

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

Рівень вищої освіти

«Вдосконалення організації автобусних турів за матеріалами «E.Line Tour»

назва теми

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 242 «Туризм рекреація»
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма «Туризм»
Назва

Шифр _____

Виконав: студент 2 курсу група ТУРмз-22 _____ Ю. Стельмах
Підпис Ініціали, прізвище

Керівник _____ І. Несторишен
Підпис, дата Ініціали, прізвище

Нормоконтролер _____ О. Гриндій
Підпис, дата Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри _____ І. Журба
туризму та готельно-ресторанної справи Підпис, дата Ініціали, прізвище

_____ 202__ 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

Завідувач кафедри _____

____.____ 202__

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Стельмах Юлії Дмитрівни

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1 Тема роботи «Вдосконалення організації автобусних турів за матеріалами «E.Line Tour»

керівник роботи к.е.н., доцент Несторишен Ігор Васильович

Затверджено наказом ректора університету від 20 грудня 2023 р. № _____

2 Строк подання студентом роботи на кафедру _____

3 Вихідні дані до роботи посібники, періодичні видання, звітність підприємства, Інтернет джерел.

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

У розділі під номером 1 дослідити теоретичні основи організації автобусних турів, у другій частині провести аналітичне дослідження «E.Line Tour», завершуючи вивченням удосконалення технології і організації автобусного туру для туристичного підприємства «E.Line Tour» у третій частині даної дипломної роботи. Висновки.

5 Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень) рисунків - 11, таблиць – 20, додаток – 1.

класифікація основних автобусних турів за різними показниками, чинники, що зумовлюють зростання популярності автобусних турів, етапи організації міжнародних автобусних турів, структура операторського офісу, SWOT-аналіз «E.Line Tour», аналіз динаміки податкових надходжень, Калькуляція нового тура.

7 Дата видачі завдання _____

Календарний план

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	05.09.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою «Вдосконалення організації автобусних турів за матеріалами «E.Line Tour», 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 _____ Ю. Стельмах

Керівник роботи _____ І. Несторишен

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу Стельмах Юлії Дмитрівни

Прізвище, ім'я, по батькові студента

Тема роботи: «Вдосконалення організації автобусних турів за матеріалами «E.Line Tour»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник к.е.н, доц. Несторишен Ігор Васильович
м. Хмельницький, 2023 р.

Дипломна робота виконана на 67 с., містить 20 таблиць, 11 рисунків , перелік джерел посилань складається із 34 найменування.

Актуальність роботи. Розвиток автобусних турів під час військового стану набуває все більшої популярності та користується попитом. Тому, без вагань, маючи особистий досвід подорожі таким видом туру – було прийнято рішення дослідити технологію розроблення автобусного туру, в сучасних умовах, здійснити оцінювання рівня організації автобусних турів туристичного оператора тощо.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичним аспектам та технологіям, специфіці організації автобусних турів, їх видам та особливостям міжміських, міжобласних туристичних перевезень.

У другому розділі здійснено аналіз сучасного ринку автобусного туризму в Україні, аналіз розвитку внутрішнього туризму в Україні та місце автобусного туризму в ньому , загальну характеристику організації обслуговування туристів «E.LineTour».

У третьому розділі побудовано модель та спроектовано новий автобусний тур, обгранкувано необхідність впровадження його та розрахунок економічної доцільності запропонованого туру, обґрунтовано впровадження послуги стікерування багажу з метою підвищення якості надання послуг та підвищення рівня культури працівників туристичного оператора.

Ключові слова: туроператор, організація турів, класифікація, аналіз, маршрут, тренди, розвиток автобусного туризму.

ANNOTATION

For the diploma thesis of Stelmakh Yulia Dmytrivna

Work topic: Improving the organization of bus tours based on the materials of "E.Line Tour

Specialty 242 «Tourism and recreation»

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific adviser Nestoryshen Ihor Vasylovych,

Khmelnyskyi, 2023.

The thesis is completed on 67 pages, contains 20 tables, 11 figures, the list of reference sources consists of 34 names.

Relevance of work. The development of martial law bus tours is becoming increasingly popular and in demand. Therefore, without hesitation, having personal experience of traveling with this type of tour, it was decided to investigate the technology of developing a bus tour, in modern conditions to evaluate the level of organization of bus tours of a tourist operator, etc.

