

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

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

«До захисту в ЕК»  
Декан факультету  
Віта ЦИРУЛЬНІКОВА  
(підпис) (ім'я та прізвище)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

«До захисту допущено»  
Завідувач кафедри  
Ірина МЕЛЬНИК  
(підпис) (ім'я та прізвище)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності 242 «Туризм»  
освітньо-професійної програми «Туризм»  
на тему: «Формування інноваційного продукту рекреаційного  
туризму»  
Виконала: здобувачка 4 курсу, групи ТУ-4-10

Степанович Марія Олександрівна  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник Антоненко Ірина Ярославівна  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент Олександра НЄМІРІЧ  
(ім'я та прізвище) (підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач \_\_\_\_\_

КИЇВ 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**  
**Інститут (факультет) готельно-ресторанного та туристичного**  
**бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка**

**Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

Освітній ступінь \_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_

Освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_ «Туризм» \_\_\_\_\_

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувач кафедри туристичного та**  
**готельного бізнесу**

\_\_\_\_\_ Ірина МЕЛЬНИК  
“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

\_\_\_\_\_ Степанович Марії Олександрівни \_\_\_\_\_

1. Тема роботи «Формування інноваційного продукту рекреаційного туризму»

керівник роботи професор, доктор економічних наук

\_\_\_\_\_ Антоненко Ірина Ярославівна \_\_\_\_\_

затверджені наказом закладу вищої освіти від “13” травня 2024 року №348-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 07-14.06.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистичні матеріали з проблематики дослідження, статистична звітність підприємства наукова, фахова література, інформаційні джерела з даними досліджуваного туристичного підприємства

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

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

Розділ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «BODO TRAVEL»

Розділ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

5. Перелік графічного матеріалу - рисунків -2 таблиць – 14 додатків- 10.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Антоненко І.Я.		
II	Антоненко І.Я.		
III	Антоненко І.Я.		

7. Дата видачі завдання 10.03.2024

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
		за планом	
1	Вибір і затвердження теми роботи	15.01.2024- 29.02.2024 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2024- 10.03.2024 рр.	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	11.03.2024- 31.03.2024 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2024- 21.04.2024 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	24.04.2024- 05.05.2024 рр.	виконано
6	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	20.05.2024- 24.05.2024 рр.	виконано
7	<b>Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії</b>	<b>27.05.2024- 28.05.2024 рр.</b>	виконано
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	29.05.2024- 03.06.2024 р.	виконано
9	<b>Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі</b>	<b>07.06.2024 р.</b>	виконано
10	<b>Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</b>	<b>17-18.06.2023 р.</b>	

Здобувач \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Степанович. М.О

Керівник роботи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Антоненко. І.Я

**РЕЗІЮМЕ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Степанович Марії Олександрівни

**НА ТЕМУ:**

« Формування інноваційного продукту рекреаційного туризму»

Кваліфікаційна робота складається з 63 сторінок. Кількість розділів - 3, рисунків - 2, таблиць - 14, додатків - 10.

*Об'єктом дослідження* є формування інноваційного продукту рекреаційного туризму.

*Предметом кваліфікаційної роботи* є теоретичні та методичні аспекти формування інноваційного продукту на туристичному підприємстві ТОВ «Vodo travel».

*Метою кваліфікаційної роботи* є розробка рекомендацій щодо вдосконалення послуг та ведення інноваційного рекреаційного продукту на ТОВ «Vodo travel».

У I розділі досліджено теоретичне обґрунтування ролі і місця рекреаційного туризму. Проаналізовано сутність інновацій в туризмі та їх особливості. Також було розглянуто новий підвид рекреаційного туризму – ретрит подорожі.

У II розділі досліджено організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «Vodo travel». Розглянуто загальну характеристику підприємства, економічну характеристику та досліджено слабкі та сильні ТОВ «Vodo travel».

У III розділі було запропоновано вдосконалення існуючих послуг завдяки веденню інноваційного продукту рекреаційного туризму на ТОВ «Vodo travel».

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** рекреація, інноваційний продукт в туризмі, ретрит, чайна плантація.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ .....	9
1.1.Теоретичні основи рекреаційного туризму .....	9
1.2.Сутність інноваційного туристичного продукту .....	19
1.3.Ретрит як різновид рекреаційного туризму .....	28
Висновки до 1 розділу .....	30
РОЗДІЛ 2.ОРГАНІЗЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «BODO TRAVEL».....	32
2.1.Загальна характеристика ТОВ «Bodo travel» .....	32
2.2. Аналіз основних показників діяльності ТОВ «Bodo travel».....	37
2.2. Аналіз сильних та слабких сторін ТОВ «Bodo travel» .....	41
Висновки до 2 розділу .....	45
РОЗДІЛ 3.ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В ТОВ «BODO TRAVEL» .....	47
3.1.Перспективи впровадження інноваційного продукту рекреаційного туризму в ТОВ «Bodo travel» .....	47
3.2. Аналіз попиту на запропонований інноваційний продукт .....	52
Висновки до 3 розділу .....	55
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	64

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Незважаючи на політичні, економічні та соціальні перешкоди, туризм безупинно розвивається. В наш час туризм є однією з найбільш прибуткових галузей економіки. Конкуренція набирає все більших обертів, й сучасним підприємства потрібно робити усе можливе щоб займати високі позиції серед конкурентів.

Зростання конкурентоспроможності підприємств, що задіяні в туризмі, в значній мірі залежить від їх інноваційної діяльності. Для забезпечення стабільної роботи туристичні компанії повинні постійно впроваджувати інновації як для боротьби з кризою, так і для розвитку, щоб вижити на ринку вільної конкуренції.

Враховуючи вищенаведене, можна стверджувати, що тема формування інноваційного продукту в туристичній компанії є актуальною, оскільки завдяки інноваціям на ринку створюються нові продукти та послуги що сприяє розвитку туристичного підприємства та популяризації туризму в цілому, що дає розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень та публікації показав, що сьогодні велика кількість робіт як зарубіжних, так і вітчизняних вчених присвячена дослідженню інноваційних процесів у різних сферах економіки. За останні п'ятнадцять років з'явилась низька публікацій, в яких розглядаються питання інновацій у туризмі як однієї з найбільш перспективних інноваційних галузей сфери послуг. Науковці (М. Бойко, Н. Власова, О. Гарбера, О. Головінов, Л. Гопкало, О. Давидова, О. Кальченко, Т. Кіндрик, Л. Маклашина, С. Мельниченко, В. Новиков, Ю. Пшеничних, А. Саак, Н. Семенченко та інші) розглядають у своїх роботах різні аспекти інновацій у туризмі.

**Мета дослідження** – проаналізувати організаційно-економічний аналіз діяльності туроператора ТОВ «Vodo travel», та надати пропозиції щодо його покращення за допомогою ведення інноваційного продукту.

Для досягнення поставленої мети в роботі визначені наступні завдання:

- визначити поняття рекреаційного туризму та його видів;
- дослідити сутність нового підвиду рекреаційного туризму - ретрит подорожі;
- дослідити методологічні основи формування інновацій в туризмі;
- надати загальну характеристику туристичного оператора ТОВ «Vodo travel»;
- провести організаційно-економічний аналіз туристичного оператора ТОВ «Vodo travel»;
- проаналізувати сильні та слабкі сторони діяльності туристичного оператора ТОВ «Vodo travel»;
- запропонувати шляхи вдосконалення туристичного продукту ТОВ «Vodo travel»;
- проаналізувати ефективність впровадження інноваційного продукту в асортимент послуг туроператора ТОВ «Vodo travel».

**Об'єктом дослідження** є формування інноваційного продукту рекреаційного туризму.

**Предметом кваліфікаційної роботи** є теоретичні та методичні аспекти формування інноваційного продукту на туристичному підприємстві ТОВ «Vodo travel».

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні основи рекреаційного туризму та його підвиду – ретрит туризму, їх роль, види та важливість в наш час. Було розглянуто особливості та класифікація інновацій в туризмі, та світовий досвід впровадження інноваційного продукту на туристичних підприємствах.

У другому розділі був проведений організаційно – економічний аналіз ТОВ «Vodo travel». Ми з'ясували сильні та слабкі сторони підприємства.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи був запропонований проект інноваційного продукту ретрит туризму, задля впровадження його в асортимент послуг туроператора «Vodo travel». Була проведена аргументація

доцільності введення саме цього продукту для розширення послуг висвітленого туроператора.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розробка рекомендацій щодо вдосконалення послуг та ведення інноваційного рекреаційного продукту на туристичному підприємстві ТОВ «Vodo travel».

**Інформаційна база** аналітичні та статистичні данні публікацій Державної служби статистики України, монографії вітчизняних та зарубіжних вчених, статті, підручники, посібники, ресурси мережі Інтернет.

**Практичне значення** одержавши результатів дослідження полягає у тому, що висвітлені пропозиції по введенню інноваційного продукту можуть бути запроваджені в асортимент ТОВ «Vodo travel», з метою включення в асортимент пропонованих турів.

**Наукова новизна дослідження** полягає у розробці та формуванні інноваційного продукту рекреаційного туризму, та популяризації ретрит подорожей на чайні плантації. Розробка інноваційного продукту та введення його в асортимент продукції туроператора ТОВ «Vodo travel» для розвитку туристичного підприємства.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Основні тези дослідження були обговорені на XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ», тема доповіді « Ретрит: новий тренд у рекреаційному туризмі».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота загальним обсягом – 63 сторінок, складається з завдання, резюме, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 40 найменування, таблиць – 14, рисунків – 2, додатків–10.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Теоретичні основи рекреаційного туризму

Відпочинок є життєво необхідною потребою людини, що забезпечує її нормальне фізіологічне і психічне функціонування, дозволяє відновити фізичні та моральні сили і є невід'ємною складовою життєдіяльності. Рекреаційна діяльність існує з давніх часів. Згадки про використання лікувальних властивостей мінеральних джерел можна знайти у стародавніх китайських трактатах, індійському епосі «Рігведа», а також у Старому та Новому Завітах. Ці властивості сприяли поширенню рекреації серед аристократії Давньої Греції та Риму.

Наука що вивчає передумови, способи здійснення, наслідки та закономірності процесів відтворення психофізіологічного здоров'я людини є рекреалогія.

Рекреалогію як самостійну наукову галузь почали досліджувати в 90-х роках ХХ століття. Це було обумовлено тим, що численні проблеми рекреації вже не могли бути розв'язані в межах географії, соціології, медицини чи валеології, оскільки рекреаційна діяльність набула значення міждисциплінарного об'єкта.

Становлення рекреалогії відбувалося у двох напрямках. Один представляє теоретико-методологічними розробками в різних галузях природничих і суспільних наук, а другий полягає в осмисленні рекреації як специфічної сфери суспільної діяльності, пов'язаної з відновленням здоров'я людини. Акумулявавши в собі ці підходи, рекреалогія виступає на сьогодні як міждисциплінарна галузь знання, що досліджує теоретичні проблеми, пов'язані з відновленням життєвих сил людини; як практика його організації; як важлива галузь господарства держави.

Завдяки рекреалогії формуються такі дисципліни, як рекреаційна економіка, рекреаційна соціологія, рекреаційна психологія тощо. Безпосередньо рекреалогія сприяла виникненню нової галузі господарства — курортології. Курортологія визначається як медично-навчальна дисципліна, що досліджує лікувальні властивості природних фізичних факторів, їхній вплив на організм людини та можливості їх застосування з лікувальною і профілактичною метою як на курортах, так і поза їх межами. Вона розробляє методики та рекомендації щодо раціонального використання цілющих факторів навколишнього середовища для лікувальних і оздоровчих цілей.

Різноманітні визначення поняття "рекреація" приводять до різних способів її аналізу. Деякі досліджують розвиток конкретних рекреаційних об'єктів, інші зосереджуються на функціонуванні певних підсистем, а деякі аналізують стан і шляхи розвитку окремих частин рекреаційної інфраструктури. Незважаючи на різноманітність визначень, всі дослідники погоджуються, що рекреація охоплює свідомо створені умови, спрямовані на відновлення працездатності та підтримку здоров'я населення.

Серед українських науковців значний внесок у її розвиток зробили О.О. Бейдик, В.К. Євдокименко, О.О. Любіцева, В.І. Мацола, Є.В. Панкова, Т.Ф. Панченко, М.Й. Рутинський, В.М. Сидоров, В.І. Стафійчук, Н.В. Фоменко, С.К. Харичков, В.В. Шмагіна, С.Ю.Цьохла та ін. [18]. Найбільш цитованими у вітчизняних працях зарубіжними дослідниками туристсько-рекреаційного комплексу є І. Зорін, В. Квартальнов, Д. Ніколаєнко та ін [12].

Термін "рекреація" є сукупністю етимологічних значень: *gescreatio* (лат.) — відновлення; *rekreasja* (з польської) — відпочинок; *recreation* (франц.) — розвага, відпочинок, зміна дій, яка виключає трудову діяльність і характеризує простір, пов'язаний з цими діями. Отже, поняття "рекреація" характеризує не тільки процес і заходи щодо відновлення сил людини, але і той простір, в якому це відбувається [1].

Рекреацію за її тривалістю можна поділити на короткострокову, з поверненням на нічліг до місця постійного проживання, та довгострокову – з

ночівлею поза місцем постійного проживання. Територіально короткострокова рекреація обмежується приміською зоною; здійснення довгострокової рекреації територіально практично необмежене.

Туризм (фр. *tourisme* – подорож) – сукупність явищ і відносин, що виникають у процесі подорожі та перебування людей поза місцем їх постійного проживання, якщо перебування не перетворюється в тривале проживання або тимчасове заняття заради заробітку [33]; подорожі у вільний час, поїздки з пізнавальною метою або на відпочинок, один із видів активного відпочинку; діяльність осіб, які здійснюють поїздки і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища проживання на термін від 24 годин до одного року, з будь-якою метою, але без здійснення діяльності, що оплачується з джерел, які знаходяться у місці відвідання (за визначенням, прийнятим Всесвітньою туристичною організацією); тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійноділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування [15].

Отже, узагальнюючи різноманітні визначення, можна розтлумачити рекреацію і туризм як суспільне явище, що відображає відносини, пов'язані з відновленням та розвитком життєвих сил людини. Рекреація і туризм проявляються у формі рекреаційної і туристичної діяльності, яка передбачає надання та отримання різноманітних оздоровчих, пізнавальних, спортивних, культурних та інших послуг.

Важливою методологічною проблемою рекреалогії є співвідношення між поняттями «туризм» («турист») і «рекреація» («рекреант»), які недостатньо розмежовані за відсутністю чітких критеріїв і недосконалістю понятійно-термінологічного апарату. Рекреація, навіть без ототожнення її з відпочинком, є поняттям більш широким, ніж туризм. Це впливає вже з визначень останнього як «одного з видів активного відпочинку», «форми проведення дозвілля», «різновиду рекреації», «однієї з форм міграції», що

«здійснюється на підставі угод» із чітким обмеженням у часі (від 24 годин до одного року) [8].

