело: узагальнено автором

Таким чином, тури вихідного дня – це дво- або триденні поїздки туристів з метою ознайомлення з природними та культурними пам'ятками, проведення активного відпочинку, що можуть захоплювати, як правило, лише один робочий день – п'ятницю (іноді понеділок).

Слід зазначити, що тур являє собою програму, в рамках якої реалізується досягнення мети перебування людей поза межами їх постійних місць проживання, яку створено враховуючи індивідуальні побажання туристів та комплекс заходів, яким передбачено її реалізацію на відповідному якісному рівні надання послуг.

Якщо, визначати поняття «тур» в широкому розумінні, то можна говорити, що він охоплює не лише сам туристичний маршрут, а також пакет товарів та різних послуг, що необхідні туристам в процесі здійснення подорожі за визначеним маршрутом.

За умов ринкової економіки тур є єдністю туристичного маршруту в поєднанні з його матеріально-технічним та культурним забезпеченням, та є за своєю сутністю товаром, ціну на який формують згідно законам ринку. Процес формування турів вихідного дня охоплює як саму розробку маршрутів, так й пакетування необхідних товарів та послуг, призначених для задоволення потреб туристів, які можуть виникнути в процесі подорожі за певним визначеним маршрутом. Основними туристичними послугами є реклама, послуги перевезення, послуги харчування й розміщення туристів, організація відвідування подорожуючими туристичних та культурних об'єктів, забезпечення умов їх відпочинку та рекреації (оздоровлення) [6, с.32].

Тури вихідного дня можна розподілити на різні види, які мають різну спрямованість (рис.1.1).

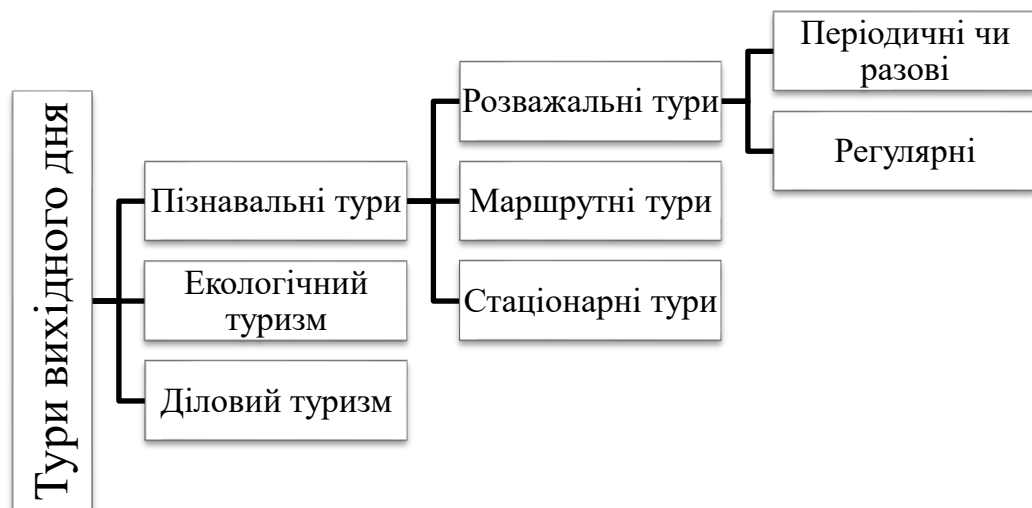


Рис. 1.1. Види турів вихідного дня

Джерело: узагальнено автором

Слід відмітити, що незважаючи на різноманітність видів турів вихідного дня, найбільшим попитом у населення користуються саме рекреаційні походи туристів на вихідні дні.

Формування, організація, продаж та проведення турів вихідного дня здійснюються спеціальними суб'єктами туристичної діяльності, які представлені на ринку туристичних послуг, як установи, підприємства та

організації, що мають різні форми власності, також послуги можуть надаватися фізичними особами, що пройшли реєстрацію у законодавчо встановленому порядку та мають ліцензії, якими дозволено здійснювати діяльність, пов'язану з процесом надання туристичних послуг.

Таким чином, можна виділити характеристики суб'єкту туристичної діяльності:

- утворення відповідно до вимог чинного законодавства України;
- суб'єкт займається організацією, формуванням (тобто створенням) та /або процесом реалізації туристичних продуктів (послуг);
- функціонування на основних принципах комерційного розрахунку, тобто головною метою його діяльності є максимізація прибутку або досягнення іншого ефекту, зокрема соціального.

На ринку туристичних послуг споживачам пропонують товар в формі певного конкретного туру, яким охоплено попередньо розроблений організаторами комплекс різних туристичних товарів та послуг, які необхідні під час подорожі цим маршрутом. Основна функція туроператорів, які готують туристичний продукт для подальшої його реалізації в скомплектованому вигляді є формування його цілісно-цільової спрямованості.

Крім того, цікавим є визначення змісту дефініції «туристичний маршрут», що в працях науковців та практиків в туристичній галузі часто розглядається лише з позиції «напрямку переміщення туристів». Таких поглядів дотримуються, наприклад, такі українські науковці, як В. Кифяк, Г. Михайліченко О. Любіцева та інші [4; 7; 8].

Відповідно чинної нормативної документації в Україні туристичний маршрут є попередньо наміченим шляхом туристичної подорожі (зокрема, екскурсії або походу), який має визначений напрям пересування туристів через встановлені організаторами географічні пункти на маршруті [9].

Проте в науковій літературі існують пізні варіації поняття турів. Так, наприклад, Н. Савіною використовується термін «екскурсійно-туристський маршрут», проте не наведено його визначення, а лише виокремлено в його

структурі такі поняття як «туристський маршрут» та «маршрут екскурсії». На думку авторки, туристським маршрутом є заздалегідь спланована організаторами траса, якою пересуватимуться туристи протягом певного часу, метою якого є надання туристові передбачених програмою туру послуг. Маршрут екскурсії Н.Савіна визначає як шлях, за яким рухається екскурсійна група, що пов'язаний показом встановлених програмою об'єктів [10, с. 81].

Л. Лук'яноюю також не представлено в роботах визначення поняття «туру», проте авторка наводить їх класифікацію за змістом. Вона виділяє туристські подорожі, походи та екскурсії [11, с. 53].

О. Білоусов висловлює дещо відмінну думку щодо маршруту туру та вказує, що його складовими є місця або об'єкти, пов'язані однією головною ідеєю та поєднані між собою прокладеним (а, зазвичай, й попередньо розміченим шляхом), й також різного роду туристична інфраструктура, яка розміщена вздовж маршруту туристів [12, с. 40].

Слід відмітити, що тури вихідного дня мають свої відмінні характеристики, риси та переваги, які відрізняють їх від виїзного та в'їзного туризму, які умовно можуть бути згруповані за певними напрямками (економічний, соціальний, правовий, культурний, технологічний), а також можуть стосуватися інтересів, як окремого туристу, так й підприємств, які надають послуги на туристичному ринку, крім того вони чинять вплив на розвиток регіонів та економіку держави в цілому (Додаток А).

Таким чином, тур вихідного дня є невеликим за своєю протяжністю (від 5 до 25 км) та незначним за складністю туристичним походом та (або) екскурсією, який відбувається протягом вихідних днів (іноді охоплює також кінець робочого тижня або святкових вихідних), покликаний забезпечити туристам або екскурсантам відповідне уявлення про туризм та екскурсійну діяльність, навчити навикам, необхідним кожній людині для просування йта орієнтування на різній місцевості, надати знання щодо організації відпочинку та особливостей харчування, властивих для умов походу.

1.2. Зарубіжний досвід розвитку турів вихідного дня як одного з напрямів внутрішнього туризму

Туризм вихідного дня (відпочинок вихідного дня) завжди був для багатьох найдоступнішим видом туризму, оскільки його тимчасова обмеженість передбачає менші витрати. В останні роки відзначається тенденція скорочення подорожей за тривалістю та відстанню. Це дає стимул туроператорам для створення цікавих пропозицій для туристів, які не мають змоги отримати тривалу відпустку та обмежуються уїк-ендом [13, с. 26].

Спочатку тури вихідного дня розроблялися для ділових людей та захоплювали п'ятницю, суботу та неділю. Значна поширеність турів вихідного дня пов'язана і з відносною простотою їх організації, яку можуть здійснити як туроператори, так й самі туристи, а рішення вирушити у поїздку в них може бути прийнято спонтанно. Напрямки туризму вихідного дня великі. Це можуть бути пізнавальні, розважальні поїздки, екологічні, релаксаційні та подієві тури [14, с. 15].

Н.А. Діхтяр надає таку класифікацію турів вихідного дня: історичні; ландшафтні; архітектурні; гастрономічні; екстремальні; фестивалі та ін. [15, с. 27]. Тільки два останні мають певну спрямованість, у більшості випадків різні види відпочинку мають змішаний характер. Так турист отримує різноманітні враження за короткий час.

Таким чином, для організаторів туризму актуальним питанням є збільшення різноманітності маршрутів, які можуть бути використані туристами під час поїздок вихідного дня. Для густозаселених територій скласти маршрут вихідного не є проблемою. Численні міста з різноманітними атракціями, природні об'єкти, розташовані на зручній відстані, дозволяють створювати тури, що укладаються у часові рамки відпочинку вихідного дня для різних категорій туристів. У регіонах слабо заселених, з малою кількістю міст, великими відстанями між центрами формування туристських потоків та

об'єктами тяжіння туристів це питання дуже актуальне, особливо в період, коли переміщення між регіонами обмежене з форс-мажорних причин.

Масштабні міжнародні події формують імідж території, сприяють значному збільшенню впізнаваності, формують її бренд, підвищують її туристичну привабливість.

Зарубіжний досвід розвитку туризму вихідного дня дуже різноманітний. Лідерами у цій галузі є США, Італія, Франція, Південна Корея, Великобританія. Однак деякі фахівці зазначають, що перше місце за рівнем розвитку подієвого короткострокового туризму займає Австралія, де існує чітка система стратегічного планування подійних заходів, здатних максимізувати вигоду від туризму для дестинації. Сьогодні у світі налічується кілька десятків міст, що спеціалізуються на подібній економіці.

Серед яскравих прикладів подійного туризму вихідного дня можна назвати карнавал у Ріо-де-Жанейро, про який знають на всіх континентах. Бразильський карнавал впевнено тримається в топі туризму серед найвідвідуваніших світових подій. Проект збирає 700 тисяч гостей. Витрати цього заходу становлять 5,5 млн. доларів. Прибуток – 150 млн. доларів.

Ще одним прикладом подійного маркетингу є Канський фестиваль, прибуток від якого сягає 200 млн. євро. Канський фестиваль створив 3200 робочих місць. Також одним з наймасовіших гулянь у світі є пивний фестиваль Октоберфест. На шістнадцять днів Мюнхен перетворюється на розважальний нон-стоп майданчик. Сюди з'їжджаються мільйони любителів Баварського пива, з усіх куточків світу. Відомо, що він приносить прибуток аналогічний – 0,5 млрд. євро і дає 12 тис. робочих місць [16, с.198].

Репутацію «святкової» країни має Італія. Дуже популярним є карнавал у Венеції, який щорічно проходить у лютому та збирає понад 500 тис. туристів із різних країн світу.

У Західній Європі особливо популярні фестивалі різних продуктів. Продуктові фестивалі, дуже поширений спосіб просування товарів на галузевих

ринках з одного боку, з іншого боку, проведення фестивалів на певній території привертає увагу та просуває безпосередньо та територію їх проведення.

У низці міст Італії (Флоренція, Болонья, Віареджо, Перуджа, Турін) щорічно організовуються фестивалі шоколаду. Ознайомлення із шедеврами кондитерського мистецтва італійських фабрик, дегустація солодоців, виступ популярних ансамблів – така традиційна програма шоколадного свята.

У Великобританії у квітні традиційно проводиться фестиваль продуктів та напоїв південного заходу країни у замку Ексетера (столиця графства Девоншир). Театр кулінарії з майстер-класами та дегустації вин, ознайомчі семінари та всілякі шоу – це лише частина заходів програми цього щорічного фестивалю.

Деякі країни, наприклад, Італія, Франція, Данія, Велика Британія, Чехія отримують значну частину прибутків від вмілої експлуатації історико-культурного потенціалу. Всесвітньо відомі пам'ятки історії та культури Риму, Венеції, Флоренції, Парижа, Лондона, Дрездена, Праги приваблюють щороку сотні тисяч туристів.

Наприклад, у Канаді було відновлено старі забудови таких міст, як Квебек та Онтаріо, які відображають особливий національний колорит франко- та англо-канадців [17, с. 87].

Кожна з етнічних культур входить до розробки тематичних етнологічних екскурсійних маршрутів. Канадське місто Квебек, в минулому столиця Канади, в сучасний період головне місто французької провінції, виконує функції туристичного центру. Так, щорічно це місто відвідує 500 тис. туристів, що майже дорівнює кількості мешканців міста. Саме французький колорит, а також історичні місця, як то поля боїв 1759 р., старовинні замки й церкви, велика кількість музеїв і високий рівень організації індустрії туристичного сервісу та розваг дозволяють Квебеку в окремі роки отримувати прибуток від туризму, який дорівнює прибутку від всього виробництва міста.

Туризм є однією з провідних галузей світової економіки [18,с. 2166]. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2016 році доходи від

міжнародного туризму склали близько 1,220 мільярда доларів [19], у 2021 році – 1478 млрд дол. США. Річний оборот туризму у світі становить близько 4,7 трильйона доларів США [20].

Внесок туризму у світовий ВВП за даними на 2021 рік становить 10,4%, або 9,2 трлн. дол. США. Число робочих місць – 10,0% від загальної кількості робочих місць у світі. 4,4% інвестицій у основний капітал посідає сферу туризму [21, с. 1023].

Значним стримуючим фактором для розвитку галузі туризму останніми роками став вплив наслідків коронавірусної інфекції. Туристична галузь офіційно визнана найбільшою мірою потерпілою від впливу та наслідків коронавірусу [21, с. 1024].

За 2021 рік внесок туризму у світовий ВВП скоротився майже вдвічі, склавши 5,5%, або 4,7 трлн дол. США. Число робочих місць скоротилося на 1,1% (8,9% від загальної кількості у світі), інвестиції скоротилися з 986,2 до 693,2 млрд дол. США, склавши 3,2% від загального обсягу світових інвестицій [22] (рис. 1.2).

Україна має високий туристський потенціал. Однак у порівнянні зі світовим туристичним ринком посідає незначне становище. У рейтингу конкурентоспроможності індустрії туризму та подорожей Україна знаходиться лише на 39-му місці зі 140 країн, за даними на 2021 [22].