The first section of the work is devoted to consideration of theoretical aspects and technologies, specifics of organizing bus tours, their types and features of intercity, interregional tourist transportation.

In the second chapter, an analysis of the modern market of bus tourism in Ukraine, an analysis of the development of domestic tourism in Ukraine and the place of bus tourism in it, the general characteristics of the tourist service organization "E.LineTour" was carried out.

In the third section, a model was built and a new bus tour was designed, the need for its implementation and the calculation of the economic feasibility of the proposed tour were ensured, the introduction of luggage sticker services was substantiated to improve the quality of service provision and raise the level of culture of the travel operator's employees.

Results: the practical significance of the obtained results was achieved in improving the process of organizing and providing bus tours by the tourist operator "E.Line Tour", as well as improving the quality of service provision through the introduction of luggage sticker services, raising the level of culture of the tourist operator's employees, and the implementation was justified. bus tour

Keywords: tour operator, organization of tours, classification, analysis, route, trends, development of bus tourism.

Зміст

Вступ	5
1 Теоретичні аспекти та технології організації автобусних турів	7
1.1 Сутність та види автобусних турів	7
1.2 Особливості міжміських, міжобласних туристичних перевезень автобусами	15
1.3 Специфіка організації туристичних автобусних перевезень	19
2 Аналіз сучасного ринку автобусних турів в Україні	22
2.1 Аналіз діяльності туристичного оператора «E.Line.Tour» на ринку автобусних турів в Україні	22
2.2 Загальна характеристика організації обслуговування туристів туристичним оператором «E.LineTour»	29
2.3 Аналіз впливу сучасних трендів попиту на ринку туристичних послуг на організацію автобусних турів	36
3 Напрями вдосконалення організації автобусних турів туристичним оператором «E.Line Tour»	42
3.1 Впровадження послуги стікерування багажу з метою підвищення якості надання послуг	42
3.2 Обґрунтування необхідності впровадження нового автобусного туру	46
3.3 Підвищення рівня культури працівників туристичного оператора	58
Висновки	61
Список використаних джерел	63
Додатки	65

Вступ

Актуальність теми. В сучасних умовах військової агресії рф значної популярності на вітчизняному ринку туристичних послуг набувають автобусні тури, під час яких туристи можуть побачити туристичні дестинації різних країн та зменшити витрати на ночівлю в готелях, завдяки нічним переїздам. Для забезпечення успішного продажу автобусного туру, необхідно не просто створити маршрут. Важливим аспектом при розробленні автобусного туру є спрямованість та розробка туру з орієнтацією на цільового споживача, цінова доступність, достовірність інформації щодо маршруту туру.

Автобусний туризм – популярний і недорогий вид туризму, а тому дуже популярний серед туристів як на внутрішньому, так й на міжнародному туристичному ринку різних країн. Автобусний транспорт забезпечує одноденні екскурсійні поїздки та довготривалі автобусні тури.

Мета роботи полягає у удосконаленні технології та організації автобусних турів для туристичного оператора «E.Line Tour».

З огляду на поставлену мету в роботі визначені наступні завдання:

- вивчити сутність, форми та види автобусних турів;
- розглянути правила міжміських та міжнародних автобусних перевезень;
- дослідити технологію розроблення автобусного туру в сучасних умовах;
- провести аналіз діяльності туристичного оператора «E.Line Tour»;
- провести аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища туристичного оператора «E.Line Tour»;
- здійснити оцінювання рівня організації автобусних турів туристичного оператора;
- спроектувати новий автобусний тур для туристичного підприємства «E.Line Tour»;

- надати економічне обґрунтування доцільності нового туру.

Об'єкт дослідження – процеси створення та удосконалення автобусних турів на туристичному підприємстві туристичного оператора «E.LineTour».

Предмет дослідження – є теоретичні та методичні засади організації автобусних турів.

Методи роботи. Під час написання роботи було використано метод пошуку та збору інформації, метод порівняння, метод проектування та метод узагальнення.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативні документи щодо регулювання автомобільного пасажироперевезення в Україні, наукові статті вітчизняних та зарубіжних науковців у сфері туризму, ресурси мережі Інтернет де висвітлюється досліджуване питання, інформація про діяльність туристичного оператора «E.LineTour».