Логічним є називати туристичними ресурсами ті, що сприяють культурно-освітньому та фізичному розвитку людини, а рекреаційними — об'єкти і явища, що зміцнюють її здоров'я. Хоча на практиці важко уявити рекреанта, який би займався лише лікувально-оздоровчими процедурами, ігноруючи культурно-історичну спадщину місця свого перебування, як і туризм, що не сприяв би відновленню життєво важливих функцій організму. По суті, це два аспекти одного процесу. Незважаючи на різне відомче підпорядкування рекреаційних і туристичних закладів та відмінності в характері і номенклатурі споживчих послуг (туризм — культурно-пізнавальні, спортивні, ділові тощо; рекреація — лікувально-оздоровчі), які дедалі більше диференціюються, обґрунтованим є не їх протиставлення, а поєднання в межах єдиного туристично-рекреаційного комплексу.

Вивчення рекреаційних потреб є необхідним при дослідженні існуючих і проектуванні майбутніх форм територіальної організації рекреаційних районів усіх рівнів. Вибір тієї чи іншої місцевості або певного ландшафту для відпочинку в природних умовах залежить від індивідуальних уподобань. Вивчення рекреаційних потреб є відправною точкою у виявленні закономірностей формування, функціонування і розвитку територіальної рекреаційної системи, адже саме вони визначають просторово-часову динаміку і територіальну організацію рекреаційної діяльності. Рекреаційні потреби реалізуються через конкретні види рекреаційної діяльності.

Суспільні функції рекреаційної діяльності визначаються тими завданнями, які вона виконує в житті суспільства: — формування всебічно розвиненої особистості; — відновлення і розвиток фізичних і психічних сил людини; — розвиток господарської структури регіонів; — збільшення зайнятості населення; — забезпечення грошових надходжень у бюджет; — зближення народів [9].

Необхідно відзначити, що центральне місце в рекреаційній сфері належить людині. Це охоплює, з одного боку, процес оздоровлення населення країни через мережу державних санаторіїв та забезпечення санаторного лікування для категорій населення, що потребують державної підтримки. З іншого боку, це включає задоволення попиту населення країни та іноземних громадян на відпочинок і курортне лікування у вигляді комфортних умов, що відповідають найвищим стандартам (елітні готелі, розширений вибір медичних послуг, розвинута інфраструктура розваг тощо).

Рекреаційна діяльність чітко диференціюється територіально і безпосередньо пов'язана з природними властивостями території. У рекреалогії, як і в рекреаційній географії, можна виділити чотири основні рівні дослідження, що забезпечують розв'язання певних науково-практичних завдань:

- теоретичний — виявлення закономірностей формування, динаміки, структури рекреаційних систем, їх територіальної диференціації й інтеграції; обґрунтування поняття рекреаційного району як предмета дослідження; вироблення принципів і критеріїв рекреаційного районування; розробка понятійно-термінологічного апарату;

- методичний — розробка системи методів дослідження рекреаційних систем; виявлення факторів і вивчення умов формування рекреаційних районів; визначення параметрів їх аналізу;

- конструктивний — прогнозування спонтанних і цілеспрямованих змін у територіально-рекреаційних системах; розробка мережі рекреаційних районів;
- інформаційний — міждисциплінарні зв'язки; характеристика рекреаційних районів, аналіз проблем і перспектив їх розвитку.

Рекреація може бути визначена як процес відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних ресурсів людини, який здійснюється через спеціально організовану систему заходів під час вільного від роботи часу на відведених територіях. Таке визначення акцентує на відновлювальній ролі рекреації. Рекреаційна діяльність характеризується функціональною

різноманітністю, що знаходить свій вияв у частій зміні рекреаційних занять і можливості одночасного здійснення декількох видів занять на одній території (за умови наявності у рекреанта позитивних емоцій);

- можливістю комбінування її видів на основі врахування взаємозамінності, взаємообумовленості і взаємовиключеності тих чи інших рекреаційних занять (ефективність рекреаційної діяльності визначається різноманітністю комбінування різних видів рекреаційних занять, що забезпечує задоволення за одиницю часу більшої кількості рекреаційних потреб);

- циклічністю — послідовною зміною рекреаційних занять через певний проміжок часу [13].

Кожний історичний період і суспільно-економічна формація характеризуються лише їм властивими особливостями відновлення людського організму (робочої сили). Чим вищий рівень розвитку виробничих сил, тим вищий культурний рівень суспільства, а відтак і рівень потреб (у т.ч. рекреаційних), тим складніша їх структура. У попередні періоди, та й здебільшого нині, процес відновлення життєвих сил людини традиційно має екстенсивний характер і пов'язаний з уявленням про спокій як найкращу форму відпочинку. Це обумовлено тим, що в ході розвитку виробництва намітився серйозний дисбаланс між витрачанням сил та їх відновленням, який призводить до зростання захворюваності.

Однією з основних причин погіршення здоров'я населення, окрім впливу екологічних чинників, є зміна способу життя людини. Впровадження інформаційних технологій та автоматизація виробничих процесів призводять до зміни акценту з фізичної втоми на психологічне напруження. Важливо пам'ятати, що відновлення нервово-психологічних ресурсів є набагато складнішим процесом, ніж відновлення фізичних. У зв'язку з цим призводить до збільшення значення активного відпочинку, який базується на використанні природних умов і ресурсів, тим самим перетворюючи таку діяльність на форму рекреації. За даними спеціальних досліджень активний

відпочинок здатен знизити рівень захворюваності на серцево-судинні та психічні хвороби майже наполовину, органів дихання — на 25-40%, опорно-рухової системи — на 25%, органів травлення — на 20-25%. У перший місяць після активного відпочинку продуктивність праці зростає на 15-25%, що дає середньорічне її збільшення на 3% [2].

В цілому за ефективністю вся рекреаційна діяльність може бути:

- компенсаторна - рекреаційна діяльність, яка компенсує витрати життєвих сил людини до нормального рівня;
- розширена - рекреаційна діяльність, що дозволяє компенсувати витрати життєвих сил людини з певним запасом. Інклюзивна, щоденна і частково щотижнева рекреаційна діяльність виконує компенсаторну функцію, а інші види, включаючи і частково щотижневу – розширену [3].

Основою типізації рекреаційної діяльності є її функціональна орієнтованість. Виокремлюють такі функції рекреаційної діяльності:

- 1) лікувальна – спрямована на відновлення здоров'я людини;
- 2) пізнавальна – спрямована на розвиток духовного потенціалу особистості;
- 3) спортивна – направлена на розвиток фізичних сил людини. В Україні є всі види рекреаційних ресурсів, що дають змогу розвивати рекреаційну діяльність. З огляду на функції рекреаційну діяльність поділяють на кілька видів.

У процесі рекреації виділяють три послідовні фази: спосіб (характер і структура рекреаційних потреб, що формуються залежно від часу, місця та форм відпочинку); ситуація (система рекреаційних занять); результат (ефективність рекреації, включаючи емоційні аспекти). Рекреаційна діяльність характеризується упорядкованістю та періодичністю, які зумовлені як природними ритмами (добовими, сезонними), так і циклічністю соціально-побутової діяльності відпочиваючих і організаторів відпочинку (чергування праці та побуту). Основні поняття, що розкривають зміст

рекреаційної діяльності, включають «елементарне рекреаційне заняття», «тип рекреаційної діяльності» та «цикл рекреаційної діяльності».

Рекреація також має свої економічні переваги, такі як сприяння швидкому розвитку економічної інфраструктури певних територій, розширення можливостей для зайнятості, вплив на грошовий баланс населення, підвищення привабливості для іноземного туризму та збільшення доходу через отримання валюти.

Економічні параметри рекреації визначаються так:

- рекреація належить до невиробничої сфери. Економічний ефект від рекреаційної діяльності проявляється в закладах лікування, відпочинку і туризму, а також на рівні національного господарства країни в зростанні валового суспільного продукту.

- рекреація тісно пов'язана з природним середовищем, вона розвивається на стику економіки і соціальної сфери, а також екології. Тому під час визначення ефекту від розвитку рекреаційної діяльності поряд з економічними чинниками необхідно враховувати також природоохоронні і соціальні;

- економічні параметри рекреації тісно пов'язані з видом рекреаційного ресурсу і, відповідно, з економічними характеристиками стану рекреаційних районів.[3]

Додатково можна виокремити екологічні, міжнародні, інтеграційні та містоутворюючі функції: екологічна функція включає стимулювання і обмеження розвитку виробництв, що можуть завдати шкоди природним і культурним цінностям через функціонування туристично-рекреаційної сфери; міжнародна функція відіграє важливу роль у формуванні та зміцненні міжнародних зв'язків, розвитку ділових контактів, підтримці міцних відносин між державами та регіонами, а також збільшенні експортного потенціалу держави і регіонів; містоутворююча функція проявляється у створенні міст-курортів або курортних агломерацій.



З урахуванням характеристик туристично-рекреаційних послуг важливо відзначити, що специфіка ринку таких послуг та його обставини визначаються відношенням між споживчим попитом населення (переважно з фінансовими можливостями) на такі послуги та їх пропозицією. Ураховуючи особливості цього ринку, ринкова система в цій сфері не є ідеальною та має ряд протиріччя. Серед них – обмеженість (недосконалість) конкуренції, часто пов'язана з унікальним для споживача характером певних видів туристично-рекреаційних послуг; належність туристично-рекреаційних послуг до категорії «суспільних благ» («колективних товарів»); віднесення їх до «виробництва із позитивними та негативними зовнішніми ефектами»; існування ринків туристично-рекреаційних послуг, де ринкове саморегулювання (в основному на соціально значущі види послуг) не спрацьовує [31].

Для вирішення виявлених протиріч і недоліків у механізмах ринку туристично-рекреаційних послуг необхідне втручання держави, при цьому важливо враховувати паралельне застосування та комбінування різних елементів регулюючого впливу громадських та інституціональних структур, а також залучення саморегулювання суб'єктів туристично-рекреаційного підприємництва.

Завдяки рекреації підвищується працездатність людей, збільшується тривалість періоду активної роботи, що призводить до зменшення захворюваності, підвищення життєвого тону та, відповідно, зростання фонду робочого часу.

Робоча сила та її якість є ключовими факторами суспільного прогресу. Тому проблема збереження здоров'я і трудової активності є однією з найактуальніших у наш час, і значну роль у її розв'язанні відіграє рекреаційна сфера. Рекреаційна діяльність відбувається не лише в певний час, а й у певному просторі. Тому функції рекреації повинні реалізовуватися через цілеспрямоване використання рекреаційних об'єктів та угідь. При цьому важливо враховувати, що вплив одних і тих самих факторів може бути

різним у залежності від ситуації та індивідуальних особливостей: в одному випадку він може бути позитивним, а в іншому — негативним. Це стосується як кліматичних умов, рельєфу, характеру рослинного покриву, так і атрактивних параметрів місцевості.

Дослідження показують, що оздоровлення пересічного працівника може призвести до скорочення витрат через тимчасову відсутність на роботі на три-чотири дні щорічно, зниження втрат робочого часу від смертності в працездатному віці на шість-сім днів щорічно, зменшення перебування в лікарні на два-три дні, підвищення продуктивності праці на 3% та зменшення кількості відвідувань поліклінік удвічі.

Рівень доходу населення значно впливає на вибір способів та місць відпочинку. Залежно від доходів, споживачі туристично-рекреаційних послуг можуть бути розділені на три групи. Перша група включає особи з невеликими доходами, такі як вчителі, медичний персонал тощо, які проявляють високу активність у різних видах розваг та екскурсійної діяльності. Це найбільший сегмент споживачів у міжнародному туристичному обміні. Друга група складається з осіб з середніми доходами, таких як підприємці, лікарі, викладачі, які спрямовують свій відпочинок на культурно-розважальні заходи та оздоровчо-лікувальні процедури. Третя група - особи з високим рівнем доходів, які цікавляться вивченням природи, культури та традицій інших народів і можуть витратити значні кошти на туризм та рекреацію. Також вік населення впливає на структуру ринку туристично-рекреаційних послуг, де виділяються сегменти: "молодіжний" (15–29 років), "дорослий" (30–59 років) та "третього віку" (60 років і старше).

Туристично-рекреаційні уподобання населення формуються під впливом як суб'єктивних, так і об'єктивних факторів. Серед суб'єктивних факторів можна виділити смаки, моду на різні види відпочинку, рекламу, а також проведення різноманітних культурних та спортивних заходів. Об'єктивні фактори, такі як зміна доходів населення, також впливають на туристично-рекреаційні потреби. Однак в умовах транзитивної економіки

платоспроможність населення зменшилася, що обмежує можливості задоволення цих потреб. Тому наразі важливо зосередити увагу на розвитку приміського відпочинку, відпочинку в сільській місцевості з використанням існуючої інфраструктури турбаз, кемпінгів, мотелів тощо, спрямованих на низько- і середньодоходних верств населення.

Таким чином, створення умов для рекреаційної діяльності та відповідна організація середовища мають базуватися на функціях рекреації. Рекреаційна діяльність у місцевостях з естетичною і пізнавальною цінністю сприяє духовному розвитку людини. Привабливість таких місць для відпочинку формує стійкий рекреаційний потік і розгалужену рекреаційну систему, що, у свою чергу, визначає економічну ефективність діяльності підприємств сфери послуг.

## **1.2.Сутність інноваційного туристичного продукту**

Успішність підприємств в сфері туризму в значній мірі залежить від здатності надати новий продукт, здатності до інновацій. Для забезпечення ефективного функціонування на ринку, туристичні компанії повинні постійно впроваджувати нововведення як інструмент для подолання кризових явищ та для стимулювання розвитку підприємства, щоб зберегти свою позицію на ринку в умовах високої конкуренції.

Дослідження інноваційних процесів у туризмі важливо не лише для туристичних компаній, а й для широкого спектру інфраструктурних організацій. Це питання на сьогоднішній день є актуальним і викликає значний науковий та практичний інтерес.

За останні п'ятнадцять років з'явилась низька публікацій, в яких розглядаються питання інновацій у туризмі як однієї з найбільш перспективних інноваційних галузей сфери послуг. Науковці (М. Бойко, Н. Власова, О. Гарбера, О. Головінов, Л. Гопкало, О. Давидова, О. Кальченко, Т.

Кіндрик, Л. Маклашина, С. Мельниченко, В. Новиков, Ю. Пшеничних, А. Саак, Н. Семенченко та інші) розглядають у своїх роботах різні аспекти інновацій у туризмі [12].

Аналіз наукової економічної літератури з питань інновацій у туризмі вказує на існування різних підходів до визначення цього терміна. Враховуючи те, що до туризму належить велика кількість різноманітних підприємств, виникає складність у предметному визначенні сутності цього поняття. Тому спробуємо дати декілька базових визначень інновації.

Інновації — новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери[30].

Відповідно до Керівництва Осло інновації — це «запровадження будь якого нового або значно вдосконаленого продукту (товару або послуги) чи процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діяльності підприємства, організації робочих місць чи зовнішніх зв'язків» [35].

