

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

«Транспортне обслуговування туристичної діяльності в умовах війни за матеріалами ТОВ «Lets go travel», м. Хмельницький»

Галузь знань _____ 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність _____ 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма _____ «Туризм»

Шифр _____

Виконав: студент 2 курсу група ТУРм-22-1 _____ А.М. Гошовський

Керівник

_____ Л.В. Григор'єва
(підпис, дата) (Ініціали, прізвище)

Нормоконтролер

_____ (підпис, дата) (Ініціали, прізвище)

До захисту допускаю:

Зав. кафедри туризму
та готельно ресторанної-справи

_____ І.Є. Журба
(підпис, дата) (Ініціали, прізвище)

_____ 2023 р.

Хмельницький 2023

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
 Рівень вищої освіти магістр
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
 Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

зав. кафедри туризму та
 готельно-ресторанної справи
Журба І. Є.
 _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Гошовський Анатолій Миколайович

1 Тема роботи «Транспортне обслуговування туристичної діяльності в умовах війни за матеріалами ТОВ «Lets go travel», м. Хмельницький»

керівник роботи Григор'єва Людмила Володимирівна

затверджена Наказом по університету від «15» серпня 2023 р. №30

2 Строк подання студентом роботи на кафедру «__» _____ 2023 р.

3 Вихідні дані до роботи:

3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, монографії, статистичні звіти, статті та тези конференцій, Інтернет джерела

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

У першому розділі розглянуто науково прикладні засади організації транспортного обслуговування як складової туристичної інфраструктури. У другому розділі проаналізовано здійснення транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни. У третьому розділі розглянуто проблеми та перспективи управління транспортним обслуговуванням в умовах війни

5 Перелік графічного матеріалу: Місце транспортної інфраструктури в структурі туристичного потенціалу; Кризове управління в індустрії туризму; Динаміка чистого прибутку ТОВ «Lets go travel» за 2020-2022 роки, тис. грн; Доступна ринкова пропозиція лізингових компаній для придбання туристичного автобусу

Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	05.09.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою, висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	19.09.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	03.10.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	10.10.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	24.10.2023	
6. Обробка зібраного матеріалу	07.11.2023	
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	14.11.2023	
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	28.11.2023	
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	12.12.2023	
10. Здача роботи на кафедрі	20.12.2023	

Студент-дипломник _____ Гошовський А.М.
 Підпис, Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____ Григор'єва Л.В.
 Підпис, Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу Гошовського Анатолія Миколайовича

Прізвище, ім'я, по батькові студента

Тема роботи: Транспортне обслуговування туристичної діяльності в умовах війни за матеріалами ТОВ «Lets go travel», м. Хмельницький

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник Григор'єва Людмила Володимирівна

м. Хмельницький, 2023 р.

Дипломна робота виконана на ____ с., містить __ табличь, __ рисуноків, перелік джерел посилань складається із ____ найменування.

Актуальність роботи. Транспортне обслуговування туристичної діяльності в умовах війни є важливою темою, особливо в контексті сучасних подій. Вплив військового стану на туристичний ринок суттєвий, особливо на внутрішній туризм. Військовий конфлікт може суттєво змінити умови туристичної діяльності. Однак туристичний ринок України продовжує активно працювати, реорганізовуватися та адаптуватись під кризові умови роботи.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних засад транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни, а саме транспортного обслуговування як складової туристичної інфраструктури та їх методологічним та управлінським особливостям роботи в кризових умовах.

У другому розділі проаналізовано здійснення транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни з врахуванням специфіки надання послуг туристам туристичним туроператором.

У третьому розділі розглянуті проблеми та перспективи управління транспортним обслуговуванням в умовах війни та рекомендовані пропозиції з вдосконалення управління транспортним обслуговуванням туристичного оператора.

Ключові слова: транспортне обслуговування, попит та пропозиція на туристичні послуги, автобусний туризм, аналіз, проблеми, перспективи, рекомендації.

ANNOTATION

for the diploma work of Hoshovskyi Anatoly Mykolayovych _____

Last name, first name, patronymic of the student

Research topic: Transport service of tourist activity in war conditions according to the materials of LLC «Lets go travel», Khmelnytskyi

Specialty 242 «Tourism and recreation»

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific adviser Hryhorieva Liudmyla Volodymyrivna

Khmelnytskyi, 2023

Thesis is performed on ___ pages, contains ___ tables, ___ figures, the list of sources of references consists of ___ titles.

Relevance of the work. Transport service for tourist activities in the conditions of war is an important topic, especially in the context of modern events. The influence of martial law on the tourism market is significant, especially on domestic tourism. A military conflict can significantly change the conditions of tourism. However, the tourist market of Ukraine continues to actively work, reorganize and adapt to the crisis working conditions.

The first section is devoted of the consideration theoretical foundations of transport service for tourist activities in war conditions, namely transport service as a component of tourist infrastructure and their methodological and managerial features of work in crisis conditions.

The second section analyzes the implementation of transport services for tourist activities in war conditions is analyzed, taking into account the specifics of providing services to tourists by a tourist tour operator.

The third section considers the problems and prospects of management of transport services in conditions of war and recommended proposals for improving the management of transport services of a tourist operator.

Keywords: transport service, demand and supply for tourist services, bus tourism, analysis, problems, prospects, recommendations.

Зміст

Вступ	7
Розділ 1 Теоретичні засади транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни	10
1.1 Теоретичні основи транспортного обслуговування як складової туристичної інфраструктури	10
1.2 Методологія розробки транспортного обслуговування в туризмі	14
1.3 Управління транспортним обслуговуванням в туристичній галузі в кризових умовах	21
Розділ 2 Аналіз здійснення транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни	26
2.1 Аналіз діяльності туристичної компанії ТОВ «Lets go travel» за 2020-2022 роки	26
2.2 Аналіз транспортного обслуговування турів ТОВ «Lets go travel»	31
2.3 Аналіз здійснення транспортного обслуговування в умовах повномасштабної війни	34
Розділ 3 Проблеми та перспективи управління транспортним обслуговуванням в умовах війни	41
3.1 Проблеми врівноваження попиту та пропозиції на транспортне обслуговування туристичної діяльності	41
3.2 Вдосконалення цілей управління транспортним обслуговуванням туристичного оператора в умовах війни	48
Висновки	56
Список використаних джерел	59
Додаток А	62

Вступ

Актуальність дослідження туристичного обслуговування полягає у тому, що розвиток туризму має великий вплив на економіку країни, інфраструктуру і комфорт пересування туристів. Дослідження у цій сфері дозволяє виявити ефективні методи та принципи підвищення якості обслуговування, забезпечення безпеки і зручності руху різними видами транспорту. Також допомагає оцінити ресурси територій для планування рекреаційно-господарського розвитку. Важливо розуміти, що туризм – це не лише відпочинок, але й економічна можливість для регіонів та країн.

Туризм під час війни – це складне та контрверсійне питання, яке складається з кількох точок зору. Безпека: військові конфлікти призводять до загрози безпеці для туристів. Зони активних бойових дій, об'єкти військової стратегії та інфраструктура можуть бути небезпечними для цивільних осіб. Економічний вплив: війна призводить до економічного занепаду, зниження інвестицій та зруйнування інфраструктури. Туризм може стати джерелом доходу для країн, але в умовах війни це може бути неможливо. Моральні аспекти: подорожі в зони війни можуть викликати етичні та моральні дилеми. Гуманітарна допомога: деякі туристи відвідують зони війни, щоб надавати гуманітарну допомогу. Це може бути важливою діяльністю, але потребує обережності та підготовки. Загалом, туризм під час війни – це складний баланс між безпекою, економікою, етикою та гуманітарною допомогою. Він може бути можливим, але потребує обережності та обґрунтованого підходу.

Туристичне обслуговування відіграє важливу роль у сфері туризму. Туристичне обслуговування спрямоване на створення комфортних умов для туристів під час їхнього відпочинку. Це включає в себе готелі, ресторани, транспорт, екскурсії та інші послуги. Туристичні працівники допомагають туристам з організацією подорожей, вирішенням проблем та наданням інформації про місцеві визначні пам'ятки. Туризм є важливою галуззю економіки багатьох країн. Туристичне обслуговування створює робочі місця,

збільшує обіг грошей та сприяє розвитку інфраструктури, сприяє розвитку туризму та покращенню якості життя туристів та місцевого населення.

Метою роботи є дослідження особливостей організації та здійснення Транспортне обслуговування туристичної діяльності, як важливої складової туристичного потенціалу в умовах кризи безпеки.

Відповідно до зазначеної мети було поставлено та вирішено такі завдання:

- з'ясувати теоретичні основи транспортного обслуговування як складової туристичної інфраструктури;

- розглянути розробки транспортного обслуговування в туризмі;

- дослідити особливості управління транспортним обслуговуванням в туристичній галузі в кризових умовах;

- охарактеризувати діяльність туристичної компанії ТОВ «Lets go travel» за 2020-2022 роки;

- проаналізувати транспортне обслуговування туристичної діяльності ТОВ «Lets go travel»;

- здійснити аналіз транспортного обслуговування в умовах повномасштабної війни;

- дослідити проблеми врівноваження попиту та пропозиції на транспортне обслуговування туристичної діяльності;

- розробити пропозиції для вдосконалення цілей управління транспортним обслуговуванням туристичного оператора в умовах війни.

Об'єктом дослідження є процес організації транспортного обслуговування, як важливої складової туристичної інфраструктури.

Предметом дослідження є функціонування організаційних та соціально-економічних складових транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни.

Результати дослідження апробовані під час роботи круглого столу «Туризм і гостинність: професійні стандарти майбутнього» 05 жовтня 2023 року в м. Хмельницький.

Методи дослідження. Для дослідження науково прикладних засад організації транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни використовувались методи аналізу і синтезу. При розробці рекомендацій з удосконалення транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни використовувались методи: спостереження, описовий, системного аналізу, порівняння, статистичний, прогностичний.

Розділ 1 Теоретичні засади транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни

1.1 Теоретичні основи транспортного обслуговування як складової туристичної інфраструктури

Термін туризм використовується для опису явища, системи чи подій щодо пересування, що представляє нову соціокультурну взаємодію та спосіб пізнання. У часи значної ринкової нестабільності, включаючи економічну невизначеність, можливість нових фінансових і політичних криз, туризм демонструє стійкий розвиток у всіх регіонах земної кулі. Згідно з прогнозом розвитку міжнародного туризму UNWTO (World Tourism Organization - Всесвітня туристична організація) «Туризм 2030», приріст міжнародних туристичних з'їздів збільшуватиметься на 3% щороку і становитиме 1,8 млрд. доларів США в 2030 році [1]. Це пов'язано з тим, що туристичні подорожі в першу чергу визначаються часовими та просторовими переміщеннями з конкретними цілями та тривалістю перебування. Туристичні ресурси залежать від конкретних регіонів, а їхня популярність і використання визначається транспортними мережами між цими регіонами. Тому туризм не можна розглядати ізольовано від контексту транспортної системи, а розвиток туризму вимагає, щоб транспортна інфраструктура створювала умови для вільного переміщення туристичних потоків. [2]. Для більш детального вивчення транспортної інфраструктури туризму необхідно уточнити визначення основних понять теми, щоб розробити системну класифікацію транспортної інфраструктури туризму.

На сьогоднішній день накопичено певний термінологічний досвід у визначенні поняття «інфраструктура». Найбільш прийнятним є трактування інфраструктури як підсистеми економіки, організаційно-економічної системи, що включає сукупність підприємств, організацій, відносин та інституційних умов, які забезпечують сталий економічний розвиток шляхом координації

потоків ресурсів і продуктів, сприяння конкуренції та безперебійному функціонуванню. Як частину туристичного потенціалу країни або регіону, транспортну інфраструктуру можна розглядати як підсистему економічної системи, яка створює соціальні зв'язки і надає транспортні послуги як економічному сектору, так і населенню (рисунок 1.1).

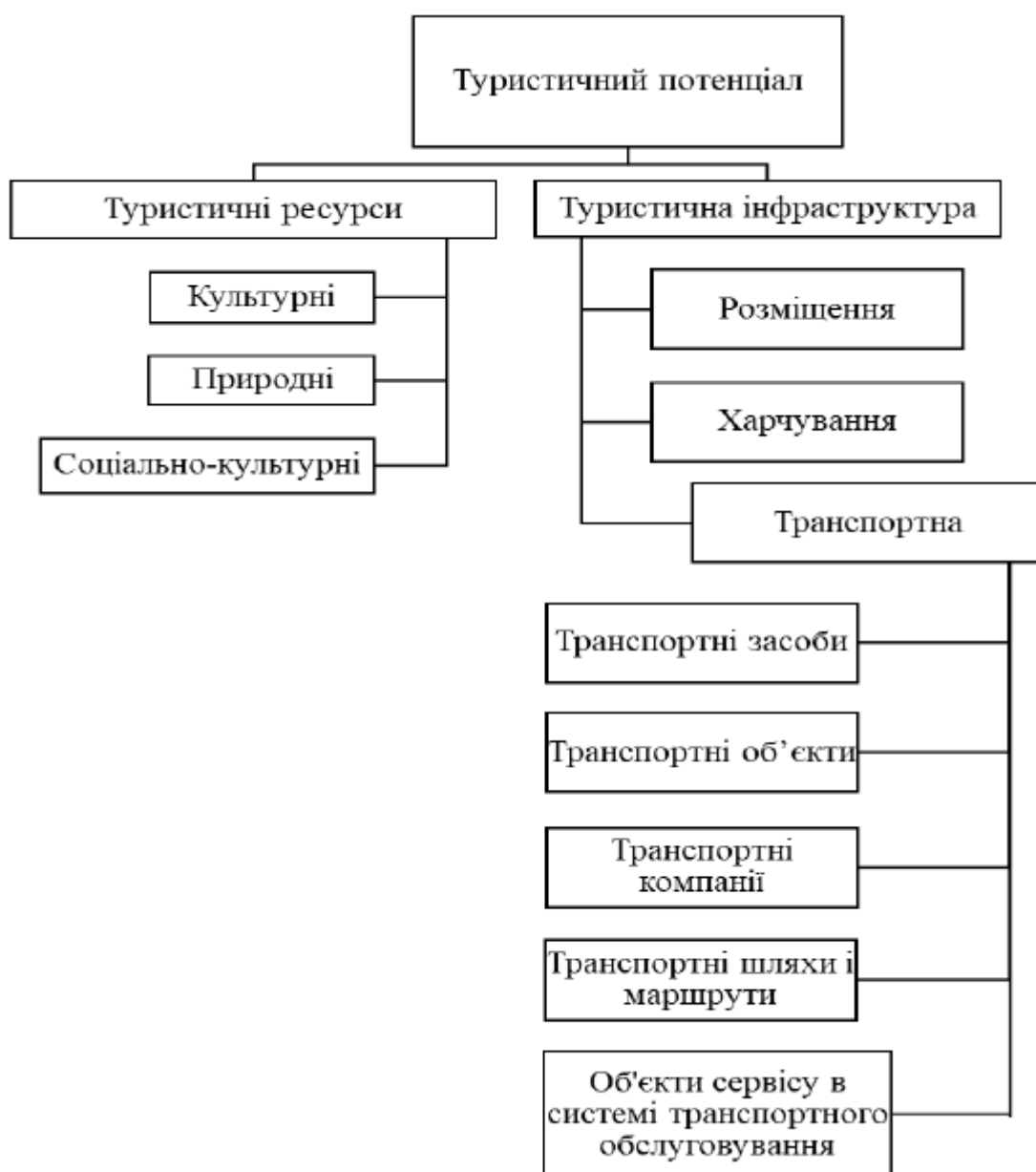


Рисунок 1.1 – Місце транспортної інфраструктури в структурі туристичного потенціалу