Практичне значення отриманих результатів полягає у полягає у розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення організації автобусних турів туристичного оператора «E.LineTour» шляхом впровадження послуги стікерування багажу з метою підвищення якості надання послуг, обґрунтування необхідності впровадження нового автобусного туру, а також підвищення рівня культури працівників туристичного оператора в процесі надання туристичних послуг.

За результатами виконання дипломної роботи опубліковано статтю: Стельмах Ю., Марчук Д., Несторишен І. Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг в Україні. *Development service industry management*, 2023. (2), С. 42-47.

1. Теоретичні аспекти та технології організації автобусних турів

1.1 Сутність та види автобусних турів

Автобусний туризм має глибокі коріння і його історія налічує багато десятиліть. Початки автобусних турів можна відстежити до початку 20 століття, коли перший автобусний тур відбувся в США.

У 1920-1930-х роках автобусні тури стали популярними в Європі, а в подальшому розповсюдилися по всьому світу. Після Другої світової війни автобуси стали доступнішими, що сприяло зростанню популярності цього виду туризму серед різних верств населення.

У наступні роки розвивалися різні аспекти автобусного туризму, включаючи тематичні екскурсії, міжнародні маршрути та розширення сервісів для підвищення комфорту подорожуючих. Сучасні технології та підвищений інтерес до екологічних аспектів туризму також вплинули на розвиток автобусних турів. Розширення мережі автострад, покращення транспортної інфраструктури та розвиток технологій зробили автобусні тури більш доступними та зручними. Комфортні автобуси, обладнані сучасними зручностями, стали стандартом для багатьох туроператорів.

В цілому, історія автобусних турів має свої коріння в розвитку транспортної і туристичної індустрій. У міжвоєнний період автобусні тури стали найбільш популярними серед широкого загалу. Туроператори визначили потребу в організації турів для розваг та відпочинку. Після Другої світової війни автобусні тури стали важливим засобом розваг та відпочинку для широкого кола людей. Туристичні компанії виробляли більше різноманітних турів, охоплюючи різні місця та країни. У 1950-60-х роках автобусні тури почали розвиватися в трансконтинентальні подорожі, що дозволило туристам

відвідувати декілька країн та континентів за короткий період. У 1970-80-х роках автобусні тури стали особливо популярними, особливо серед груп пенсіонерів, які цінили комфортну та безпечну форму подорожі.

З розвитком технологій та зручностей в автобусах, таких як повітряне кондиціонування та відеорозваги, автобусні тури стали більш комфортними та привабливими. З роками туристичні компанії розширили свої маршрути, охоплюючи різні географічні області та екзотичні місця. Сучасні автобусні тури пропонують різноманітність маршрутів та варіантів, включаючи екскурсії по містах, тематичні тури, винні тури, тури для природолюбів, та багато інших. Зростаючий інтерес до екологічної та сталої подорожі також впливає на розвиток автобусних турів, з підкресленням екологічно відповідних транспортних засобів та екологічно чистих маршрутів. У 21 столітті автобусний туризм продовжує адаптуватися до змін у суспільстві, сприяючи розвитку сталого туризму, впроваджуючи інтерактивні технології та пропонуючи унікальні туристичні враження.

Автобусні тури залишаються популярним та доступним видом туризму, пропонуючи зручність та можливість вивчення різноманітних місць у великих групах або індивідуально.

За цілий період свого існування автобусні тури стали не лише зручним транспортним засобом, а й частиною важливого елемента туристичної індустрії, що формує неповторний досвід подорожей для туристів у всьому світі.

У сучасному світі автобусні тури не лише залишаються популярними, але й пристосовуються до змін суспільних та технологічних тенденцій. Технології геолокації, мобільні додатки та інтернет-бронювання спрощують організацію та планування подорожей.

Сталі зусилля на збереження природи та сталого розвитку також віддзеркалюються в автобусному туризмі, де деякі компанії впроваджують

екологічно чисті автобуси та сприяють відпочинку в екологічно чутливих областях.

Загалом, історія автобусного туризму відзначається постійним розвитком, адаптацією до змін та забезпеченням туристам можливості не лише подорожувати, але і глибше взаємодіяти з культурою та навколишнім середовищем.

Автобусні тури – це подорожі груп туристів на власних або орендованих автобусах. Вони можуть проводитися практично без обмежень. Завдяки своїй мобільності і відносній незалежності від транспортних комунікацій і розкладів автобусні подорожі дозволяють організовувати маршрути по цікавих місцях в найбільш зручні для туристів терміни [6, с. 76].