Термін «інновація», що в перекладі з англійської дослівно означає «нововведення», увів у науковий обіг австрійський вчений Й. Шумпетер [10].

У своїй роботі «Теорія економічного розвитку» він виділив п'ять напрямків здійснення інновацій: впровадження нового товару; впровадження нового методу виробництва продукції; відкриття нового ринку; завоювання нового джерела сировини або напівфабрикатів; впровадження нової організаційної структури виробництва.

Розгляд різних тлумачень терміна «інновація в туризмі» надає можливість зробити висновок, що поки ще єдиного визначення не існує. Серед науковців триває дискусія стосовно того, що вважати інновацією в туризмі — результат, впроваджений продукт чи послугу, або процес

реалізації ідеї та її втілення в готовий результат чи окремі стадії процесу (освоєння, впровадження, комерціалізація, використання).

У стандарті визначено класифікацію інновацій, спеціально адаптовану для сектору туризму, яка включає чотири основні категорії: продуктові, процесні, організаційні та маркетингові. Продуктова інновація означає впровадження нового або значно поліпшеного продукту (товару або послуги), що має нові властивості або способи використання. Процесна інновація включає в себе нові або значно поліпшені методи виробництва або методи доставки продукту (товару або послуги) [38].

Організаційна інновація полягає у впровадженні нових організаційних методів в діяльність підприємства, у структурі робочих місць або у взаємозв'язках зовнішніх сторін.

Маркетингова інновація включає в себе нові методи маркетингу, які призводять до суттєвих змін у дизайні продукту, його пакуванні, просуванні на ринок або ціноутворенні.

Сучасний туризм як сфера, що задовольняє потреби людини, яка подорожує, перетворився на індустрію — складову світового господарства, потужний господарський комплекс національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому [15].

Класифікувати інновації за змістом можна у такий спосіб:

- технологічні (пов'язані з впровадженням нових видів техніки, технології, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування);
- організаційно-технологічні (пов'язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів);
- комплексні — охоплюють різні аспекти і сторони сервісної діяльності;
- управлінські — орієнтовані на удосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту[6].

Аналіз наукових джерел, які наведені у literature review, дозволив ідентифікувати п'ять головних напрямів розгортання глобальних інновацій у туризмі. По-перше, впродовж XX-XXI ст. спостерігається поширення видів туризму.

По-друге, інновації в туризмі проявляються через появу нових науково-методологічних та прикладних рішень у вже існуючих видах туризму. Наприклад, у сфері ресторанного туризму заклади харчування починають експериментувати зі спеціалізацією на різних національних кухнях, специфічно концентруватися на певних стилях, впроваджувати додаткові послуги, організовувати кооперацію, проводити шоу та майстер-класи, активно залучати засоби масової інформації тощо. Подієвий туризм набуває масштабів завдяки проведенню разових або регулярних масштабних заходів міжнародного рівня, таких як фестивалі, шоу, свята майстрів, ярмарки, концерти, змагання, конгреси тощо. У сфері групового туризму запроваджується багатоцільове обслуговування. Наприклад, у корпоративному туризмі поєднуються діловий, розважальний, рекреаційний, пізнавальний, паломницький туризм та інші види.

Зростає частка наукового туризму, що в перспективі сприятиме перетворенню туризму на ключовий елемент світового наукового і культурного розвитку. Швидкими темпами розвивається космічний туризм, що включає розробку нових космічних турпродуктів і формування нових туристичних сегментів, таких як орбітальні, суборбітальні та навколоземні параболічні польоти, а також надання тренувально-екскурсійних послуг у об'єктах космічної інфраструктури.

По-третє, туризм як вид діяльності постійно впливає на глобальне суспільство. Він поступово вносить свій вклад у вирішення проблем кліматичних змін і боротьби з бідністю через єдиний підхід до цієї подвійної проблеми. Особливе значення туризм має для місцевого сільського господарства, рибальства, ремесел, будівельної індустрії, транспорту, виробництва продуктів харчування, дрібного бізнесу тощо. Туристична

діяльність прямо чи опосередковано сприяє створенню робочих місць, стимулює приватну ініціативу та підтримує розвиток ринкової економіки, особливо корисної для малих і середніх підприємств. Однак, туристичний сектор може мати значний вплив на довкілля. За висновками Всесвітньої туристської організації, керівники вищого рівня мають розглядати туризм як засіб забезпечення стійкого розвитку національної економіки, що допоможе досягти балансу між екологічними, економічними та соціальними аспектами на законодавчому й управлінському рівні.

По-четверте, інновації в туризмі почали відбуватися одночасно на всіх управлінських рівнях, що створює синергійний ефект завдяки інтеграції зусиль міжнародних організацій, регіональних об'єднань, урядів, органів місцевого самоврядування, компаній і туристів. На глобальному рівні здійснюються координаційні заходи міжнародних організацій, регіональних об'єднань країн і транснаціональних корпорацій у сфері туристичного ринку, поширюються стратегічні альянси та глобальні союзи, розвивається міжнародне законодавство тощо.

В Україні популярними інноваціями є інформатизація обслуговування, розвиток медичного туризму, створення тематичних парків і розвиток етнотуризму, збільшення кількості телешоу про тури та популяризація різних видів туризму. Також поширюються СПА-центри, рекреаційні зони та парки, інноваційні структури та інші типи з правами спеціальних економічних зон і територій пріоритетного розвитку. Відбувається інтеграція у світову мережу курортних оздоровчих закладів, а також зростає обсяг перевезень туристів малою авіацією.

По-п'яте, змінюється роль внутрішніх та зовнішніх факторів, що спонукають інноваційний розвиток туризму.

Сучасні концепції інновацій в туризмі відбивають зміни в суспільстві, яке під впливом глобалізаційних тенденцій перетворюється на "суспільство споживачів" і активно звертається до нових туристичних послуг. Кількість таких споживачів постійно зростає щороку.

Отже, туристичні підприємства повинні постійно адаптуватися до змін. Для забезпечення інноваційних процесів цілком доцільно поєднувати традиційний та новітній підходи, що включають: впровадження інновацій, спрямованих на задоволення потреб клієнтів; створення абсолютно нових туристичних продуктів; розробку особливо інноваційної маркетингової стратегії; інноваційні зміни у менеджменті компаній; співпрацю з іншими учасниками туристичної галузі на місцевому, регіональному та національному рівнях.

Основними завданнями у сфері розвитку туризму є зниження сезонної залежності попиту, підтримка і покращення добробуту регіональних громад, збереження і популяризація природної та культурної спадщини, планування землекористування та контроль над девелоперською діяльністю, застосування стандартів і сертифікатів якості, моніторинг, досягнення екологічних компромісів, підвищення кваліфікації персоналу. Це можна досягти шляхом інтелектуалізації – збільшення інтелектуальної складової в туристичних переміщеннях (поширення пізнавального, професійно-ділового, наукового, етнічного та інших видів туризму).

Особливості інновацій в індустрії туризму:

1. Інноваціям у туризмі властивий сервісний характер, вони спрямовані на вдосконалення взаємодії зі споживачем та максимальне задоволення запитів і вподобань клієнтів, що є одним із найважливіших спонукальних чинників для впровадження інновацій.

2. Між виробниками та споживачами туристичних послуг існує безпосередній зв'язок, тому якість роботи обслуговуючого персоналу стає важливим фактором у здійсненні успішної інноваційної діяльності.

3. В індустрії туризму споживачі залучені до процесу надання послуг, і, як результат, процес виробництва та споживання послуг відбувається одночасно.

4. Більшість інновацій, які застосовуються в індустрії туризму, є запозиченими з інших видів діяльності та адаптованими до сфери туризму



(наприклад, комп'ютерні та Інтернет-технології, медичне та лікувально-оздоровче обладнання, пасажирські перевезення та багато інших).

5. Незахищеність інновацій патентами та ліцензіями з урахуванням їх інтерактивності надає можливість їх копіювання у конкурентів.

6. Інновації в туризмі мають нематеріальну складову, що спрямована на покращення взаємодії між виробником та споживачем.

7. Інновації в сфері туризму стосуються не тільки безпосередньо туристичних компаній, а й широкого спектру інфраструктурних організацій.

8. Ознака новизни у світовому масштабі, так званої радикальної новизни, не є ключовою у визначенні інновацій у туризмі. Новизна визначається в рамках конкретного підприємства, що їх застосовує.

Інновації безпосередньо у сфері послуг (сервісні інновації) можуть бути визначені як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і потребують структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [7].

Розгляд наявних класифікацій інновацій у туристичній індустрії також вказав на відсутність чіткого їх визначення. Так, Ф. Зинов'єв акцентує увагу на продуктових інноваціях як ключових інноваціях для сфери туризму, оскільки вони зумовлюють трансформацію споживчих властивостей продукту та його позиціонування на ринку [26]. А. Саак та Ю. Пшеничних [27] класифікують інновації за змістом у такий спосіб: технологічні (пов'язані з впровадженням нових видів техніки, технології, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування); організаційно-технологічні (пов'язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів); комплексні — охоплюють різні аспекти і сторони сервісної діяльності; управлінські — орієнтовані на удосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту.

О. Кальченко визначила такі види інновацій в туризмі: продуктові (створення нових туристичних продуктів і послуг, видів туризму, напрямків, маршрутів та територій), технологічні (використання ІКТ, нової техніки і технологій, нових форм обліку та звітності, підвищення якості послуг, нововведення в транспортному обслуговуванні та ін.), маркетингові (освоєння нових сегментів ринку, розроблення новітніх моделей позиціонування та рекламування туристичного продукту і туристично-рекреаційних територій), організаційно-управлінські (нові форми і методи управління об'єктами туристичної діяльності та 73 ISSN 0374-3896. Наука та наукознавство. 2017. № 2 (95) І.А. Жукович їх організації, удосконалення інформаційного забезпечення), сервісні (впровадження передових методів навчання, підготовка та перепідготовка кадрів, розроблення інноваційних моделей сервісного обслуговування туристів та ін.) [29]. Цю кваліфікацію підтримує О. Давидова [10], але пропонує додати до неї ще один вид — інновації логістики (нові рішення в системах та ланцюгах постачання, розподілу та доставки, в тому числі туристів).

Для формування інноваційної стратегії підприємств туристичної індустрії та подальшої реалізації інноваційних ідей в сфері туризму (розробка нових туристичних маршрутів, продуктів, технологій обслуговування туристів і навіть нових видів туризму) необхідна дієва система управління інноваціями, яка відповідає сучасним вимогам туристичного ринку. Ефективність створення нового туристичного продукту, темпи його розвитку визначаються інноваційною активністю у виробництві нового продукту, який або задовольняє зовсім нову потребу, або дозволяє розширити ринок споживачів. Варто відзначити, що інноваційний розвиток - це складний процес, в якому задіяні, як туристи - споживачі туристичних послуг, так і туристичні підприємства, а також державні органи влади. Для побудови ефективною моделі інноваційного розвитку необхідно оцінити всю сукупність показників, які відносяться до сфери туризму, враховуючи історичні та місцеві умови розвитку конкретного туристичного напрямку, провести

комплексний аналіз стану туристичних ресурсів, обґрунтувати доцільність та провести попередню оцінку ефективності інновацій в туризмі.

Для розвитку інноваційної діяльності підприємств туризму велике значення має постійний пошук інноваційних ідей, зіставлення результатів власної діяльності з результатами компаній-конкурентів та лідерів за рівнем інноваційної активності з метою інтенсифікації й удосконалення власної інноваційної діяльності. Світова практика діяльності підприємств туристичного бізнесу свідчить про корисність методу бенчмаркінгу — еталонного порівняння ряду показників з аналогічними, які є найкращими у конкретній галузі. Застосування методу бенчмаркінгу вимагає відкритості організацій для обміну інформацією для порівняння. Однак основною проблемою є недостатня доступність даних про діяльність підприємств для проведення таких порівнянь. Для вирішення цієї проблеми зазвичай проводять спеціальні дослідження або звертаються до консалтингових компаній. Але ці дослідження часто є витратними, особливо у сфері туризму, де працює багато середніх і малих підприємств, які не завжди мають достатні ресурси для таких інвестицій. У світі досить поширеною є практика створення центрів бенчмаркінгу, де об'єднуються компанії, зацікавлені в обміні досвідом. За допомогою коштів, зібраних як організаційні внески учасників таких центрів, можна замовляти необхідні дослідження та отримувати результати.

Ефективний розвиток інноваційних процесів у туристичній сфері вимагає постійного пошуку новаторських ідей, порівняння власних досягнень з результатами конкуруючих компаній і лідерів у сфері інновацій з метою покращення власної інноваційної діяльності. Світовий досвід функціонування туристичних підприємств підтверджує корисність методу бенчмаркінгу, який полягає в порівнянні ключових показників з найкращими у своїй галузі, що дозволяє виявити потенційні напрямки покращень.

### 1.3. Ретрит як різновид рекреаційного туризму

Рекреація є важливим аспектом в сучасному світі. Світові баталії, підвищення конкуренції на ринку праці, зростання урбанізації та багато інших несприятливих факторів, підвищили відсоток стресу у людей, що в свою чергу призвело до захворювання та зменшення працездатного населення. Тому для відновлення сил потрібно набагато ефективніший метод ніж класичний відпочинок.

Все більш популярним в наш час стає здоровий та усвідомлений спосіб життя, люди намагаються знайти гармонію з собою та шукають різноманітні способи як цього досягти.

В давні часи люди використовували більш радикальні методи щоб досягти очищення душі. Зазвичай даними практиками займалися монахи, вони вели аскетичний спосіб життя щоб стати ближчим до Бога, та пізнати сутність буття. Такий вид аскези називається – затвір.

Ретрит практики є сучасним проявом затвору, але різниця полягає в тому, що ретрит є більш простим. Ретрит може бути груповим або навпаки одиночним, а затвір проходить людина самотужки, окутуючи себе молитвами та звільняючи себе від вживання їжі та інших благ.

Затвір (затвор) — вищий ступінь чернечого (монашого) життя у східному християнстві шляхом усамітнення та посту у спеціально відведених для цього місцях. Затвори були у печерах, часом у наземних монастирських келіях [26].

Затвірник - монах, який чинив подвиги свого порятунку на самоті – у затворі [17].

Затворництво є одним із видів самотності, відмінною особливістю затвору є те, що людина ховається не в далеких пустелях, але зачиняється від усіх серед монастиря, на околиці міста тощо. Чернець втікає від цивілізації для молитви і духовного росту, залишаючись наодинці із собою. Багато ченців відходило у затвір на все життя, інші на коротший період. Рівень

строгості затвору теж може різнитися. Відречення від задоволення, комфорту та соціального життя давало можливість не відволікатися від молитов та очищення.

Ретрит є сучасною інтерпретацією затвору, але з більш спрощеною програмою.

Ретрит (від англ. retreat) — період особистого чи групового усамітнення для духовної чи психологічної роботи над собою. Духовні виїзні семінари, які є в багатьох буддійських, християнських і суфійських (ісламська) громад [9].