Динаміка внутрішнього туризму за період 2010-2021рр. позитивна як щодо іноземних туристів, і щодо українських. За цей період чисельність українських туристів збільшилася 2,5 разу, чисельність іноземних туристів – 2,3 разу. У зв'язку з обмеженнями у 2020 році чисельність іноземних туристів скоротилася на 93,4% до 2019 року [23]. Чисельність українських туристів скоротилася на 5,6% до 2019 р. [23]

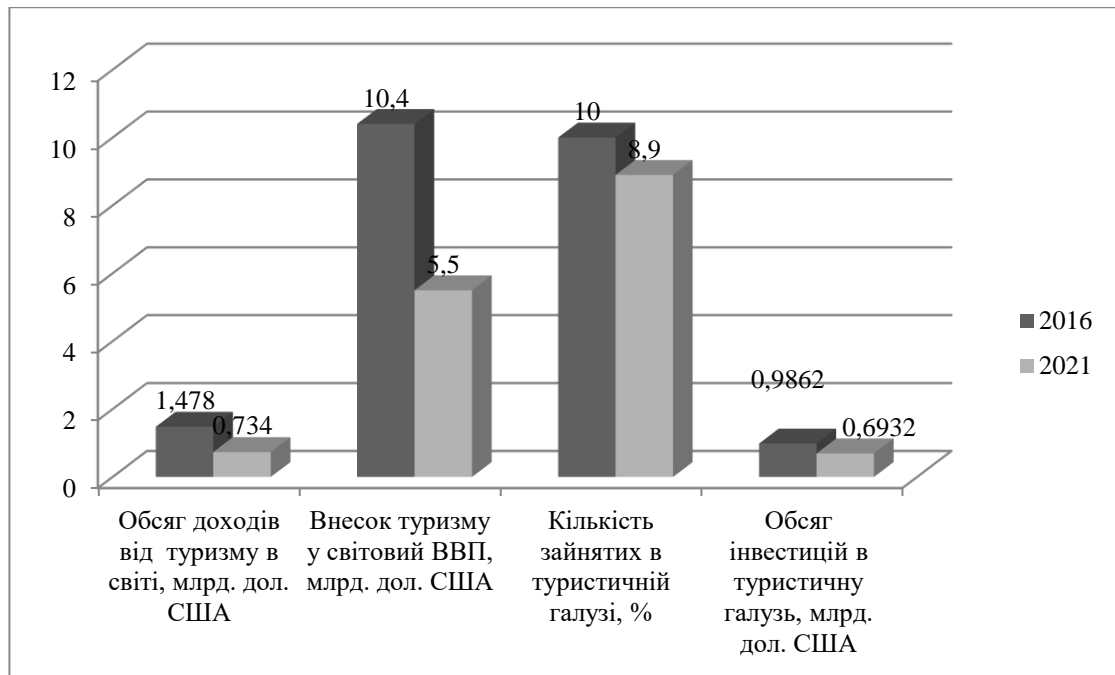


Рис. 1.2. Основні показники розвитку туристичної галузі у світі, 2016–2021 роках

Джерело: сформовано автором за [22]

Як показує міжнародний досвід, переорієнтація споживача на внутрішній ринок вимагає розробки та вдосконалення конкурентоспроможного туристичного продукту, розвитку інфраструктури, забезпечення якісних та доступних туристських послуг на території країни, а також необхідно враховувати останні тренди розвитку галузі, цікавіші та затребувані напрямки туризму для привернення уваги та підвищення інтересу до своєї дестинації .

Найбільш популярними та затребуваними туристськими трендами на короткострокові подорожі зараз є тури релігійної; спортивної; подієвої; гастрономічної; культурно-пізнавальної; лікувально-оздоровчої; екстремальної спрямованості [24, с. 2108]; стійкий, соціально відповідальний, культурний, екологічний туризм [25, с.146].

Тесленко В.В., Романова О.В. у своєму дослідженні наголошують на екологічному туризмі як найбільш популярному та «єдиному напрямку в індустрії туризму, зацікавленому у збереженні свого головного ресурсу – природного середовища» [26, с. 416]. Проблеми екологічного

туризму розглядаються у багатьох дослідженнях. Зворикіна Т.І., Войт М.М., Дрейзіс Ю.І. розглядають екологічний туризм як фактор сталого розвитку територій [28, с. 147]. Суржиков В.І., Шевченка В.К. [29, с. 63], Козлов В.В., Немков П.М. [30, с. 26-31] розглядають проблему розвитку екологічного туризму на природних територіях, що особливо охороняються.

Бардасова Е.В. пропонує наголошувати на розвитку нових туристичних продуктів (глемпінгів) на базі індивідуального та екотуризму [31, с. 1721].

Однією з концепцій розвитку туризму, що виділяються, є стійкий туризм. Стійкий туризм – це те, що «задовольняє потреби сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби» [32, с. 39], а не просто маркетинговий хід або віяння моди.

Ще одним напрямком є соціально відповідального туризм, який пропагує «етичні цінності в туризмі, відповідальне споживання, сприяє соціальному та економічному розвитку регіону, а також виховує шанобливе ставлення до культурно-історичної спадщини, навколишнього середовища та традицій» [33, с. 19].

Загроза знищення культурної спадщини в умовах впливу глобальних викликів, прагнення до пошуку свого коріння, інтерес до історії самобутніх культур призвели до диверсифікації напряму культурного туризму, поділяючи його на такі види: ідентичний туризм; спадковий туризм; примиренський туризм; міжкультурний туризм; комунікативний туризм; життєознайомчий туризм.

Останнім часом, переважно у зв'язку з впливом коронавірусних обмежень, виділяють такі тренди у туризмі:

- 1) орієнтація на внутрішні напрями;
- 2) запит туристів на безпечний відпочинок у колі лише близьких людей (родина, родичі, друзі), щоб унеможливити зайві контакти;
- 3) простежується тенденція до індивідуалізації туризму, прагнення туриста до усамітнення з собою та своїми думками, все більша відмова від

масових групових турів та поїздок, пріоритет на користь індивідуальних турів, керівництво виключно своїми уподобаннями;

4) яскравим трендом туризму є технологізація та цифровізація. Це стосується систем бронювання (турів, квитків, проживання та ін.), конструювання свого туру, замовлення послуг, системи оплати, елементів віртуалізації (онлайн-екскурсія, віртуальні подорожі та ін.);

5) тренд на бронювання. В умовах невизначеності, у зв'язку з можливістю запровадження додаткових обмежень, закриття кордонів та ін. факторів, туристи стали бронювати тури якомога ближче до дати подорожі;

6) переорієнтація інтересу туристів від великих готельних об'єктів розміщення у бік невеликих готелів та відокремлених котеджів [33, с.].

Незважаючи на розвиток сфери туризму в Україні в останні роки, пандемія вплинула як на індустрію туризму в цілому, так і на суміжні з нею галузі.

1.3. Регіональні особливості розвитку турів вихідного дня в Україні

Аналіз ринку внутрішнього туризму в Україні доводить, що тури вихідного дня займають лише невелику частину в загальному обсязі поїздок Україною (рис. 1.3)

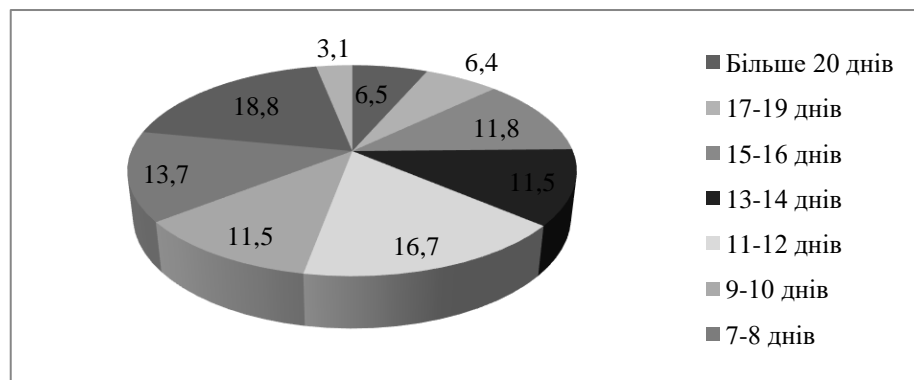


Рис. 1.3. Структура внутрішнього туризму в Україні за тривалістю поїздок станом на 2021 рік, %

Джерело: сформовано автором за [36]

Для виявлення регіональних особливостей розвитку турів вихідного дня в Україні необхідно проаналізувати структуру послуг, які надаються туроператорами, адже за своєю суттю тури вихідного дня, як й загалом внутрішній туризм, є багатограними. Відобразимо розподіл основних видів внутрішнього туризму, які запропоновані туроператорами на ринку короткострокових подорожей в Україні.

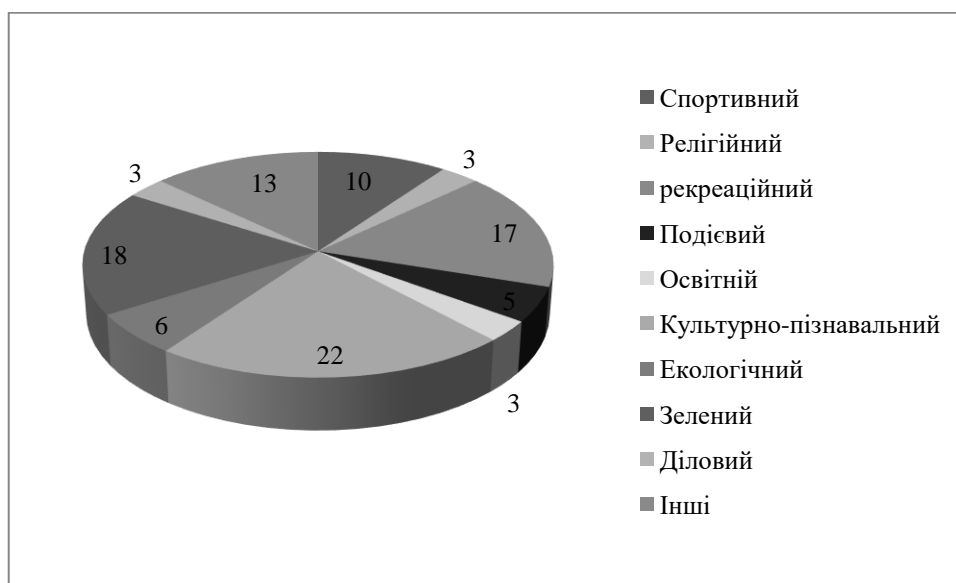


Рис. 1.4. Структура видів турів вихідного дня в регіонах України, %

Джерело: сформовано автором за [35, с. 218]

Дані рисунку свідчать, що найбільш поширеними видами туристичних подорожей на 1-3 дні є культурно-пізнавальний, рекреаційний та зелений види туризму. Ці тури поширені в усіх регіонах України, проте всі території можна умовно поділити на певні групи, в яких більшого поширення та розвитку набули різні види турів. Згідно дослідженням різних науковців можна зробити висновок, що для кожного регіону України притаманні певні групи видів туризму, що обумовлено наявністю, як природних, так й культурно-історичних ресурсів, розвитку туристичної інфраструктури, тощо.

Одним з найбільш важливих показників, які використовуються для аналізу особливостей розвитку туризму в різних регіонах України можна назвати кількість діючих на території суб'єктів, що надають послуги з туристичної діяльності. Слід зазначити, що за 2021 рік порівняно з 2019 роком

загальна кількість всіх суб'єктів туристичної діяльності в Україні (як юридичних, так й фізичних осіб-підприємців) зменшилась на 306 одиниці (тобто на 16,4 %), (табл. 1.2) [36].

За даними таблиці можемо спостерігати тенденцію щодо зниження кількості суб'єктів туристичної діяльності. Загалом по Україні їх кількість за досліджувані роки знизилась на 272 од. (тобто на 14,8 %).

Аналіз даних свідчить, що найбільшу кількість суб'єктів господарювання в туристичній діяльності на кінець 2021 року становлять агенції Дніпропетровської, Київської та Львівської областей. Найменша кількість туристичних агенцій функціонує в межах Чернівецької та Луганської областей. Відзначимо, що зараз дані щодо АР Крим відсутні в державній статистиці.

Дану тенденцію можна пояснити значним обсягом падіння попиту на послуги туристичної сфери, що визначено нестабільністю політичної ситуації та соціально-економічного становища в Україні, проведенням широкомасштабних бойових дій на Східній частині України, а також анексією Криму та значним впливом пандемії COVID-19 на функціонування ринку туристичних послуг.

Таблиця 1.2

Динаміка кількості суб'єктів господарювання в туристичній сфері за регіонами України за період 2019-2021 рр. (од.)

Регіони України	Рік			Відхилення			
				Абсолютне, од.		Відносне, %	
	2019	2020	2021	2021/2019	2021/2020	2021/2019	2021/2020
Україна	1833	1867	1561	-272	-306	-14,8	-16,4
Вінницька	25	24	19	-6	-5	-24	-20,8
Волинська	19	21	13	-6	-8	-31,6	-38,1
Дніпропетровська	119	111	109	-10	-2	-8,4	-1,8
Донецька	31	29	26	-5	-3	-16,2	-10,8
Житомирська	16	17	16	0	-1	-	-5,9
Закарпатська	28	30	22	-6	-8	-21,4	-26,7
Запорізька	62	61	57	-5	-4	-8,1	-6,6
Івано-Франківська	34	31	25	-9	-6	-26,5	-19,4
Київська	45	51	47	2	-4	4,4	-7,8

Продовження таблиці 1.2

Кіровоградська	13	14	13	0	-1	-	-7,1
Луганська	8	7	6	-2	-1	-25	-14,3
Львівська	142	148	97	-45	-51	-31,7	-34,5
Миколаївська	18	21	20	2	-1	11,1	-4,8
Одеська	135	128	92	-43	-36	-31,9	-28,1
Полтавська	15	14	14	-1	0	-6,7	0
Рівненська	27	30	28	1	-2	3,7	-6,7
Сумська	18	19	17	-1	-2	-5,6	-10,5
Тернопільська	20	22	14	-6	-8	-30	-36,4
Харківська	83	86	84	1	-2	1,2	-2,3
Херсонська	16	14	8	-8	-6	-50	-42,9
Хмельницька	25	25	18	-7	-7	-28	-28
Черкаська	27	28	20	-7	-8	-25,9	-28,6
Чернівецька	39	35	28	-11	-7	-28,2	-20
Чернігівська	12	17	18	6	1	50	5,9
місто Київ	856	884	750	-106	-134	-12,4	-15,2

Джерело: складено автором за [36]

Основними потребами для туристів завжди залишаються наявність безпечного та комфортного житла, можливість якісно харчуватися. Згідно даними на кінець 2021 року насиченість регіонів України різними типами закладів розміщення а також харчування відображена на рис. 1.5.