У цьому контексті транспортну інфраструктуру можна розглядати як ланку в процесі економічного виробництва, розподілу, зміни і споживання, що полегшує матеріальні потоки і впливає на важливу частину витрат на виробництво і розподіл для забезпечення сталого економічного зростання. Особливістю транспортного обслуговування в межах туристичної транспортної інфраструктури є те, що воно зазвичай допомагає вирішувати повсякденні соціальні та економічні проблеми (наприклад, індивідуальні подорожі, міжнародні та внутрішньокраїнні перевезення тощо) всіх категорій людей, а не тільки туристів. Придбати квиток можна звичайній людині на чартерний туристичний рейс і туристу на регулярний рейс, при потребі. Для кращого розуміння транспортного обслуговування в межах туристичної інфраструктури існує загальноприйнята класифікація, яка ґрунтується на низці принципів (рисунок 1.2).

Приналежність	<ul style="list-style-type: none"> - міжнародна - регіональна - національна
Форма власності	<ul style="list-style-type: none"> - державна - приватна - приватно-державна
Тип використання	<ul style="list-style-type: none"> - для масового туризму - для індивідуального туризму - для громадського використання та туризму
Ступінь розвитку	<ul style="list-style-type: none"> - розвинена - розвивається - нерозвинена
Функціональне призначення	<ul style="list-style-type: none"> - транспортні засоби - об'єкти транспортної інфраструктури - транспортні шляхи - транспортні маршрути - транспортні послуги - засоби інформації - об'єкти сервісу та туризму на об'єктах транспорту та засобах транспорту і поблизу транспортних шляхів

Рисунок 1.2 – Класифікація транспортної інфраструктури в межах якої здійснюється туристичне обслуговування

Для організації транспортного обслуговування в туризмі найчастіше використовують класифікаційну ознаку за типом використання:

- для масового туризму – туристські автобуси і чартерні рейси літаків, автобусів, поїздів, круїзні судна тощо);
- для індивідуального туризму – приватні літаки, яхти, індивідуальні причали, автомобілі та ін.);
- для самоорганізованого туризму та громадського використання – громадський транспорт, регулярні рейси, потяги, аеропорти, вокзали тощо.

Туризм і транспорт мають між собою багато спільного, оскільки вони є:

- важливими для світової економіки;
- перебувають під впливом зовнішніх (політичних, економічних, соціальних і природних явищ) і сезонних факторів;
- мають значний вплив на навколишнє середовище (екологію, географічний розвиток і місцеву економіку);
- залежать від інфраструктури і зазнають сильного впливу людського фактору.

Фактори, що впливають на розвиток туризму та туристичних послуг, заслуговують на особливу увагу. Найважливішим з-поміж туристичних послуг є транспортне обслуговування.

Кожний з видів транспорту впливає на розвиток туризму. UNWTO включає в туристичну галузь чотири підгалузі транспорту: повітряний, залізничний, сухопутний і водний, в свою чергу, пасажирські перевезення входять до переліку типових туристичних послуг і за кількістю позицій переважають всі інші види послуг. Мандрівники зазвичай користуються щонайменше двома видами транспорту, а на автобусний, повітряний та залізничний транспорт припадає близько 88% від усіх туристичних перевезень в світі [3].

Таким чином, туризм і транспорт мають багато спільного, вони є дуже важливими для світової економіки, перебувають під впливом зовнішніх (політичних, економічних, соціальних і природних явищ) і сезонних факторів,

мають значний вплив на навколишнє середовище (екологію, географічний розвиток і місцеву економіку), залежать від інфраструктури і зазнають сильного впливу людського фактору. Фактори, що впливають на розвиток туризму та туристичних послуг, зокрема й транспортного обслуговування в туризмі заслуговують на особливу увагу в організації туристичної діяльності.

1.2 Методологія розробки транспортного обслуговування в туризмі

З давніх часів транспорт був присутній у повсякденній діяльності людей, і в міру розвитку суспільства його значення в складній системі людської цивілізації постійно зростало. У давнину транспорт відігравав вирішальну роль у розвитку суспільства та становленні держав. Перші міста виникли на перетині природних комунікацій (перехрестя торгових доріг, злиття річок і портів). Єгипет, Китай, Греція та Римська імперія вирости завдяки розвитку річкових і морських транспортних шляхів, а потім найбільш економічно розвиненими стали держави з виходом до океанів, такі як Велика Британія, Іспанія, Японія, а потім Франція, Німеччина та США. Згодом транспорт набув значного розвитку, але через обмежений характер виробництва та переміщення вантажів він перебував переважно в комерційній сфері. Перевезення в основному базувалися на тваринній тягловій силі для материка, а також на невеликих судах, що перетинали моря, океани та річки.

Суспільство зафіксувало важливий стрибок, коли було винайдено колесо, і більшість вважає, що його винахід є причиною появи стародавньої та сучасної цивілізації, оскільки колесо вважається життєво важливим для всіх суспільств. Колесо має фундаментальне значення для появи та розвитку подорожей і комерції. Отже, якщо в давні часи люди переходили з одного місця в інше в пошуках їжі та захисту від змін природи, то сьогоденне сучасне життя створює велику мотивацію для пересування людей і товарів. Транспорт забезпечує пересування людей і товарів, доставляючи товари туди, де вони

потрібні. Без транспорту ми не можемо говорити про існування торгівлі та про те, що торгівля є фактором, що визначає існування міст, відсутність транспортних засобів є реальна перешкода для виникнення чи розвитку міст. Транспорт є причиною та наслідком зростання туризму. Перш за все, покращення інфраструктури сприяло розвитку туризму, а його розширення сприяло розвитку транспортної інфраструктури. Доступність є основною функцією основ туристичного транспорту. Щоб отримати доступ до потрібних пунктів призначення, мандрівники мають ряд видів транспорту, які часто використовуються послідовно. Сьогодні повітряний транспорт є основним видом міжнародного туризму, який зазвичай передбачає подорожі на великі відстані.

Транспорт має безпосередній вплив на соціальну сферу, впливаючи та забезпечуючи подорожі. Час у дорозі є важливим елементом у прийнятті рішення про відпочинок у варіанті конкретного місця призначення, особливо в міжнародному туризмі. Розширення туризму відбулося головним чином завдяки покращенню транспорту [4]. Туризм визначається як «експлуатація та взаємодія між видами транспорту, шляхами та терміналами, які підтримують туристичні курорти з точки зору потоків пасажирів і вантажів у пункти призначення та з них, а також забезпечення сполучних видів транспорту в регіоні, що створює туризм» [5].

Якщо національний транспорт означає перевезення між населеними пунктами або всередині населених пунктів країни, міжнародний транспорт представляє ті транспортування, які перетинають принаймні один державний кордон, пункти відправлення та призначення товарів знаходяться в різних країнах [6]. Транспорт є першим проявом туристичного споживання і тому його психологічний вплив на туриста, намагаючись створити найкращий імідж туристичного продукту, є вирішальним. Іншими словами, турист має перший контакт із продуктом, який він придбав через туристичну послугу [7].

Транспортне обслуговування в туризмі забезпечує суттєвий зв'язок між місцем відправленням та місцем призначення та полегшує пересування

відпочиваючих, ділових мандрівників, людей, які відвідують родичів в інших країнах. Калпан Р. визначив способи транспортування та управління як «важливі складові міжнародної туристичної системи», визнаючи, що сполучення повітряним, морським і наземним транспортом є важливим для операцій, а також наявність допоміжних служб, таких як АЗС, авто ремонт, мотелі та бази відпочинку для наземного проїзду» [8].

Розвиток туристичного транспорту зумовлений наявністю відповідних засобів пересування: доріг, автомагістралей, залізничних колій, станцій, автовокзалів, річкових і морських портів, аеропортів тощо. Сьогодні туризм набув значного розвитку завдяки модернізації та диверсифікації видів і засобів транспорту. Успіхи, досягнуті в цій галузі, сприяли включенню в сферу туризму ресурсів на значних відстанях від туристично-емітентних центрів або подоланню деяких природних перешкод.

Розвиток туризму та транспорту – це дві взаємозалежні проблеми: туристам потрібно, щоб транспортні послуги, за які вони оплачують із власного бюджету, були безпечними, швидкими та комфортними. Вибір того чи іншого виду транспорту, а також використання їх у різних комбінаціях визначається їх особливостями та мотивацією пасажирів. Їм потрібно вибрати один з чотирьох основних видів транспорту, щоб дістатися до бажаного пункту призначення.

Вибір форми туристичного транспорту туристом або здійснюється з урахуванням наступних параметрів:

- відстань, яку необхідно подолати від туристичної резиденції до місця відпочинку;
- фактор часу – важливо, щоб рейс можна було здійснити в бажаний час і щоб час у дорозі не перевищував певних допустимих меж для туриста в контексті загального часу відпустки;
- наявність і доступність послуги – з самого початку повинні бути засоби для перевезення пасажирів на маршруті або пункті призначення;
- безпека та регулярність – стандарти, пов'язані з цими цілями, стають все більш вимогливими для всіх видів транспорту;

– комфортність подорожі – з урахуванням усіх психологічних і фізіологічних відчуттів, які відчувають туристи в транспортному засобі під час подорожі.

У реальному розвитку туристичних перевезень використовується широкий спектр транспортних засобів. Використання одного або їх сумісне використання визначається факторами, пов'язаними зі специфікою подорожі та особливостями транспортних засобів, а також елементами, пов'язаними з психологією туристів. З них відстань та тривалість подорожі, характеристики маршрутів, стан шляхів сполучення та інтенсивність руху, регулярність та безпека поїздок, причина рейсу та склад групи, комфортність подорожі, рівень тарифів.

Залізничний транспорт забезпечує переміщення у просторі та часі вантажів і людей за допомогою локомотивів і вагонів, які курсують за задалегідь встановленим розкладом, на постійних маршрутах (залізницях). У сфері туризму потяги завдяки своїй чудовій транспортній спроможності переконливо відповіли на бажання масового туризму. Деякі залізничні лінії навіть увійшли в історію міжнародного туризму, як це: Париж-Лазурний берег з блакитним поїздом, Трансибір, Східний експрес, деякі швейцарські залізничні колії, що спеціалізуються на альпійському туризмі.

Водний транспорт є одним із найдавніших відомих видів транспорту. Сьогодні це важлива галузь, а водний туризм і види діяльності є одними з найпопулярніших. Водний туризм в даний час більшою мірою має форму круїзів, фактично перетворюючись зі способу подорожі в рекреаційний. Особливе місце в туризмі займає круїз. Круїз – це, по суті, туристичний продукт, який полягає в проведенні на борту спеціально розробленого судна, що пропонує мандрівникам не тільки звичайну морську подорож, але й деякі особливі смаки та умови відпочинку, а також відвідування портів і місцевостей за межами країни, згідно з раніше встановленим маршрутом. Двома основними ринками світових круїзів є: Карибський басейн, на який припадає близько 28% пропозиції світового ринку, і Середземноморський басейн з 15% пропозиції [7].

Автомобільний транспорт займає перше місце в туризмі, має найбільший вік і найбільше поширення. Автомобілі характеризуються особливою мобільністю, не пов'язані зі спеціальними стаціонарними установками, такими як залізничний транспорт, наприклад. Завдяки цьому вони можуть проникати в місця, де інші транспортні засоби недоступні, будучи незамінним компонентом мультимодального транспорту. Автобуси стають все частіше використовуваними видами транспорту, особливо для групового туризму.

Автомобільний транспорт є основним видом світового туризму (77% усіх подорожей), особливо завдяки багатьом перевагам, таким як гнучкість, ціна та незалежність. Туристи часто орендують автомобілі, щоб доїхати до місця призначення, що стало поштовхом до активного угруповання компаній, які займаються орендою автомобілів. Як правило, це дешевше, ніж будь-який вид транспорту. Це єдиний спосіб транспортування, який не потребує пересадок, у тому сенсі, що можна здійснити всю подорож з одного місця в інше.

Сегмент прокату автомобілів в індустрії туризму знаходиться на дуже просунутій стадії в зарубіжних країнах. Клієнт може забронювати автомобіль самостійно або через агентів і залишити його очікувати в потрібному місці в пункті призначення. Після цього клієнт може самостійно керувати автомобілем після досягнення місця призначення.

Послуги повітряного транспорту є одними з найбільш динамічних видів туристичного транспорту, які використовуються переважно на великі та дуже великі відстані. Основною причиною розширення авіаційного транспорту є перевага польотних характеристик порівняно з іншими видами транспорту. Більшість туристів обирають повітряний транспорт, оскільки він пропонує їм певні переваги, такі як швидкість, комфорт, гнучкість, безпека. За кількістю катастроф до числа перевезених туристів авіа транспорт все ще залишається найбезпечнішим видом транспорту [8].