Ретрит дозволяє приділити час для роздумів або медитації. Тривалість усамітнення від навколишнього світу може тривати від години до місяця та більше. У сучасному світі необхідною умовою ретриту є заборона користування мобільними пристроями та комп'ютерами.

Мета ретриту — глибше зануритися у свою справжню природу і побачити своє щоденне життя як реалізацію цієї природи [10].

На ретритах проходять сакральні медитації, дихальні й тілесно-енергетичні практики, практики тиші та мовчання, практики концентрації, практики усвідомленого сновидіння, ходіння по вугіллю, цв'яхостояння, йога й т.д. Деякі ретрит-семінари проходять в умовах повної тиші, а на інших може відбуватися діалог, в залежності від домовленості учасників практики.

Ретрит зазвичай проводять в сільських або віддалених від цивілізації місцях, приватних будинках чи спеціальних будівлях, також бувають в монастирях. У деяких традиційних школах ретрит – це практично безперервна сидяча медитація з перервами лише на сон та їжу.

Існує безліч різних типів ретритів:

- оздоровчій ретрит;
- ретрит усвідомленості;
- спа-ретрит;
- пригодницький ретрит;
- детоксикаційний ретрит;

- йога-ретрит;
- релігійний ретрит.

Окрім йоги, медитативних і різних духовних практик, концепція ретритів також має попит і серед тих, кому потрібен відпочинок і перезавантаження. Тож не в класичному розумінні, ретрит — це занурення на певний час в умови без звичних подразників, які стали причиною втоми, стресу й невдоволення собою та життям. Найчастіше головним правилом ретриту є відмова від всіх різновидів гаджетів, а шановний наставник (або ментор) спрямовує практиків углиб себе, допомагаючи в такий спосіб самотужки знайти відповіді на питання й подолати накопичений стрес.

### **Висновки до 1 розділу**

Рекреація може бути визначена як процес відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних ресурсів людини, який здійснюється через спеціально організовану систему заходів під час вільного від роботи часу на відведених територіях. Таке визначення акцентує на відновлювальній ролі рекреації. Рекреаційна діяльність характеризується функціональною різноманітністю, що знаходить свій вияв у частій зміні рекреаційних занять і можливості одночасного здійснення декількох видів занять на одній території (за умови наявності у рекреанта позитивних емоцій).

Успішність підприємств в сфері туризму в значній мірі залежить від здатності надати новий продукт, здатності до інновацій. Для забезпечення ефективного функціонування на ринку, туристичні компанії повинні постійно впроваджувати нововведення як інструмент для подолання кризових явищ та для стимулювання розвитку підприємства, щоб зберегти свою позицію на ринку в умовах високої конкуренції.

Існує багато різних видів рекреації, тому кожен може знайти те, що йому подобається. Останнім часом зростає популярність таких рекреаційних практик, як чайні церемонії, йога, цв'яхостояння та медитація. Ці практики

допомагають людям розслабитися, зменшити стрес та покращити загальне самопочуття.

Ретрити - це спеціально організовані подорожі, де люди можуть відновити сили як духовні, так і фізичні.

Під час ретриту учасники можуть взяти участь у чайних церемоніях, займатися йогою, практикувати цв'яхостояння, медитувати, спілкуватися з однодумцями, відпочивати на природі та ін.

Ретрити - це чудовий спосіб втекти від повсякденної метушні та приділити час собі. Вони допомагають людям розслабитися, зменшити стрес, познайомитися з новими людьми та знайти однодумців, покращити концентрацію уваги, навчитися новим практикам, які допоможуть покращити життя, підвищити рівень енергії та відчути себе щасливішими, відпочити на природі.

## РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «BODO TRAVEL»

### 2.1. Загальна характеристика ТОВ «Bodo travel»

Товариство з обмеженою відповідальністю "Bodo travel", було зареєстровано 21.10.2015 за юридичною адресою місто Київ, вул. Харченка Євгена, будинок 47, квартира 115.

Розмір статутного капіталу юридичної особи складає 250 000,00. На час останнього оновлення даних 03.04.2024 стан підприємства - Не перебуває в процесі припинення.

Керівником підприємства ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ " BODO TRAVEL " є Дрозд Віталій Вікторович.

Організаційно-правова форма підприємства ТОВ "BODO TRAVEL" - ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ. Основний вид діяльності (КВЕД) – 79.12 Діяльність туристичних операторів [20].

ТОВ «Bodo travel» є молодого туристичною фірмою, яка за 8 років змогла стати провідним туристичним оператором з високим рівнем якості продукції, якісною маркетинговою стратегією та великою довірою від споживачів на туристичному ринку.

Найпопулярнішими напрямками подорожей ТОВ «Bodo travel» є – Африка, Сейшели, Сінгапур, Словаччина, Словенія, Соломонові острови, ПАР, Південна Америка, Іспанія, Скандинавія, Шрі-Ланка, Швеція, Швейцарія, Тайвань, Таджикистан, Танзанія, Таїланд, Шотландія, Саудівська Аравія, Туреччина, Панама, Нова Зеландія, Нікарагуа, Північна Америка, Норвегія, Океанія, Оман, Пакистан, Папуа Нова Гвінея, Сан-Маріно, Парагвай, Перу, Філіпіни, Португалія, Пуерто-Ріко, Катар, Румунія, Руанда, Туніс, Туркменістан, Непал.



Туроператор регулярно розробляє особливі авторські тури на любий смак які зацікавлять навіть самого вибагливого туриста – сафари, незвичайні тури по світу, новорічні тури, осінні тури, відпустка, формування туру за бажанням клієнта, пізнавальні тури, пригодницькі тури, сімейні тури, комбіновані тури, індивідуальні тури, тури на двох, сімейні тури, весняні тури, винні тури, травневі тури, екскурсійні тури, автотури, екстремальні тури, експедиції, екзотичні тури, VIP тури [21].

Фірма веде постійну роботу з розширення асортименту послуг, та збільшує кількість додаткових послуг які важко знайти на інших підприємствах, що вирізняє туроператора серед конкурентів.

Країни на яких спеціалізується туроператор :

- Африка: Намібія, Сейшельські острови, Танзанія, Занзібар, Кенія.
- Європа: Чорногорія, Португалія, Нормандія, Мадейра, Ісландія.
- Азія: Камбоджа, В'єтнам, Індонезія, Сінгапур, Тибет, Таїланд.
- Америка: Мексика, Бразилія, Перу, Колумбія, Патагонія, США.
- Австралія та Океанія: Нова Зеландія, Тасманія.
- Антарктиди [21].

Туроператор постійно шукає нові місця в різних куточка світу щоб розробити нові цікаві тури.

ТОВ «Vodo travel» має багато різноманітних нагород за свою діяльність:

- Українська народна премія 2017 - вибір України згідно з економічним рейтингом «Ліга найкращих» 2017 року;
- Найцікавіший роботодавець - 50 000 переглядів вакансій на сайті з пошуку роботи;
- E - awards 2018 – ТОП 3 у сфері e-commerce, категорія «Розважальні послуги»;
- Спілка українських підприємців – популяризація підприємницької діяльності та покращення бізнес клімату в країні;

- European Business Association – у 2019 році приєдналися до європейської бізнес асоціації.

Туристичний оператор ТОВ «Vodo travel» є юридичною особою і буде своєю діяльністю у суворій відповідності до Статуту та нормативними документами. Так як ТОВ «Vodo travel» є комерційною організацією, то метою його діяльності є отримання прибутку від туристичного виду діяльності [22].

Головні особливості «Vodo travel»:

- тури плануються у найкомфортніший для перебування в країні сезон;
- маршрути будуються так, щоб турист міг отримати максимум вражень від країн та регіонів подорожі;
- турлідери завжди супроводжують групу та забезпечують виконання всього запланованого;
- ретельно планується логістика для створення комфортних умов при переїзді;
- надаються лише комфортні умови для проживання — у перевірених готелях чи місцевих форматах;
- на місці зустрічають місцеві гіді, кожен із яких цікаво знайомить зі своїм регіоном;
- туроператор працює лише з перевіреними та офіційними місцевими представниками.

Партнерами туроператора є:

- optima collection;
- львівська майстерня шоколаду;
- цирульник;
- люменіс;
- замкнені;
- fest hotel lviv;

- blocbaster moll;
- equides club;
- chayka driving school;
- art bule.

Всі вказані партнери роблять великий вклад в розвиток фірми.

Також фірма має ще декілька проектів які успішно функціонують й приносять стабільний прибуток:

- «Vodo» - інтернет магазин подарункових сертифікатів, який пропонує широкий асортимент вражень в Україні та Туреччині;
- «Vodo card» - універсальний мультибрендовий подарунковий сертифікат який діє в великій кількості магазинів партнерів.

Команда ТОВ «Vodo travel» налічує 15 осіб, це творчі особистості з великим досвідом роботи та професіоналізмом, які захоплюються справою якою вони займаються. Кожен працівник має великий досвід подорожей в різних куточках світу, й вони розуміють усі нюанси подорожей, знають потреби туристів, й можуть з легкістю прогнозувати можливі несприятливі фактори, які можуть трапитися підчас подорожей.

Не дивлячись на невелику команду, фірма має логічно побудовану лінійно-організаційну структуру управління.(рис.2.1)

Діяльність працівників прописана в посадовій інструкції, де кожен знає свої функціональні обов'язки та приймає рішення в межах своєї компетенції, також кожен представник компанії має можливість проявити ініціативу та пропонувати свої ідеї по різних аспектах фірми.

Лінійно - організаційна структура добре підходить для цього підприємства, оскільки операційні процеси ретельно розроблені під цей тип підпорядкування. Завдяки цьому кожен працівник знає, до кого звертатися за порадою чи допомогою, а також розуміє, хто знаходиться у його підпорядкуванні.

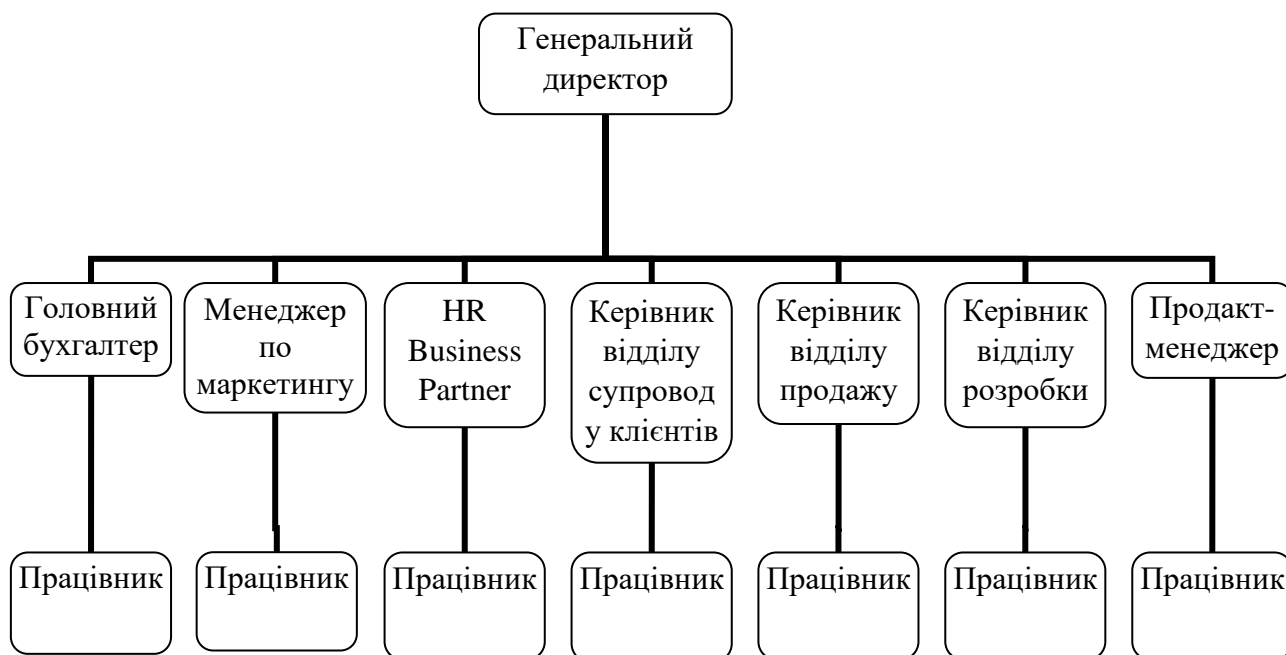


Рис. 2.1. Організаційна структура управління ТОВ «Bodo travel»

Джерело: складено автором на основі [34]

Лінійний тип організаційної структури підходить даному підприємству, всі операційні функції добре продумані під такий тип підпорядкування. Для більш детального ознайомлення, ми проводимо аналіз функцій управління всередині підприємства (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

### Аналіз розподілу функцій управління всередині підприємства

№ з/п	Назва посадової особи, підрозділу підприємства	Основні функції посадової особи, підрозділу підприємства
1	Генеральний директор	Засновник «bodo travel». Здійснює загальне керівництво та управління підприємством, організація взаємодії всіх структурних підрозділів.
2	Головний бухгалтер	Веде облік фінансово-господарської діяльності фірми, веде документацію, виконує правильне нарахування і своєчасне перерахування платежів.
3	Керівник відділу продажу	Організовує продаж туристичного продукту, керує відділом продажу, забезпечує виконання плану продажів туристичного продукту, керує та навчає менеджерів по продажу, веде комунікацію з партнерами.

Продовження табл.2.1

4	Керівник відділу розробки, планування подорожей	Керує відділом, розробляє детально подорожі, домовляється з партнерами, контролює якість розробки подорожей, вибирає й бронює готелі, активності, екскурсії.
5	Керівник відділу супроводу клієнтів	Керує працівниками відділу, контролює якість надання послуг клієнтам.
6	Продакт-менеджер	Досліджує сучасний ринок та потреби споживачів, аналізує сильні та слабкі сторони, займається розробкою або зміною стратегії розвитку продукту.
7	HR Business Partner	Відповідає за кадрове діловодство, робить усе можливе для ефективної роботи всієї команди.
8	Менеджер по маркетингу	Відповідальний за маркетингову стратегію, слідкує за сучасним ринком та тенденціями, вивчає поведінку потенційних споживачів, вивчає асортимент продукції конкурентів, їх слабкі та сильні сторони

Джерело: складено автором на основі [32]

Лінійний тип організації та високо компетентний персонал, дає можливість фірмі надавати якісний продукт клієнтам та дає високу адаптивність до змін зовнішнього середовища та дає можливість займати позицію лідера на ринку.

Отже, лінійно - організаційна структура управління якісно побудована, кожен працівник знає свої обов'язки які чітко розподілені по підрозділам, та є ефективною для даного підприємства.

## 2.2. Аналіз основних показників діяльності ТОВ «Bodo travel»

Для забезпечення ефективної господарської діяльності та стабільності ринку в умовах конкуренції необхідно проводити ретельну аналітичну роботу в усіх сферах корпоративної діяльності. Це дозволить виявити слабкі сторони та недоліки, зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки економічних показників, а також визначити обов'язки та відповідальність партнерів. Діліться досягнутими результатами. Тільки компанії з добре розвиненою

системою аналізу та досліджень можуть уникнути необґрунтованих ризиків у бізнес-рішеннях і швидко адаптуватися до змін ринкового середовища.