Основним видом транспорту у автобусному турі є автобус – транспортний засіб, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння більше дев'яти з місцем водія включно [21, с. 5]

У табл. 1.1 представлена класифікація основних автобусних турів, що користуються попитом.

Таблиця 1.1 – Класифікація основних автобусних турів

Класифікація автобусних турів	
1. За тривалістю	2. За тематикою
1) одноденні тури;	1) культурні тури;
2) багатоденні тури;	2) пригодницькі тури;
	3) гастрономічні тури;
<i>3. За маршрутом</i>	<i>4. За комфортністю</i>
1) міські тури;	1) звичайні тури;
2) міжміські тури;	2) VIP-тури;
3) міжнародні тури;	

Джерело: складено автором на основі [11,12]

Автобуси для туризму спроектовані з урахуванням комфорту та безпеки пасажирів під час подорожей. Основні характеристики таких автобусів включають:

- комфортне сидіння: широкі та зручні сидіння з можливістю регулювання, а також підлокітники та підніжки для забезпечення комфорту під час тривалих подорожей.
- клімат-контроль: система кондиціонування повітря та опалення для забезпечення оптимальних умов у будь-який сезон.
- розваги та зв'язок: розважальна система, мультимедійні екрани, Wi-Fi та розетки для зарядки електронних пристроїв.
- безпека: системи безпеки, такі як ABS (антиблокувальна система гальм), ESP (система динамічної стабілізації), а також системи нагляду за тисненням і відстанню.
- багажний відділ: просторий багажний відділ для зручного розміщення валіз та інших предметів.
- екологічні технології: застосування екологічно чистих двигунів, які відповідають сучасним екологічним стандартам.
- доступність: системи для людей з обмеженими можливостями, включаючи підйомники та місця для інвалідних візків.

Аналіз сучасних наукових публікацій та діяльності туристичних агенцій дозволяє систематизувати основні чинники, що зумовлюють зростання популярності автобусних турів (табл. 1.2).

З інформації табл. 1.2 зазначимо, що покращення організації автобусних турів є не лише відповіддю на поточні виклики та загрози індустрії туризму в Україні, але й можливістю для інновацій та зростання туристичної галузі в цілому. Прийняття сталого розвитку, використання технологій і пріоритетність

задоволеності клієнтів є ключовими елементами, які сприяють постійному зростанню актуальності цієї теми.

Таблиця 1.2 – Чинники, що зумовлюють зростання популярності автобусних турів

Чинник	Опис
Відсутність авіаційного сполучення	авіаційний вид транспорту є основним засобом для міжнародних подорожей, і відсутність авіаційного сполучення обмежить доступ туристів до різних регіонів, що призведе до зменшення загального туристичного потоку.
Ефективність та оптимізація витрат	ефективна організація веде до операційної ефективності та оптимізації витрат туроператорів. Оптимізація логістики, оптимізація графіків і використання технологій можуть сприяти кращому управлінню ресурсами та фінансовій стійкості
Практики сталого туризму	оскільки стійкість стає центральною проблемою в усьому світі, зростає попит на екологічно чисті варіанти подорожей. Удосконалення організації автобусних турів дозволяє впроваджувати стійкі практики, такі як оптимізація маршрутів для економії палива та зменшення впливу на навколишнє середовище
Досвід і очікування клієнтів	сучасні мандрівники прагнуть індивідуальних і незабутніх вражень. Удосконалення організації автобусних турів передбачає задоволення очікувань клієнтів, забезпечуючи комфорт, безпеку та унікальні пам'ятки, створюючи позитивну та приємну подорож
Технологічні досягнення	інтеграція технологій в організацію автобусних турів, таких як платформи онлайн-бронювання, відстеження в реальному часі та засоби цифрового зв'язку, підвищує загальну ефективність і зручність як для операторів, так і для клієнтів. Завдяки цифровим досягненням автобусні тури залишаються конкурентоспроможними в сучасному туристичному середовищі
Культурно-освітня цінність	автобусні екскурсії часто слугують пізнавальним досвідом, пропонуючи ознайомитися з місцевою культурою, історією та пам'ятками. Поліпшення організації дозволяє розробляти добре підготовлені тури, які мають значущу культурну та освітню цінність для учасників
Безпека та здоров'я	постійна увага до безпеки та здоров'я, особливо в епоху після пандемії, підкреслює необхідність покращення організації автобусних турів. Запровадження протоколів безпеки, гігієнічних стандартів і планів подолання кризових ситуацій мають вирішальне значення для завоювання та підтримки довіри мандрівників
Можливості сільського та нішевого туризму	автобусні тури можуть сприяти розвитку сільського та нішевого туризму. Покращуючи організацію та урізноманітнюючи туристичні пропозиції, оператори можуть використовувати унікальні напрямки, сприяючи економічному розвитку в малодосліджених районах