Повітряний транспорт займає беззаперечне лідерство в трансконтинентальних і міжконтинентальних подорожах і стає все більш конкурентоспроможним для більш коротких рейсів на європейських

регіональних ринках. У країнах, що розвиваються, недорогі перевізники також процвітають, знижуючи авіатарифи та залучаючи все більше і більше пасажирів, головним чином через низьку якість наземного транспорту, а іноді через проблеми безпеки. Таким чином, очевидно, що з часом найбільш завантаженими авіаційними напрямками в світі є не дві довгі поїздки, а короткі поїздки між містами, відстань між якими не перевищує 1000 км. Транспорт є життєво важливим для туризму. Дослідження показали, що туристи витрачають майже 30-40% своїх загальних витрат у відпустку на транспорт, а решту витрачають на харчування, проживання та інші види діяльності. Цей аспект ще раз підкреслює важливість транспорту.

Перше комерційне сполучення було запроваджено голландською авіакомпанією «KLM» у 1920 році між Амстердамом і Лондоном. Комерційні авіаперевезення зросли в основному після Другої світової війни. З'явилося більше можливостей і стало більше комфорту в подорожах.

Реактивні рейси були урочисто розпочаті у Великій Британії в 1952 році. У 1958 році компанія «Pan American» представила рейси «Boeing 707» між Парижем і Нью-Йорком. Завдяки запровадженню реактивних польотів, з 1959 року спостерігалось величезне збільшення авіасполучення. Також протягом цього року було запроваджено поняття чартерних рейсів. Джембо-джети зробили революцію в подорожах. Велика кількість людей подорожує повітрям завдяки швидкості, комфорту та економії часу. Сучасна епоха, таким чином, є епохою масових авіаперельотів. Після автомобільного транспорту авіаперевезення є найпопулярнішим видом транспорту, особливо для міжнародних подорожей. Для ділових мандрівників авіатransпорт зручніший, оскільки він економить їхній дорогоцінний час і пропонує розкішну та безпроблемну подорож. Сьогодні багато авіакомпаній пропонують спеціальні зручності для бізнес-туристів, наприклад Інтернет на борту.

Авіакомпанії, які здійснюють регулярні рейси, працюють за регулярним розкладом. Чартерні авіалінії або нерегулярні авіалінії здійснюють рейси лише за наявності попиту, переважно під час туристичних сезонів. Чартерні рейси

обходяться дешевше, ніж регулярні перевізники, оскільки вони виконуються лише при високому коефіцієнті завантаження. Чартерні рейси пропонують дешевші пакети до таких місць призначення, як Португалія та Іспанія.

Індія отримує понад 400 чартерних рейсів, особливо до Гоа. Гоа має максимальну кількість чартерних рейсів протягом місяців з грудня по січень. Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) регулює міжнародні авіаперевезення. Членами IATA є понад 105 найбільших авіакомпаній світу. IATA регулює ціни на квитки на різних напрямках подорожей у світі. Відповідний уряд визначає внутрішні тарифи. Ціни на авіаквитки зазвичай визначаються на основі обсягу та попиту на авіаперевезення в регіоні. Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO) — це міжурядова організація, заснована в 1945 році. Членом може стати лише уряд країни. Уряд має укласти між ними двосторонню угоду щодо частоти польотів комерційних авіаліній [9].

Авіакомпанії поділяються на дві широкі категорії, а саме малі перевізники та великі перевізники. Невеликий перевізник, також відомий як приміські авіалінії, має менше 30 місць. Більші перевізники, також відомі як великі авіакомпанії, літають прямими маршрутами між великими містами та розміщують від 100 до 800 пасажирів.

Нещодавній бум в авіаційних технологіях, безсумнівно, приніс деякі нові розробки авіаційній галузі. Відбулися серйозні зміни в розмірі літака. З кожним роком з'являється все більше нових авіакомпаній. Через зростання кількості нових приватних авіакомпаній між ними існує жорстка конкуренція. Це призвело до значного скорочення авіаярмарків і сприяло зростанню повітряних перевезень. Щоб зацікавити та залучити клієнтів, багато авіакомпаній пропонують дешевші рекламні тарифи, такі як екскурсійні, групові та апекс-тарифи.

Авіа лоукостери, компанії які здійснюють бюджетні авіаперельоти, значно спростили доступ до найбільш популярних DESTИНАЦІЙ бюджетним туристам.

Отже, транспорт є ключовим елементом туристичної галузі. Навантаження на міжнародні та навіть національні транспортні інфраструктурні об'єкти передбачає перевезення великої кількості людей ефективним, швидким і розумним способом.

1.3 Управління транспортним обслуговуванням в туристичній галузі в кризових умовах

Об'єктом транспортного менеджменту є транспортний процес, тоді як об'єктом туристичного менеджменту є процес обслуговування туристів, включаючи транспортний процес як важливу складову туристичного продукту. Взаємозв'язок і взаємозалежність туризму і транспорту визначають необхідність пошуку управлінських рішень, здатних ефективно впливати на розвиток обох галузей. Проблеми ефективного управління транспортним обслуговуванням в туристичній галузі обумовлені особливостями, властивими власне послугі, туризму і транспорту, серед яких:

- неможливість зберігання послуг, створення запасів;
- нематеріальність деяких елементів системи (перевезення, сервісу, безпеки, вражень);
- мінливість якості;
- одночасне виробництво і споживання послуги;
- необхідність дотримання рівноваги між людськими та технічними факторами при наданні;
- суб'єктивізм у сприйнятті [10].

Кризове управління в туристичному секторі відноситься до стратегічного та проактивного підходу, який застосовують зацікавлені сторони галузі, щоб передбачити, підготуватися, реагувати та відновитися після несподіваних подій, які можуть поставити під загрозу безпеку, плани подорожі та загальне задоволення туристів. Основною метою є мінімізація несприятливих наслідків

кризи, відновлення довіри до туристичного продукту та забезпечення швидкого відновлення для всіх залучених сторін.

Індустрія туризму, процвітаючий глобальний сектор, не застрахована від непередбачених проблем і збоїв. Криза може статися будь-якої миті, вплинувши як на бізнес, так і на туристів.

Кризи індустрії туризму можуть приймати різні форми, кожна з яких потребує індивідуальної відповіді. Стихійні лиха, такі як урагани, землетруси чи цунамі, можуть порушити плани подорожей, інфраструктуру та місцеві громади. Антропогенні кризи, такі як терористичні атаки, громадянські заворушення або геополітична напруженість, можуть вплинути на безпеку туристів у постраждалих регіонах. Крім того, кризи, пов'язані зі здоров'ям, прикладом яких є такі пандемії, як COVID-19, створюють унікальні виклики, які мають широкі наслідки для глобальних подорожей. Кризи, пов'язані з воєнними агресивними діями, які можуть бути обмежені не всією частиною країни, на яку напали, або це повномасштабне вторгнення. Сучасним прикладом таких криз є часткова окупація території України РФ у 2014 році та локальні бойові дії та повномасштабний напад РФ на Україну у 2022 році.

Ефективне управління кризою починається задовго до її виникнення. Індустрія туризму повинна брати участь у докризовому плануванні та готовності до пом'якшення потенційних ризиків і підвищення оперативності в надзвичайних ситуаціях. Це передбачає проведення ретельної оцінки ризиків, виявлення вразливостей і створення груп реагування на кризи з чіткими ролями та обов'язками. Надійні комунікаційні плани необхідні для поширення точної та своєчасної інформації серед туристів, працівників і широкої громадськості, зміцнюючи прозорість і довіру.

Коли настає криза, ефективність реагування та комунікації може мати значний вплив на врегулювання ситуації. Туристичні підприємства повинні негайно активізувати свої групи реагування на кризи та впроваджувати заздалегідь встановлені протоколи. Швидка комунікація з відповідними органами влади, місцевими громадами та іншими зацікавленими сторонами є

важливою для точної оцінки ситуації та прийняття обґрунтованих рішень. Прозоре та своєчасне спілкування з туристами має вирішальне значення для управління очікуваннями, надання вказівок щодо безпеки та пропозиції альтернативних рішень.

Своєчасна відповідь на неминучі загрози управління кризою в індустрії туризму відіграє ключову роль у захисті добробуту туристів і забезпеченні стійкості бізнесу (рисунок 1.3).

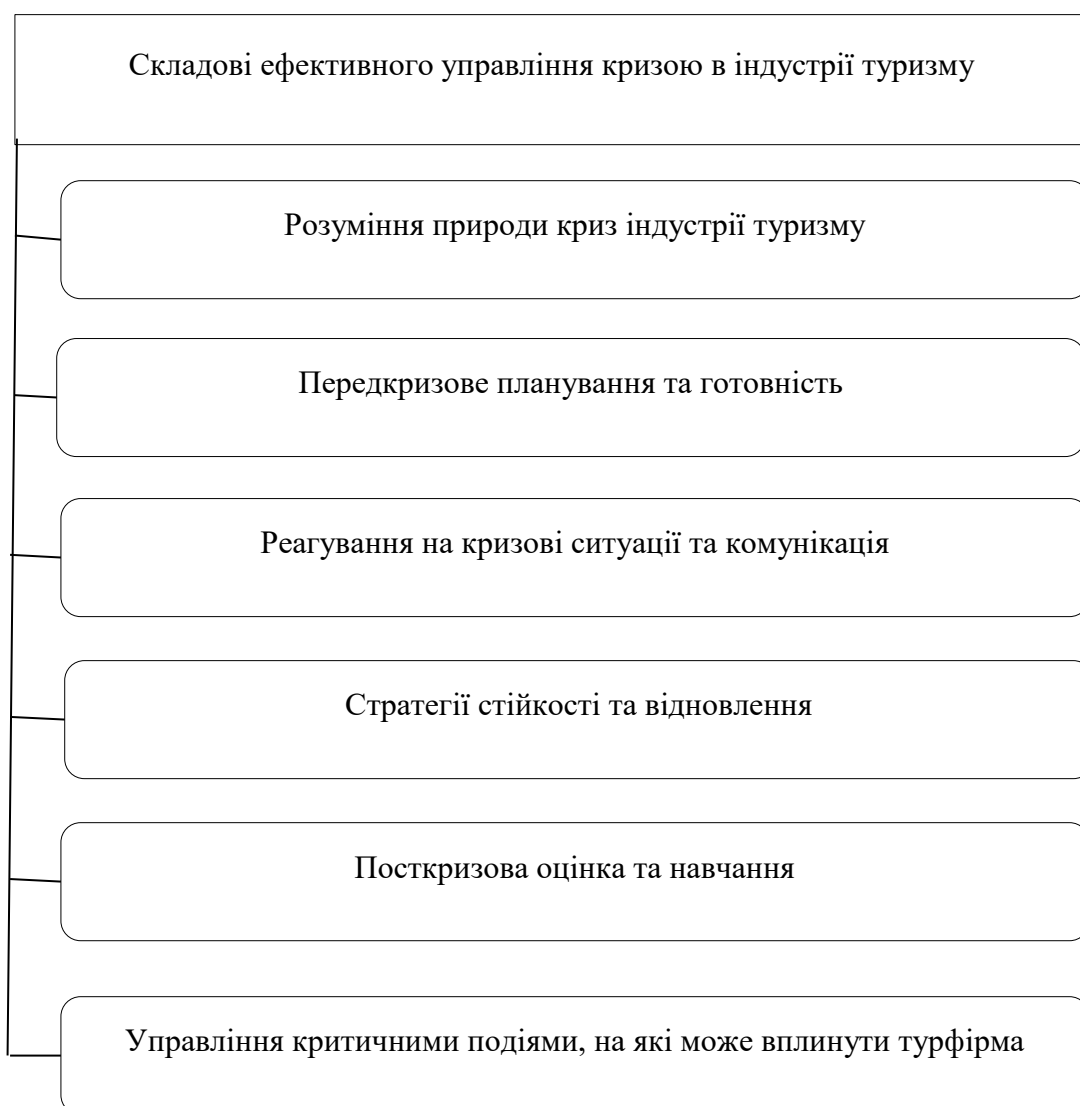


Рисунок 1.3 – Кризове управління в індустрії туризму

Побудова стійкості є ключовим компонентом ефективного управління кризою в індустрії туризму. Диверсифікація туристичних пропозицій, як з точки зору місць призначення, так і досвіду, може допомогти зменшити вплив криз, які впливають на певні регіони чи сектори.

Створення фондів на випадок непередбачених обставин та інвестування в поліси комплексного страхування може забезпечити фінансову стабільність у складні часи. Спільні зусилля державного та приватного секторів можуть зміцнити управлінські можливості, сприяючи колективній прихильності виживанню та відновленню галузі.

Після врегулювання кризи ретельна посткризова оцінка має життєво важливе значення для вивчення досвіду та вдосконалення майбутніх стратегій управління кризою. Індустрія туризму повинна прийняти культуру постійного навчання та адаптації, оновлення планів на основі нових тенденцій і викликів. Обмін отриманими уроками з іншими учасниками індустрії сприяє обміну знаннями та покращує практики в туристичному секторі.

Туризм є складною багатогалузевою економічною системою, яка залежить від багатьох секторів національної економіки і впливає на них. Складні системи характеризуються своєрідними і непередбачуваними реакціями, які призводять до помилок в управлінні, спрямованому на розвиток і поліпшення поведінки системи та підвищення її ефективності.

Під терміном «складна система» розуміють багатозв'язну структуру великої розмірності з нелінійним зворотним зв'язком [11]. Усі соціальні системи відносяться до цього класу, транспортне обслуговування в туризмі в тому числі.

Таким чином, управління в кризових умовах має бути системним процесом прийняття рішень на різних рівнях управління. Структура управління транспортним обслуговуванням в туризмі в межах системного підходу має всі характеристики складних систем. Складна система це й структура взаємопов'язаних отримань зворотного зв'язку. Петля зворотного зв'язку - це технічний термін, що позначає стан системи в будь-який момент часу, коли

приймається рішення. Рішення визначає послідовність дій, яка змінює стан навколишньої системи і запускає новий потік інформації, що є основою для прийняття нового рішення для протидії кризі.