Аналіз основних показників роботи підприємства дає цінні уявлення про різні аспекти діяльності та стану туроператора.

Військовий стан який почався в Україні в 2022 році, дуже вплинув на туризм, як внутрішній, так і міжнародний. Більшість спеціалістів в сфері туризму переїхало за кордон тим самим зменшивши конкуренцію на ринку туризму в Україні. В 2023 році ситуація почала покращуватися, люди стали активніше мандрувати.

При аналізі динаміки основних показників обсягу пропозиції і реалізації послуг туристичного підприємства доцільно розрахувати і проаналізувати наступні показники надані в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

#### Динаміка основних показників обсягу наданих туристичних послуг

Показник	Рік		Абсолютне відхилення (+-)	Відносне відхилення (%)
	2022	2023		
Кількість обслугованих туристів, у тому числі за видами:	1000	4000	3000	300,0
іноземних туристів	50	125	75	150,0
іноземних туристів, обслугованих без поселення в закладах розміщення	21	50	29	138,1
туристів, які виїжджали за кордон	880	3410	2530	287,5
туристів, які виїжджали за кордон, обслугованих без поселення в закладах розміщення	100	800	700	700,0
туристів, охоплених внутрішнім туризмом	70	465	395	564,3
Кількість екскурсантів	60	200	140	233,3

Джерело: складено автором на основі [36]

Підсумовуючи всі висновки, можна сказати, що обсяг наданих туристичних послуг в 2023 році порівняно з 2022 мав значний приріст.(рис.2.2)



Рис.2.2 Структура обслугованих осіб «Bodo travel» у 2023 році

Джерело: складено автором

Використовуючи дані зі звіту про фінансові результати та їх використання, туристичною фірмою «Bodo travel» за 2022 та 2023 роки ми можемо розрахувати абсолютне і відносне відхилення, проаналізувати динаміку зміни показників за два роки, а також порахувати прогностичні значення на майбутній період. Аналіз туристичної діяльності ТОВ «Bodo travel» представлено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

### Аналіз основних економічних показників діяльності «Bodo travel»

Показники, тис.грн.	Попередній період 2022	Звітний період 2023	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	23 242,70	53 781,40	30538,7	131,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	21 324,90	49 135,70	27810,8	130,4
Інші доходи	889,90	444,50	- 445,4	-50,05
Інші витрати	2 850,00	7 057,70	4207,7	147,6
Разом доходи	24 132,60	54 225,90	30093,3	124,6

Продовження табл.2.3

Разом витрати	24 174,90	56 193,40	32018,5	132,4
Фінансовий результат до оподаткування - збиток	42,30	1 967,50	2009,8	4751,3
Чистий збиток	42,30	1 967,50	2009,8	4751,3

Джерело: складено автором на основі [36]

Аналізуючи таблицю економічних показників діяльності «Bodo travel», ми бачимо позитивну динаміку в 2023 році в порівнянні з минулим роком. Дохід в 2023 році складає 1 967.50 тис. грн., а у 2022 році чистий прибуток складав 42.30 тис. грн, це на 4751.3% менше ніж в 2023 році.

Військові події на території нашої країни дуже повпливали на туризм в 2022 році, але ми бачимо позитивну динаміку в 2023р. Тому можна зробити висновки, що 2022 рік з порівнянні з 2023 підприємство було не рентабельне (таблиця 2.4), як і всі туристичні оператори на Українському ринку.

Таблиця 2.4

#### Аналіз динаміки показників рентабельності підприємства

Показники	Значення за роками		Абсолютне відхилення (+, -)
	Попередній період 2022	Звітний період 2023	
Рентабельність діяльності, %	-0,18	-3,6	-3,42
Рентабельність продажів, %	-0,17	-3,6	-3,43

Джерело: складено автором на основі [35]

Не дивлячись на нелегкий час в якому знаходиться наша країна , «Bodo travel» змогла втриматися на ринку не втративши свою популярність. Проте військовий стан, економічна криза та скорочення населення України можуть стати ключовими факторами невдачі для туристичного оператора. Є незначні періоди спаду масового туризму, але обсяг продаж туристичних послуг залишається на достатньому рівні. Прибутковість туристичних компаній має значні коливання в залежності від подій в світі та країні, однак асортимент



послуг фірми «Bodo travel» дозволяє їй мати стабільний попит протягом всього року.

## **2.2. Аналіз сильних та слабких сторін ТОВ «Bodo travel»**

Щоб глибше оцінити сильні та слабкі сторони ТОВ «Bodo travel» у внутрішньому середовищі, а також оцінити можливості та загрози на туристичному ринку у зовнішньому середовищі, ми можемо скористатися SWOT-аналізом. Цей інструмент дозволяє систематично оцінити внутрішні та зовнішні чинники, їх взаємозв'язок і вплив один на одного. SWOT-аналіз допоможе структурувати інформацію та зробити висновки щодо стратегічного розвитку підприємства, щоб знайти шляхи вдосконалення сильних сторін та усунення слабких. Крім того, цей аналіз допоможе виявити можливі загрози які можуть зашкодити подальшому розвитку компанії.

Зовнішнє середовище розглядається як сукупність двох відносно самостійних підсистем:

- Макрооточення;
- Безпосереднього оточення.

Макросередовище складається з елементів, які прямо не пов'язані з підприємством, але впливають на формування загальної атмосфери бізнесу. Розрізняють такі основні компоненти макросередовища: політичні, економічні, природні, соціальні, технологічні та деякі науковці визначають ще такий фактор як випадок [24].

Проаналізуємо фактори впливу макросередовища на розвиток «Bodo travel», (таблиця 2.5).

Важливим для розвитку та популярності туроператора є вивчення потреб споживачів та аналіз сучасних тенденцій, для забезпечення успішної конкурентоспроможності на ринку, фірмі «Bodo travel» необхідно вивчати досвід своїх конкурентів та аналізувати можливості для власного розвитку.

Таблиця 2.5

### Аналіз факторів макросередовища підприємства

Сфера макросередовища	Фактори макросередовища
1. Міжнародна	1. Встановлення безвізового режиму України з країнами Шенгенської угоди та рядом інших країн світу 2. Потенціал вступу України до ЄС 3. Військові дії
2. Політична	1. Нестабільність політичного середовища 2. Потенціал політичної кризи в Україні 3. Військові дії в Україні
3. Економічна	1. Падіння рівня життя населення 2. Високий курс валют 3. Економічна криза в Україні
4. Соціально-демографічна	1. Зростання безробіття 2. Відтік населення за кордон 3. Падіння рівня народжуваності 4. Підвищення рівня смертності
5. Правова	1. Відсутність відповідного до існуючих умов законодавства регулювання туристичної діяльності України 2. Незручність системи оподаткування для малого бізнесу
6. Екологічна	1. Високий рівень екологічної забрудненості 2. Низький рівень екологічної безпеки
7. Культурна	1. Невисокий культурний рівень нації 2. Недостатній рівень грамотності населення

Джерело: складено автором

Головними конкурентами компанії на туристичному ринку є компанії, які пропонують індивідуальний відпочинок у ціновому сегменті вище середнього рівня цін по ринку. Проведемо оцінку позицій підприємства серед головних конкурентів – (таблиця 2.6)

Таблиця 2.6

### Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів

Показники	Bodo travel	Конкурент 1	Конкурент 2
Місце розташування	10	5	10
Середній рівень завантаженості	9	6	8
Популярність серед населення	10	6	9
Рівень професіоналізму персоналу	10	8	9
Якість основних послуг	10	8	8

Продовження табл 2.6

Асортимент додаткових послуг	10	8	8
Якість рекламних засобів	10	9	8
Цінова політика	10	8	6
Разом (або усереднена оцінка)	10	8	9

Джерело: складено автором

Таким чином, за даними таблиці 2.6 ми з'ясували, що в порівнянні з конкурентами «Vodo travel» є лідером серед головних конкурентів на туристичному ринку. Туроператор уважно слідкує за світовими тенденціями, та продовжує регулярно розробляти нові послуги які зацікавлять сучасного туриста.

Тепер більш детально проаналізуємо сильні та слабкі сторони «Vodo travel», (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7

### Сильні й слабкі сторони «Vodo travel»

Елемент середовища	Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2	3
1. Виробництво основних і додаткових послуг	1.Можливість розширення підприємства; 2.Високий рівень якості пропонуванних послуг; 3.Ефективна система контролю якості послуг; 4. Популярність на туристичному ринку; 8. Надійні партнери.	1.Недостатня кількість інноваційних послуг
2. Персонал	1.Високий професіоналізм та кваліфікація персоналу 2.Високий рівень організаційної культури 3.Високий ступінь взаємодії між різними відділами 4.Низька плинність персоналу	1. Є можливість ще більше вдосконалити програму обслуговування клієнтів
3. Інноваційно-інвестиційна діяльність	1. Наявність авторських турів 2.Впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів 3.Сучасне обладнання на підприємстві	1. Наявність серйозних конкурентів на ринку

4. Маркетинг	1.Якісна маркетингова стратегія 2.Впізнаваний бренд 4.Відкриття нових філій в інших містах 5. Взаємодія з перевіреними партнерами в різних куточках світу	1.Агресивний маркетинг
5. Управління	1. Якісно розроблена стратегія підприємства 2. Логічно побудована організаційна структура 3. Демократичні методи керівництва	1.На сучасному ринку потрібен невинний розвиток
6. Фінанси	1.Наявність доходів через популярність туроператора 2.Ефективне залучення інвестицій 3. Високий рівень рентабельності	1.Кризивий стан країни

Джерело: складено автором

Для узагальненої оцінки ринкового становища підприємства «Vodo travel» було використано метод SWOT-аналізу, (таблиця 2.8), який дасть більш повну картину стану підприємства, його сильні та слабкі сторони. Покаже загрози яких потрібно позбутися, та покаже можливості які потрібно урахувати щоб продовжити розвиток підприємства.

Таблиця 2.8

### SWOT – аналіз діяльності підприємства

Сильні сторони	Слабкі сторони
1.Наявність соціальних мереж; 2.Ефективна маркетингова стратегія; 3. Кваліфікований персонал; 4.Висока якість обслуговування; 5.Великий відсоток нових послуг в асортименті; 6.Великий асортимент послуг на різний контингент; 7.Наявність клієнтської бази; 8.Впізнаваний бренд; 9.Довіра від споживачів; 10.Сучасне програмне забезпечення; 11. Авторський метод обслуговування клієнтів; 12. Логічно побудована організаційна структура управління; 13.Зручно запрограмований сайт; 14.Зручне розташування головного офісу;	1.Відсутність страхової компанії-партнера; 2. Відсутність страхової програми; 3.Недостатня кількість інноваційних послуг; 4. Висока вартість турів; 5. Висока еластичність попиту на тури; 6. Можливий відтік кадрів через погіршення економічної та військової ситуації в країні.

Можливості	Загрози
1. Відкриття нових філіалів; 2. Відкриття нових філіалів за кордоном; 3. Знайомство з новими партнерами; 4. Розширення мережі збуту; 5. Вдосконалення технічної бази; 6. Збільшення асортименту пропонованих послуг.	1. Світові баталії; 2. Заборона виїзду за кордон деяких груп українців; 3. Військовий стан на території України; 4. Відношення іноземців до українців.

Джерело: складено автором

Результат SWOT-аналізу показав, що здійснювана туристичним оператором діяльність - на високому рівні. Фірма має як сильні, так і слабкі сторони. При чому, сильних сторін у фірми набагато більше, ніж слабких. Управління фірми може активно використовувати наявні можливості та ефективно управляти реальними загрозами. Це типова ситуація для туристичного оператора на ринку. Але, у зв'язку з сьогодишньою в країні та світі ситуацією – туристичний оператор має дуже багато ризиків, які будуть слугувати спаду роботи протягом невизначеного періоду.

### Висновки до 2 розділу

Під час аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища туристичного підприємства "Bodo travel" було виявлено, що основним негативним чинником на розглянутий період були військові конфлікти в нашій країні, які вплинули на всі сфери діяльності (соціальну, технологічну, політичну та економічну). Це підтверджує той факт, що туризм, порівняно з іншими галузями, дуже чутливий до зовнішніх змін.

Аналіз економічних показників діяльності «Bodo travel» показав, позитивну динаміку в 2023 році в порівнянні з 2022 р. Дохід в 2023 році складає 1 967,50 тис. грн., а у 2022 році чистий прибуток складав 42,30 тис. грн, це на 4751,3% менше ніж в 2023 році.

Військові події на території нашої країни дуже повпливали на туризм в 2022 році, але ми бачимо позитивну динаміку в 2023р. Тому можна зробити

висновки, що 2022 рік з порівнянні з 2023 підприємство було не рентабельне (таблиця 2.4), як і всі туристичні оператори на Українському ринку.

SWOT-аналіз показує розвиток фірми, робітники мають комфортні умови для роботи, що в свою чергу дає насаги розвиватися та розробляти нові послуги та тури. А клієнти отримують якісний авторський продукт та приємне співвідношення ціна/якість.

### РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В ТОВ «BODO TRAVEL»

#### 3.1. Перспективи впровадження інноваційного продукту рекреаційного туризму в ТОВ «Bodo travel»

Проведене дослідження ТОВ «Bodo travel» показало, що туроператор потребує інновацій, тому відштовхуючись від умов які нас оточують, та потреб більшості українців, нами був розроблений інноваційний продукт рекреаційного туризму – ретрит тури.

Ретрит тури «Chillavida» - це подорожі в ретрит табори які розташовані поряд з чайними плантаціями в Україні, Китаї, Японії, Індії, Кенії, Індонезії, Тайвані, Шрі-Ланці.

Ретрит табір це новий різновид рекреаційного туризму який полягає у відвідуванні локацій які розташовані близько до чайних плантацій, де турист має можливість за певний період часу (зазвичай місяць) воз'єднатися з природою та пройти курс духовних практик які зцілять втрачені моральні та фізичні сили.

Дані тури розрахований на людей з середнім та високим рівнем достатку. Вартість туру залежить від країни спрямування,(таблиця 3.1).

Трансфер - перевезення туристів включає:

- трансфер з Києва у Польщу;
- переліт Польща (Варшава) - Китай (Фучжоу), Японія (Кіото), Індію (Сілігурі), Кенію (Меру), Індонезію (Кулон-Прого), Тайвань (Тайбей), Шрі-Ланку (Сігерія);
- трансфер з країни прибуття в ретрит табір.