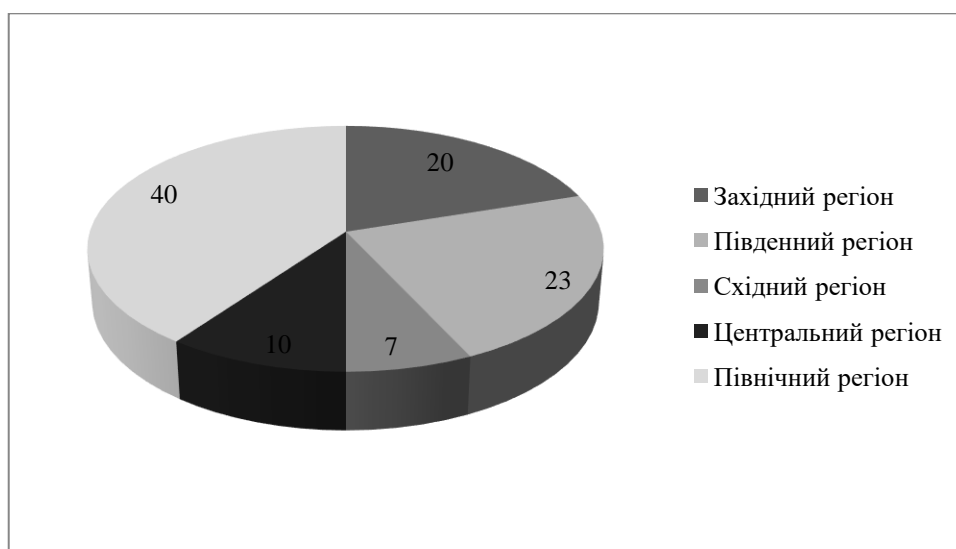


Рис. 1.5. Регіональна структура підприємств тимчасового розміщення та харчування, %

Джерело: побудовано автором за [36]

Дані свідчать, що більша кількість закладів розміщення туристів та харчування наявна в Північному регіоні, в якому на Київську область припадає 87 % загальної кількості, в Чернігівській області лише – 5 %, так й в Сумській – 5 %, й в Житомирській – 3 %. Найменший показник насичення притаманний Східному регіону (7 %)., що викликано воєнними діями на Сході України.

Слід зазначити, що в Україні є всі передумови, необхідні для розвитку різних напрямів внутрішнього туризму, зокрема турів вихідного дня. Країна багата сприятливими кліматичними умовами, різноманітним рельєфом, є розвинена мережа транспортних сполучень, багато об'єктів культурної спадщини, розважаючи проєктів тощо. Також, в Україні постійно розробляються та організовуються нові туристичні маршрути, розширюється готельна інфраструктура територій, підвищується загальний рівень якості обслуговування туристів, що підкріплено даними щодо зростання відвідуваності різних туристичних об'єктів на території України.

Згрупуємо регіони України, в яких наявні різні об'єкти для організації різних видів туристичних турів у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Групи регіонів України за пропонованими видами туризму

Область	Вид туризму																
	Культурно-пізнавальний	Лікувально-оздоровчий	Релігійний	Сільський	Подєвий	Спортивний	Екологічний	Пригодницький	Гастрономічний	Гірський	Лижний	Діловий	Круїзний та яхтений	Шопінг-туризм	Історичний	Активний	Етнічний
Вінницька	+	+	+	+	+	+											
Волинська	+	+	+	+	+	+			+								
Дніпропетровська	+			+											+		
Житомирська	+	+	+	+	+	+	+					+					
Закарпатська	+	+	+	+	+		+		+	+	+						
Запорізька	+	+	+		+		+					+					
Івано-Франківська	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+					
Київська	+	+	+	+	+		+		+		+	+					
Кіровоградська	+	+	+	+	+	+	+		+			+					

Продовження таблиці 1.2

Львівська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+					
Миколаївська	+	+	+	+		+	+	+				+					
Одеська	+	+	+		+	+	+	+	+			+	+	+			
Полтавська	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+					
Рівненська			+	+			+								+	+	+
Сумська	+		+		+		+	+									
Тернопільська	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+					
Харківська	+		+	+	+		+					+					
Херсонська	+	+		+	+		+										
Хмельницька	+	+	+	+	+	+	+	+				+					
Черкаська	+	+	+	+	+	+	+	+			+						
Чернівецька	+	+	+	+	+	+	+			+	+						
Чернігівська	+	+	+	+			+	+									
Разом	21	18	18	18	18	13	20	10	9	4	6	13	1	1	2	1	1

Джерело: складено автором за [36]

Згідно даним, Україна згідно цілям подорожей та потребам туристів здатна запропонувати багато різноманітних видів туризму. Так, культурно-пізнавальний вид туризму пріоритетний для 21-ї області України, послуги екологічного (зеленого) туризму запропоновані в 20 регіонах, а можливості лікувально-оздоровчого, релігійного, сільського та родієвого туризму розвиваються в 18 областях України. Крім того, значною популярністю в деяких регіонах України користуються такі види туризму, як спортивний, діловий, пригодницький та гастрономічний. Також потрібно відзначити той факт, що в українських регіонах на сьогоднішній день розробляється велика кількість стратегій розвитку територій, зокрема виноробна галузь, гастрономічний та винний види туризму, адже саме ці напрямки мають необмежені можливості, які визначають перспективи розвитку короткострокових туристичних подорожей в Україні.

Найбільш популярними регіонами України для організації турів вихідного дня традиційно є Київська, Львівська й Одеська області. До Київської області – переважно ідуть переглянути столицю, в якій найвищий рівень концентрації бізнесових закладів, науково-навчальних об'єктів та історико-культурних туристичних ресурсів. Львів цікавий своєю самобутною культурою,

а також великою кількістю родієвих фестивалів, етнічних закладів, архітектурою. Одеса приваблює наявністю моря та організацією розважального відпочинку.

Отже, Україна може бути привабливим та багатогранним туристичним брендом, кожний регіон якої має великий потенціал для розвитку туризму та може бути цікавим для ознайомлення своїм природно-ресурсним та культурно-історичним потенціалом, що створює умови для ефективного розвитку турів вихідного дня, як одного з напрямів внутрішнього туризму в Україні.

Висновки до розділу 1

Тур вихідного дня є невеликим за своєю протяжністю (від 5 до 25 км) та незначним за складністю туристичним походом та (або) екскурсією, який відбувається протягом вихідних днів (іноді охоплює також кінець робочого тижня або святкових вихідних), покликаний забезпечити туристам або екскурсантам відповідне уявлення про туризм та екскурсійну діяльність, навчити навикам, необхідним кожній людині для просування йта орієнтування на різній місцевості, надати знання щодо організації відпочинку та особливостей харчування, властивих для умов походу. Це дво- або трьохденні поїздки туристів з метою ознайомлення з природними та культурними пам'ятками, проведення активного відпочинку, що можуть захоплювати, як правило, лише один робочий день – п'ятницю (іноді понеділок).

Зарубіжний досвід розвитку туризму вихідного дня дуже різноманітний. Лідерами у цій галузі є США, Італія, Франція, Південна Корея, Великобританія. Однак деякі фахівці зазначають, що перше місце за рівнем розвитку подієвого короткострокового туризму займає Австралія, де існує чітка система стратегічного планування подійних заходів, здатних максимізувати вигоду від туризму для дестинації. Сьогодні у світі налічується кілька десятків міст, що спеціалізуються на подібній економіці. У Західній Європі особливо популярні

фестивалі різних продуктів. Продуктові фестивалі, дуже поширений спосіб просування товарів на галузевих ринках з одного боку, з іншого боку, проведення фестивалів на певній території привертає увагу та просуває безпосередньо та територію їх проведення. Основним завданням для України в умовах постпандемії є підвищення інтересу населення до внутрішнього туризму за рахунок запуску нових напрямків, створення якісних та різноманітних туристичних продуктів, підвищення доступності та якості послуг.

Найбільш поширеними видами туристичних подорожей на 1-3 дні є культурно-пізнавальний, рекреаційний та зелений види туризму. Найбільш популярними регіонами України для організації турів вихідного дня традиційно є Київська, Львівська й Одеська області. До Київської області – переважно ідуть переглянути столицю, в якій найвищий рівень концентрації бізнесових закладів, науково-навчальних об'єктів та історико-культурних туристичних ресурсів. Львів цікавий своєю самобутною культурою, а також великою кількістю родієвих фестивалів, етнічних закладів, архітектурою. Одеса приваблює наявністю моря та організацією розважального відпочинку.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРІВ ВИХІДНОГО ДНЯ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ «TUI UKRAINE»)

2.1. Загальна характеристика підприємства ТК «TUI Ukraine»

Туристична компанія «TUI» – одна з найвідоміших туристичних компаній у всьому світі. TUI Travel PLC - це група туристичних компаній, діяльність яких охоплює більш ніж 180 країн світу та обслуговують більше 30 млн. клієнтів на 25 світових ринках туристичних послуг. Головний офіс компанії (центральна штаб-квартира) підприємства TUI Travel PLC знаходиться в місті Кроул (Великобританія), близько аеропорту Гатвік. В групі туристичних підприємств працює більше 50000 співробітників, розташованих у більшості країн по всьому світу. Також групі компаній належить керівництво міжнародною авіакомпанією, яка здійснює діяльність з перевезення клієнтів на всій території Європи, а авіапарк компанії налічує понад 150 літаків [37].

Основна діяльність TUI Travel PLC – це організація туристичних поїздок з метою відпочинку та навчання. Діяльність компанії можна розподілити на чотири напрямки (Рис. 2.1).

Компанія TUI – лідер європейського ринку туристичних послуг. В Україні група компаній представлена туристичною компанією TUI Ukraine, що до 2009 року працювала як «Вояж-Київ». Якщо говорити про ринок туристів в Україні, то співпрацювання з Україною можна вважати відносно недовгим.

TUI Ukraine – це підприємство, яке було створено в 2009 році як результат придбання компанією TUI & CIS 75% активів туристичної агенції "Вояж-Київ". Туристична компанія «Вояж-Київ» почала існування ще у 1997 році та стала одним з лідерів ринку туристичних послуг та одним з найбільших багатопрофільних туроператорів України. Компанія на сьогоднішній день займає великий сегмент всього туристичного ринку в Україні. Крім того, під

керівництвом TUI Ukraine, в Україні почали розвиватися дві великі туристичні франчайзингові мережі, такі як «TUI-турагенства» та «Галопом по Європах».



Рис. 2.1. Напрямки роботи групи компаній TUI Travel PLC

Джерело: складено автором за [37]

На сьогоднішній день мережа турагенств «TUI-турагенства» налічує близько 80 офісів на території всієї України, хоча ще три роки тому їх було лише 55. Мережа туристичних агенств «Галопом по Європах» також знаходиться в процесі розвитку та формування. Також TUI Ukraine веде активну співпрацю з більш ніж чотирма тисячами різник турагентств в Україні.

Компанія TUI Ukraine серед своїх послуг пропонує клієнтам якісний відпочинок, згідно європейським стандартам на таких популярних курортах світу, як Болгарія, Хорватія, Єгипет, Туреччина, Чорногорія, Іспанія, Франція, Кіпр, Греція, Таїланд, Індія, Шрі-Ланка, Словаччина, Італія Австрія, ОАЕ, Туніс, тощо.

Компанія TUI Ukraine – офіційний партнер чемпіонату Європи з футболу. За прогнозами керівництва компанії така співпраця зможе відкрити для українських туристичних агентств, а також бізнесменів та інвесторів, які захочуть вкладати гроші в розвиток туристичного бізнесу, нові цікаві можливості та прибуткові перспективи. Завдяки такій інтеграції для компанії

TUI Ukraine, стали доступними нові ексклюзивні готелі в Європі, а також весь величезний спектр послуг, що стосуються відпочинку туристів, тобто діяльність компанії постійно розширюється. Це надає можливості надати клієнтам набагато широкій вибір послуг, в той час як ринок туристичних послуг в цілому в Україні та Європі рухатиметься в напрямку досягнення нових, більш високих стандартів якості, комфорту та безпеки клієнтів. Згідно прогнозам керуючого директора TUI Ukraine Міхаеля Кіммера, за найближчі 3-5 років TUI Ukraine зможе стати лідером на туристичному ринку в Україні.

Туристична компанія TUI Ukraine пропонує своїм клієнтам широкий вибір різноманітних туристичних послуг, які можуть задовольнити потребу навіть самого найвимогливішого клієнта, при цьому компанія гарантує надання високоякісного обслуговування клієнтів. Види туристичних послуг TUI Ukraine представлено на рис. 2.2.

За класом надаваних послуг	За видом туристичних послуг
<ul style="list-style-type: none"> • All inclusive (Все включено) • High class All Inclusive • VIP • Elegance • Ultra al inclusive Deluxe 	<ul style="list-style-type: none"> • Екскурсійний • Спортивний • Екотуризм • Діловий • Релігійний • Сафарі дайвінг • Дайвінг-тур Daily дайвінг • Лікувальний • Дитячий • Весільний • Залізничний • Індивідуальний • Комбінований • Новорічний • Екстремальний • Екзотичний • Пляжний • Гірськолижний

Рис. 2.2. Види туристичних послуг TUI Ukraine

Джерело: складено автором за [37]

Аналіз туристичної діяльності компанії TUI Ukraine та послуг, які вона пропонує клієнтам, дозволяє зробити висновок про те, що основний принцип діяльності компанії - максимально враховувати інтереси та побажання клієнтів [37].

Компанія «TUI Ukraine» діє на основі затверджених директором установчих документів, таких як Статут, Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та Ліцензія на право займатися турагентською діяльністю АВ №505214. В своїй діяльності компанія керується Законами України «Про підприємництво», «Про власність», «Про підприємства в Україні» та діючими законодавчими актами України. Компанія має свій самостійний баланс, розрахункові, валютні та інші рахунки в банках, печатку та штампи зі своїм найменуванням та власні реквізити.

Організаційну структуру підприємства TUI Ukraine представимо на рис. 2.3.



Рис.2.3. Організаційна структура туристичної компанії «TUI Ukraine»
Джерело: побудовано автором на основі [37].

Туристична компанія «TUI Ukraine» здійснює облік діяльності, веде постійний контроль за якістю надання послуг, веде бухгалтерський облік та

складає статистичну звітність щодо результатів своєї діяльності у порядку, встановленому законодавством України. Проаналізуємо основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства.

Проведемо аналіз основних фінансових результатів компанії «TUI Ukraine» в розрізі основного виду діяльності за 2017-2021 роки.

У таблиці 2.1 представлено дані про динаміку фінансових результатів від реалізації туристичних послуг.

Таблиця 2.1

Дані про динаміку фінансових результатів від реалізації туристичних послуг компанії «TUI Ukraine»

Найменування показника	2017	2018	2019	2020	2021	Зміна 2021 до 2017
Виручка від реалізації, тис. грн.	129945	141758	155934	51542	56232	-73713
Внутрішній туризм, тис.грн.	25989	28351,6	31186,8	10308,4	11246,4	-14743
Виїзний туризм, тис.грн.	77967	85054,8	93560,4	30925,2	33739,2	-44228
Послуги з продажу квитків, тис грн.	25989	28351,6	31186,8	10308,4	11246,4	-14743
Собівартість, тис.грн.	112560	122792	135072	44738	54236	-58324
Прибуток, тис.грн.	13 783	15036	16539	164	-3066	-16 849

Джерело: побудовано автором на основі [37].

Наочно, структура виручки компанії «TUI Ukraine» за 2017-2021 роки відображена на рис.2.4.

Дані таблиці дозволяють зробити висновок, що обсяг виручки від реалізації туристичних путівок «TUI Ukraine» за 2017-2021 роки знизився до критичного мінімуму.

Зниження виручки від реалізації було зумовлено зниженням обсягів продажів з виїзного туризму на 44228 тис.грн. За продажами турів внутрішнього туризму до 2021 року обсяг продажів мнівсь на 14743 тис.грн. Загальний спад продажів в туризмі негативно відбивсь на обсязі прибутку, який в 2021 році скоротилась на 16 849 тис.грн.