Джерело: узагальнено автором

Відмітимо, автобуси для індустрії туризму призначені для надання максимального комфорту та зручностей для пасажирів під час їхніх подорожей. Види автобусів для організації турів наведено у табл. 1.3. Кожен з цих видів автобусів відповідає конкретним потребам та вимогам різних типів автобусного туризму.

Таблиця 1.3 – Класифікація автобусів для організації турів

Види автобусів для організації турів		
1. Туристичні автобуси		
1) Комфорт-клас	2) VIP-клас	
2. Міжміські автобуси		
1) Широко-комфортні		
3. Експрес-автобуси		
1) Швидкісні та зручні		
4. Автобуси для групових турів		
1) Міні-буси	2) Автобуси середнього розміру	3) Автобуси з поверхами
5. Екологічно-чисті автобуси		
1) Електромобільні		
6. Автобуси з комфортним салоном		
1) Люксові салони		
7. Автобуси для паломницьких турів		
1) Спеціалізовані автобуси		
8. Автобуси з Екологічною Спрямованістю		
1) Біопаливні	2) Газові	

Джерело: складено автором

На думку багатьох експертів у сфері туризму, автобус як туристичний транспорт є найвигіднішим під час короткочасних туристичних поїздок, оглядових екскурсій містом, поїздок до пам'ятних місць, групових туристичних поїздок різного призначення, поїздок для участі у спеціальних заходах. Туристичні компанії використовують автобуси для відвідування концертів, спортивних та культурних заходів, конгресів, ярмарків, виставок [4, с. 87].

Крім того, автобусний транспорт в змозі забезпечити поїздки на великі відстані (за розкладом або поза графіком) та одноденні поїздки. Автобуси також використовуються для організації трансферів, а також для внутрішніх

подорожей туристів країною перебування. Автобусні перевезення в сфері туризму займають близько 40% всіх послуг, тому важливо, щоб туристи отримували в дорозі всі необхідні зручності в транспортному засобі, в якому вони переміщуються [14].

Детально дослідивши автобус як основний транспортний засіб автобусних турів, ми дійшли висновку, що можна визначити як перевагами використання автобусу як туристичного транспортного засобу у його використанні (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Переваги використання автобусу у туристичних подорожах

Переваги використання автобусу в індустрії туризму	
Економічність	автобусні тури можуть є більш доступними за вартістю в порівнянні з іншими видами транспорту, особливо при подорожах великими групами
Гнучкість маршрутів	автобуси дозволяють легко пристосовуватися для відвідування різних локацій та дестинацій, що забезпечує значно більше гнучкості для туристів.
Спільна подорож	автобуси дають можливість групам туристів спільно проводити час та відчувати атмосферу й досвід подорожі
Відмінний огляд маршруту	великі вікна та високе розташування автобусу надають туристам можливість для зручного огляду пейзажів під час подорожей
Спільнота	автобусна подорож може сприяти взаємодії та формуванню спільноти серед туристів

Джерело: складено автором

Зважаючи на усі переваги використання автобусу як транспортного засобу в індустрії туризму, можна відмітити, що також існують і певні недоліки (незручності) використання автобусу у туристичних подорожах, які представлені у табл.1.5.

Таким, чином, незважаючи на виявлені недоліки, вітчизняні туристичні підприємства досить часто використовують автобус як основний вид транспорту, чим досягають зниження вартості туристичного продукту, збільшення кількості відвідуваних країн або міст, що в свою чергу дає можливість познайомитись із місцевими звичаями, а також побутом мешканців інших країн.