Тривалість туру – від одної неділі до місяця (все залежить від бажання туриста та його фінансової можливості). Інформація подана в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

**Вартість туру в країни призначення**

Країна подорожі	Один місяць туру	Дві неділі туру
Україна	552,57 євро	276,26 євро
Китай	2283,98 євро	1160,39 євро
Японія	2200,50 євро	1000,00 євро
Індія	1827,19 євро	1141,99 євро
Кенія	2200,30 євро	1120,00 євро
Індонезія	2520,98 євро	2000,20 євро
Тайвань	2615,23 євро	1700,49 євро
Шрі-Ланка	1900,19 євро	1255,99 євро

Джерело складене автором

У програму туру входить: медитації, йога різних видів складності, духовні практики, цв'яхостояння, подорож - екскурсія на велосипедах до визначних місцевих пам'яток, походи з палатками, та саме цікаве - це майстерклас зі збирання та ферментації чаю. В кінці відпочинку відбудеться чайна церемонія з чаєм який приготували туристи, та кожен спробує власноруч приготований чай.

У вартість туру включені:

- проживання в таборі;
- всі варіації трансферу;
- послуги наставника який буде супроводжувати та допомагати, та проводити духовні практики та медитації;
- майстерклас по збиранню та ферментації чаю;
- послуги майстра з йоги;
- надання інвентарю для походу.

Розмір групи – 6 осіб.

В таборі будуть діяти суворі правила:

1. В день прибуття в табір у кожного гостя забирають телефон та інші гаджети щоб повністю поринути у практику та позбутися зайвих подразників.

2. На території табору заборонено вживати шкідливі речовини та шкідливу їжу.



3. Заборонено шуміти та поводитися агресивно по відношенню до інших.
4. Заборонено фотографувати та знімати територію табору.
5. Заборонено нищити та шкодити навколишньому середовищу.
6. Заборонено ходити по маршрутам та стежкам які відсутні в списку.

Оскільки через військовий стан, обмеження на перетинання державного кордону деяким особам та зростання кризових явищ, найбільш затребуваним нині буде тур по Україні.

Тур «Chillavida» - Україна – це багатоденний тур в ретрит табір в Закарпатті, спрямований на духовну та фізичну реабілітацію для людей з низьким та середнім рівнем достатку, з віковою категорією від 18 до 80 років.

Ретрит табір розташований в селі Мукачево, близько до нещодавно виведеної чайної плантації. Унікальністю даної локації є вирощування першого в Україні грузинського чаю, який зміг пристосуватися до клімату та ґрунтів нашої території.

Мета туру – реабілітація, оздоровлення, досягнення гармонії душі та тіла завдяки духовним практикам, та приготування авторського чаю.

Ціль туру - виховання поваги до свого організму та навколишнього середовища.

Тривалість туру – 14 днів.

Вартість туру- 11 500 грн.

Розмір групи – 6 осіб.

Трансфер – перевезення туристів передбачено на двох видах транспорту – потягом «Київ-Мукачево» - подані в таблиці 3.2. Також враховується пересування автобусом в ретрит табір з вокзалу в місті Мукачево.

Таблиця 3.2

**Розклад руху, вартість квитків, станції відправлення та  
призначення потягу «Інтерсіті», «Київ Пасажирський-Мукачево» та  
«Мукачево- Київ Пасажирський»**

Київ Пасажирський-Мукачево		
Станція	Час прибуття	Час відправлення
Київ Пасажирський	-	21:41
Шепетівка	01:28	02:06
Львів	04:28	04:34
Мукачево	08:27	-
Вартість трансферу на одну особу	798,98 грн	
Вартість трансферу на групу з шести людей та наставника	5592,86 грн	
Мукачево-Київ-Пасажирський		
Мукачево	-	00:30
Львів	03:21	04:00
Шепетівка	09:00	09:21
Київ Пасажирський	13:12	-
Вартість трансферу на одну особу	803,50 грн	
Вартість трансферу на групу з шести людей та наставника	5624,5 грн	

Джерело складене автором

У програму туру входить: медитації, йога різних видів складності, духовні практики, цв'яхостояння, подорож - екскурсія на велосипедах до визначних місцевих пам'яток, походи з палатками, та саме цікаве - це майстерклас зі збирання та ферментації чаю. В кінці відпочинку відбудеться чайна церемонія з чаєм який приготували туристи, та кожен спробує власноруч приготований чай.

У вартість туру включені:

- проживання в таборі;
- всі варіації трансферу;
- послуги наставника який буде супроводжувати та допомагати, та проводити духовні практики та медитації;

- майстерклас по збиранню та ферментації чаю;
- послуги майстра з йоги;
- надання інвентарю для походу.

В таборі будуть діяти суворі правила:

1. В день прибуття в табір у кожного гостя забирають телефон та інші гаджети щоб повністю поринути у практику та позбутися зайвих подразників.

2. На території табору заборонено вживати шкідливі речовини та шкідливу їжу.

3. Заборонено шуміти та поводитися агресивно по відношенню до інших.

4. Заборонено фотографувати та знімати територію табору.

5. Заборонено нищити та шкодити навколишньому середовищу.

6. Заборонено ходити по маршрутам та стежкам які відсутні в списку.

Також важливою особливістю цього виду відпочинку буде його екологічність. В Ретрит таборі ми не тільки піклуємося про своє здоров'я, але не забуваємо шанувати та берегти навколишнє середовище. Тому навіть збирання чаю є дозованим. Працівники слідкують за якістю ґрунту, та удобрюють його щоб запобігти деградації та виснаженню.

Територія табору поділена на маршрути по яким дозволено ходити, та зони заборонені для відвідування. Це зроблено задля того, щоб туристи могли помилуватися природою, не руйнуючи екосистему місцевості.

Отже ретрит подорож дасть можливість кожному відпочити з користю для себе без надмірної шкоди природі.

### **3.2. Аналіз попиту на запропонований інноваційний продукт**

Великої популярності за останні роки набрали чайні церемонії, йога, цв'яхостояння, медитація. Часто ці послуги надаються окремо. Тому для поціновувачів духовного відпочинку розробляються інноваційний продукт рекреаційного туризму - Ретрит подорожі. Метою ретриту є відновлення духовних та фізичних сил.

Після перемоги великому відсотку українців потрібна буде повна реабілітація щоб повернути жагу до життя. Даний вид відпочинку буде особливо корисним для військових, людей які пережили сильний стрес та людей з депресією.

Нестача відпочинку може призвести до серйозних наслідків, таких як погіршення фізичного та психічного здоров'я, зниження працездатності, збільшення ризику хронічних захворювань, погіршення якості життя.

Рекреація може допомогти людям впоратися зі стресом, покращити настрій, підвищити працездатність та зберегти здоров'я.

Туроператор «Vodo travel» спеціалізується на атрактивних турах, сповнених захоплюючими, екстремальними маршрутами на любий смак. Але в наш час щоб задовольнити потреби більшого відсотку людей туроператору потрібно мати в асортименті тур для споживачів яким потрібен спокій та відновлення. Тому на мою думку введення запропонованого туру в асортимент послуг туроператора «Vodo travel» буде актуальним в наше сьогодення. Також створення нового туру розширить коло споживачів, тим самим підвищуючи попит серед конкурентів на туристичному ринку.

Сформований нами тур потребує економічного обґрунтування. Економічний аналіз містить інформацію про калькуляцію та розрахунок собівартості та ринкову ціну туру, (таблиця 3.3).

## Калькуляція туру «Chillavida» на 14 днів

Калькуляційна стаття	Показники		
	Кількість	Ціна, грн.	Вартість, грн.
Страховка	6 осіб	258	1548
Візи <i>*при потребі</i>	-		
Транспорт	2-види транспорту на 6 осіб		7800
Проживання	На 6 осіб		
1-місне розміщення		400	2400
2-місне розміщення		600	3600
Харчування		916	5500
Заробітна плата наставника	На 6 осіб		12000
Додаткові витрати	На 6 осіб		1800
Загальновиробничі витрати			1200
Заробітна плата майстра на чайній плантації			6000
Витрати на рекламу	Реклама в інстаграм	800	800
<b>Виробнича собівартість</b>	На один тур		<b>40 248</b>
<b>Прибуток</b>	30%		17250
<b>Вартість обслуговування групи без ПДВ</b>	Одної групи		57 498
<b>Ціна одного ваучера без ПДВ</b>	На одну особу		9583
<b>ПДВ</b>	20%		1917
<b>Ціна продажу одного ваучера з ПДВ</b>	На одну особу		11500
<b>Ціна реалізації туру на групу</b>			69000

Джерело розроблене автором

Прогнозний план реалізації туру є важливим інструментом для туристичних компаній, оскільки дозволяє ефективно організувати процес, уникнути можливих проблем та забезпечити високу якість наданих послуг.(таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

## Прогнозний план реалізації туру «Chllavida» на 2025 рік

	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів
Січень	1	05.01.25 18.01.25
Лютий	1	-
Березень	1	15.03.25
Квітень	2	01.04.25 18.04.25
Травень	2	02.05.25 16.05.25
Червень	3	01.06.25 12.06.25 21.06.25
Липень	3	01.07.25 12.07.25 25.07.25
Серпень	3	07.08.25 16.08.25 26.08.25
Вересень	2	04.09.25 18.09.25
Жовтень	2	02.10.25 16.10.25
Листопад	1	01.11.25
Грудень	1	15.12.25 28.12.25

Джерело розроблене автором

Фінансовий результат від продажу туру є критично важливим для туристичної компанії, оскільки він визначає її здатність до розвитку, забезпечення високої якості послуг та підтримки конкурентоспроможності на ринку. Тому був проведений аналіз фінансового результату (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

## Фінансові результати від продажу туру

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	1311000
Чистий дохід від надання послуг	1092462
Собівартість послуг	764712
Валовий прибуток	327750
Податок на прибуток (18%)	58995
Чистий прибуток	268755

Джерело розроблене автором

Фінансові результати від продажу туру є позитивними та показують, що тур є рентабельним. Туроператор зможе отримати чистий прибуток у розмірі 268755 тис.грн, що свідчить про ефективність її діяльності. Високий валовий прибуток 327750 грн.

Таблиця 3.6

### Показник рентабельності туру

Показники	Абсолютне відхилення %
Рентабельність продажів %	24,6
Рентабельність витрат %	35,1

Джерело розроблене автором

Проведений аналіз ретрит туру «Chillavida» показав рентабельність продажів – 24,6% , та рентабельність витрат туру – 35,1%. В цілому тур є рентабельним для туроператора «Bodo travel», та має великий потенціал.

Наш проект допоможе популяризувати не тільки ретрит та екологічний туризм, а також підтримає розвиток чайної культури України, особливо нещодавно створену унікальну українську чайну плантацію.

### Висновки до 3 розділу

Ретрит тури «Chillavida» - це подорожі в ретрит табори які розташовані поряд з чайними плантаціями в Китаї, Японії, Індії, Кенії, Індонезії, Тайвані, Шрі-Ланці, в даліні від великого скупчення людей.

Ретрит табір це новий різновид рекреаційного туризму який полягає у відвідуванні локацій які розташовані близько до чайних плантацій, де турист має можливість за певний період часу (зазвичай місяць) возз'єднатися з природою та пройти курс духовних практик які зцілять втрачені моральні та фізичні сили.

Після перемоги великому відсотку українців потрібна буде повна реабілітація щоб повернути жагу до життя. Даний вид відпочинку буде

особливо корисним для військових, людей які пережили сильний стрес та людей з депресією.

Туроператор «Bodo travel» спеціалізується на атрактивних турах, сповнених захоплюючими, екстремальними маршрутами на любий смак. Але в наш час щоб задовольнити потреби більшого відсотку людей туроператору потрібно мати в асортименті тур для споживачів яким потрібен спокій та відновлення. Введення запропонованого туру в асортимент послуг туроператора «Bodo travel» буде актуальним в наше сьогодення. Також Створення нового туру розширить коло споживачів, тим самим підвищуючи попит серед конкурентів на туристичному ринку.

В цілому тур є рентабельним для туроператора «Bodo travel», та має великий потенціал.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У даній кваліфікаційній роботі було розглянуто важливість введення інноваційного продукту в асортимент послуг туристичної компанії, задля подальшого розвитку підприємства. Розглянуто теоретичні аспекти рекреаційного туризму то його підвиду – ретрит туризму. Також проаналізовано сутність інновацій в туризмі, їх види та особливості.

Був проведений організаційно-економічний аналіз туроператора «Vodo travel», який показав слабкі сторони - які потрібно виправити , та сильні сторони- які вирізняю підприємство серед конкурентів на туристичному ринку.

Туроператор має якісно побудовану лінійно - організаційну структуру управління, яка є ефективною для даного підприємства. Команда складається з 15 осіб працівників – професіоналів, з великим досвідом роботи в сфері туризму та подорожах, які захоплюються своєю справою та бажають розвивати та вдосконалювати туризм, роблячи його цікавим, зручним та доступним кожному, відштовхуючись від потреб туристів та умов сьогодення.

Аналізуючи фінансові показники за останні два роки, ми можемо зробити висновок, що 2022 рік, через початок військового стану на території України- був не рентабельним та малоприбутковим. В 2023 році ми бачимо помітне покращення фінансової ситуації.

SWOT – аналіз показав, що SWOT-аналіз підприємства є позитивним в усіх аспектах, тому що надає своїм робітникам комфортні умови для роботи, що в свою чергу дає насаги розвиватися та розробляти нові послуги та тури. А клієнти отримують якісний авторський продукт та приємне співвідношення ціна/якість.

Успішність підприємств в сфері туризму в значній мірі залежить від здатності надати новий продукт, здатності до інновацій. Для забезпечення ефективного функціонування на ринку, туристичні компанії повинні

постійно впроваджувати нововведення як інструмент для подолання кризових явищ та для стимулювання розвитку підприємства, щоб зберегти свою позицію на ринку в умовах високої конкуренції. Тому був запропонований інноваційний продукт рекреаційного туризму.

Існує багато різних видів рекреації, тому кожен може знайти те, що йому подобається. Останнім часом зростає популярність таких рекреаційних практик, як чайні церемонії, йога, цв'яхостояння та медитація. Ці практики допомагають людям розслабитися, зменшити стрес та покращити загальне самопочуття.

Ретрити - це спеціально організовані подорожі, де люди можуть відновити сили як духовні, так і фізичні.

Під час ретриту учасники можуть взяти участь у чайних церемоніях, займатися йогою, практикувати цв'яхостояння, медитувати, спілкуватися з однодумцями, відпочивати на природі та ін.

Ретрити - це чудовий спосіб втекти від повсякденної метушні та приділити час собі. Вони допомагають людям розслабитися, зменшити стрес, познайомитися з новими людьми та знайти однодумців, покращити концентрацію уваги, навчитися новим практикам, які допоможуть покращити життя, підвищити рівень енергії та відчути себе щасливішими, відпочити на природі.

«Vodo travel» є сильним туроператором. Фірма є лідером серед конкурентів на туристичному ринку, який надає різноманітні послуг та атрактивні тури. Але світ не стоїть на місці й потреби сучасного туриста змінюються в залежності від умов які його оточують.

Відштовхуючись від подій які відбулися за останні два роки, більшість потребують спокійний відпочинок без зайвої активності та подій, задля відновлення нервової системи. Нестача відпочинку може призвести до серйозних наслідків, таких як погіршення фізичного та психічного здоров'я, зниження працездатності, збільшення ризику хронічних захворювань,

погіршення якості життя. Рекреація може допомогти людям впоратися зі стресом, покращити настрій, підвищити працездатність та зберегти здоров'я.