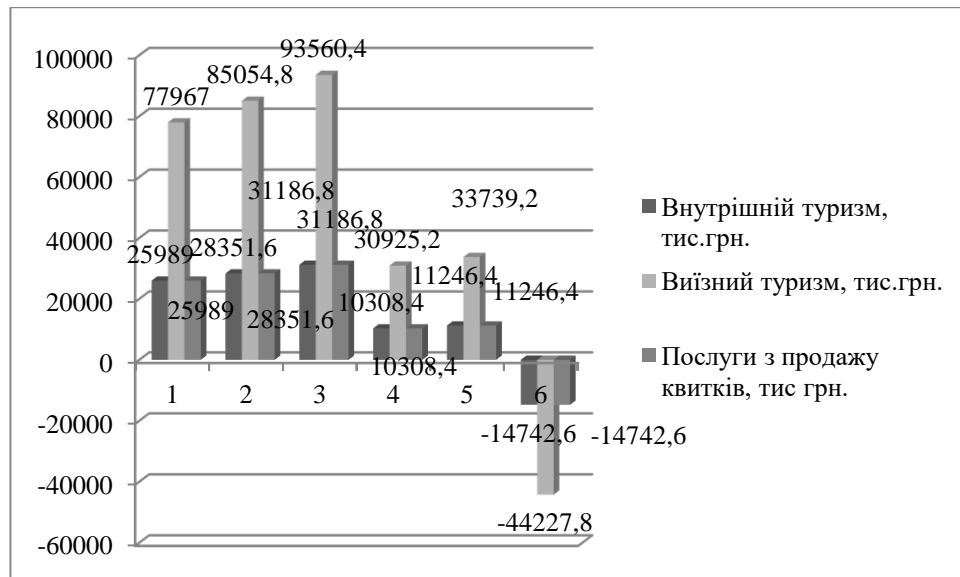


Рис.2.4. Структура виручки туристичної компанії «TUI Ukraine» за 2017-2021 роки,%

Джерело: побудовано автором на основі [37].

Необхідно відзначити той факт, що під впливом зовнішньо ринкових факторів, обумовлених кризовою ситуацією, пов'язаною з пандемією, зростанням курсу іноземної валюти, в структурі виручки до 2020 року внутрішній туризм займає 17,09%, тоді як виїзний туризм становить 4,83%, що свідчить про популяризацію відпочинку в Україні. У 2020 році, в умовах загального спаду продажів на ринку масового туризму, компанія провела стратегію переорієнтації. Основна виручка та прибуток були отримані від комісії за реалізацію авіа, залізничних та автобусних квитків. Стратегія перепрофілювання врятувала «TUI Ukraine» від банкрутства, як багато підприємств туристичної сфери, проте, даний вид діяльності не приносить високого прибутку.

Керівництво компанії «TUI Ukraine» намагається створити таку атмосферу в колективі, щоб всі працівники відчували свій внесок у загальну справу і знали, що є частиною компанії. Такий стиль управління називається демократичним. У компанії «TUI Ukraine» практикується заохочення співробітників за їх конкретні результати. Система стратегічного планування компанії «TUI Ukraine» - глобальне управління фінансовими ресурсами,

дотримання стратегії диверсифікації, основна мета - підвищення конкурентоспроможності фірми.

Дано оцінку основними економічними показниками фінансово - господарської діяльності компанії «TUI Ukraine» за період 2017 - 2020 роки та розрахунки зведемо в табл.. 2.2.

Таблиця 2.2

Оцінка основних економічних показників фінансово - господарської діяльності компанії «TUI Ukraine» за 2017 – 2021 роки

Показники	Роки					Зміни			
	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютна, тис.грн		Відносна, %	
						2021/ 2017	2021/ 2020	2021/ 2017	2021/ 2020
Виручка від реалізації, тис. грн.	129945	141758	155934	51542	56232	-73713	4 690	-56,7	9,1
Собівартість продукції, робіт, послуг, тис. грн	112560	122792	135072	44738	54236	-58324	9 498,0	-51,8	21,2
Прибуток від реалізації продукції, тис. грн.	17385	18966	20862	6804	1996	-15389	-4 808,0	-88,5	-70,7
Прибуток до оподаткування, тис. грн	16402	17893	19681	195	-3066	-19468	-3 261	-118,7	-1671,0
Чистий прибуток, тис. грн.	13 783	15036	16539	164	-3066	-16 849	-3 230	-122,2	-1969,5
Середньооблікова чисельність персоналу - всього, осіб	64	69	77	35	29	-35	-6	-54,6	-17,1
Продуктивність праці, грн	117	127	140	62	51	-66	-11	-56,4	-17,7
Середньорічна вартість оборотних коштів, тис. грн	14 094	15375	16912	28455	20561	6 467	-7894	45,8	-27,7
Оборотність оборотних коштів, дн..	154	168	184	321	217	63	-104	40,9	-32,4
Оборотність оборотних коштів, раз	2,4	2,6	2,8	1,1	1,7	-0,7	0,6	-29,1	54,5
Рентабельність продукції,%	15,3	15,6	16,3	0,2	-5,5	-20,8	-5,7	-135,9	-2850,0
Рентабельність активів,%	36,6	37,1	37,5	0,2	-5,5	-42,1	-5,7	-115,1	-2850,0
Рентабельність власного капіталу,%	52,0	56	42,0	0,2	-6,3	-58,3	-6,5	-112,1	-3250,0

Джерело: побудовано автором на основі [37].

Результати розрахунків, виконані в табл. 2.2 показали, що виручка від реалізації за аналізований в порівнянні з 2020 роком період знижена більш ніж в 2 рази, але в порівнянні з 2017 до кінця 2021 року зростання виручки від реалізації склало 4 690 тис. грн. або 9,1%. Слід також зазначити, що зростання

собівартості в порівнянні з 2017 роком не випереджає зростання виручки від реалізації на 51,8%, а у період з 2020-2021 роки навпаки суттєво випереджає 21,2%, що негативно позначається на фінансових результатах діяльності компанії «TUI Ukraine» і таких показниках, як результати діяльності від продажів і фінансового результату у вигляді чистого прибутку або збитку.

Так, за даними оцінки прибуток від реалізації в 2020 році склав 164 тис. грн., що на 16 375 тис. грн. нижче в порівнянні з 2017 роком, а в 2021 році за результатами діяльності отримано збиток від продажів в розмірі 3066 тис. грн.

Також, відзначається зниження прибутку до оподаткування та чистого прибутку в 2021 році в порівнянні з 2017 роком на 19 468 тис. грн. і 16 849 тис. грн. відповідно, а в 2021 році в порівнянні з 2019 роком збиток до оподаткування і чистий збиток склав 3 066 тис. грн.

За аналізований період, також відзначається зниження середньооблікової чисельності персоналу в 2020 році на 26 чол. в порівнянні з 2017 роком і в 2021 році на 5 чол. в порівнянні з 2019 роком, відповідно знизилася продуктивність праці в 2020 році на 55 грн. в порівнянні з 2017 роком і в 2021 році на 11 чол. в порівнянні з 2020 роком. Крім того, спостерігається зниження всіх показників рентабельності до кінця 2021 року в порівнянні з 2020 роком, що свідчить про зниження попиту на туристичні послуги, про втрату грошових коштів і про те, що капітальні вкладення компанії «TUI Ukraine» почали працювати в мінус.

Фінансова стійкість – одна з характеристик відповідності структури джерел фінансування в структурі активів. На відміну від платоспроможності, яка оцінює оборотні активи і короткострокові зобов'язання підприємства, фінансова стійкість визначається на основі співвідношення різних видів джерел фінансування та його відповідності складу активів.

Характеристика фінансової стійкості підприємства виконується за допомогою відносних показників (фінансових коефіцієнтів) [83, с. 135]. Оцінка їх динаміки і порівняння з нормативними значеннями зведені в табл. 2.3

Таблиця 2.3

**Аналіз показників фінансової стійкості компанії «TUI Ukraine»
за 2017 – 2021 роки**

Найменування показника	Нормативне значення	2017	2018	2019	2020	2021	Зміни 2021/2017
1. Майно, тис. грн.		55 867	61454	61454	67040	54446	-1 421
2. Власний капітал, тис. грн.		50 406	55447	55447	60487	47340	-3 066
3. Позиковий капітал, тис. грн.		4 000	4400	4400	4800	0	-4 000
3.1. Довгострокові зобов'язання, тис. грн.		0	0	0	0	0	0
3.2. Короткострокові зобов'язання, тис. грн.		1461	1607	1607	1753	7106	5645
4. Необоротні активи, тис. грн.		31 885	35074	35074	38262	37 306	5421
4.1. Основні засоби, тис. грн. .		31 885	35074	35074	38262	37 306	5421
5. Власний оборотний капітал, тис. грн		23 982	26380	26380	28778	17140	-6842
6. Чисті оборотні активи, тис. грн.		18 521	20373	20373	22225	10034	-8 487
7. Оборотні активи - всього, тис. грн.		23 982	26380	26380	28778	17140	-6842
8 Коефіцієнт автономії	>0,5	0,90	0,99	0,99	1,08	0,87	-0,03
9 Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів, Кп / в	<1	0,08	0,09	0,09	0,10	0,00	-0,08
10 Коефіцієнт співвідношення мобільних та іммобілізованих коштів, Км / і		0,75	0,83	0,83	0,90	0,46	-0,29
11 Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,5	0,48	0,53	0,53	0,58	0,36	-0,12
12 Індекс постійного активу, кПа	0,5	0,63	0,53	0,55	0,59	0,79	0,16
13. Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власним оборотним капіталом, Ко	≥0,5	0,77	0,71	0,69	0,58	0,59	-0,18
14 Коефіцієнт капіталізації Кк		0,90	0,9	0,71	0,72	0,87	-0,03

Джерело: побудовано автором на основі [37].

Дане підприємство має низький ступінь фінансової залежності, що підтверджується коефіцієнтами автономії. Коефіцієнт автономії показує, що частка власних коштів у загальній сумі коштів підприємства вище

нормативного значення і становить 0,87 на кінець аналізованого періоду, це свідчить про те, що всі активи підприємства фактично сформовані за рахунок власних джерел.

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів. Даний коефіцієнт вважається одним з основних індикаторів фінансової стійкості. Чим вище його значення, тим вище ризик вкладення капіталу в дане підприємство. Як показав аналіз, до кінця 2021 року цей коефіцієнт збільшився та дорівнює нульового значення, що свідчить про не залежність від зовнішніх інвесторів.

Коефіцієнт співвідношення мобільних та іммобілізованих коштів досить високий, це говорить про те, що велика частина коштів використовується в оборотних активах.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує яка частина власного капіталу вкладена в найбільш мобільну частину активів. Результати аналізу показали, що в 2017 році даний коефіцієнт мав значення 0,48, що практично в межах норми, але до кінця 2021 року він знижений на 0,12 пунктів, а це свідчить про те, що у підприємства до кінця аналізованого періоду є дефіцит власного капіталу для вкладення в найбільш мобільну частину активів.

Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власним оборотним капіталом характеризує ступінь покриття запасів і витрат власними джерелами фінансування. За даними аналізу цей коефіцієнт має значення в межах норми як в 2017 році так і в 2021 році, що фактично підтверджує наявність власного капіталу і незалежність підприємства від позикових коштів.

Для оцінки платоспроможності підприємства розрахуємо коефіцієнти ліквідності і розрахунки зведемо в табл. 2.4

Як показав аналіз показників ліквідності, у компанії все вони мають значення вище норми, що свідчить про те, що «TUI Ukraine» в змозі інвестувати свої власні кошти в нові проекти.

Таблиця 2.4

Аналіз показників ліквідності «TUI Ukraine» за 2017 – 2021 роки

Статті балансу	Норматив	2017	2018	2019	2020	2021	Зміна 2021/2017
1. Грошові кошти, тис. грн.	-	9519	8765	7654	6732	5504	-4015
2. Короткострокові фінансові вкладення, тис. грн.		0	0	0	0	0	0
3. Короткострокова дебіторська заборгованість, тис. грн.		10858	9023	8076	7543	4993	-5865
4. Разом грошових коштів, короткострокових фінансових вкладень і дебіторської заборгованості, тис. грн.		20377	20171	19076	16032	10497	-9880
5. Запаси і витрати з урахуванням ПДВ, тис. грн	-	2	3	6	1	6643	6641
6. Разом ліквідних коштів, тис. грн.	-	20379	18092	17076	16541	17140	-3239
7. Короткострокові кредити і позики, тис. грн	-	4000	4000	4000	4000	0	-4000
8. Кредиторська заборгованість, тис. грн.	-	1461	1546	1672	6543	7106	5645
9. Разом короткострокових зобов'язань, тис. грн.		5461	6321	6455	6932	7106	1645
10 Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2 – 0,25	1,74	1,24	1,12	1,08	0,77	-0,97
11 Коефіцієнт термінової ліквідності	0,7 – 0,8	3,73	3,11	2,52	2,34	1,48	-2,25
12 Коефіцієнт поточної ліквідності	2	3,73	3,12	2,14	2,21	2,41	-1,32

Джерело: побудовано автором на основі [37]

Незважаючи на те, що фінансові результати діяльності «TUI Ukraine» збиткові, аналіз показників фінансової стійкості та ліквідності мають позитивні

значення і вище норми, а це свідчить про те, що «TUI Ukraine» в змозі інвестувати свої власні кошти в нові проекти.

Результати проведених розрахунків свідчать про те, що, в зв'язку з тривалою кризою через пандемію COVID на українському ринку, компанії «TUI Ukraine» необхідно оптимізувати свою політику, шляхом переорієнтації з найбільш популярних туристичних напрямків на регіональний туризм. Крім того, компанії необхідно освоювати нові ринки для закордонних туристичних поїздок, які будуть доступні масовому туристу.

2.2. Аналіз середовища діяльності підприємства ТК «TUI Ukraine» на туристичному ринку України

Сучасний ринок туристичних послуг характеризується повільним оговтуванням від наслідків пандемії. Саме це вплинуло на розвиток внутрішнього туризму, як одного з найбільш затребуваних видів туристичних подорожей. Сьогодні на ринку України зареєстровано 1561 туристичних операторів (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), багато з них – члени Всеукраїнської Асоціації Туристичних Операторів, а також – міжнародних організацій подібного типу (рис. 2.5)

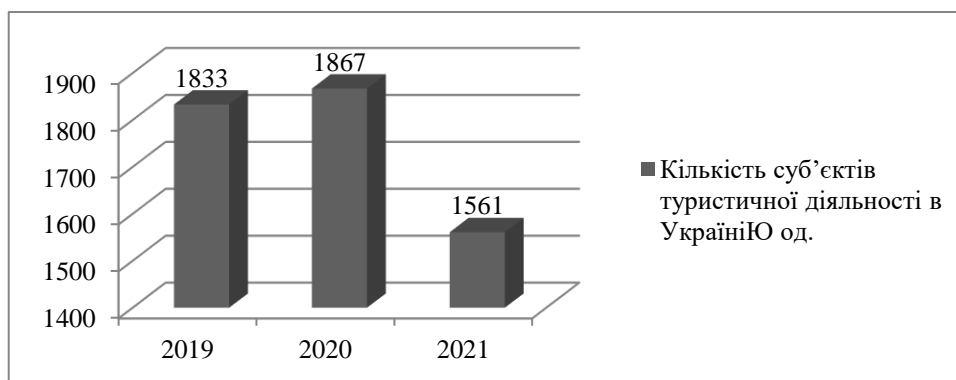


Рис. 2.5. Динаміка кількості туристичних операторів в Україні у 2019- 2021 рр., од.