Розділ 2 Аналіз здійснення транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни

2.1 Аналіз діяльності туристичної компанії ТОВ «Lets go travel» за 2020-2022 роки

Туристична компанія «Lets go travel» функціонує на ринку неповних п'ять років, є туроператором і порівняно з іншими туроператорами, такими як «Бомба Тур» та «Accord Tur» є невеликою за обсягом діяльності. На теперішній час ТОВ «Lets go travel» є регіональним туроператором та орієнтується на широке коло потенційних туристів з Хмельницького та області, прилеглих областей. Турфірма не ТОВ «Lets go travel» не входить в десятку лідерів туроперейтингу України, адже час заснування та діяльності компанії припав на складні ринкові умови коронавірусної кризи та повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Коронавірусна пандемія торкнулася практично усіх країн світу, України в тому числі. Більше половини населення землі стикнулися з жорсткими карантинними обмеженнями, зокрема й пересування. Ніколи ще у історії людства подібні заходи не досягали таких значних за обсягом масштабів. Влада переважного числа країн постаралася забезпечити масову фінансову підтримку компаніям, сім'ям та найбільш уразливим групам населення. Додаткову невизначеність принесла й друга хвиля пандемії, що зачепила більшість країн Європи, Америки й інших континентів у останні місяці 2020 року. Загальна кількість підтверджених випадків інфікування коронавірусом станом на січень 2021 року у світі сягнула понад 84,6 млн. людей [12]. Найбільше постраждали ті сфери бізнесу, на діяльність яких накладались безпосередні обмеження в зв'язку із введенням карантинних заходів і спільно з яким можна було організувати тури:

- готельно-ресторанний бізнес – ситуація практичної відсутності господарської діяльності, оскільки вводились обмеження на скупчення людей.

Згідно з рішенням уряду допускалось лише приготування їжі та доставка замовнику;

- туристичні супутні послуги – абсолютне падіння в період карантину через закриття кордонів та міжобласного сполучення у межах України;

- розважально-культурні заклади – парки розваг, музеї, різноманітні розважальні заходи, театри, картинні галереї тощо, постраждали від повної зупинки до спаду виручки на 50-80%.

Товариство із обмеженою відповідальністю «Lets go travel» засновано двома фізичними особами з статутним капіталом у 10 тис. грн. Відповідно до державного класифікатора, основним видом діяльності є:

79.12 Діяльність туристичних операторів;

79.11 Діяльність туристичних агентств;

78.10 Діяльність агентств працевлаштування;

78.30 Інша діяльність із забезпечення трудовими ресурсами.

У 2022 році чистий прибуток ТОВ «Lets go travel» порівняно з 2020 роком збільшився на 108,5 тис. грн (рисунок 2.1).

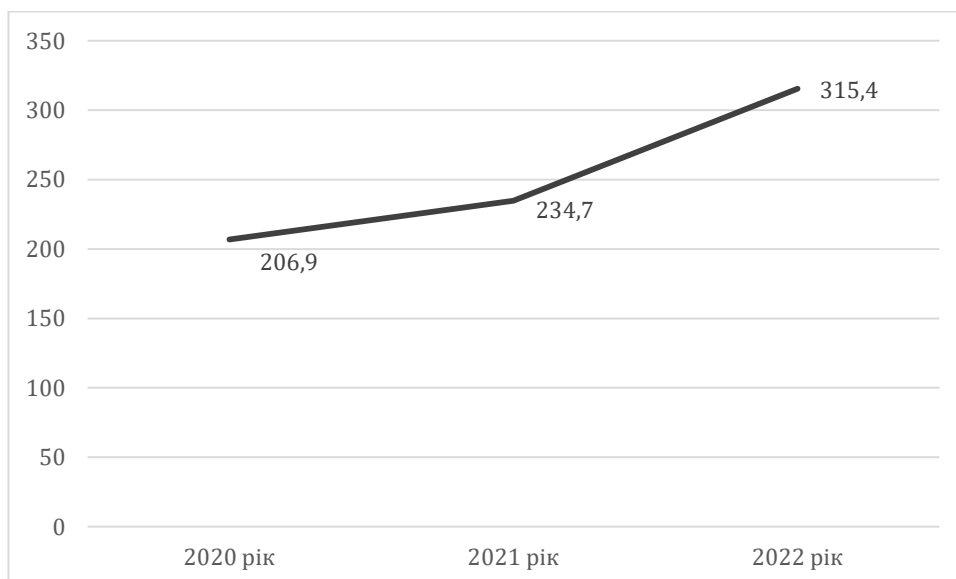


Рисунок 2.1 – Динаміка чистого прибутку ТОВ «Lets go travel» за 2020-2022 роки, тис. грн

Саме діяльність із забезпечення трудовими ресурсами й давала можливість отримати дохід під час коронавірусної кризи, адже не зупиняли роботу промислові підприємства, не зазнавала суттєвих збитків торгівля продуктами харчування, медикаментами, засобами гігієни і доставка товарів до споживача.

Туроператор організовує групові та індивідуальні автобусні тури. Офіс компанії розташований у місті Хмельницький поблизу автовокзалу №2 та залізничного вокзалу, що дає можливість синхронізувати час виїзду з автобусним та залізничним сполученням. Під час створення туроператора, місією визначалось створення якісного туристичного продукту та зробити різноплановий відпочинок доступним для кожного українця. Напрямки роботи туроператора це виїзний туризм в європейські країни (рисунок 2.2).

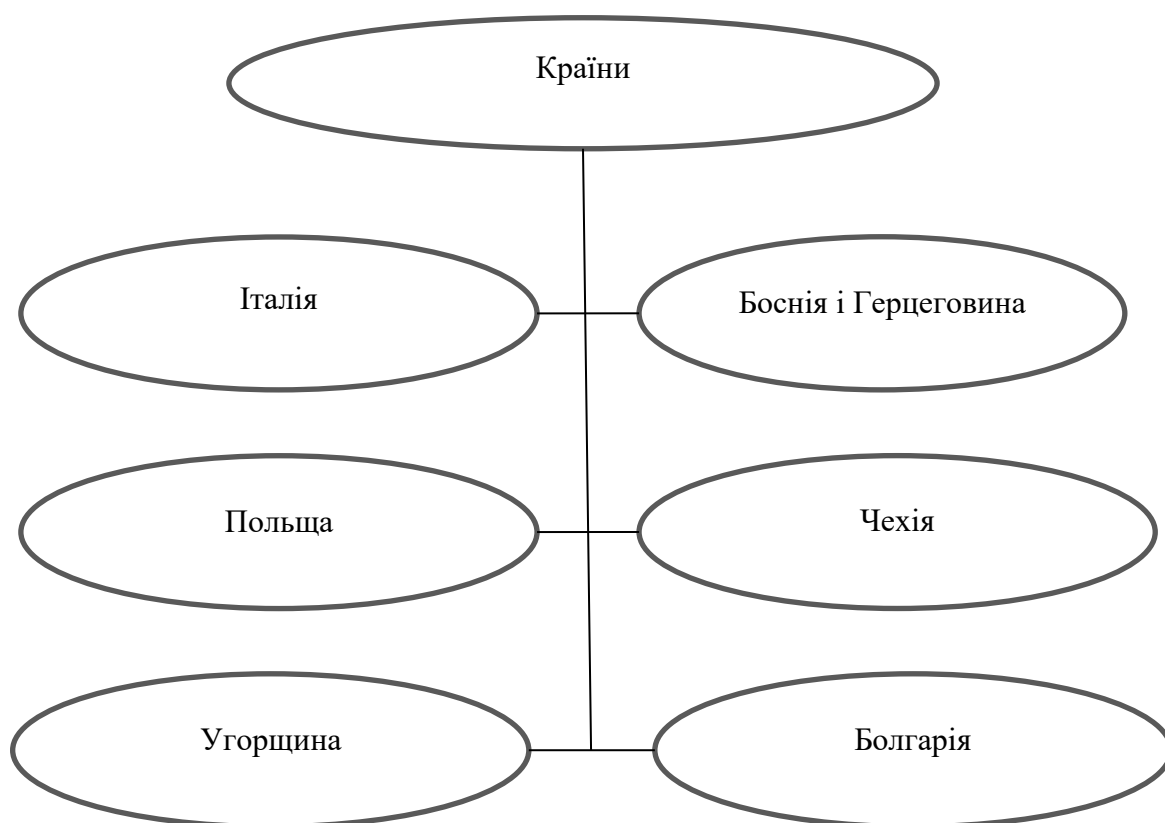


Рисунок 2.2 – Напрямки виїзного туризму ТОВ «Lets go travel»

Ідея створення розважального туру була поштовхом до організації турфірми. Тур в парк розваг «Енерджиландія» (Energylandia) в докризовий час користувався постійним попитом. Власне Навіть в умовах послаблення коронавірусних обмежень тур стабільно знаходив охочих розважитись у одному із кращих парків розваг Європи. Energylandia знаходиться у столиці Малополющі, на півдні Польщі, між Катовіце та Краковом, поблизу міста Затор.

Energylandia є одним з найбільших та найпопулярніших серед тематичних парків розваг у Європі. У 2022 році парк розваг відвідало 1 920 000 відвідувачів і це був рекордний рік (рисунок 2.3) [13].

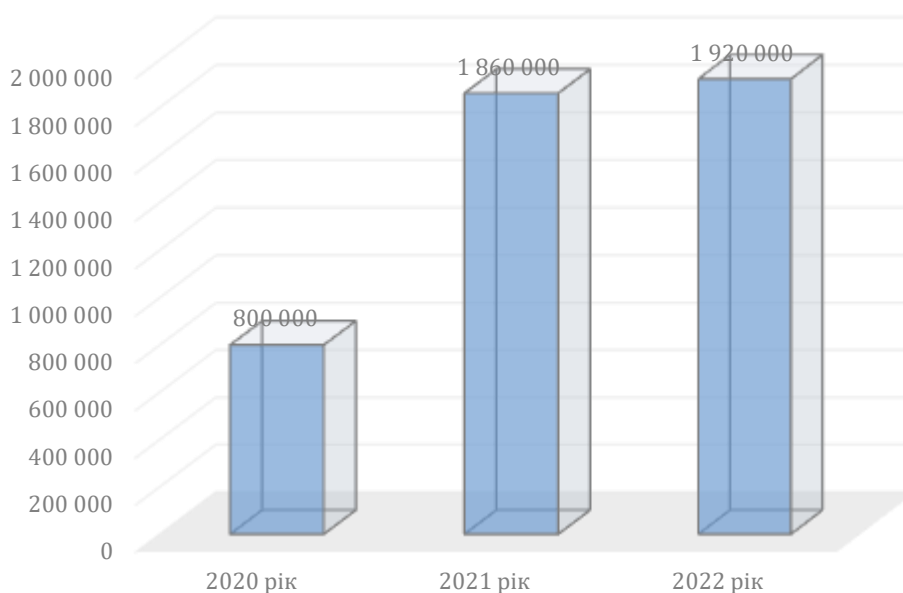


Рисунок 2.3 – Кількість відвідувачів парку розваг «Енерджиландія» протягом 2020-2022 років, осіб

Парк розваг в основному орієнтований на мешканців Польщі, Німеччини та України, можна у ньому зістріти туристів з інших європейських країн, Ізраїлю, США, ОАЕ, Саудівської Аравії. Українців у парк розваг приваблює не тільки відсутність російських туристів, але й нова сучасна інклюзивна інфраструктура та атракціони різної складності:

1) Water Park – відкритий у 2016 році, розширений в 2018, 2019 роках, щоб включити водну ігрову зону і водний ігровий майданчик;

2) Aqualantis – працює з 2021 року;

3) Dragon 's Castle – тематична зона із замками та драконами, запущена в 2019 році;

4) Sweet Valley – новинка, відкриття відбулось у 2022 році, орієнтована на дітей віком до 7 років, оформлена у пастельних тонах та присвячена темі солодоців.

У парку атракціонів є розваги і для 2-річних дітей, дитина може гасити пожежу, або стрибнути в літак, покататися на машині або стрибнути у небесний корабель. Для дітей більш старшого віку є найбільше число атракціонів, але є вимога по зросту. Доступ до атракціонів дозволяється тим, хто має зріст не менше 120 см, 140 см і вище, вони можуть відвідати практично все на території парку. Концепція Energylandia передбачає наступне зонування по враженням (рисунок 2.4) [13].

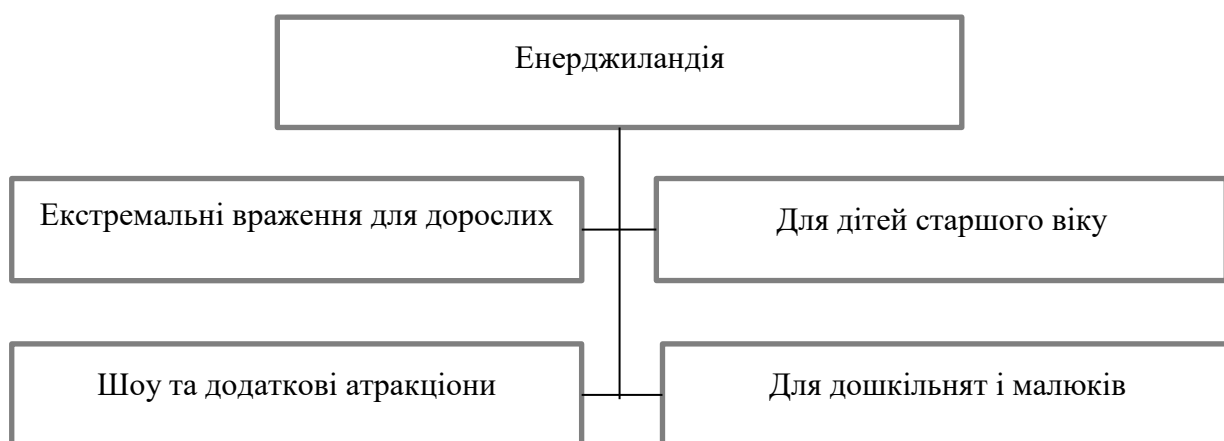


Рисунок 2.4 – Концепції зонування парку розваг «Енерджиландія» за враженнями від відпочинку

Найбільше вражень туристи отримують від найвищої в Європі американської гірки «Гіперіон», при спуску з якої розвивається швидкість понад 140 км/год, тому під час їзди потрібно надягати спеціальні окуляри. В

екстремальній зоні знаходиться: 40-метрова вежа, що скидається, обертова рама, що розвиває швидкість 100 км/год, швидкісні гірки в стилі Формули-1, водні гірки та обертовий ролик.

2.2 Аналіз транспортного обслуговування турів ТОВ «Lets go travel»

На транспортному обслуговуванні туру «Енерджиландія» [14] працює гід від турфірми та використовується для перевезення туристів туристичний автобус класу коуч «Neoplan N117 Spaceliner SHD». Автобус Neoplan Spaceliner використовується для інтернаціональних перевезень, і вважається 3-зірковим по класу комфорту а також двоповерховим, хоча має лише один поверх з сидіннями. У довжину автобус має рівно 12 метрів, у висоту 4,0 метра і у ширину 2,5 метра, пасажиромісткість 54 людини [15].