Нами був розроблений інноваційний продукт рекреаційного туризму – ретрит тури «Chillavida».

Ретрит тури «Chillavida» - це подорожі в ретрит табори які розташовані поряд з чайними плантаціями в Китаї, Японії, Індії, Кенії, Індонезії, Тайвані, Шрі-Ланці, в даліні від великого скупчення людей.

Ретрит табір це новий різновид рекреаційного туризму який полягає у відвідуванні локацій які розташовані близько до чайних плантацій, де турист має можливість за певний період часу (зазвичай місяць) возз'єднатися з природою та пройти курс духовних практик які зцілять втрачені моральні та фізичні сили.

Вдосконалення та розширення асортименту послуг допоможе залучити більше клієнтів, та популяризувати ретрит туризм який є актуальним в наш час. Тому реалізація запропонованих заходів принесе значні позитивні результати, які так необхідні в умовах різкого скорочення попиту на туристичні послуги в наш нелегкий час не лише в Україні, а і серед інших країн світу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андруцішин І.М. Формування туристичного іміджу регіону на основі залучення маркетингових комунікаційних технологій. Збірник наукових праць Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди. 2017. Вип.20(3). С. 93-97.
2. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. / О. О. Бейдик. – 3-є видання перероб. та допов. – К. : Альтерпрес, 2017. – 462 с.
3. Бандурка, Н. Інтернет-маркетинг як основа розвитку малого і середнього бізнесу в туризмі. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2020. № 916. С. 85-91.
4. Бочарова Ю., Щербина Н. Маркетингові інструменти у формуванні та просуванні туристичного продукту. Підприємництво, господарство і право. 2019. № 11. С. 37-43.
5. Білоус Д.В. Туризм як стратегічний інструмент регіонального розвитку. Економічні обґрунтування ветеринарної медицини. 2019. Т.3, №1. С. 9-17.
6. Великі М.В. Впровадження туристичної стратегії розвитку регіону в умовах економічної нестабільності. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2019. №1(88). С. 63-72.
7. Гродзинська І.О. Управління інноваційною діяльністю підприємств санаторно-курортного комплексу / І.О. Гродзинська, В.В. Лебедева // Матеріали XV міжнародної науково-практичної конференції „Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика”, Луцьк, 2015. — С. 344–346.
8. Гаркавиш М. Стратегії маркетингу в сучасному туризмі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2019. № 3. С. 133-144.
9. Кузик С. П. Географія туризму : навчальний посібник. / С.П. Кузик. - К.: Знання, 2018. – 271 с.

10. Масляк П.О. Рекреаційна географія. [Електронний ресурс] — Режим дос- [ту:http://libfree.com/193036331-turizmrekreatsiyna\\_geografiya\\_maslyak po.html](http://libfree.com/193036331-turizmrekreatsiyna_geografiya_maslyak_po.html).
11. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навчальний посібник / Н. В. Фоменко. – К. : Центр навчальної літератури, 2020. – 312 с.
12. Стельмах А. Напрями інноваційного маркетингу в розвитку туризму. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2018. № 9 (207). С. 47-51.
13. Терещенко А. Основні елементи маркетингової стратегії в туризмі. Вісник Книжкової палати. 2018. № 1. С. 26-30.
14. Устименко С. Потужність маркетингу в туристичному секторі: сучасний стан та перспективи розвитку. Перспективи розвитку сучасного господарства. 2019. № 1. С. 105-111.
15. Чижиков П.Н., Формування стратегії розвитку інфраструктури туризму в регіонах. Економічний Часопис-XXI. 2016. №11-12(171-172). С. 51-54.
16. Шевченко О.В., Маркетинг інноваційного розвитку туризму в регіоні. Вісник Північного університету. Серія «Економіка і управління». 2016. Вип. 13. С. 71-75.
17. Шинкаренко Н.І., Стратегії розвитку туризму в регіоні на основі аналізу й моделювання туристичного попиту. Економічний вісник Донбасу. - 2017. №2(50). С. 147-153.
18. Жук Ю.М. Маркетингова стратегія розвитку туризму в регіоні: дослідження, моделі та ефективні інструменти. Економічний аналіз. 2018. Т.28, №1. С. 54-63.
19. Масляк П.О. Рекреаційна географія. [Електронний ресурс] — Режим дос- [ту:http://libfree.com/193036331-turizmrekreatsiyna\\_geografiya\\_maslyak po.html](http://libfree.com/193036331-turizmrekreatsiyna_geografiya_maslyak_po.html).
20. Школа І. М. Менеджмент туризму: підручник / І. М. Школа, О. П. Корольчук. - Чернівці: Книги - XXI, 2015. - 464 с.

21. Офіційний сайт туроператора «Bodo travel» [Електронний ресурс] - <https://travel.bodo.ua/>.
22. Офіційний сайт результату фінансової діяльності «Bodo travel» [Електронний ресурс] - <https://youcontrol.com.ua>.
23. Шнирков, Н.В. Резнікова // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2015. - Вип. 124, Ч. 2. - С. 121–129.
24. Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної відеоконференції, Львів, 23–24 травня 2015 р. / Національний університет "Львівська політехніка" та ін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 232.
25. Саух І. В. Фінансовий потенціал підприємства: принципи та особливості його формування / І.В. Саух // Бізнес Інформ. – 2015. – №1. – С. 258–262.
26. Визначення значення «затвору» [Електронний ресурс]- <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
27. Визначення значення «Ретриту» [Електронний ресурс] - <https://uk.wikipedia.org>.
28. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. - К.: Знання, 2016. - 661 с.
29. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 368 с.
30. Слабковський Ю. Розвиток маркетингу та його роль в економічному зростанні / Ю. Слабковський // Економіка України. – 2018. – № 5. – 74-81 с.
31. Пестушко В. М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи / В.М. Пестушко // Географія та основи економіки. – 2015. - № 7. – С. 257 -265.
32. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2017, 456 с.

33. Євтушенко О.В. Застосування комплексу маркетингу в сфері туризму / О.В. Євтушенко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. — 2018. — № 1144. — С. 166–170.

34. Філіпова Т.С. Стратегія розвитку туризму як інструмент сучасного регіонального розвитку. Регіональна економіка. 2019. №1. С. 68-74.

35. Кібанов А. Я. Оцінка економічної ефективності удосконалення управління підприємством / А. Я. Кібанов. – М: Інфра, 2019. – 342 с.

36. Устименко С. Потужність маркетингу в туристичному секторі: сучасний стан та перспективи розвитку. Перспективи розвитку сучасного господарства. 2019. № 1. С. 105-111.

37. Петранівський, В. Л. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. / В. Л. Петранівський, М. Й. Рутинський. - К.: Знання, 2016. - 575 с.

38. Белявцева М.І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. / М.І. Белявцева, В.Н. Воробйова. - К.: Центр навчальної літератури, 2017. - 407 с.

39. Кроковська А.М. Стратегія розвитку туризму як ключовий інструмент формування конкурентних переваг регіону. Науковий простір. 2019. №2(20). С. 61-65.

40. Ковальчук І. Маркетингові стратегії в туризмі: проблеми та шляхи вирішення. Вісник ДонНУЕТ. 2018. № 2. С. 47-52.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «БОДО ТРЕВЕЛ»

Юридична адреса: 02088, м. Київ, вул. Харченка Євгена, 47, кв.115

Адреса для листування: а/с 230, м. Київ-150, 03150

Код ЄДРПОУ 40077257

ІПН 400772526510

р/р UA473808050000000026007500783 в АТ «Райффайзен Банк Аваль»

МФО 380805

р/р UA473052990000026000005010281 в АТ КБ "ПРИВАТБАНК"

МФО 305299

Є платником податку на прибуток на загальних підставах

*Банківські реквізити «Bodo travel»*



## АГЕНТСЬКИЙ ДОГОВІР № 14/09/2017

м. Київ

«14» вересня 2017 року

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «БОДО ТРЕВЕЛ»**, назване у подальшому «Туроператор» (ліцензія № 1535 від 25.11.2015), в особі Директора Дрозда Віталія Вікторовича, який діє на підставі Статуту, з однієї Сторони, та **Фізична особа-підприємець Костін Олександр Миколайович**, назване у подальшому «Турагент», (розмір фінансової гарантії відповідальності Турагента складає еквівалент суми 2000,00 Євро, яка надана ПАТ «Банк Інвестицій та Заощаджень», згідно Договору про надання банківської гарантії виконання зобов'язань № 9976/17-Г від 17 серпня 2017 р.), в особі Костіна Олександра Миколайовича, який діє на підставі Виписки з ЄДР, з другої Сторони (далі разом іменовані Сторони, а кожен окремо – Сторона), уклали цей Агентський договір про наступне:

**1. ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ У ЦЬОМУ ДОГОВОРІ**

**1.1. Туристичний продукт, Турпродукт** – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, наведений у цінових пропозиціях, каталогах та розсилах Туроператора, який поєднує не менше двох таких послуг і який реалізується або пропонується за певною ціною. Перелік туристичних послуг, що входять до складу Турпродукту, зазначається у договорі на туристичне обслуговування.

**1.2. Турист, замовник, споживач** – фізична або юридична особа, зацікавлена у придбанні Туристичного продукту та укладенні договору на туристичне обслуговування з Туроператором та/або така, що придбала відповідний Турпродукт (уклала договір на туристичне обслуговування з Туроператором).

**1.3. Експедиція (Тур)** – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо), що входять до складу Турпродукту.

**1.4. Заявка на бронювання, заявка** – адресована Турагентом пропозиція Туриста укласти Договір на умовах, визначених Туроператором, що містить сукупність туристичних послуг (із зазначенням їх кількісних і якісних характеристик), обраних Туристом за формою, наведеною у Додатку № 1 до даного Договору.

**1.5. Підтвердження заявки** – письмове або електронне повідомлення Туроператора про отримання Заявки та можливість бронювання Турпродукту, форма якого наведена у Додатку № 2 до цього Договору.

**2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ**

**2.1.** Турагент зобов'язується за винагороду надати Туроператору послуги з пошуку замовників туристичних послуг, що входять до складу Туристичного продукту, а Туроператор зобов'язується сплатити Турагенту винагороду за надані послуги в розмірі, вказаному в цьому договорі.

**2.2.** Територією дій Турагента з пошуку замовників туристичних послуг Туроператора є як територія України, так і територія інших держав.

**2.3.** Повноваження Турагента на вчинення від імені і за рахунок Туроператора дій, передбачених цим Договором, підтверджуються безпосередньо цим Договором і не потребують видачі Турагенту окремої довіреності, за виключенням випадків, прямо передбачених цим Договором.

**2.4.** Відносини, що виникають з цього Договору не є монопольними агентськими відносинами.

**3. УМОВИ ТА ПОРЯДОК НАДАННЯ ПОСЛУГ**

**3.1.** Турагент повинен особисто виконати дії, на які він уповноважений Туроператором та не може передавати на свій розсуд іншим особам прав, якими він володіє та користується в інтересах Туроператора.

**3.2.** Туроператор має право довірити комерційне посередництво щодо реалізації Турпродуктів та пошуку потенційних замовників Турпродукту також іншим суб'єктам, а

Туроператор \_\_\_\_\_

1

Турагент \_\_\_\_\_

АКТ  
Переї  
Wind

Агентський договір «Bodo travel»



АТ «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ»  
 вул. Юрія Ілленка, 83-Д, м. Київ, Україна, 04119  
 тел.: (044) 207 70 20  
 call центр: 0 800 50 30 05  
 e-mail: info@bisbank.com.ua  
 www.bisbank.com.ua

**БАНКІВСЬКА ГАРАНТІЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
 ЦИВІЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА № 3515/23-Г**

м. Київ

27 жовтня 2023 р.

**ПРИНЦИПАЛ:** ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "БОДО ТРЕВЕЛ", код ЄДРПОУ 40077257, Україна, 02088, м. Київ, вул. Харченка Євгена, буд. 47, кв. 115.

**БЕНЕФІЦІАР:** будь-яка особа – турист, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 години до одного року без здійснення будь-якої, оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін, яка уклала Договір на туристичне обслуговування з Принципалом.

**СУМА ГАРАНТІЇ:** 778 182.00грн. (Сімсот сімдесят вісім тисяч сто вісімдесят дві гривні 00 копійок), що згідно з офіційним валютним курсом НБУ на 25 жовтня 2023 р. становить 20000 Євро (Двадцять тисяч євро 00 євроцентів).

**ГАРАНТ:** АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ», код ЄДРПОУ 33695095, Україна, 04119, м. Київ, вул. Юрія Ілленка, 83-Д, код банку 380281

**СТРОК ДІЇ ГАРАНТІЇ:** до 30 жовтня 2024 р. включно.

З метою покриття цивільної відповідальності Принципала (як Туроператора), Гарант зобов'язується відшкодувати збитки, що можуть бути заподіяні Бенефіціару в разі порушення процесу про визнання банкрутом Принципала за умови невиконання Принципалом Договору на туристичне обслуговування, що підтверджено рішенням суду, що набрало законної сили та настання обставин, передбачених ст. 15 Закону України „Про туризм“, лише після отримання від Бенефіціара таких документів:

1. Письмової вимоги Бенефіціара з посиланням на цю Гарантію, яка підписана Бенефіціаром (представником Бенефіціара), за умови, що у вимозі буде вказано, що сума, яку Бенефіціар вимагає сплатити, має бути виплачена Бенефіціару у зв'язку з невиконанням Принципалом своїх зобов'язань у відповідності до Договору на туристичне обслуговування та викладені обставини невиконання Принципалом (як Туроператором) зобов'язань за Договором на туристичне обслуговування.
2. Оригінала Договору на туристичне обслуговування та копії цієї Гарантії, завіреної печаткою Принципала.
3. Оригіналів фінансових документів, які підтверджують оплату Бенефіціаром вартості туристичних послуг у відповідності з Договором на туристичне обслуговування.
4. Оригіналів документів, що підтверджують фінансові витрати Бенефіціара.
5. Документів, які підтверджують ненадання Принципалом послуг, передбачених Договором на туристичне обслуговування, а також розмір задоволених вимог (належним чином завірена копія рішення суду (що набрало законної сили) про задоволення позовних вимог Бенефіціара до Принципала про стягнення з останнього вартості ненаданих послуг, передбачених Договором на туристичне обслуговування (у разі, якщо наданим рішенням суду також задоволені інші вимоги Бенефіціара, сума кожного виду виплат, які підлягають оплаті на підставі такого рішення, повинна бути окремо зазначена в резолютивній частині рішення), копія постанови державного виконавця про відкриття виконавчого провадження).
6. Судове рішення, що набрало законної сили та підтверджує порушення процесу про банкрутство Принципала.
7. Документів, які засвідчують особу Бенефіціара.