Джерело: побудовано автором за даними [39]

В той же час, простежується зниження кількості суб'єктів господарювання. Так за 2019-2021 роки кількість туристичних операторів в Україні зменшилась на 272 одиниці або на 14,8%.

Спеціалістами інтернет-видання «ТУРПРОФІТ» було розроблено рейтинг туроператорів, які діють на українському ринку згідно показникам кількості обслугованих туристів (табл.2.3).

Таблиця 2.5

Рейтинг найбільших туристичних операторів України за кількістю обслугованих клієнтів у 2020-2021 роках, тис.осіб

Рейтинг	Назва	Кількість клієнтів		Абсолютне відхилення, тис. осіб	Частка ринку,%	
		2020	2021		2020	2021
1	Anex Tour	623	650	27	29,91	23,99
2	Join Up	500	703	203	24,00	25,94
3	TPG	300	370	70	14,40	13,65
4	Coral Travel	170	199	29	8,16	7,34
5	TUI Ukraine	150	292	142	7,20	10,77
6	TEZ Tour	100	233	133	4,80	8,60
7	Pegas Touristik	78	82	4	3,74	3,03
8	Аккорд-тур	70	75	5	3,36	2,77
9	Альф	61	65	4	2,93	2,40
10	GTO Travel Company	31	41	10	1,49	1,51

Джерело: побудовано автором за даними [40]

Як бачимо з таблиці TUI Ukraine посідає 5-те місце в рейтингу, що вказує на лідерські позиції підприємства на українському ринку туристичних послуг в якості найбільшого багатoproфільного туроператора. Підприємство за рік збільшило частку ринку з 7,2 до 10,77 % та надало послуг майже вдвічі більше, ніж в попередньому році. Це обумовлено багатoproфільністю компанії, яка під

час дії обмежень щодо в'їзду-виїзду туристів почала збільшувати кількість внутрішніх поїздок.

Для оцінки сприятливості бізнес-середовища підприємства необхідно виявити фактори внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Для цього скористаємося таким методом стратегічного планування, як SWOT-аналіз та визначимо сильні і слабкі сторони, можливості та загрози в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

SWOT – Аналіз сприятливості середовища діяльності туристичної компанії «TUI Ukraine»

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> - Наявність досвіду проведення екскурсій, спілкування з клієнтами; - великий вибір екскурсій; - відсутність повторюваних екскурсій (інша бізнес-модель в порівнянні з іншими сервісами бронювання екскурсій); - відсутність складних бізнес-процесів та невелика витратна частина 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність фінансів та невеликий шанс залучити необхідний кредит; - відсутність автоматизованої системи внутрішнього середовища сервісу (особисті кабінети, календар зайнятості); - відсутність методики залучення та відбору гідів; - низька авторитетність сайту в пошукових системах (основний канал продажів)
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - можливість більш легкого входу на ринок, «очищеного» від частини конкурентів після економічної кризи, викликаної пандемією 	<ul style="list-style-type: none"> - під час кризи: неможливість ведення бізнесу через закриті кордони; - після кризи: падіння доходів, низька купівельна спроможність, зменшення кількості поїздок

Джерело: побудовано автором

В результаті проведення даного аналізу ключовою можливістю можна вважати те, що головним наслідком кризи, викликаної поширенням коронавірусної інфекції COVID-19, буде відхід з ринку великої кількості гравців, які зможуть його пережити. Однією з найбільш постраждалих галузей є туризм, і не всі компанії в період невизначеності зняття обмежень в переміщеннях зможуть зберегти штат співробітників та продовжувати оплачувати оренду ділової нерухомості.

При цьому серйозним недоліком компанії «TUI Ukraine» є відсутність достатніх ресурсів для фінансування та доступу до кредитних коштів, щоб максимально швидко в найкоротші терміни запуснути сервіс та найняти необхідний персонал.

На основі аналізу статистичних даних щодо діяльності туристичних підприємств України простежується тенденція збільшення частки внутрішніх туристів за останні роки в загальній структурі продажів туристичних продуктів: так, з 2019 році, в якому питома вага внутрішнього туризму була 6,3%, то в 2021 році вона становила більше 15% (рис. 2.6).

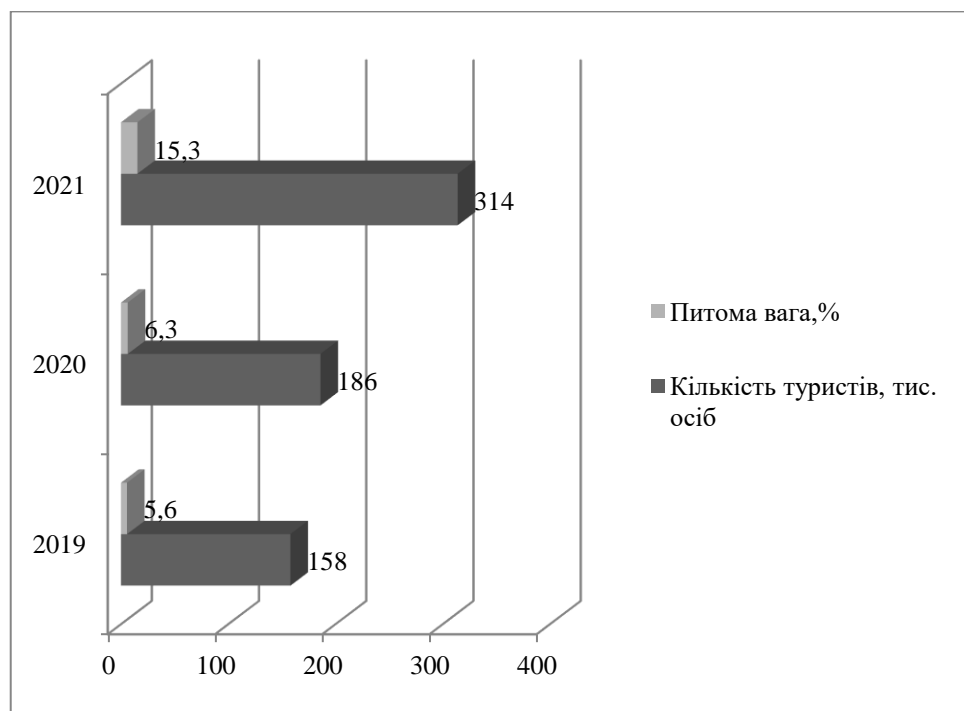


Рис. 2.6. Частка внутрішнього туризму в діяльності туроператорів України

Джерело: сформовано на основі [38]

Для того, щоб оцінити попит на поїздки Україною, на сайті державної служби статистики знаходимо таблицю з даними про туристичні поїздки та сформуємо таблицю по кварталах (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7

**Кількість внутрішніх туристських поїздок громадян України по
кварталах**

Рік	січень-березень	березень-червень	червень-вересень	жовтень-грудень
2017	1310	1820	2440	1530
2018	1740	2410	2980	1800
2019	2130	2850	3510	2370
2020	2600	3340	4180	2650
2021	2530	3180	4070	2310

Джерело: побудовано автором на основі [39]

Ми бачимо, що основний туристичний потік припадає на липень-вересень кожного року, на другому місці квартал квітень-червень.

За даними пошуку Гугл на червень 2021 найпопулярніший вид туризму в Україні – внутрішній: в червні 2021 року більше половини всіх запитів про туристичні напрямки були присвячені відпочинку в Україні (рис. 2.7).

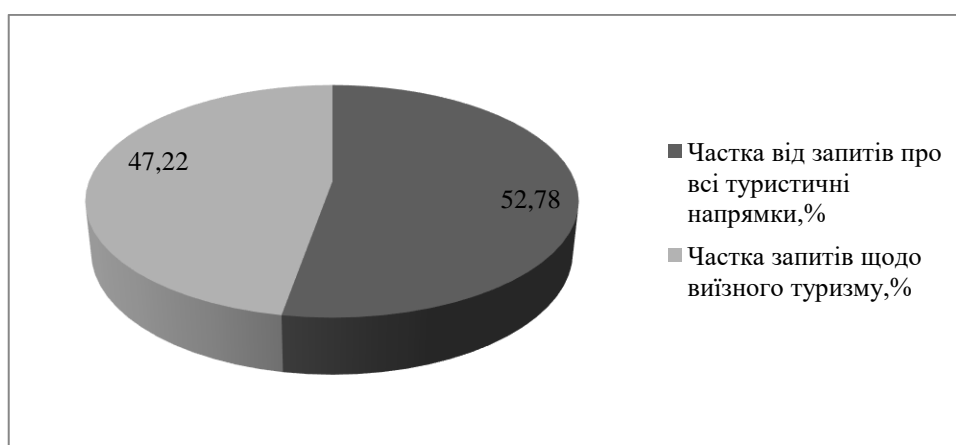


Рис. 2.7. Структура запитів на туристичні напрямки (за даними пошуку Google, червень 2020),%

Джерело: побудовано автором

Відстежуючи вимірювання інтересів українців за певними напрямками подорожей, бачимо, що найбільшою популярністю користується подієвий туризм, частка якого постійно зростає, зелений та релігійний туризм (рис. 2.8).

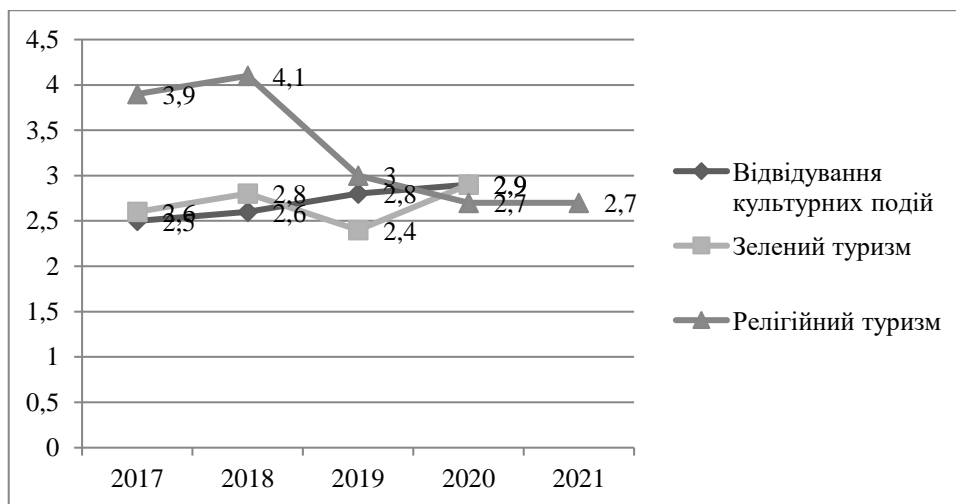


Рис. 2.8. Зміни інтересів українців за певними напрямками подорожей, %

Джерело: побудовано автором

Таким чином, компанії «TUI Ukraine», з огляду на сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму, необхідно оптимізувати свою політику, шляхом переорієнтації з найбільш популярних туристичних напрямків на регіональний туризм. Це дозволить компанії зберегти лідерські позиції на тинку туристичних послуг та підвищити рівень конкурентоспроможності. Саме з цією метою слід розглянути можливість розширення діяльності компанії надання таких видів поїздок як тури вихідного дня.

Висновки до розділу 2

Базою дослідження стала туристична компанія «TUI» – одна з найвідоміших туристичних компаній у всьому світі. TUI Travel PLC – це група туристичних компаній, діяльність яких охоплює більш ніж 180 країн світу та обслуговують більше 30 млн. клієнтів на 25 світових ринках туристичних послуг. Компанія TUI Ukraine серед своїх послуг пропонує клієнтам якісний відпочинок, згідно європейським стандартам на таких популярних курортах світу, як Болгарія, Хорватія, Єгипет, Туреччина, Чорногорія, Іспанія, Франція,

Кіпр, Греція, Таїланд, Індія, Шрі-Ланка, Словаччина, Італія Австрія, ОАЕ, Туніс, тощо.

Результати проведених розрахунків свідчать про те, що, в зв'язку з тривалою кризою через пандемію COVID на українському ринку, компанії «TUI Ukraine» необхідно оптимізувати свою політику, шляхом переорієнтації з найбільш популярних туристичних напрямків на регіональний туризм. Крім того, компанії необхідно освоювати нові ринки для закордонних туристичних поїздок, які будуть доступні масовому туристу. Незважаючи на те, що фінансові результати діяльності «TUI Ukraine» збиткові, аналіз показників фінансової стійкості та ліквідності мають позитивні значення і вище норми, а це свідчить про те, що «TUI Ukraine» в змозі інвестувати свої власні кошти в нові проекти.

TUI Ukraine посідає 5-те місце в рейтингу, що вказує на лідерські позиції підприємства на українському ринку туристичних послуг в якості найбільшого багатoproфільного туроператора. Підприємство за рік збільшило частку ринку туроператор з 5,7 до 14,9% та надало послуг майже вдвічі більше, ніж в попередньому році. Це обумовлено багатoproфільністю компанії, яка під час дії обмежень щодо в'їзду-виїзду туристів почала збільшувати кількість внутрішніх поїздок.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ ВИХІДНОГО ДНЯ

3.1. Аналіз впровадження турів вихідного дня в ТК «TUI Ukraine»

Аналіз впровадження турів вихідного дня в ТК «TUI Ukraine» показує, що тенденції компанії відповідають тенденціям ринку в Україні, в той час як тури вихідного дня займають лише невелику частину в загальному обсязі поїздок Україною, які пропонує ТК «TUI Ukraine» (рис. 3.1)

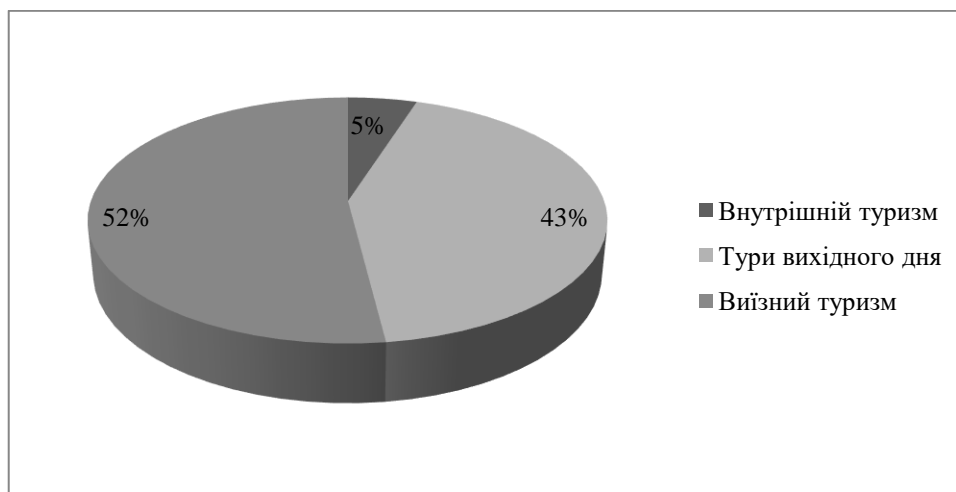


Рис. 1.3. Структура надання туристичних послуг ТК «TUI UKRAINE» у 2021 році, %

Джерело: сформовано автором

З даних рисунку бачимо, що лише 5% поїздок, наданих підприємством ТК «TUI Ukraine» припадає на тури вихідного дня.