Попри те, що автобус містить лише один «поверх» із місцями, він є двоповерховим, а саме тому, що нижній поверх використовується як «коридор» для проходу на другий поверх. Двері до салону однопількові, відкриваються пневмоприводом дистанційно із панелі керування, відкриваються паралельно до бічної сторони автобуса. До місць ведуть гвинтові механічні сходи. Місця в автобусі зроблені із підвищеним комфортом і роздільністю між пасажиромісцями. Сидіння ортопедичні із можливістю пошування, розкладаються до кута 140°. Для кожного крісла є підлокітник із регулюванням, який може опускатися. На спинках крісел розташовуються міністолики з отвором для пляшки а також попільничка та невелика скринька для тримання дрібних речей, до підлокітника під час подорожі кріпляться пакети для сміття. Підлога автобуса килимового типу, ворсова та м'яка. Вгорі розташовуються індивідуальні кондиціонери для кожного пасажиромісця, які діють як примусовий обдув під час руху автобуса. В салоні є два LCD телевізори типу VCD, які здатні відтворювати відеозапис типу Noge, що часто використовуються і в автобусах Iveco.

Місце водія розташовується на першому поверсі, крісло водія комфортабельне та зручне, зсувається в висоту і глибину. Приладова панель майже не відрізняється від моделей інших туристичних автобусів, є встановлений GPS. У автобусі також є чайник, холодильник, туалет, але він замкнений через дорожні санітарні обмеження.

Архітектура туру кільцева (таблиця 2.1), вартість в еквіваленті 100 євро з дорослого, 80 євро з дитини до 14 років, діти до 3-х років можуть їхати без окремого місця в автобусі безкоштовно.

Таблиця 2.1 – Програма розважального туру «Енерджиландія»

День	Запланована активність
1 день	Хмельницький – Краків Вїзд та перетин кордону. Переїзд до Кракова. Оглядова екскурсія Краковом. Вільний час. Дві факультативні екскурсії на вибір (не входить у вартість туру). Поселення в готель та ночівля
2 день	Краків – Затор – Хмельницький Сніданок у готелі. День у парку розваг «Енерджиландія». Повернення в Україну, переїзд в Хмельницький

Перед вїздом туристам водії повідомляють про правила поведіння в автобусі, а гід акцентує увагу на особливостях туру в порадах.

1. Якщо турист бере дитину в Енерджіландію, то потрібно мати на увазі, що це дуже шумне та людне місце. Там весело, яскраво, інтенсивно, і тому неважко загубити малюка. Як батьки, ви найкраще знаєте своїх дітей і знаєте, чи буде це хорошим досвідом для них, за поведінку дітей компанія не відповідає.

2. Ознайомтеся з картою атракціонів Енерджілендії – подивіться на сайті Енерджіландії, які атракціони зацікавлять, на яких можна буде кататися (в різних гірок різні обмеження, не тільки вікові або зростові). Подивіться, які шоу та о котрій годині відбуватимуться. Сплануйте свій пішохідний маршрут Energylandia завчасно, щоб знати, куди саме йти.

3. Для початку варто йти туди, куди вам найбільше цікаво, якщо хочете потрапити в Zadra, спрямуйте свої кроки після входу саме туди. Як правило, відвідувачі йдуть по одному та через кілька годин приходять до кінця парку. На вихід із парку потрібно витратити до 40 хв., враховуйте це прямуючи до місця паркування туристичного автобусу.

При плануванні виїздів по туру турфірма здійснює наступні організаційні дії:

1. Купує на групу квитки онлайн, так можна уникнути черги на касі та діти не будуть нетерплячими.

2. Перед відвідуванням туристам видається паперова карта атракціонів Energylandia.

3. Приїзд у парк розваг відбувається зранку, на момент відкриття, щоб мати можливість провести цілий день в Energylandia.

4. Проводиться усний інструктаж туристів перед видачею квитків про те, як поводитись, коли й де саме буде місце збору, як саме користуватись шафками і швидким пропуском на конкретний час для американських гірок Zadra, Hyperion, Maayan, як заощаджувати час у чергах та користуватись спеціальними автоматами, розміщеними на закритій території парку.

Найменший наплив відвідувачів в понеділок, наприклад в вересні чи жовтні, на атракціонах можна кататися декілька разів, особливо на дитячих.

Вартість денних квитків:

- діти до 3 років входять за один злотий;
- звичайний квиток – 149 злотих;
- пільговий квиток (зростом до 140 см) – 99 злотих.

Вартість квитків на два дні відвідування парку:

- пільговий квиток (зростом до 140 см) – 179 злотих;
- звичайний квиток – 269 злотих.

На територію парку розваг заносити їжу не можна, але є на вибір понад 50 точок, де можна пообідати між відвідуванням атракціонів. Є заклади швидкого харчування, кави, морозива, а також ресторани з кухнями регіонів

світу, в тому числі й італійська. Вони цікаво оформлені відповідно до тематики зони, де знаходяться, наприклад, *Moya Formula Pizza*, *Tavern*, *Galaxy Kebab* [16; 17].

За бажанням корпоративних клієнтів може плануватись виїзд на святкові вихідні, адже тоді найбільше людей та черги до атракціонів можуть бути дуже людні, або розширення тривалості перебування в турі.

2.3 Аналіз здійснення транспортного обслуговування в умовах повномасштабної війни

Туристична галузь України, яка тільки почала відновлювати свої позиції після двох років антипандемічних обмежень, зазнала впливу війни ще до 24 лютого 2022 року. Першим сигналом стала відмова від польотів в Україну західних авіакомпаній, за якою послідувала заборона польотів в українському небі з боку авіаційних страхових компаній. Тривожне очікування зростало, і лише через тиждень вторгнення почалося по-справжньому. Здавалося, що це призвело до повної зупинки авіаційної галузі, але для професіоналів фокус занепокоєння змінився, оскільки їм довелося займатися нагальними питаннями:

1) переговори про пільгові умови розміщення з іноземними партнерами розпочалися негайно, оскільки існувала потреба надати допомогу тисячам туристів, які застрягли за кордоном;

2) у країні розпочалися процеси, спрямовані на забезпечення евакуації людей із зон конфлікту.

Замість того, щоб подорожувати на відпочинок, вони тепер змушені виїжджати за кордон. Деякі туристичні фірми, зокрема «Алголь», «Еврика Тур», «TRG», «Альф», «Диво» та «Тур Груп», почали організовувати евакуаційні рейси для перевезення громадян України, які постраждали від російського вторгнення, до безпечніших країн [18].

Лише за тиждень війни кількість українців, які залишили країну, перевищила мільйон; станом на 6 березня 2022 року ця цифра вже перевищила 1,5 мільйона. За даними Світового банку, кількість біженців з України зараз перевищує 2% від загальної чисельності населення України, яка на кінець 2020 року становила 44 мільйони. За оцінками ООН, з України може виїхати до 4 мільйонів людей, і ця оцінка може бути переглянута у бік збільшення [19].

Близько половини українських біженців перебувають у Польщі, далі йдуть Угорщина, Болгарія, Румунія, Словаччина та Молдова. З 2017 року громадянам України дозволено безвізовий в'їзд до країн Шенгенської зони. Українці, які виїхали за кордон через війну, можуть обрати один з наступних правових режимів для свого перебування:

- отримати тимчасовий захист відповідно до Директиви про тимчасовий захист 2001/55/ЄС, яка набула чинності для України рішенням Ради ЄС від 4 березня 2022 року (захист включає право на житло, освіту, роботу, соціальне забезпечення та охорону здоров'я, які можуть бути Вони можуть бути реалізовані після реєстрації);

- залишатися в статусі туриста (протягом 90 календарних днів, без права на роботу, без соціальної та економічної підтримки);

- подати заяву на отримання статусу біженця (необхідно подавати відразу в першій країні зупинки після виїзду з України) [20].

Директива про тимчасовий захист містить кілька важливих положень. По-перше, вона скасовує 90-денний ліміт на перебування в ЄС, передбачений системою безвізового режиму. Спочатку цей період був продовжений до одного року, але якщо ситуація до того часу не покращиться, українцям дозволять залишатися ще на шість місяців, а потім ще на такий самий період. Загалом, це може тривати максимум три роки. По-друге, тимчасовий захист дає українським біженцям право на проживання, доступ до ринку праці, житла, соціальної та медичної допомоги. Біженці можуть відкривати бізнес, проходити курси та здобувати нові професії, а діти - завершувати навчання в школі.

Евакуаційний туризм відноситься до організованого туризму, тобто це подорожі групи туристів, організовані туристичним підприємством [21]. У пункті прибуття такі мандрівники вирішують, чи подавати заяву на отримання статусу біженця або тимчасового захисту. Евакуаційні тури є формою незапланованого туризму, і туристичні агенції не можуть планувати такі тури у своїх робочих програмах через пов'язану з ними невизначеність.

Загальноприйняті методи розробки евакуаційних турів включають наступні етапи.

Вибір пунктів маршруту. Критеріями відбору є наявність у пункті призначення центру прийому жертв війни в Україні, його належне оснащення для прийому таких осіб та транспортне сполучення.

Розробка схеми маршруту. Залежно від обраної форми маршруту зазвичай обирається лінійна архітектура. Вибір точок маршруту узгоджується між організаторами та часом подорожі. Вибір схеми маршруту значною мірою залежить від транспортної системи, враховуючи такі особливості, як конфігурація транспортної мережі, щільність, технічний стан шляхів сполучення, ступінь розвитку окремих видів транспорту, надійність і безпека транспортних операцій тощо. Найпоширенішою варіацією процесу створення схеми маршруту є ситуація, коли необхідно максимально оптимізувати час у дорозі, щоб за обмежений проміжок часу звести до мінімуму витрати часу на проїзд між основними пунктами маршруту.

Оптимізація маршруту. Потребує врахування об'єктивних і суб'єктивних обмежень евакуаційних турів. Перші залежать від умов сегментації (наявність поранених, вагітних жінок, хворих, людей похилого віку та інвалідів), а другі - від компетенції туроператора. Зокрема, існують часові обмеження (час у дорозі) та фінансові обмеження (хто оплачує тур).

Програма туру повинна відповідати меті подорожі. Програма туру повинна також враховувати сезон подорожі і характер туру (маршрутно-транспортний або маршрутно-стаціонарний). Планується варіант розміщення та харчування на маршруті. Екскурсійні послуги не запрограмовані, за винятком

випадків, коли екскурсійна частина кимось спонсорується, або проводиться екскурсоводами на волонтерських засадах. Забезпечити транспорт між ключовими точками маршруту, коли необхідно запропонувати туристам перерву.

Ця програма не є деформуючою і не включає в себе екскурсії та інші безкоштовні види дозвілля на вибір туриста. Наприклад, у Румунії діє програма «50/20». На узбережжі біля Констанци та в горах Трансільванії доступні три- та чотири-зіркові готелі з напівпансіоном на добу. Проживання у дво- або тримісних номерах. Одномісних номерів немає, тільки з проживанням. У складі групи ви можете заселитися в готель з харчуванням під час евакуаційного рейсу [22].

У Болгарії в рамках програми тимчасового захисту внутрішньо переміщених осіб з України «Закрила» організуються наступні евакуаційні тури:

- автобусний трансфер між Києвом та Бургасом;
- трансфер до готелю;
- проживання в готелі;
- 2-разове харчування.

Медична страховка надається за додаткову плату. Якщо ви забронюєте тур Болгарія (екскурсійний автобус) з Києва, ви можете подорожувати наступними містами: Київ - Житомир - Вінниця - Хмельницький - Кам'янець - Подільський - Чернівці. Програма орієнтована на українських біженців (жінок, дітей до 18 років і чоловіків старше 60 років). Програма також доступна для груп дітей, які мають можливість навчатися в школі онлайн. Для участі в програмі необхідно отримати статус тимчасового притулку в поліцейській дільниці на курорті. Програма туру включає: проїзд автобусом за маршрутом Україна-Болгарія-Україна, групові трансфери, зупинки в готелях та проживання в 2-4 зіркових готелях (3-4 номери) на різних курортах Болгарії. У більшості готелів послуга видачі захисних документів надається у будні дні, тому за проживання у вихідні дні стягується додаткова плата. Всі новоприбулі повинні

прибути до поліцейської дільниці вранці, щоб подати заяву на отримання документа [23]. У Болгарії біженців з України розміщують на зиму в державних установах, а не в готелях. Лише дві країни – Болгарія, Кіпр та Ірландія – надають безстроковий безкоштовний захист українським біженцям [24].

Можливості Німеччини з прийому біженців майже вичерпані, оскільки шукачі притулку з країн Близького Сходу та Африки продовжують прибувати до Німеччини, переважно так званим «балканським маршрутом». Оскільки Польща приймає найбільшу кількість українських біженців, з середини листопада розміщення в центрах для біженців буде платним, і українці повинні будуть оплачувати 50% витрат самостійно. Більшість німецьких земель досягли межі своєї здатності надавати притулок людям, які тікають від війни в Україні. Жодна з них не відмовляється приймати новоприбулих, але їм вже радять їхати одразу до менших міст і сіл. Система застосовується до шукачів притулку, які прибули в умовний пункт А, але не мають конкретної мети або місця проживання. Після перебування в таборах для біженців або інших тимчасових приміщеннях вони можуть бути перерозподілені до іншої федеральної землі, де для них є місце відповідно до системи розподілу. Однак це можливо лише в тому випадку, якщо земля, до якої прибув біженець, вже вичерпала свою квоту на прийом біженців [25].

Обмежень щодо карантину немає, але для учасників евакуаційного туру на кордоні проводяться безкоштовні експрес-перевірки на коронавірусну інфекцію. Туристичні формальності спрощені, але для перетину кордону необхідний один з таких документів:

- внутрішній паспорт громадянина України з електронним носієм;
- біометричний паспорт громадянина України для виїзду за кордон (включно з відміткою про продовження терміну дії);
- внутрішній паспорт громадянина України старого зразку;
- діти, дані яких вписані у паспорт одного з батьків; неповнолітня дитина, може виїжджати за кордон з одним із своїх батьків без нотаріального дозволу від другого з батьків;

- свідоцтво про народження.