Документи, що підтверджують настання будь-якої з подій, що пов'язані зі сплатою Гарантом Бенефіціару Суми гарантії, повинні бути завірені належним чином, підписані уповноваженими особами та доставлені Гаранту або особисто Бенефіціаром (його законним представником), або надіслані рекомендованим листом, або кур'єрською поштою.

При цьому Гарант не несе відповідальності у разі задоволення вимог Бенефіціара, якщо вимоги Бенефіціара не підлягають сплаті.

ЄДРПОУ 33695095  
 Код банку 380281  
 Ліцензія НБУ №221 від 24.10.2011р. Усі види банківських послуг

## Додаток В

служб засобів зв'язку, а також затримки при оформленні відповідних документів.

Дійсною Гарантією задовольняються виключно вимоги Бенефіціара, що пред'являються в разі порушення процесу про визнання банкрутом Принципала. Вимоги Бенефіціара щодо сплати йому моральної шкоди, а також сум штрафів та пені, Гарантом за цією Гарантією не задовольняються.

З метою уникнення непорозумінь Гарант зазначає, що у якості Бенефіціара за цією Гарантією може виступати одночасно декілька туристів, але відповідальність Гаранта обмежується виключно Сумою гарантії (тобто незалежно від кількості Бенефіціарів зобов'язання Гаранта щодо задоволення їх вимог обмежується сумою 778 182.00 (Сімсот сімдесят вісім тисяч сто вісімдесят дві гривні 00 копійок), а вимоги кожного з Бенефіціарів задовольняються у порядку черговості їх звернення до Гаранта.

Ця Гарантія буде автоматично зменшуватись на всі суми, що виплачені Гарантом на користь Бенефіціара (Бенефіціарів) за цією Гарантією.

Право вимоги за даною Гарантією належить виключно Бенефіціару. Незалежно від тих обставин, які можуть скластись протягом строку дії даної Гарантії, Бенефіціар не може передавати іншій юридичній або фізичній особі право вимоги до Гаранта у повному обсязі або у частині. Передання Бенефіціаром копії даної Гарантії іншій особі не свідчить про передання права вимоги до Гаранта.

Ця Гарантія набуває чинності з 30 жовтня 2023 р. та діє до 30 жовтня 2024 р. (включно). Будь-яка вимога повинна бути отримана Гарантом не пізніше вищевказаної дати, після настання якої ця Гарантія втрачає чинність незалежно від того, чи буде вона повернута для анулювання, чи ні.

Після закінчення строку дії Гарантії відповідальність Гаранта за цією Гарантією припиняється.

Дія Гарантії та зобов'язання Гаранта за нею припиняються у випадках:

якщо сума виплат по цій Гарантії досягає 778 182.00грн. (Сімсот сімдесят вісім тисяч сто вісімдесят дві гривні 00 копійок), що згідно з офіційним валютним курсом НБУ на 25 жовтня 2023 р. становить 20000 Євро (Двадцять тисяч євро 00 євроцентів):

- сплати Гарантом на користь Бенефіціара передбаченого цією Гарантією платежу;
- відмови Бенефіціара від своїх прав за цією Гарантією шляхом подання письмової заяви про звільнення Гаранта від зобов'язань за цією Гарантією.

Будь – які зміни до тексту цієї Гарантії можуть вноситись лише після їх узгодження між Принципалом та Гарантом.

Ця Гарантія підпадає під дію та тлумачиться у відповідності із законами України.

Підписано у АТ «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ» у м. Київ 27 жовтня 2023 р.

Начальник Київського відділення № 7 АТ "БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ"



*[Handwritten signature]*

Замула К. С.

*Банківська гарантія фінансового забезпечення «Vodo trave»*



**ВИПИСКА**  
з Єдиного державного реєстру юридичних осіб,  
фізичних осіб-підприємців та громадських формувань

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "БОДО ТРЕВЕЛ"**

*Ідентифікаційний код юридичної особи:*  
40077257

*Місцезнаходження юридичної особи:*  
Україна, 02088, місто Київ, вул.Харченка Євгена, будинок 47, квартира 115

*Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:*  
26.12.2022, 1000651070006021411.

*Прізвище, ім'я та по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи без довіреності, у тому числі підписувати договори, та наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи:*  
ДРОЗД ВІТАЛІЙ ВІКТОРОВИЧ – керівник

*Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань та інформаційними системами державних органів:*

22.10.2015, ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ, 37507880

22.10.2015, 265115159615, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У М.КИЄВІ, ДПІ У ДАРНИЦЬКОМУ РАЙОНІ (ДАРНИЦЬКИЙ РАЙОН М.КИЄВА), 44116011, (дані про взяття на облік як платника податків)

22.10.2015, 10000000497252, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У М.КИЄВІ, ДПІ У ДАРНИЦЬКОМУ РАЙОНІ (ДАРНИЦЬКИЙ РАЙОН М.КИЄВА), 44116011, 7, (дані про взяття на облік як платника єдиного внеску)

*Види економічної діяльності:*  
79.12 Діяльність туристичних операторів (основний)

*Назви органів управління юридичної особи:*  
ЗАГАЛЬНІ ЗБОРИ УЧАСНИКІВ, ДИРЕКТОР

Ак  
Пер

*Виписка з ЄДР «Bodo travel»*

## Додаток Г

**Запис про перебування юридичної особи в процесі припинення:**  
Відомості відсутні

**Вид установчого документа:**  
Відомості відсутні

**Інформація для здійснення зв'язку:**  
+38 (067) -235-65-75

**Номер, дата та час формування виписки:**  
163121796027, 26.12.2022 08:17:02

Дніпровська районна в місті Києві державна  
адміністрація

Галунко А.П.



*Виписка з ЄДР «Bodo travel»*



## ЛІЦЕНЗІЯ

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України

Номер і дата прийняття рішення	№ 1535, 25.11.2015
Дата і номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців про видачу ліцензії	-
Вид господарської діяльності (повністю або частково)	Туроператорська діяльність
Найменування юридичної особи	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "БОДО ТРЕВЕЛ"
Код згідно з ЄДРПОУ юридичної особи	40077257
Місцезнаходження юридичної особи	вулиця Леніна, будинок 47, квартира 115, м. Київ, 02088



Айварас АБРОМАВИЧУС

*Ліцензія на здійснення туроператорської діяльності «Bodo travel»*

**ДОГОВІР № \_\_\_ / \_\_\_\_\_ 2024 від \_\_\_\_\_ 2024  
на туристичне обслуговування**

м. Київ

"\_\_" \_\_\_\_\_ 2024 року

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "БОДО ТРЕВЕЛ"** (надалі іменується "Туроператор"), ліцензія № 1535 від 25.11.2015 в особі В.о. директора Дрозда Віталія Вікторовича, який діє на підставі Статуту, з однієї Сторони,

та \_\_\_\_\_, паспорт \_\_\_\_\_, виданий \_\_\_\_\_, що зареєстрований(а) за адресою: \_\_\_\_\_ (надалі іменується "Турист"), який(а) діє на підставі власного волевиявлення і від свого імені, з другої Сторони (далі разом іменуються Сторони, а кожен окремо – Сторона), уклали цей Договір, про наступне:

Значення термінів, що використовуються у цьому Договорі:

**Туристичний продукт, Турпродукт** – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, наведений у цінових пропозиціях, каталогах та розсилах Туроператора, який поєднує не менше двох таких послуг і який реалізується або пропонується за певною ціною. Перелік туристичних послуг, що входять до складу Турпродукту, зазначено у Додатку № 1 до цього Договору.

**Експедиція (Тур)** – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо), що входять до складу Турпродукту.

**Супутні послуги** – послуги, що надаються Туроператором або Партнерами Туроператора, вартість яких не входить до складу вартості Турпродукту і оплачується Туристом додатково.

**Заявка на бронювання** – пропозиція Туриста укласти Договір на умовах, визначених Туроператором, що містить сукупність туристичних послуг (із зазначенням їх кількісних і якісних характеристик), обраних Туристом.

**Підтвердження заявки** – письмове або електронне повідомлення Туроператора про отримання Заявки та можливість бронювання Турпродукту.

**Партнери Туроператора** - господарюючі суб'єкти, які здійснюють безпосереднє надання Туристу та особам, що подорожують з ним, замовлених туристичних та/або супутніх послуг (в т.ч. - авіакомпанії, туристичні компанії в країні перебування, готелі тощо).

Інші терміни, що використовуються в цьому Договорі, вживаються у значенні, наведеному в Законі України "Про туризм" та інших актах чинного законодавства.

#### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. В порядку та на умовах, визначених цим Договором, Туроператор зобов'язується забезпечити бронювання та надання Туристу та особам, що подорожують з ним, Туристичного продукту, зазначеного у Додатку № 1 до цього Договору, а Турист зобов'язується прийняти та оплатити вартість Турпродукту і супутніх послуг та здійснити інші дії, передбачені цим Договором, необхідні для отримання Турпродукту та здійснення Експедиції.

1.2. Умови Туристичного продукту, перелік та зміст туристичних послуг, що входять до його складу, а також його вартість зазначаються у Додатку № 1 до цього Договору, що є його невід'ємною частиною.

1.3. У відповідності з цим Договором Туроператор може надавати консультативно-інформаційні послуги з підбору і бронювання Туристичного продукту та виступати посередником між Туристом і транспортними, страховими компаніями та іншими суб'єктами туристичної діяльності, які зазначені в підтвердженні та/або у рахунку-фактурі Туроператора .

1.4. Турист виступає єдиним уповноваженим представником всіх осіб, з якими він подорожує та від імені яких він діє за усним дорученням, приймає на себе всі їх права та обов'язки по виконанню умов цього Договору.

1.5. Туристичний продукт, передбачений цим Договором, вважається наданим Туристу з дня завершення Експедиції.

1.6. Туроператор - має правовий статус посередника, уповноваженого на здійснення певних дій цим Договором у правочинах між Туристом та суб'єктами надання характерних й супутніх туристичних послуг та товарів пов'язаних з перевезенням і розміщенням, наданням послуг з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції, страхових, готельних послуг іншими суб'єктами підприємницької діяльності й фізичними особами, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо, які одержує Турист, до якого переходять права та обов'язки сторони у таких правочинах, без врахування того, що особа Туроператора зазначається у таких правочинах та того, що вона вступає у відносини по виконанню такого правочину внаслідок здійснення певної дії (розрахунків/оплати послуг, сприяння у оформленні чи оформленні документів, представництва тощо).

*Шаблон договору «Bodo travel»*

УДК: 338

**РЕТРИТИ: НОВИЙ ТРЕНД У РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ****Антоненко І.Я., д.е.н., проф.****Степанович М.О., здобувач***Національний університет харчових технологій  
(НУХТ), м. Київ*

**Актуальність теми.** У сучасному світі, де люди оточені стресами, спричиненими глобальними конфліктами, жорсткою конкуренцією на ринку праці, зростанням урбанізації та іншими факторами, рекреація відіграє виключно важливу роль.

Нестача відпочинку може призвести до серйозних наслідків, таких як погіршення фізичного та психічного здоров'я, зниження працездатності, збільшення ризику хронічних захворювань, погіршення якості життя.

Рекреація може допомогти людям впоратися зі стресом, покращити настрій, підвищити працездатність та зберегти здоров'я.

**Матеріали та методи.** Матеріалами для написання тез стали наукові збірки з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу - для уточнення економічних категорій, логічного узагальнення - при формулюванні висновків.

**Результат та обговорення.** Існує багато різних видів рекреації, тому кожен може знайти те, що йому подобається. Останнім часом зростає популярність таких рекреаційних практик, як чайні церемонії, йога, цв'яхостояння та медитація. Ці практики допомагають людям розслабитися, зменшити стрес та покращити загальне самопочуття.

Однак, часто ці практики доступні лише окремо, що може бути незручно для людей, які шукають комплексний підхід до відпочинку.

Саме тому зараз набирають популярності ретрит-подорожі. Ретрити - це спеціально організовані подорожі, де люди можуть відновити сили як духовні, так і фізичні.

Під час ретриту учасники можуть взяти участь у чайних церемоніях, займатися йогою, практикувати цв'яхостояння, медитувати, спілкуватися з однодумцями, відпочивати на природі та ін. [1]

Ретрити - це чудовий спосіб втекти від повсякденної метушні та приділити час собі. Вони допомагають людям розслабитися, зменшити стрес, познайомитися з новими людьми та знайти однодумців, покращити концентрацію уваги, навчитися новим практикам, які допоможуть покращити життя, підвищити рівень енергії та відчути себе щасливішими, відпочити на природі.

Ретрит-подорожі - не лише чудовий спосіб відновити сили та покращити загальне самопочуття, але й зробити свій внесок у збереження



навколишнього середовища. Ціль даних подорожей зробити відпочинок екологічно чистим.

Ось декілька прикладів:

- під час відпочинку користуватися екологічно чистими продуктами харчування та біорозкладними засобами гігієни;
- мінімізувати використання пластику та інших шкідливих для довкілля матеріалів;
- економного використання води та енергії учасниками ретритів;

В Україні та за кордоном є приклади організації ретрит таборів.

Ретрит табір - новий різновид рекреаційного туризму, який полягає у відвідуванні локацій, що розташовані близько до чайних плантацій в даліні від цивілізації, де турист має можливість за певний період часу (зазвичай місяць) воз'єднатися з природою та пройти курс духовних практик, які зцілять втрачені моральні та фізичні сили. Головна ціль поїздки є проведення вільного часу з максимальною користю для організму [2].

Туристи які обрали даний вид відпочинку отримують пакет послуг, в який входять: медитація, йога різних видів, духовні практики, цв'яхостояння, та саме цікаве це воркшоп зі збирання та ферментації чаю. В кінці відпочинку відбудеться чайна церемонія з чаєм, який приготували туристи, та кожен спробує власноруч приготовлений чай.

В таборі діють суворі правила: в день прибуття в табір у кожного гостя забирають телефон та інші гаджети щоб повністю поринути у ретрит та позбутися зайвої-тривожної інформації; на території табору заборонено вживати шкідливі речовини та шкідливу їжу; заборонено шуміти та поводитися агресивно по відношенню до інших; заборонено фотографувати та знімати територію табору; заборонено нищити та шкодити навколишньому середовищу; заборонено ходити по забороненим маршрутам . Територія табору зонована, прокладені маршрути щоб туристи могли помилуватися природою не виснажуючи та не руйнуючи екосистему місцевості. Тому, ретрит відпочинок дасть можливість кожному відпочити з користю для себе.

**Висновок.** Світові війни, погіршення екології, збільшення конкуренції на трудовому ринку все більше виснажують людей та зменшують відсоток працездатного населення. Ретрит подорож - інноваційний продукт, нахшталт «розумного відпочинку» [3], який допомагає відновити духовні та фізичні сили без шкоди здоров'ю та навколишньому середовищу.

Даний вид відпочинку буде особливо корисним для військових, волонтерів та людей, які пережили сильний стрес. Після перемоги великому відсотку українців потрібна буде повна реабілітація щоб повернути жагу до життя.



Джерело складене автором на основі [38]

**Рис.3.1** Схема руху по маршруту «Київ Пасажирський-Мукачево»  
«Мукачево- Київ Пасажирський»