Для визначення основних напрямів туристичних маршрутів на вихідні проаналізуємо структуру пропонованих ТК «TUI Ukraine» подорожей на 1-3 дні (рис. 3.2).

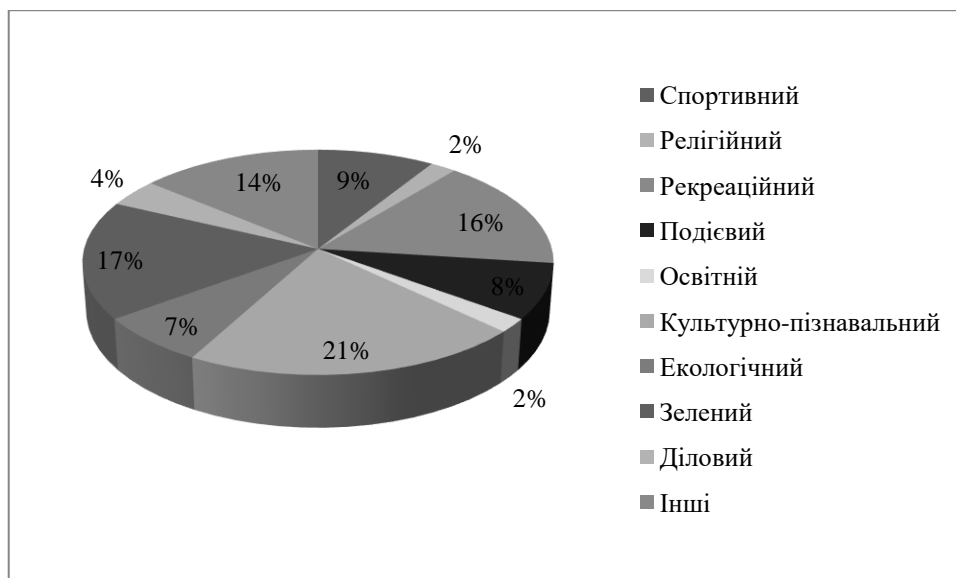


Рис. 3.2 Структура видів турів вихідного дня, пропонованих ТК «TUI Ukraine», %

Джерело: сформовано автором

Дані рисунку свідчать, що найбільш поширеними видами турів вихідного дня, пропонованих ТК «TUI Ukraine», є культурно-пізнавальний, рекреаційний та зелений види туризму. Ці тури поширені в усіх регіонах України, проте всі території можна умовно поділити на певні групи, в яких більшого поширення та розвитку набули різні види турів.

Слід відзначити, що ТК «TUI Ukraine» організовує тури вихідного дня в залежності від сезону. Так, навесні більш популярними є так звані квіткові тури: відвідування долин тюльпанів, нарцисів, популярний останніми роками сакура-фест, який проходить в Ужгороді та інші. Поїздки в Карпати є популярним маршрутом протягом цілого року. Восени ТК «TUI Ukraine» пропонує великий вибір фестивалів, зокрема шоколаду, ярмарки кави, послуги з повітроплавання, проте в сучасних умовах військових дій проведення такого відпочинку не завжди може бути доречним або навіть заборонено.

Влітку найбільшим попитом користуються морські подорожі а також екстремальні тури, зокрема такі, як, наприклад рафтинг або катання на квадроциклах. Зимом найбільш популярними є лижні тури та святкові (подієві,

такі як Різдвяні свята) тури, проте в цей сезон кількість турів традиційно зменшується.

Загалом, слід відмітити, що питання виявлення найпопулярніших напрямків для туристичних компаній є досить складним, адже на українському ринку представлено багато операторів, які спеціалізуються лише на певному виді турів та надають послуги з організації відпочинку в окремому регіоні, хоча вони можуть надавати тури в різні регіони та куточки України [41, с. 12]. ТК «TUI Ukraine» має дуже розгалужену мережу офісів та співпрацює з багатьма іншими компаніями, тому підприємство надає дуже широкий вибір турів, іноді делегуючи організацію туру своїм партнерам.

Згідно з даними туристичної компанії «TUI Ukraine», лідерами у 2021 році стали такі тури вихідного дня:

1) на Волинському напрямку: відвідування тунелю кохання, екскурсії в Дубенський замок, відвідування Острозької академії, Тараканівського форту, екскурсію містом Луцьк;

2) в Харківській області особливо популярними стали поїздки до Святогірської лаври, Шарівського палацу, відпочинок в соляних шахтах Соледару, тури організовані з метою побачити бабаків, які оселилися в Дворічанському нацпарку;

3) ТК «TUI Ukraine» відмічає, що з 2017 року стали популярними тури вихідного дня за напрямком «Вінниця та околиці». Туристам пропонують відвідати шоу фонтанів, яке проходить у вихідні дні у Вінниці, здійснити подорож до Немирова, відвідати Тульчин, Лядово, Бушу та Шаргород;

4) також незмінним залишається інтерес туристів до Львова. Питома вага цього напрямку в наданих туристичних поїздках на вихідні складає 65% від усіх замовлень протягом року, зокрема 15% - це тури до Львова та його околиць в радіусі до 300 км. Підприємство пропонує авторські екскурсії, такі як: «Львів ближче неба», «Нічна варта Львова», «Романтичний Ланцут» та інші. Проте, зараз за популярністю його наздоганяють, такі нові туристські міста-фаворити, як Тернопіль (клієнтів цікавить його затишний колоритний центр, незвичайні

ресторани та цікаві околиці: екскурсії до Збарзького замку, Тербовлі та Микулинців;

5) також слід відзначити зростаючу зацікавленість туристів щодо організації відпочинку на природі, наприклад, відвідування гірської місцевості, водоймів з розвиненою туристською інфраструктурою, готелів з басейнами. Так, для туристів вагомий чинник в процесі вибору місця відпочинку, навіть з огляду на короткостроковість поїздки, це наявність цікавих та якісних локацій харчування, автентичних розваг та комфортних місць для ночівлі. Зокрема, ТК «TUI Ukraine» пропонує відвідування Карпат, зокрема є одноденний Тур в Карпати на новорічні та різдвяні свята. Також лідери одноденних поїздок – місто Тернопіль, Синевир, Тустань, Розточчя;

6) як заміник кримського клімату ТК «TUI Ukraine» пропонує відвідування Дністровського каньйону, Національного природного парку Подільські Товтри або поїздки до Бакоту. В цьому турі поєднано надзвичайної краси природу, наявність гарного розміщення готелю для туристів, відсутність перенасичення екскурсіями, наявність надзвичайного сервісу розваг, риболовлі, басейну, відкритої водойми;

7) в ТК «TUI Ukraine» представлено напрямок гастротуризму. Так, ознайомитися з традиціями Львова запропоновано, пізнаючи гастрономічні особливості місцевої кухні. Такого ж типу пропонується поїздки до Тернопільщини, яку туристи зазвичай бачать лише он-лайн у соцмережах, проте рідко відвідують в живу;

8) ТК «TUI Ukraine» пропонує також відпочинок у Причорноморському регіоні, зокрема ТК пропонує відвідування Залізного Порту, Скадовська, острову Джарилгач. Розміщення туристів здійснюється у готелях з високим рівнем сервісу та комфортними номерами. Кожного дня пропонуються екскурсії на вибір туристів: відвідування острову Джарилгач, заповідника Асканія Нова, Виноробного заводу, тощо. Всі ці маршрути передбачають зупинки для фото сетів туристів. Можливим є запрошення професійних фотографів;

9) також не втрачає своєї популярності напрямок турів вихідного дня до Чорнобилю, тому ТК «TUI Ukraine» пропонує дводенний тур до Зони відчуження, який являє собою поєднання ностальгічного туризму, екстремальної поїздки та просто цікавої локації. Послуги надаються громадянам віком від 18 років;

10) компанія організовує тури до Ржищева, де пропонує відвідування затопленої церкви та міста-фортеці. Однією з головних переваг Ржищева є його розташування над Дніпром, що дозволяє туристам відвідати в рамках туру піщаний острів Лиса Гора. Цей тур є цікавою пропозицією на один день, який частіше обирають мешканці Києва та області;

11) ще одним напрямком є організація турів з риболовлі та відвідування водоймі. Так, компанія пропонує подорожі до Запоріжжя з відвідування острова Хортиця, поїздки до Харківської а також Дніпропетровської областей, зокрема, відвідування Петриківки та Токівських водоспадів.

12) цікавим напрямком турів вихідного дня є відвідування авторських екскурсій. Для цього розроблено авторські тури, такі як «Таємниці замка Попова», тур «Інтерпайп Сталь», також цікавою пропозицією є тур «За куліси театру опери та балету», який передбачає відвідування вистави;

13) ТК «TUI Ukraine» пропонує також шкільні екскурсії по області. Це пізнавальні екскурсії, маршрути яких розроблені так. Що їх можуть відвідати туристи від чотирьох до шістдесяти років. Це історичні екскурсії та відвідування таких цікавих для школярів об'єктів, як Асканія нова, Святогірська лавра, тури містом, тощо;

14) за останні роки одним з найзатребуваніших напрямів внутрішнього туризму в Україні є Миколаївська область, до якої ТК «TUI Ukraine» пропонує здійснити поїздки з метою відвідати Арбузинський та Актовський каньйони. Також запропоновано тури «Акуна Матата», відвідування «Кінбурнської коси», тур «Скарби Кузнецова», тощо;

15) окремо слід виділити такий специфічний напрямок, як екотуризм, який користується все більшою популярністю останніми роками. Цей напрямок

представлено в ТК «TUI Ukraine» водними екскурсіями заповідною дунайською дельтою, гастрономічними турами та знайомством з традиційною авторською азовською рибною кухнею, організацією фото-сафарі до Асканії та на Бирючій острів тощо. Також компанія пропонує тури до заповідників та національних парків, таких як: Вилково й Єрмаків острів, тур «На хвилях Дунаю», які надають туристам можливість повністю зануритися в місцеву дику природу Дунайських плавнів в поєднанні з розповідями гіда про унікальну історію міста на воді. Цей напрям особливо цікавий для фотомисливців: можна побачити до 50 різних видів рідкісних тварин та птахів у Поліському заповіднику;

16) ТК «TUI Ukraine» також зазначає збільшення інтересу клієнтів до турів вихідного дня, маршрути яких побудовано слідами Другої світової війни (зокрема, Музей ракетних військ стратегічного призначення поблизу Первомайська, оглядові екскурсії воєнних об'єктів в різних містах України).

В 2021 році було опубліковано рекомендації ТК «TUI Ukraine» для туристів, які бажають вихідними днями здійснити цікаву подорож. Компанія рекомендує провести вихідні дні в українському Парижі. Таку закарпатську поїздку компанія пропонує здійснити навесні, коли схили гір покриваються живим килимом з квітів крокусів. Також компанія пропонує приділити час для відвідування маловідомих напрямків Харківщини, які можуть здивувати туристів. Влітку цікавим буде відвідування Коростишівського кар'єру, що особливо може бути цікавим в спекотний день, коли можна послухати так звані легенди гранітних берегів кар'єру. Також цікавим є відвідування шахт Кривого рогу, які є представником нової техногенної фантастики в Україні.

Для компанії вартість туру вихідного дня складається з таких компонентів, як проїзд, проживання туристів, вартості екскурсійного обслуговування групи та ін. Вартість вхідних квитків на екскурсії та майстер-класи не завжди включають в ціну туру, адже їх вартість може змінюватися. В середньому ТК «TUI Ukraine» отримує близько 20–25 % прибутку від вартості

туру, проте ця сума може бути меншою, зокрема через зміну цін або надзвичайні події.

Так, наприклад, транспортні послуги розраховують плату за кілометраж, не враховуючи кількість людей у автобусі. Тому в разі неповного заповнення транспорту, туристична компанія сплачує послуги незалежно від заповнення авто. Послуги гіда також сплачуються індивідуально, їх вартість може змінюватися залежно від різних чинників.

Загалом для ТК «TUI Ukraine» тури вихідного дня є перспективним напрямом розвитку внутрішнього туризму, які вигідні, як для туристів, які мають можливість побачити різні куточки України за короткий час за відносно невеликою ціною, так й для компаній, які в сучасних умовах мають переорієнтувати свою діяльність та діяти в нових реаліях часу, отже, для ТК «TUI Ukraine» тури вихідного дня – це новий напрям розвитку діяльності, який дозволить зберегти конкурентоспроможність компанії.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в ТК «TUI Ukraine»

Відповідно до проведених досліджень туристська діяльність має високо конкурентний характер. Значення фактора розробки та просування нових аттрактивних туристських продуктів значно зростає. Потік відпочиваючих в межах України останнім часом стрімко збільшується – це мотивація для інвестування грошей у сферу туризму, відпочинку і подорожей. Туристична діяльність в даний час є швидкою, перспективною і прибутковою. З'являються нові бізнес-ідеї в туризмі, сфері відпочинку та подорожей, тому підприємствам туристичної галузі потрібно відповідати сучасним тенденціям. У регіонах проблема розвитку туризму наповнюється реальним змістом та прив'язана до умов тієї чи іншої території з урахуванням наявних ресурсів, реально існуючих можливостей, конкретних запитів населення та приїжджих туристів.

Основним туристським продуктом у практичній діяльності туристичної компанії є комплексне обслуговування – стандартний набір послуг, що продається туристам в одному «пакеті». Щоб визначити, хто може бути зацікавлений у тому чи іншому пакеті проводиться маркетингове дослідження цільової аудиторії.

Пізнавальний туризм – найдемократичніший, оскільки охоплює всі сегменти споживачів різного віку, інтересів, доходів. В ТК «TUI Ukraine» розроблено понад 100 пізнавальних маршрутів, терміном від 2 до 5 днів. Це найбільш затребуваний вид туризму для рекреантів.

Сьогодні в Україні практично не використовуються ресурси літніх екологічних таборів. Організація таборів з екологічними програмами спорадична і залежить від фінансування державних програм літнього відпочинку.

Дуже близький за своєю суттю до пригодницького туризму екстремальний туризм (подорожі та екскурсії, що здійснюються в складних умовах, часто на межі фізичних можливостей людини). Але потреба до такого туризму існує і становить - 29%. Затребуваність в походах вихідного дня становить 5%, що характеризує не стільки низький інтерес рекреантів, скільки мала кількість маршрутів, погана забезпеченість спорядженням і відсутність маркетингу цих турів.

Найбільше число розроблених маршрутів відноситься до ландшафтних турів, що не вимагає спеціальної підготовки і спорядження. Популярними є і тури до водоспадів, незважаючи на важкодоступність цих об'єктів. Практично мінімальна кількість ботанічних і зоологічних турів, що пов'язано, на наш погляд, з відсутністю фахівців в цій області в турфірмах. Такий вид туризму, проте, міг би розвиватися ТК «TUI Ukraine», організацією якого здійснювалася б при одному з академічних інститутів, наприклад при Ботанічному саду.

Наявні й інші проблеми, що ускладнюють розвиток екологічного туризму на вихідні дні в Україні (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Проблеми розвитку турів вихідного дня як напрямку екологічного внутрішнього туризму

Джерело: сформовано автором

Особливо дивує не пропрацьованість турів для фотополювання і риболовлі. Організувати такі тури дуже нескладно, але для цього потрібні висококваліфіковані фахівці. За популярністю фотополювання та риболовля займають верхні рядки рейтингів в країнах з розвиненим екотуризмом.