На початку 2022 року з моменту повномасштабного вторгнення РФ було дуже багато бажаючих виїхати з України подальше від війни й туроператор «Lets go travel» робив автобусні нерегулярні перевезення. Напрямами нерегулярних перевезень з Хмельницького до міст Польщі були Краків, Вроцлав, Жешув та інші (рисунок 2.5).

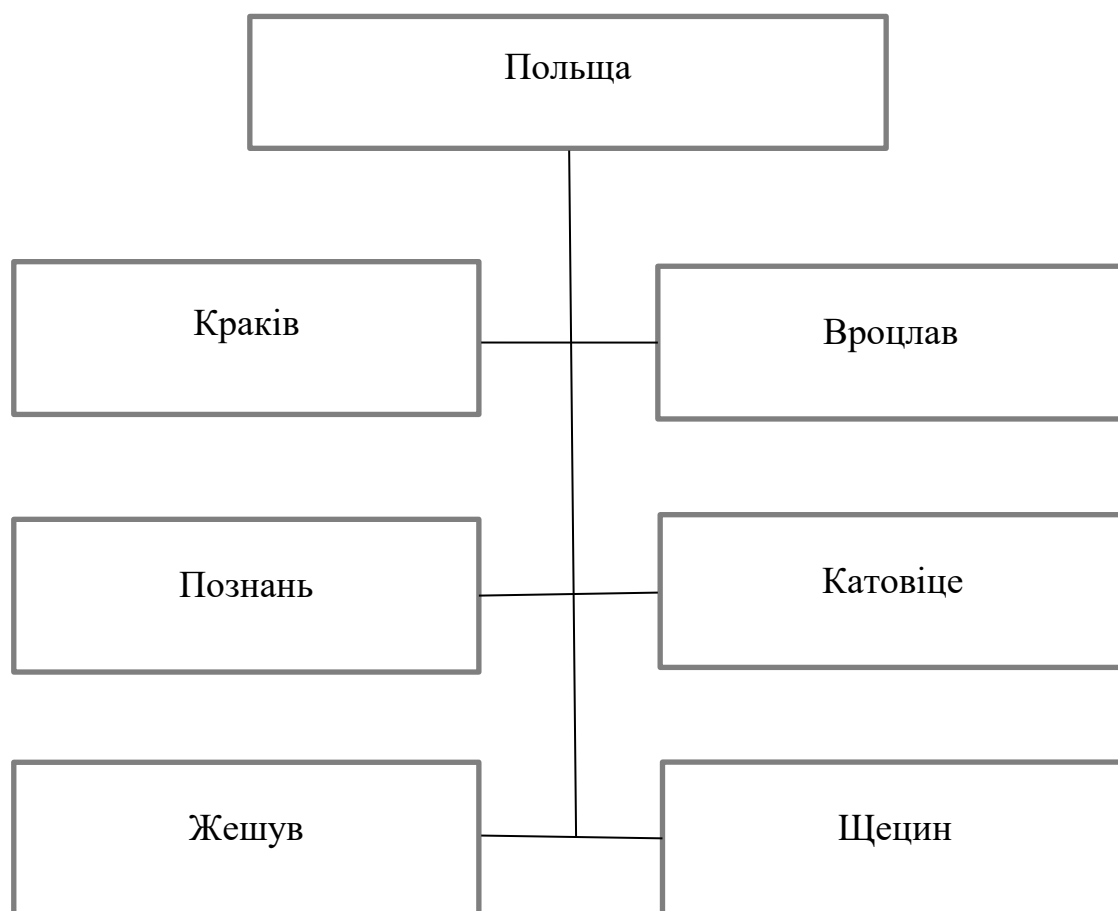


Рисунок 2.5 – Напрями здійснення ТОВ «Lets go travel» нерегулярних перевезень з України в Польщу у 2022 році

Організаційні та технічні заходи для проведення евакуаційних турів:

1) відбір керівників груп;

2) пошук програми або спонсора, який би покрити повну вартість туру, або розрахунок вартості туру за допомогою методу калькуляції витрат;

3) зв'язок з приймаючими організаціями, наприклад, медичними та геронтологічними установами, якщо це необхідно, і підготовка туристичних процедур;

4) зв'язок з громадськими організаціями, які надають гуманітарну допомогу українцям у країні прибуття;

5) відбір учасників евакуаційних турів з числа тих, хто безпосередньо постраждав від війни.

Таким чином, туристичний сектор української економіки вижив, пристосувавшись до впливу несприятливих факторів і змінивши основний фокус транспортного обслуговування на евакуаційний туризм.

Розділ 3 Проблеми та перспективи управління транспортним обслуговуванням в умовах війни

3.1 Проблеми врівноваження попиту та пропозиції на транспортне обслуговування туристичної діяльності

Транспортна пропозиція – це пропускна спроможність конкретної транспортної інфраструктури та видів транспорту протягом певного періоду часу. Попит на транспорт це потреби в мобільності протягом того самого періоду часу, навіть якщо вони задоволені лише частково [26].

Транспортування – це послуга, якою слід скористатися негайно, оскільки, сама транспортна послуга не може зберігатися. Мобільність здійснюється за допомогою транспортної інфраструктури фіксованої потужності, що забезпечує транспортне обслуговування.

Транспорт – це ринок, що складається з постачальників транспортних послуг і користувачів цих послуг. Добре функціонуючі транспортні ринки повинні дозволяти транспортній пропозиції відповідати транспортному попиту, щоб задовольнити транспортні потреби для мобільності пасажирів і вантажів. Без мобільності туристична інфраструктура була б марною, а без туристичної інфраструктури мобільність не могла б відбутися або була б нерентабельною. Цю взаємозалежність можна розглядати відповідно до двох концепцій, якими є транспортна пропозиція та попит.

Транспортне забезпечення. Пропускна здатність транспортної інфраструктури та видів транспорту, як правило, у межах географічно визначеної транспортної системи та протягом певного періоду часу. Пропозиція виражається в інфраструктурі (ємність), послугах (частота) і мережах (покриття). Пропускна здатність часто оцінюється в статичних і динамічних термінах, де статична пропускна здатність представляє обсяг простору, доступного для транспортування (наприклад, поверхня терміналу), а динамічна пропускна здатність – це покращення, яке можна досягти за допомогою кращої

технології та управління. Кількість пасажирів, обсяг (для рідин або контейнерних перевезень) або маса (для вантажів), які можна перевезти за одиницю часу та простору, зазвичай використовуються для кількісної оцінки транспортної пропозиції.

Транспортний попит. Транспортні потреби, навіть якщо ці потреби задовольняються повністю, частково або зовсім не задовольняються. Транспортний попит, таким чином, може бути реалізований, якщо він був вимірний за існуючих умов, або потенційний, якщо він міг статися за гіпотетичних умов. Подібно до транспортного забезпечення, воно виражається кількістю людей, обсягом або тоннами гуманітарного вантажу на одиницю часу та відстані, який перевозить туристичний автобус.

Сторону пропозиції транспортного ринку можна розділити на дві категорії:

Сторонні перевезення. Транспортні компанії пропонують транспортні послуги користувачам, які потребують таких послуг, часто на відкритих ринках. Користувачі транспорту оплачують надані послуги згідно з узгодженими умовами договору або за поточним (спотовим) тарифом. Приклади включають сторонні транспортні компанії, контейнерні судноплавні лінії, залізничні оператори та автобусні компанії. Конкуренентоспроможність є ключовою перевагою сторонніх перевезень, оскільки постачальники прагнуть пропонувати клієнтам кращі та дешевші послуги. Існує також ризик коливання цін через зміну ринкових умов, і транспортні потужності можуть бути недоступними, коли клієнт цього вимагає. Сторонні транспортні компанії бувають різних розмірів залежно від характеристик транспортних ринків, які вони обслуговують. Існують великі глобальні сторонні транспортні компанії, такі як морські круїзні лінії, сторонні постачальники логістичних послуг, а також невеликі підприємства, такі як автотранспортні компанії та місцеві компанії тулоператори.

Транспорт за власний рахунок. Користувач транспорту використовує власні транспортні засоби для переміщення туристів або малочисельних

подорожей (наприклад, автомобілісти, які використовують приватні автомобілі, або великі промислові компанії, що володіють власним автобусом для організації подорожей для своїх співробітників). Користувач транспорту має прямий доступ до відомої ємності з ризиком нижчого рівня використання активів (наприклад, порожні переміщення або неактивне обладнання, тобто транспорт не на ходу). Немає конкретного зв'язку між розміром турфірми та використанням транспорту за власний рахунок, оскільки така домовленість використовується невеликими місцевими фірмами, які мають свої транспортні засоби, а також великими корпораціями, такими як національні та міжнародні туристичні оператори.

Реалізований транспортний попит, виражений у особах або кілометрах, є множенням перевезеного обсягу та відстані, яку обслуговує транспортний засіб. Ці два фактори часто виникають одночасно, створюючи мультиплікаційний вплив на транспортний попит (рисунок А.1). Він може збільшитися з двох причин:

1) зростання обсягів перевезення туристів, як результат зростання населення, виробництва туристичних послуг, споживання та доходу, що є ілюстрацією сукупного попиту;

2) зростання середньої відстані, на яку перевозяться туристи. Аутсорсинг, офшоринг, оренда та економічна спеціалізація (фактори, пов'язані з глобалізацією) і субурбанізація – усі ці чинники лежать у основі цієї тенденції.

Оцінку транспортного попиту можна концептуалізувати з трьох основних точок зору, які також є моделями (рисунок А.2).

Постійний. Транспортний попит пропорційний змінній, тому очікується збільшення попиту з відповідним зростанням змінної. Це не обов'язково означає причинний зв'язок, хоча змінні, що мають сильний зв'язок, мають тенденцію бути причинно-наслідковими. Зображені асоціації зазвичай лінійні, але можуть бути представлені і нелінійні зв'язки. Це широко відомо як ефект мультиплікатора в оцінці економічного впливу.

Детермінований. Транспортний попит є прямою функцією ряду відомих параметрів. Знання параметрів дозволяє точно оцінити попит за допомогою модальності, наприклад множинної регресії. Наприклад, знання функцій попиту та пропозиції, включаючи їх еластичність, дозволяє оцінити, скільки пасажирів купили б квиток за певного рівня ціни. Модель просторової взаємодії є стандартним прикладом детермінованого попиту, який є загальною функцією атрибутів принаймні двох місць, врахованих функцією їх відстані.

Стохастичний. Попит на транспортування неможливо точно оцінити через складність параметрів і можливість випадкових подій. На складному транспортному ринку попит стає обмеженою ймовірністю. Певний рівень попиту оцінюється як імовірний, але інший рівень попиту залишається можливим. Наприклад, попит і тарифи на туристичні перевезення можуть мати суттєві варіації, включно зі сплесками та падіннями, пов'язаними з нестабільністю цін на тури та пальне, цін на транспортування, геополітичними подіями (в тому числі, війнами) та коливаннями валют.

Попит та пропозиція транспорту мають взаємне, але асиметричне співвідношення. Хоча реалізований транспортний попит не може виникнути без відповідного рівня транспортної пропозиції, транспортна пропозиція може існувати без відповідного транспортного попиту. Це звичайне явище в інфраструктурних проектах, розроблених із потужністю, яка відповідає очікуваному рівню попиту, який може здійснитися, а може й не здійснитися або зайняти значну кількість часу. Регулярні транспортні послуги, такі як громадський транспорт або авіалінії, пропонують транспорт, який працює навіть за недостатнього попиту. Інфраструктури також, як правило, проектуються на рівень пропускної здатності, вищий за очікуваний базовий сценарій, якщо попит виявиться вищим, ніж очікувалося. Інколи транспортна інфраструктура будується з розрахунком на те, що проектна пропускна здатність ніколи не буде перевищена. В інших випадках попит не матеріалізується через неправильне планування або несподівані соціально-економічні зміни.

Транспортний попит, який задовольняється пропозицією транспортних послуг, створює трафік (вантажівки, потяги, кораблі, літаки, автобуси, велосипеди тощо) у відповідних мережах транспортної інфраструктури.

Пропускна здатність транспорту, як правило, перевищує фактичний транспортний попит, оскільки середній рівень використання транспортних засобів рідко досягає 100%. Це стосується, наприклад, порожніх перевезень вантажівок, недостатньо використаної місткості круїзера, який пливе на судноплавному маршруті, що характеризується незбалансованими потоками лайнерів, недостатньо завантаженого автобусного сполучення в непіковий період та ситуації, коли одна людина на автомобіль у приміському сполученні.

Існує простий статистичний спосіб вимірювання пропозиції та попиту на пасажирські або вантажні перевезення: пасажиро-кілометри (або пасажиромілі) є загальноприйнятим показником, що виражає реалізований попит на пасажирські перевезення, оскільки він порівнює кількість перевезених пасажирів із відстанню, на яку вони перевозяться. Хоча пасажиро-кілометри найчастіше використовуються для вимірювання реалізованого попиту, цей показник також можна застосувати до транспортної пропозиції. Наприклад, транспортне забезпечення рейсу Boeing 777-200ER між Нью-Йорком і Лондоном становитиме 314 пасажирів (у конфігурації трьох класів) на 5500 кілометрів (з транзитним часом приблизно 6 годин, залежно від напрямку). Це передбачає транспортне забезпечення 1 727 000 пасажиро-км. Насправді для цього рейсу може бути попит на 340 пасажирів (1 870 000 пасажиро-км), навіть якщо фактична місткість становитиме 314 пасажирів. У цьому випадку реальний попит становитиме 314 пасажирів на відстані 5500 кілометрів із потенційного попиту в 340 пасажирів, що означає систему, де попит становить 108% пропускної здатності. Коли потенційний попит значно перевищує реалізований попит, тарифи зазвичай коригуються, доки не буде кращого збігу (закони попиту та пропозиції). Більш високі тарифи можуть зменшити потенційний попит, водночас вони можуть бути стимулом для збільшення пропускної здатності. Цей процес зазвичай повторюється, поки попит і

пропозиція не збіжаться. Як і в багатьох галузях економіки, механізми встановлення цін в туризмі постійно впливають на транспортний ринок.

Транспортне постачання можна удосконалити за допомогою набору функцій, що представляють основні змінні, що впливають на пропускну здатність транспортних систем. Ці змінні відрізняються для кожного режиму. Для автомобільного та залізничного транспорту транспортне забезпечення часто залежить від пропускну здатності маршрутів і транспортних засобів (модальне туристичне обслуговування). На відміну від цього, постачання повітряного та морського транспорту сильно залежить від потужності терміналів (інтермодальне туристичне обслуговування).

Модальне постачання. Пропозиція одного виду транспорту впливає на пропозицію інших, наприклад, на дорогах, де різні види транспорту конкурують за ту саму інфраструктуру, особливо в туристично перевантажених районах.

Інтермодальні постачання. Транспортне забезпечення також залежить від перевантажувальних можливостей інтермодальних інфраструктур. Наприклад, максимальна кількість рейсів на день між Краковом і Римом не може перевищувати добову пропускну здатність аеропорту Кракова та Риму, навіть якщо повітряний коридор Краків – Рим потенційно має дуже високу пропускну здатність.

Попит на транспорт, як правило, виражається в певний час, пов'язаний із моделями економічної та соціальної діяльності. Транспортний попит часто є стабільним і повторюваним, що дозволяє добре наблизити планування послуг. В інших випадках транспортний попит є нестабільним і невизначеним, що ускладнює надання належного рівня послуг.

Співвідношення між транспортною пропозицією та попитом постійно змінюються, але є взаємопов'язаними. Зі звичайної економічної точки зору, попит і пропозиція транспорту взаємодіють, доки не буде досягнуто рівноваги між кількістю транспортних засобів, які ринок готовий використати за певною ціною, і кількістю, що постачається за таким рівнем цін. Зміни цін впливають

не тільки на рівень транспортного попиту, але також можуть призвести до переміщення попиту на інші маршрути, альтернативні види транспорту та інші періоди часу. У середньостроковій або довгостроковій перспективі структурні зміни в ціноутворенні транспорту можуть вплинути на рішення щодо розміщення окремих осіб і підприємств. Однак для транспортного сектору характерні деякі міркування, які ускладнюють відносини попиту та пропозиції:

Вхідні витрати – це витрати, понесені для експлуатації принаймні одного транспортного засобу в транспортній системі. У деяких секторах, зокрема морських, залізничних та повітряних перевезень, вихідні витрати є дуже високими, тоді як в інших, таких як автобусні перевезення, вони дуже низькі. Високі витрати на входження означають, що туристичні компанії серйозно розглядатимуть додатковий попит, перш ніж додавати нові потужності чи інфраструктури, або наважуватися на нову послугу.

При управлінні транспортним обслуговуванням в туризмі необхідно враховувати не тільки вхідні витрати, щоб займатись туристичною діяльністю, але й змінні витрати, щоб продовжувати займатись туристичною діяльністю. До них належать витрати на утримання та експлуатацію будівель, організацію надання туристичних послуг, управління парком транспортних засобів.

Змінні витрати – це витрати, загальна сума яких за певний час господарювання залежить від обсягу наданих послуг. Сюди відносяться витрати на:

- паливно-мастильні матеріали;
- паркування та безпеку транспортних засобів;
- комплектуючі вироби;
- зарплата водіїв та обслуговуючого персоналу.

Отже, в умовах коливання попиту та пропозиції на транспортне туристичне обслуговування, необхідно шукати варіанти збільшення використання транспортних засобів для зменшення витрат на утримання.

3.2. Вдосконалення цілей управління транспортним обслуговуванням туристичного оператора в умовах війни

Враховуючи те, що ТОВ «Lets go travel» має власних п'ять великих туристичних автобусів класу коуч та у теперішніх умовах не ризикує робити власні тури, рекомендуємо розглянути варіант надання автобусів в оренду активному автобусному туроператору «Аккорд-тур» з міста Львів [27]. Туроператор орієнтується на виїзний та внутрішній туризм для туристів з усієї України та працює на орендованих автобусах. Збільшення часу комерційного використання автобусів дасть можливість зберегти власний автопарк та кваліфікацію водіїв, забезпечити його беззбитковість.

«Аккорд-тур» дозволяє туристам змінювати дату туру, чи навіть сам тур, у будь-який зручний час, навіть за день до туру, що дає змогу не втратити клієнта остаточно та забезпечити широкий перелік напрямків роботи (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Автобусні тури за напрямками туристичної діяльності туроператора «Аккорд-тур» (витяг)

Країна	Сформовано турів	Ціновий діапазон, євро
Австрія	69	70-580
Албанія	25	126-446
Андорра	8	318-735
Бельгія	20	225-678
Болгарія	41	110-481
Боснія і Герцеговина	3	167-446
Греція	14	155-388
Грузія	2	481-566
Данія	11	339-862
Естонія	8	166-595
Іспанія	23	73-1027
Італія	69	73-1027

Навіть в умовах війни «Аккорд-тур» зберігає роботу по автобусним турам в 39 країнах по культурно-пізнавальному, подієвому та відпочинковому туризму (рисунок 3.1).

Австрія	Литва	Сербія
Албанія	Ліхтенштейн	Словаччина
Андорра	Люксембург	Словенія
Бельгія	Молдова	Туреччина
Болгарія	Монако	Угорщина
Боснія і Герцеговина	Нідерланди	Україна
Греція	Німеччина	Фінляндія
Грузія	Норвегія	Франція
Данія	Північна Македонія	Хорватія
Естонія	Польща	Чехія
Іспанія	Португалія	Чорногорія
Італія	Румунія	Швейцарія
Латвія	Сан-Марино	Швеція

Рисунок 3.1 – Напрямки роботи туроператора «Аккорд-тур»

Навіть у воєнний час туризм в Україні функціонує. Міста пропонують екскурсії, дітей розважають майстер-класами та походами, а дехто навіть їздить на пляж. Звісно, ці доступні види туризму можуть існувати лише за відсутності активних бойових дій. Рекреаційні заходи, такі як відвідування музеїв, гастрономічні тури, велопрогулянки, піші прогулянки та плавання, доступні переважно на заході України. Однак деякі райони, особливо в західних областях, є закритими для відвідування. До них відносяться стратегічні об'єкти, прикордонні території та деякі гірські та лісові маршрути.

У кожній області України за безпеку відповідає насамперед місцева влада, військові, ДСНС, поліція. Масові заходи (фестивалі, концерти тощо) в умовах воєнного стану заборонені. Закриті також туристичні об'єкти поблизу

кордону з Білоруссю. Обмеження стосуються відвідування певних гірських маршрутів, водних об'єктів та лісів у різних регіонах. У Києві та Київській області заборонено відвідування лісів і зелених зон за межами населених пунктів. У Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській та Хмельницькій областях суттєвих заборон для здійснення туристичної діяльності немає, оскільки на цих територіях не ведуться активні бойові дії та вороже замінування.

Навіть в таких умовах туроператор «Аккорд-тур» здійснює виїзди по дев'яти турам по Україні з виїздом з міста Львів (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Тури туроператора «Аккорд-тур» по Україні

Назва туру та гілка маршруту	Тривалість, днів	Ціна, грн
Родзинки Закарпаття Львів – Мукачево – Ужгород – Лумшори – Берегово – Славське – Львів	4	3652
Веселка Карпат Львів – Яремче – Буковель – Верховина – Ворохта – Львів	3	3149
Теплий вікенд: Закарпаття і терми Львів - Мукачево - Косино - Шипіт - Боржава - Ужгород - Лумшори - Карпати - Львів	3	3100
Закарпаття рецепт бадьорості... СПА та Релакс Львів – Трускавець – Урич – Мукачево – Лумшори – Тустань – Львів	5	3986
Намісто Гуцульщини Львів – Івано-Франківськ – Яремче – Буковель – Манява – Коломия – Рогатин – Галич – Львів	6	5718
Подільський десерт Київ – Чернівці – Хотин – Кам'янець-Подільський – Бакота – Київ	5	3655
Теплий вікенд: Закарпаття і терми Львів – Мукачево – Косино – Синевир – Шипіт – Боржава – Ужгород – Карпати – Львів	3	3100

Основні дестинації в турах по Україні – це Карпати, Закарпаття та Поділля. Однак навіть у відносно безпечних районах діють певні обмеження. На Волині українцям повністю заборонено входити в ліси, оскільки вони межують з Білоруссю. У Хмельницькій та Львівській областях можна заходити в ліси, але заборонено розводити багаття та в'їжджати в ліси на автомобілях. Виняток становлять лише ті випадки, коли через ліс пролягає маршрут або коли люди їдуть на велосипеді. У Закарпатській області піші прогулянки в лісі можливі, але деякі маршрути заборонені. Зокрема, це прикордонні території Мармароських гір, Трибушанського природоохоронного науково-дослідного відділення та частини Ужанського національного парку. В Івано-Франківській області доступ до гір і лісів дозволений. У Тернопільській області також дозволено відвідувати ліси, але заборонено розводити вогнища. У лісах і гірських селах Полянницької сільської ради, де розташований Буковель, заборонено їздити на квадроциклах, джипах і мотоциклах. Під час купального сезону необхідно дотримуватись інструкцій місцевої влади щодо заборонених для відвідування з рекреаційною метою водойм.

Транспортні засоби, які перебувають на території України в умовах війни можуть зазнати впливу деструктивного зовнішнього впливу та повністю вийти з ладу в наслідок дії вибухових речовин, або інших воєнних впливів. Для мінімізації ризику повної втрати автобуса, необхідно пропрацювати варіант комерційної заміни через лізинг, оскільки ставки по банківським кредитам є вищими, аніж лізингові. Вихідні умови вибору варіанту лізингу:

1. Автобус новий або вживаний, береться у лізинг на 3-5 роки, вартість 17-25 тис. євро, аванс, який може одразу заплатити туроператор 30% вартості.
2. Туристичний автобус «VOLVO B12B 9700S EURO5 KLIMA» на 49 місць та водій вартістю 482 723 грн (еквівалент 12528 євро) за три роки.

Опрацювавши ринкову пропозицію по п'яти лізинговим компаніям, за критеріями надійності, можна сформувати їх рейтинг відповідності вихідним умовам вибору (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3 – Доступна ринкова пропозиція лізингових компаній для придбання туристичного автобусу

Назва фірми	Скільки років працює	Чи має негативні відгуки	Де розташована	Примітки
«ТЕКОМ-Лізинг»	18 років на ринку	На сайті не представлені відгуки	Одеса	На сайті не вказано вартість за лізингові послуги
Компанія «Бориспільський автозавод»	21 рік на ринку	На сайті не представлені відгуки	Київська область	На сайті не вказано вартість за лізингові послуги
Компанія «ОТР-лізинг»	15 років на ринку	На сайті не представлені відгуки	Петропавлівська Борщагівка	Немає туристичних автобусів
TRUCK 1	20 років на ринку	На сайті представлені відгуки, відгуки позитивні	Ужгород	Вказані ціни за лізингові послуги, можна зразу розрахувати по своїм параметрам пропозиції
Компанія «Автек»	27 років на ринку	На сайті представлені відгуки	Київ	На сайті не вказано вартість за лізингові послуги

Схем погашення лізингового кредиту може бути дві:

- диференційована (або класична);
- ануїтетна.

Розрахунок вартості лізингу по різних варіантам платежів для юридичної особи по ануїтету та класичній схемі показаний на рисунках 3.2 та 3.3.

Стандартний графік погашення кредиту складається за наступною схемою: основна сума боргу ділиться на кількість періодів погашення кредиту сума щомісячного платежу до тіла кредиту, яка є фіксованою; а відсотки нараховуються у кожному періоді погашення на залишок суми основного боргу, тобто на суму погашення відсотків за кредитом.

Ануїтетна форма – це щомісячні платежі рівними частинами протягом усього строку дії кредитного договору.



Рисунок 3.2 – Погашення лізингового кредиту за ануїтетом



Рисунок 3.3 – Погашення лізингового кредиту за класичною схемою

За 3 роки необхідно буде сплатити 482723 грн, при умові внесення авансу розмірі 30%, тобто 144817 грн.

Середньомісячний платіж буде складати 16828 грн.

Проаналізувавши п'ять різних лізингових компаній, можна зробити висновок, що компанія «TRUCK 1» найкраще підходить у якості потенційного лізингодавця туристичного автобусу, тому що вони мають автобуси, які підходять для потреб турфірми, на сайті зразу можна розрахувати вартість послуг і побачити актуальні ціни на транспорт та фірма має позитивні відгуки. Перевагою є і 20 річний досвід роботи компанії на ринку лізингу, адже чим довше автолізингова компанія працює в бізнесі, тим ретельніше вона підходить до кожної угоди. Більш ретельно оцінюють ризики, уникають помилок, обирають правильних постачальників обладнання для своїх клієнтів при подальшому супроводі та узгоджують найвигідніші умови продажу та оплати обладнання.

Транспортні засоби, які придбаваються лізингодавцем для подальшої передачі їх лізингоодержувачу на час дії договору фінансового лізингу, реєструються за лізингодавцем. Після виконання договору фінансового лізингу транспортні засоби перереєстровуються за лізингоодержувачем, тобто у власність ТОВ «Lets go travel» зможе отримати через три роки.

Враховуючи існуючі переваги та недоліки лізингових послуг, можна зробити висновок, що існує набагато більше позитивних моментів, притаманних лізингу, і що за умови державної підтримки для бізнесу, лізингові послуги стануть ще більш привабливими, принаймні в роки відновлення. В умовах війни, коли українська економіка є нестабільною, а фінансування капітальних інвестицій для оновлення основних фондів значно скорочується через недостатні прибутки підприємства та значне зменшення обсягів надання послуг, цей спосіб фінансування інвестицій є найбільш прийнятним і допомагає підтримувати ліквідність більшості підприємств.

Отже, лізинг в умовах обмеженості власних фінансових ресурсів та обмеженому доступі до кредитних ресурсів є однією з ефективних форм

фінансування туристичної діяльності. При правильному та обґрунтованому підході до застосування цього методу фінансування підприємство матиме змогу використовувати туристичні автобуси, навіть у разі втрати існуючої автомобільної техніки, що сприятиме подальшому розвитку.