При наявності рекреаційних ресурсів (природних, культурно-історичних, наукових), зацікавленості бізнесу до екотуризму, практично повністю відсутня концепція розвитку екотуризму на всіх рівнях, немає планування цього процесу, не розроблені технології організації екотуризму на територіях різного статусу, не розвинена туристична інфраструктура. Зрозуміло, цей вид бізнесу вимагає «технологічного підходу» і більшої участі регіональної влади в його організації в порівнянні, наприклад, з організацією шоп-турів за кордон, а й

віддача від нього у вигляді прибутку і позитивних соціально-політичних наслідків буде на порядок вище.

Екскурсійно-туристські маршрути сприяють розширенню кругозору, допомагають отримати нові знання та враження про місто та область, служать хорошим способом для проведення вільного часу, розширення кругозору. Однак, туристським компаніям не вистачає цікавого тривалого комплексного турпродукту, куди входять пам'ятки різних муніципальних утворень області, для залучення туристів з інших міст України та світу.

Складнощі організації нових маршрутів вихідного дня для ТК «TUI Ukraine» полягають в наступному:

- недостатній інтерес до розвитку екскурсійної діяльності в регіоні;
- дефіцит кваліфікованих екскурсіводів;
- практично відсутнє рекламно-інформаційне забезпечення екскурсійної діяльності щодо внутрішнього туризму.

На сучасному етапі Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, основними завданнями якої є: здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів; забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів; об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму; гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави.

Основні етапи вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в ТК «TUI Ukraine» представлено на рис. 3.4.



Рис. 3.4. Основні етапи вдосконалення організації турів вихідного дня як одного з напрямів розвитку внутрішнього туризму в ТК «TUI Ukraine»

Джерело: сформовано автором

Розробка нової програми туру вихідного дня допоможе створити умови для освоєння духовних і культурних цінностей, сприятиме вихованню поваги до історії, культури свого народу.

Таким чином, вивчивши стан туризму вихідного дня в ТК «TUI Ukraine», ми прийшли до висновку, що для розвитку такого виду туризму необхідна розробка нового турпродукту, в якому буде надано можливість відпочинку людям різного віку та враховано побажання споживачів бути більш близьким до природи, тобто більш екологічним.

В рамках дипломної роботи розроблений екологічний тур до Одеси «Сонячні береги». Формування даного туру вироблялося відповідно до вимог ГОСТ Р 50681-2010 «Туристичні послуги. Проектування туристичних послуг, ГОСТ Р 546040-2011 «Туристичні послуги. Екскурсійні послуги».

Результатом розробки туру стала документація: програма авторського дводенного туру до Одеси «Сонячні береги» (таблиця 3.1), калькуляція дводенного туру «Сонячні береги» у 2021 році (таблиця 3.2), фінансові результати від продажу туру «Сонячні береги» (таблиця 3.3).

Таблиця 3.1

Програма авторського дводенного туру «Сонячні береги»

Етапи туру	Орієнтовний графік	Кілометраж, км
Виїзд		
Збір групи. Посадка в автобус	22.45-23.00	
Виїзд на маршрут	23.00	
Переїзд Умань – с. Ульянівка	23.00-00.45	64
І день		
Санітарна зупинка в с. Ульянівка	00.45-01.00	
Переїзд с. Ульянівка – м. Одеса	01.00-03.35	104
Санітарна зупинка в м. Одеса	03.35-03.50	
Переїзд м. Одеса – с. Затока	03.50.-05.00	67,2
Зустріч сходу сонця на піщаному пляжі та фотосесія	05.00-07.00	
Сніданок (особистий торт) та відпочинок	07.00-08.00	
Екскурсія екологічною стежкою «Будакська коса»	08.00-10.00	
Переїзд до історико-розважального комплексу «Білгород-Дністровська фортеця»	10.00-10.50	31,5
Екскурсія територією комплексу	11.00-12.30	
Обід	12.30-13.30	
Вільний час в комплексі / майстер-класи	13.30-14.30	
Переїзд до центра Затоки	14.30-15.00	24,7
Прогулянка набережною	15.00-15.45	
Переїзд до кемпінгу курорту Сергіївка	15.45-16.30	70
Облаштування наметового містечка	16.30-17.15	
Вільний час	17.15-18.30	
Вечеря (за бажанням)	18.30-19.30	
Вільний час	з 19.30	

Продовження таблиці 3.1

II день		
Сніданок	8.00-9.00	
Відпочинок на березі моря	9.00-14.00	
Обід	14.00-15.00	
Збір наметового містечка	15.00-15.30	
Збір та виїзд на зворотній шлях	15.30-15.45	
Переїзд Сергіївка – с. Любашовка	15.45-17.40	149
Санітарна зупинка в с. Любашовка	17.40-18.00	
Переїзд с. Любашовка - с. Улянівка	18.00-21.00	104
Санітарна зупинка в с. Улянівка	21.00-21.15	
Переїзд с. Улянівка – Умань	21.15-22.30	64
Прибуття в м. Умань	22.30	
Разом	47 годин 30 хв.	678,4 км

*в залежності від часу світанку, час виїзду буде коригуватися

Джерело: розроблено автором

Таким чином, програма дводенного авторського туру «Сонячні береги» з Умані до Затоки, розрахована на 17 дорослих осіб передбачатиме проїзд 678, 4 км. З відвідуванням екскурсії екологічною стежкою «Будакська коса» та історико-розважального комплексу «Білгород-Дністровська фортеця».

Розрахуємо вартість дводенного туру «Сонячні береги» (для групи 17 дорослих).

Таблиця 3.2

**Калькуляція дводенного туру «Сонячні береги»
(для групи 17 дорослих)**

Стаття витрат	Ціна	Вартість для групи, грн.
Витрати загальні на тур		
Транспортні послуги	11 грн./км (морський напрям)	7500
Послуги супроводжуючого гіда	1200 грн./1 день	2400
Паркування в кемпінгу	100 грн./1 транспортний засіб.	100
Амортизація туристичного спорядження	800 грн.	13600
<i>Загалом групові витрати</i>		<i>23600</i>

Продовження таблиці 3.2

Змінні витрати на тур		
Вхідні квитки до екскурсії «Будацька коса»	120 грн./доросл. 90 грн./дит.	2040
Екскурсія до комплексу «Білгород-Дністровська фортеця»	100 грн./1 доросл. 80 грн. /дит.	1700
Обід на території комплексу «Білгород-Дністровська фортеця»	215 грн./доросл. 170 грн./дит.	3655
Страховання	2,8 грн з особи/день 8,4 грн/3 дні	47,6
Місце в кемпінгу	80 грн./1 ос	1360
Індивідуальні витрати на Іособу - дорослий - дитячий	517,8 грн. 329,2 грн.	8802,6
Собівартість туру (для групи 17 осіб)		32402
Прибуток туристичного агентства (30%)		9721
Вартість туру без ПДВ		42123
ПДВ (20%)		8424
Загальна вартість туру		50548

Джерело: розраховано автором

Таким чином, загальна вартість дводенного туру «Сонячні береги» (для групи 17 дорослих) становитиме 50548 грн. При цьому прибуток підприємства становитиме 9721 грн. або 30%. Розрахуємо фінансові результати від продажу туру «Сонячні береги» (за умови, що планова реалізація становитиме 24 тури на рік)

Таблиця 3.3

**Фінансові результати від продажу туру «Сонячні береги»
(планова реалізація 24 тури на рік)**

Показники	Сума, грн., %
Валовий дохід	1213152
Чистий дохід	1010960
Собівартість наданих послуг	777648
Валовий прибуток	233312
Податок на прибуток (18%)	41996
Чистий прибуток	191316

Продовження таблиці 3.3

Чиста рентабельність продажів, %	18,9
Чиста рентабельність витрат, %	24,6

Джерело: розраховано автором

Підприємство передбачає здійснити оренду необхідного для туру інвентарю у партнерів, які безпосередньо будуть займатися організацією туру на базі. Так можливо взяти в оренду обладнання в кемпінгу.

Впровадження нового туристичного маршруту на вихідні дозволить ТК «TUI Ukraine» зберегти конкурентоспроможність компанії, а туристи отримають можливість побачити нові локації та відпочити за короткий час та за відносно невеликою ціною, що стимулюватиме розвиток внутрішнього туризму в Україні.

Висновки до розділу 3

Аналіз впровадження турів вихідного дня в ТК «TUI Ukraine» показує, що тенденції компанії відповідають тенденціям ринку в Україні, в той час як тури вихідного дня займають лише невелику частину в загальному обсязі поїздок Україною, які пропонує ТК «TUI Ukraine, лише 5% поїздок, наданих підприємством ТК «TUI UKRAINE» припадає на тури вихідного дня. Найбільш поширеними видами турів вихідного дня, пропонованих ТК «TUI Ukraine», є культурно-пізнавальний, рекреаційний та зелений види туризму.

ТК «TUI Ukraine» організовує тури вихідного дня в залежності від сезону. Так, навесні більш популярними є так звані квіткові тури: відвідування долин тюльпанів, нарцисів, популярний останніми роками сакура-фест, який проходить в Ужгороді та інші. Поїздки в Карпати є популярним маршрутом протягом цілого року. Восени ТК «TUI Ukraine» пропонує великий вибір фестивалів, зокрема шоколаду, ярмарки кави, послуги з повітроплавання, проте в сучасних умовах військових дій проведення такого відпочинку не завжди може бути доречним або навіть заборонено.

Влітку найбільшим попитом користуються морські подорожі а також екстремальні тури, зокрема такі, як, наприклад рафтинг або катання на квадроциклах. Зимом найбільш популярними є лижні тури та святкові (подієві, такі як Різдвяні свята) тури, проте в цей сезон кількість турів традиційно зменшується.

Для ТК «TUI Ukraine» тури вихідного дня є перспективним напрямом розвитку внутрішнього туризму, які вигідні, як для туристів, які мають можливість побачити різні куточки України за короткий час за відносно невеликою ціною, так й для компаній, які в сучасних умовах мають переорієнтувати свою діяльність та діяти в нових реаліях часу, отже, для ТК «TUI Ukraine» тури вихідного дня – це новий напрям розвитку діяльності, який дозволить зберегти конкурентоспроможність компанії.

Вивчивши стан надання туристичних послуг вихідного дня в ТК «TUI Ukraine», ми прийшли до висновку, що для розвитку такого виду туризму необхідна розробка нового турпродукту, в якому буде надано можливість відпочинку людям різного віку та враховано побажання споживачів бути більш близьким до природи, тобто більш екологічним.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки.

1. Тур вихідного дня є невеликим за своєю протяжністю (від 5 до 25 км) та незначним за складністю туристичним походом та (або) екскурсією, який відбувається протягом вихідних днів (іноді охоплює також кінець робочого тижня або святкових вихідних), покликаний забезпечити туристам або екскурсантам відповідне уявлення про туризм та екскурсійну діяльність, навчити навикам, необхідним кожній людині для просування йта орієнтування на різній місцевості, надати знання щодо організації відпочинку та особливостей харчування, властивих для умов походу. Це дво- або трьохденні поїздки туристів з метою ознайомлення з природними та культурними пам'ятками, проведення активного відпочинку, що можуть захоплювати, як правило, лише один робочий день – п'ятницю (іноді понеділок).

2. Зарубіжний досвід розвитку туризму вихідного дня дуже різноманітний. Лідерами у цій галузі є США, Італія, Франція, Південна Корея, Великобританія. Однак деякі фахівці зазначають, що перше місце за рівнем розвитку подієвого короткострокового туризму займає Австралія, де існує чітка система стратегічного планування подійних заходів, здатних максимізувати вигоду від туризму для дестинації. Сьогодні у світі налічується кілька десятків міст, що спеціалізуються на подібній економіці. У Західній Європі особливо популярні фестивалі різних продуктів. Продуктові фестивалі, дуже поширений спосіб просування товарів на галузевих ринках з одного боку, з іншого боку, проведення фестивалів на певній території привертає увагу та просуває безпосередньо та територію їх проведення. Основним завданням для України в умовах постпандемії є підвищення інтересу населення до внутрішнього туризму за рахунок запуску нових напрямків, створення якісних та різноманітних туристичних продуктів, підвищення доступності та якості послуг.

3. Найбільш поширеними видами туристичних подорожей на 1-3 дні є культурно-пізнавальний, рекреаційний та зелений види туризму. Найбільш

популярними регіонами України для організації турів вихідного дня традиційно є Київська, Львівська й Одеська області. До Київської області – переважно ідуть переглянути столицю, в якій найвищий рівень концентрації бізнесових закладів, науково-навчальних об'єктів та історико-культурних туристичних ресурсів. Львів цікавий своєю самобутною культурою, а також великою кількістю родієвих фестивалів, етнічних закладів, архітектурою. Одеса приваблює наявністю моря та організацією розважального відпочинку.

4. Базою дослідження стала туристична компанія «TUI» – одна з найвідоміших туристичних компаній у всьому світі. TUI Travel PLC – це група туристичних компаній, діяльність яких охоплює більш ніж 180 країн світу та обслуговують більше 30 млн. клієнтів на 25 світових ринках туристичних послуг. Компанія TUI Ukraine серед своїх послуг пропонує клієнтам якісний відпочинок, згідно європейським стандартам на таких популярних курортах світу, як Болгарія, Хорватія, Єгипет, Туреччина, Чорногорія, Іспанія, Франція, Кіпр, Греція, Таїланд, Індія, Шрі-Ланка, Словаччина, Італія Австрія, ОАЕ, Туніс, тощо.

5. Результати проведених розрахунків свідчать про те, що, в зв'язку з тривалою кризою через пандемію COVID на українському ринку, компанії «TUI Ukraine» необхідно оптимізувати свою політику, шляхом переорієнтації з найбільш популярних туристичних напрямків на регіональний туризм. Крім того, компанії необхідно освоювати нові ринки для закордонних туристичних поїздок, які будуть доступні масовому туристу. Незважаючи на те, що фінансові результати діяльності «TUI Ukraine» збиткові, аналіз показників фінансової стійкості та ліквідності мають позитивні значення і вище норми, а це свідчить про те, що «TUI Ukraine» в змозі інвестувати свої власні кошти в нові проекти. TUI Ukraine посідає 5-те місце в рейтингу, що вказує на лідерські позиції підприємства на українському ринку туристичних послуг в якості найбільшого багатопрофільного туроператора. Підприємство за рік збільшило частку ринку туроператор з 5,7 до 14,9% та надало послуг майже вдвічі більше, ніж в попередньому році. Це обумовлено багатопрофільністю компанії, яка під

час дії обмежень щодо в'їзду-виїзду туристів почала збільшувати кількість внутрішніх поїздок.

6. Аналіз впровадження турів вихідного дня в ТК «TUI Ukraine» показує, що тенденції компанії відповідають тенденціям ринку в Україні, в той час як тури вихідного дня займають лише невелику частину в загальному обсязі поїздок Україною, які пропонує ТК «TUI Ukraine, лише 5% поїздок, наданих підприємством ТК «TUI Ukraine» припадає на тури вихідного дня. Найбільш поширеними видами турів вихідного дня, пропонованих ТК «TUI Ukraine», є культурно-пізнавальний, рекреаційний та зелений види туризму. ТК «TUI Ukraine» організовує тури вихідного дня в залежності від сезону.