Таблиця 3.4 – Рекомендовані пропозиції щодо транспортного обслуговування туристичної діяльності в умовах війни для ТОВ «Lets go travel»

№ з/п	Пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1.	Пошук варіантів надання автобусів турфірми в оренду на окремі тури	Пропозиція співпраці по наданню автобусів в оренду туроператору «Аккорд-тур»	Забезпечити щотижневе комерційне використання автобусів	Збереження власного автобусного складу, кваліфікації водіїв, досягнення безбитковості утримання автобусів
2.	Завчасно продумувати подальші дії, які можуть унеможливити надання транспортного обслуговування турфірмою	Моніторинг можливості взяття туристичного автобусу в лізинг, якщо існуючий автопарк буде ушкоджений під дією воєнних руйнівних факторів	Пропрацювати варіант фінансового лізингу на автобус «VOLVO B12B 9700S EURO5 КЛИМА» на 49 місць вартістю 482 723 грн	Швидка заміна імовірно втраченого автобусу, лізингова компанія «TRUCK 1», на три роки місячний платіж становитиме 16828 грн

Висновки

Термін туризм використовується для опису явища, системи чи подій щодо пересування, що представляє нову соціокультурну взаємодію та спосіб пізнання. Найбільш прийнятним є трактування інфраструктури як підсистеми економіки, організаційно-економічної системи, що включає сукупність підприємств, організацій, відносин та інституційних умов, які забезпечують сталий економічний розвиток шляхом координації потоків ресурсів і продуктів, сприяння конкуренції та безперебійному функціонуванню. Як частину туристичного потенціалу країни або регіону, транспортну інфраструктуру можна розглядати як підсистему економічної системи, яка створює соціальні зв'язки і надає транспортні послуги як економічному сектору, так і населенню.

Транспортне обслуговування в туризмі забезпечує суттєвий зв'язок між місцем відправленням та місцем призначення та полегшує пересування відпочиваючих, ділових мандрівників, людей, які відвідують родичів в інших країнах. Індустрія туризму, процвітаючий глобальний сектор, не застрахована від непередбачених проблем і збоїв. Криза, в тому числі війна, може статися будь-якої миті, вплинувши як на бізнес, так і на туристів. Своєчасна відповідь на неминучі загрози управління кризою в індустрії туризму відіграє ключову роль у захисті добробуту туристів і забезпеченні стійкості бізнесу.

Туристична компанія «Lets go travel» функціонує на ринку неповних п'ять років, є туроператором і порівняно з іншими туроператорами, такими як «Бомба Тур» та «Accord Tur» є невеликою за обсягом діяльності. На теперішній час ТОВ «Lets go travel» є регіональним туроператором. У 2022 році чистий прибуток ТОВ «Lets go travel» порівняно з 2020 роком збільшився на 108,5 тис. грн. Саме діяльність із забезпечення трудовими ресурсами й давала можливість отримати дохід під час коронавірусної кризи, адже не зупиняли роботу промислові підприємства, не зазнавала суттєвих збитків торгівля продуктами харчування, медикаментами, засобами гігієни і доставка товарів до споживача.

На транспортному обслуговуванні туру «ЕнерджиЛандія» працює гід від турфірми та використовується для перевезення туристів туристичний автобус класу коуч «Neoplan N117 Spaceliner SHD». Автобус Neoplan Spaceliner використовується для інтернаціональних перевезень, і вважається 3-зірковим по класу комфорту а також двоповерховим, хоча має лише один поверх з сидіннями. У довжину автобус має рівно 12 метрів, у висоту 4,0 метра і у ширину 2,5 метра, пасажиромісткість 54 людини. Архітектура туру кільцева, вартість в еквіваленті 100 євро з дорослого, 80 євро з дитини до 14 років, діти до 3-х років можуть їхати без окремого місця в автобусі безкоштовно. Перед виїздом туристам водії повідомляють про правила поведження в автобусі, а гід акцентує увагу на особливостях туру в порадах.

На початку 2022 року з моменту повномасштабного вторгнення РФ було дуже багато бажаючих виїхати з України подалі від війни й туроператор «Lets go travel» робив автобусні нерегулярні перевезення. Напрямами нерегулярних перевезень з Хмельницького до міст Польщі були Краків, Вроцлав, Жешув та інші. Організаційні та технічні заходи для проведення евакуаційних турів: відбір керівників груп; пошук програми або спонсора, який би покрити повну вартість туру, або розрахунок вартості туру за допомогою методу калькуляції витрат; зв'язок з приймаючими організаціями, наприклад, медичними та геронтологічними установами, якщо це необхідно, і підготовка туристичних процедур; зв'язок з громадськими організаціями, які надають гуманітарну допомогу українцям у країні прибуття; відбір учасників евакуаційних турів з числа тих, хто безпосередньо постраждав від війни. При управлінні транспортним обслуговуванням в туризмі необхідно враховувати не тільки вхідні витрати, щоб почати займатись туристичною діяльністю, але й поточні витрати, щоб продовжувати займатись туристичною діяльністю. До них належать витрати на організацію надання туристичних послуг та управління парком транспортних засобів.

Враховуючи те, що ТОВ «Lets go travel» має власних п'ять великих туристичних автобусів класу коуч та у теперішніх умовах не ризикує робити

власні тури, рекомендуємо розглянути варіант надання автобусів в оренду активному автобусному туроператору «Аккорд-тур» з міста Львів. Навіть в умовах війни «Аккорд-тур» зберігає роботу по автобусним турам в 39 країнах по культурно-пізнавальному, подієвому та відпочинковому туризму (рисунок 3.1). туроператор «Аккорд-тур» здійснює виїзди по дев'яти турам по Україні з виїздом з міста Львів. Основні DESTИНАЦІЇ в турах по Україні – це Карпати, Закарпаття та Поділля.

Транспортні засоби, які перебувають на території України в умовах війни можуть зазнати впливу деструктивного зовнішнього впливу та повністю вийти з ладу в наслідок дії вибухових речовин, або інших воєнних впливів. Для мінімізації ризику повної втрати автобуса, необхідно пропрацювати варіант заміни втраченого через лізинг. Лізинг в умовах обмеженості власних фінансових ресурсів та обмеженому доступі до кредитних ресурсів є однією з ефективних форм фінансування туристичної діяльності.

Транспорт відіграє важливу роль у туристичній індустрії, це зв'язок між пунктом призначення, засобом розміщення, пам'ятками, які вважаються основними елементами подорожі. Транспорт дуже важливий для успіху як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Масовий туризм не міг би існувати без недорогого та легкодоступного транспорту. У багатьох дослідженнях основний зв'язок між транспортом і туризмом був підкреслений і визначений терміном «доступність», що означає, що транспорт вважається важливим зв'язком між регіонами, що генерують туристів, і регіонами призначення туристів, тобто DESTИНАЦІЯМИ.

Транспортні послуги мають ряд відмінних рис по відношенню до інших послуг, а саме: вони виявляють високу сприйнятливість до технічного прогресу, інтенсивні в часі, вимагають вкладення інвестицій, мають вразливість до міжнародних, економічних та політичних криз.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Демидович Д. Прес-служба Міністерства інфраструктури. – 2012. / Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245498314&cat_id=244277212
3. Іксарова Н. О. Транспортна інфраструктура як компонент економічної безпеки України / Н. О Іксарова // Економічний простір. – 2015. – №36. – С. 55-61.
4. Caraiani, G., Potecea, V., Surdu, D.G., Georgescu, C., (2017), Transporturi si expeditii internationale. Clasic versus electronic, Editura Economica, Bucuresti. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://go.gale.com/ps>
5. Prindeaux, B., (2000), The role of the transport system in destination development, Tourism Management, Volume 21, Issue 1, February. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://go.gale.com/ps>
6. Caraiani, G., Georgescu, C., (2012), Transporturi si expeditii internationale, Editura Universitara, Bucuresti. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://go.gale.com/ps>
7. Stanciulescu, G. (2002), Managementul Operatiunilor de turism, Editura All Beck, Bucuresti. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://go.gale.com/ps>
8. Culpan, R. (1987), International tourism model for developing economies, Annals of Tourism Research, Vol. 14. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://go.gale.com/ps>
9. Транспортна галузь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourismnotes.com/tourism-transportation/>
10. Economy Ratings. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org>

11. Global Competitiveness Report 2017-2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport.pdf
12. Коронавірус і світова економіка: криза чи піднесення чекає на фінансові системи, бізнес і ринок праці у 2021 році. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/koronavirus-svitova-ekonomika-kryza/31031731.html>
13. Energylandia. Frekwencja. [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<https://pl.wikipedia.org/wiki/Energylandia>.
14. Lets go travel. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.facebook.com/letsgo.net.ua>.
15. Neoplan Spaceliner/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://uk.wikipedia.org/wiki/Neoplan_Spaceliner
16. Kamila Florczak. Energylandia – the best amusement park in Poland. [Електронний ресурс] – Режим доступу:
<https://www.readyforboardingblog.com/poland/energylandia-the-best-amusement-park-in-poland.html>.
17. Bre'Anna Grant. Americans are so desperate to travel again. Business Insider. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.businessinsider.nl/americans-are-so-desperate-to-travel-again-that-38-of-them-would-give-upsex-for-a-year-just-to-go-on-a-trip-new-survey-shows/>.
18. Григор'єва Л.В. Технологія розробки евакуаційних турів / Збірник праць МАУП. 2022, С. 18-29.
19. Кількість біженців з України сягнула 1,0 мільйона. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2022/03/03/81989294/>
20. Міністерство закордонних справ України : Корисна інформація для тих, хто вимушено виїжджає за кордон через війну. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tripadvisor.mfa.gov.ua/>.

21. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 20–21 березня 2014 року, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т.-Т.2.– Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2014. – С. 421-423.
22. Румунія для українців, як діє програма «50/20». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://marite.com.ua/fishky/fishky/rumuniya-pryumaе-bijentsiv-z-ukrany-bezkoshtovno/>.
23. Програма тимчасового укриття «Закрила». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://evrikatour.com.ua/node/353>.
24. Bulgaria to move Ukrainian refugees from hotels to state facilities. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sofiaglobe.com/2022/10/31/bulgaria-to-move-ukrainian-refugees-from-hotels-to-state-facilities/>.
25. Біженці з України в Німеччині: чи вистачить місця кожному? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/ci-e-u-nimeccini>.
26. Dr. Jean-Paul Rodrigue and Dr. Theo Notteboom. The Provision and Demand of Transportation Services. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://transportgeography.org/contents/chapter3/provision-and-demand-of-transportation/>
27. Аккорд тур. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.accordtour.com/vsi_avtobusni_tury

Додаток А

Криві попиту та пропозиції на транспортне обслуговування

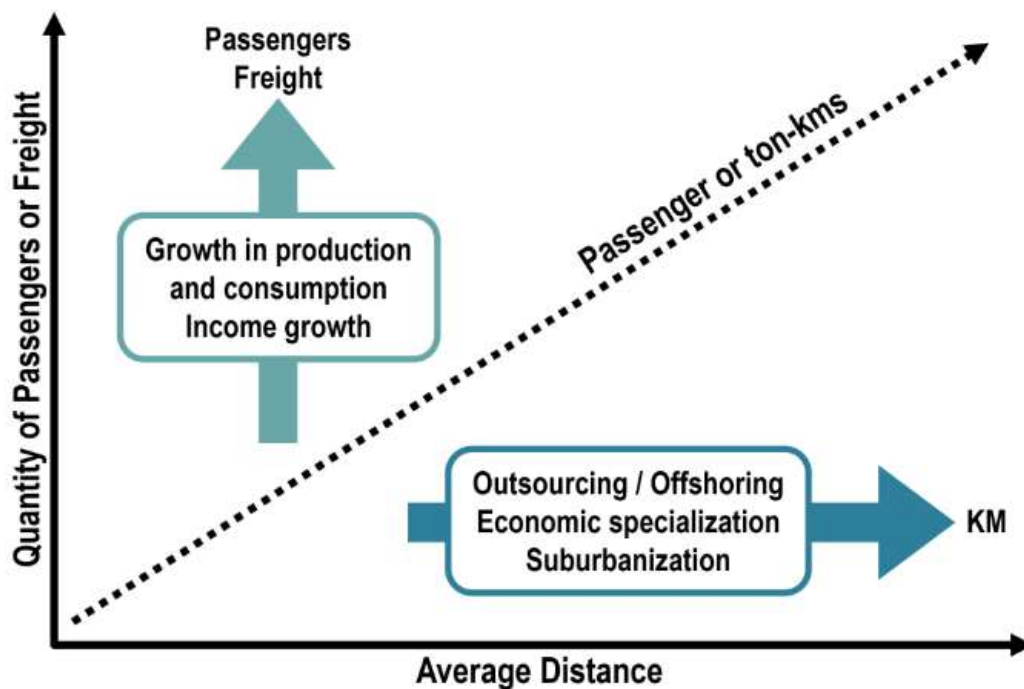


Рисунок А.1 – Фактори зростання транспортного попиту

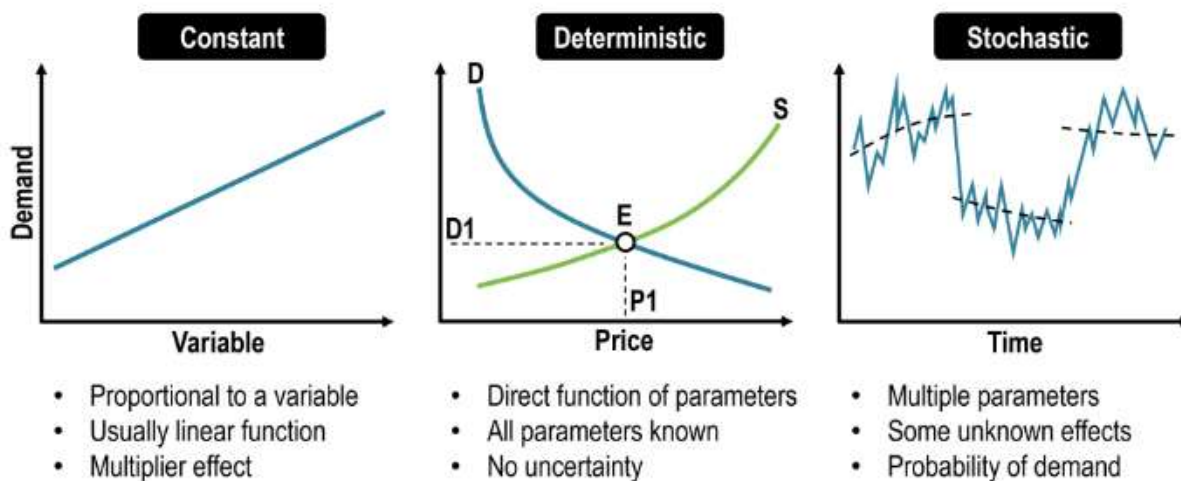


Рисунок А.2 – Види транспортного попиту