7. Для ТК «TUI Ukraine» тури вихідного дня є перспективним напрямом розвитку внутрішнього туризму, які вигідні, як для туристів, які мають можливість побачити різні куточки України за короткий час за відносно невеликою ціною, так й для компаній, які в сучасних умовах мають переорієнтувати свою діяльність та діяти в нових реаліях часу, отже, для ТК «TUI Ukraine» тури вихідного дня – це новий напрям розвитку діяльності, який дозволить зберегти конкурентоспроможність компанії.

Вивчивши стан надання туристичних послуг вихідного дня в ТК «TUI Ukraine», ми прийшли до висновку, що для розвитку такого виду туризму необхідна розробка нового турпродукту, в якому буде надано можливість відпочинку людям різного віку та враховано побажання споживачів бути більш близьким до природи, тобто більш екологічним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. UNWTO : Барометр світового туризму жовтень 2020. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6> (дата звернення : 28.05.2022).
2. Про туризм : Закон України від 07.03.2012 р. № 324/95-ВР зі змінами та доповненнями. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення : 28.05.2022).
3. Федорченко В.К. Оновлення змісту професійного навчання фахівців туристичного профілю // Наукові записки НДПУ ім. М. Гоголя. 2018. № 3. С.39–44.
4. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : Книги – ХХІ. 2008. 344 с.
5. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, – 2017. – 300 с.
6. Білоусов О. М., Лугінін О. Є., Морозова О. С., Соколова Л. В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», – 2017. – 580 с
7. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2018. 104 с.
8. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. К.: Київ, 2013. 156 с.
9. Кобзова С. М. Алгоритм проектування туристичних маршрутів. URL: www.nbuv.gov.ua.
10. Савина В.Н., Горбылева З.М. Экскурсоведение: Учеб. пособие. Мн. : БГЭУ, –2014. - 335 с.
11. Лук'янова Л.Г. Освіта в туризмі : Навч.-метод. посіб. К. : Вища шк., 2018. 719 с.

12. Білоусов О. М., Лугінін О. Є., Морозова О. С., Соколова Л. В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», – 2017. 580 с.

13. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення турпродукту. Київ : Альтерпрес, 2018. 286 с.

14. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. Молодий вчений. –2016. № 8 (35). – С. 15-18.

15. Зима О. Г., Дехтяр Н. А. Організація туризму в Україні : конспект лекцій. Харків : ХНЕУ, –2018. –271 с

16. Землянкін А. І., Підоричева І. Ю., Ніколаєнко А. І. Проект нової концепції розвитку національної інноваційної системи України (на період 2016–2026 років). Економічний вісник Донбасу. 2016. – №3 (45). С. 197-206.

17. Могіліна Т. С. Міжнародний досвід охорони культурної спадщини та пам'яткоохоронне законодавство України. К. : Стилос. 2019. 195 с.

18. Кузнєцова О.П., Косьмін А.Д., Кузьменко А.А., Кузнєцов В.В., Кузнєцова С.В., Самохвалова О.М. Туризм як драйвер соціально-економічного та соціокультурного розвитку країни // Економічні відносини. 2019. №3. с. 2165-2178.

19. Розвиток туризму в Україні на сучасному етапі. URL: <https://traveldon.ua/stati-o-turizme-i-puteshestviyah/razvitie-turizma> (дата звернення: 27.05.2022).

20. World tourism barometer. Tourlib.ne. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf (дата звернення: 25.05.2022).

21. UNWTO закликає до підтримки економіки через сектор подорожей і туризму. URL : https://ratanews.ru/news/news_6042022_6.stm (дата звернення : 28.05.2022).

22. Бровко С.Б., Солод Т.В. Специфіка реагування промисловості туризму на глобальні економічні ризики // Економічні відносини. - 2020. - № 4. - с. 1025-1038.

23. The Travel & Tourism Reports 2022. Рейтинг Всесвітнього економічного форуму (WEF). URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2022.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

24. World tourism barometer. Tourlib.net. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf (дата звернення: 30.05.2022).

25. Лебедева С.А. Оцінка популярності видів туризму серед вітчизняних споживачів // Економіка, підприємництво право. - 2020. - № 7. - с. 2105-2116.

26. Дрейзіс Ю.І. Управління процесами впливу туризму на соціально-економічну екосистему територій // Природно-гуманітарні дослідження. - 2020. - № 32 (6). – с. 145-152.

27. Тесленко В.В., Романова О.В. Трансформація готельних послуг під нові види туризму на прикладі еко-готелів та екологічного туризму // Здоров'я людини, теорія та методика фізичної культури та спорту. - 2019. - № 4 (15). – с. 414-419.

28. Дрейзіс Ю.І. Управління процесами впливу туризму на соціально-економічну екосистему територій // Природно-гуманітарні дослідження. - 2020. - № 32 (6). – с. 145-152

29. Суржиков В.І., Шевченка В.К. Підхід до розвитку екологічного туризму на природних територіях, що особливо охороняються, на основі системного аналізу. Територія нових можливостей. – 2019. – №3. – с. 50-62.

30. Козлов В.В., Немков П.М. Організаційно-економічні аспекти розвитку екологічного туризму на особливо охоронюваних природних територіях // Теоретичні та прикладні питання мисливствознавства та екології:

Збірник праць Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2020. - с. 26-31.

31. Бардасова Е.В. Економіка туризму та гостинності у період постпандемії: виклики та драйвери зростання // Економіка, підприємництво та право. - 2021. - № 7. - с. 1715-1726.

32. Юрченко Ю. Ю. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні. Економіка України. 2016. № 6. С. 29-39. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_6_4 (дата звернення : 26.05.2022)

33. Талалай В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Інновації та науковий потенціал світу : матеріали міжнар. наук.- практ. конф., 17 березня. 2016 р. 2016. С.18-20.

34. Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск №2 (Грудень). 2018. С. 848-853. URL: <http://www.globalnational.in.ua/vipusk-1-2014/218-opanasyuk-n-a-okhrimenko-a-gorganizatsijnopravovi-zasadi-rozvitku-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrajini> (дата звернення : 29.05.2022).

35. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. Ефективна економіка. 2020. № 9. С. 217-222.

36. Туристична діяльність в Україні. URL : <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення : 29.05.2022).

37. Офіційний сайт туристичної компанії «TUI Ukraine» URL : ui.ua/?utm_source=google&utm_medium=src&utm_campaign=tui.ua (дата звернення : 05.06.2022).

38. Бердар М. М. Управління процесом формування і використання фінансових ресурсів підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2018. – №5. – С. 133-138.

39. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 07.06.2022).

40. Туристичні підприємства України: виклики реальності. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2021/03/8.pdf>. _ (дата звернення : 07.06.2022).

41. Ільїна М. В. Інтегральне оцінювання туристично-рекреаційної сфери територій різних типів // Економіка. Управління. Інновації. – 2013.– № 2(10). – С. 11-18.

ДОДАТКИ

Додаток А

Переваги турів вихідного дня, як напрямку внутрішнього туризму для різних контактних аудиторій

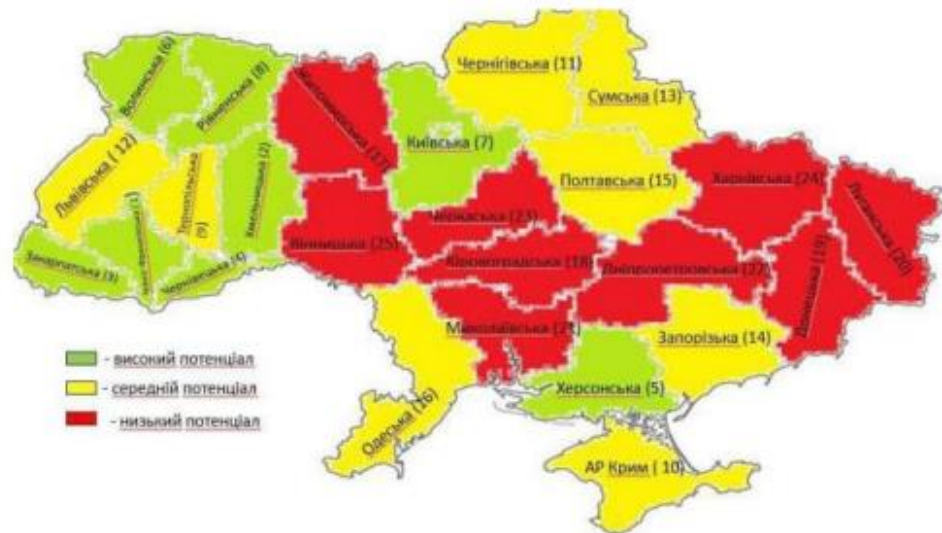
Напрямок переваги	Для споживача	Для підприємств, що надають послуги	Для регіонів і держави в цілому
Економічні	Порівняно низька вартість туристичного продукту в цілому та окремих послуг, зокрема (у т.ч. послуг підприємств-партнерів)		Посилення позитивних зрушень різноманітних економічних процесів (доходів різних суб'єктів, бюджетні надходження, інвестиції, розвиток підприємництва)
	Відсутність потреби в необхідності врахування валютного курсу та обміні валюти		
Соціальні		Відсутність потреби в додаткових витратах для комунікацій із зарубіжними партнерами	Можливості отримання інвестицій на потреби культурного характеру, збереження спадщини
			Каталізатор розвитку іноземного туризму й загалом господарських процесів
		Використання в розрахунках національної грошової одиниці	
		Краща прогнозованість бізнесу, менша чутливість до впливу різних негативних чинників	
	Розуміння різноманітних процесів суспільного життя й, відповідно, менша ймовірність у появі певних проблем і ризиків		Посилення позитивних зрушень різноманітних соціальних процесів (диверсифікація робочих місць та збільшення зайнятості населення)
		Відсутність потреби в додаткових витратах для комунікацій із зарубіжними партнерами	Можливості отримання інвестицій на потреби культурного характеру, збереження спадщини
			Каталізатор розвитку іноземного туризму й загалом господарських процесів
		Відсутність потреби в додаткових витратах для комунікацій із зарубіжними партнерами	Можливості отримання інвестицій на потреби культурного характеру, збереження спадщини
			Каталізатор розвитку іноземного туризму й загалом господарських процесів
		Використання в розрахунках національної грошової одиниці	
	Краща прогнозованість бізнесу, менша чутливість до впливу різних негативних чинників		
	Розуміння різноманітних процесів		Посилення позитивних зрушень

	супільного життя й, відповідно, менша ймовірність у появі певних проблем і ризиків	різноманітних соціальних процесів (диверсифікація робочих місць та збільшення зайнятості населення)	
	Відсутність потреби в звиканні до клімату та погодних умов	Відсутність необхідності пошуку та надання споживачам додаткової інформації	
	Вживання знайомої їжі	Сприяння усуненню соціальної напруги	
	Залучення більш широких верств населення		
Правові	Перебування в звичному правовому полі	Відсутність необхідності застосування паспортно-візових, митних та інших формальностей	
	Відсутність необхідності врахування паспортно-візових, митних та інших формальностей		
	Відсутність потреби при організації подорожі у врахуванні чинників міжнародної політики		
Культурні	Використання державної чи іншої, поширеної в країні, мови	Популяризація використання державної мови	
	Зрозумілість національних звичаїв і традицій		
	Розуміння культурних та історичних процесів	Популяризація, збереження та примноження звичаїв, традицій і культурно-історичної спадщини	
	Культурне зростання, збагачення духовного світу		
		Зрозумілість особливостей корпоративної культури партнерів та обмін досвідом	Активізація культурних обмінів між регіонами
	Виховання патріотизму, зростання національної свідомості		
Повторне відвідування DESTИНАЦІЙ та більш тривале перебування			
Технологічні	Розуміння системи та специфіки роботи транспорту та більш широке використання наземних видів транспорту	Сприяння розвитку технологічних процесів, у т.ч. інноваційних	
	Відсутність необхідності оплати роумінгу для мобільного зв'язку та використання звичного пакету й номерів телефонного оператора		
	Користування послугами поширених та відомих у країні підприємств і мереж		

Джерело: складено автором за [34, с. 849].

Додаток Б

Рейтинги розвитку потенціалу регіонів України для внутрішнього туризму



Рейтинг природно-ресурсного потенціалу регіонів України для розвитку внутрішнього туризму [36].



Рейтинг історико-культурного туристичного потенціалу регіонів України [36]

Додаток В

Тури вихідного дня як напрям розвитку внутрішнього туризму

Юрій Сологуб, Артур Кулик

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. В світі туризм здійснюється в різних формах, що і створює необхідність його класифікувати. Критеріями класифікації туризму може бути мета подорожі, спосіб пересування, місця розміщення. Залежно від напрямку туристичного маршруту туризм буває міжнародний і внутрішній. Внутрішній туризм - це подорож всередині своєї країни, не виїжджаючи за її межі.

Матеріали і методи. У роботі використано такі методи дослідження: аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення. Інформаційною базою для написання роботи слугували збірники наукових праць.

Результати. Соціологічні дослідження свідчать про те, що дві третини українців жодного разу не були за кордоном, а протягом останніх п'яти років більшість не вирушали ані до Європи, ані до інших країн. Оптимістичнішою виглядає статистика міжрегіональних подорожей: так, 75% франківців і 59% харків'ян хоча б раз виїжджали в інший регіон (28% і 18% з них відповідно — багато разів). Чи є передумови для розвитку внутрішнього туризму і які перешкоди існують на цьому шляху?

Розвиток внутрішнього туризму — це так природньо і логічно. Здається, всі це розуміють, і пояснювати його важливість зовсім не потрібно. Але багато фахівців концентруються лише на своїй сфері діяльності й забувають про можливості в інших, в тих, які мають потенціал покращити бізнес і життя загалом.

Туризм на сьогоднішній день - один з зростаючих і розвиваються секторів в Все актуальнішими стають тури вихідного дня. Якщо до відпустки ще далеко, а що накопичилася за час роботи втома дає про себе знати, то тури вихідного дня - кращий спосіб відволіктися від трудових буднів і на короткий проміжок часу зануритися в абсолютно інший світ, внести трохи різноманітності в повсякденність життя, не відходячи, при цьому, від важливих справ.

Даний вид туризму включає поїздки з усією родиною, з компанією друзів, з колегами. Тури вихідного дня ідеально підходять, щоб відсвяткувати день народження або ювілей компанії. Збільшення навантаження на людину під час робочого тижня, бажання цікаво провести вихідні робить все більш популярними туривихідного дня.

Висновки. Формування ринкової економіки в Україні посилило інтерес до форм і методів туристичного обслуговування населення. Розвиток даної галузі прискореними темпами та зростання ролі конкуренції і ступеня комерціалізації туристської діяльності привели до розуміння необхідності державного регулювання туристського бізнесу.

Україна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатий природний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал.

У сучасному темпі життя багатьом ніколи виділити час для екскурсії або туру. Прекрасним рішенням можуть стати тури, які можна провести у вихідний день. Дані тури надають можливість всього за один день ознайомитися з основними пам'ятками та чудово провести вихідні.