Таблиця 1.5 – Недоліки використання автобусу як туристичного транспортного засобу у подорожах

Недоліки використання автобусу як туристичного транспортного засобу у подорожах	
Часові обмеження	подорожі автобусом можуть займати більше часу (особливо міжнародні тури) порівняно з іншими видами транспорту
Комфорт та простір	в залежності від класу автобусу та тривалості подорожі, комфорт та простір можуть бути обмеженими
Залежність від дорожніх умов	стан доріг може негативно впливати на зручність подорожі, особливо в умовах погіршення погоди або транспортних пригод.
Обмежена свобода вибору	туристи можуть бути обмежені (частково обмежені) маршрутом, який обирає туроператор
Екологічні аспекти	Певні види автобусів можуть мати значний викид вуглекислого газу, що впливає на навколишнє середовище

Джерело: складено автором

На думку багатьох експертів, автобусний вид транспорту є найбільш популярним туристичним видом транспорту у переважно фізично та соціально слабкої частини суспільства. Більшість його клієнтів – пенсіонери, молодь, студенти та школярі, яким не потрібен високий рівень обслуговування, вони цілком задоволені харчуванням у придорожньому кафе та проживанням у бюджетних готелях чи хостелах. Автобус також є незамінним транспортним засобом для туристичних подорожей для хронічно хворих осіб та інвалідів.

Як і будь-яке явище в туризмі автобусні тури можна класифікувати за кількома ознаками. Нами згрупована класифікація автобусних турів на основі досліджених джерел [5; 8; 20] та представлена у табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Класифікація автобусних турів

Класифікаційна ознака	Види автобусних турів
Мета подорожі	пізнавальний; культурно-розважальний; діловий; етнічний; спортивний; паломницько-релігійний; екологічний; навчальний; шопінг-тур;
Тривалість поїздки	короткостроковий; середньостроковий; тривалий
За сезонністю	літній; зимовий; міжсезонний; напівсезонний
За рівнем організації	малі групи; великі групи
Спрямованість туристичних	в'їзний; виїзний; внутрішній

потоків	
За принципом оплати	комерційний; соціальний; інсентив-тур

Отже, не дивлячись на недоліки автобусних турів, попит на них є стабільним та характеризується зростанням. Саме даний вид туризму є найбільш доступним для людей, які бажають побачити інші міста та країни. Головна перевага – відносно низька вартість, можливість побувати в декількох країнах та містах протягом одного туру.

1.2 Особливості міжміських, міжобласних туристичних перевезень автобусами

В ході активізації автобусного туризму в світі, автобуси почали використовувати не лише для здійснення регулярних перевезень пасажирів, а і для забезпечення перевезень туристів за певним туристичним маршрутом, заздалегідь розробленим туристичним підприємством. Даний вид перевезень називають «нерегулярним», оскільки він здійснюється за умови укладеного договору між туристичним підприємством (замовником перевезення) та перевізником (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 - Міжміські та міжнародні автобусні маршрути за видами перевезень

Сутність міжміських та міжнародних автобусних перевезень полягає в забезпеченні пасажирського транспорту між різними містами або країнами, сприяючи зручності та зв'язку між областями та національними кордонами. Ці послуги дозволяють подорожувати на значні відстані, забезпечуючи ефективний та доступний трансфер та логістику подорожуючих.

Міжміські автобуси зазвичай обслуговують регіональні маршрути, забезпечуючи перевезення пасажирів між містами та селищами.

Міжнародні автобусні перевезення, натомість, охоплюють маршрути, які перетинають міждержавні кордони, дозволяючи туристам подорожувати між країнами. Обидва види перевезень важливі для підтримання глобальної мобільності та зв'язку між певними туристичними регіонами світу.

Організація міжнародних автобусних турів включає в себе планування транспортної інфраструктури, логістики та розважальних програм для пасажирів. Туроператори співпрацюють з автобусними компаніями, готелями та іншими послугами для створення повноцінного туру. Ключові аспекти включають вибір маршруту, організацію екскурсій, роботу з візами та інші деталі, щоб забезпечити задоволення та комфорт учасників подорожі. Організація міжнародних автобусних турів включає комплексний набір завдань і міркувань, щоб забезпечити безперебійну та приємну подорож для учасників. Ось основні елементи, які зазвичай включають в організацію міжнародних автобусних турів (табл. 1.7).

Зазначимо, дотримуючись цих етапів організації міжнародних автобусних турів, організатори туру можуть створити добре організований і незабутній міжнародний автобусний тур для учасників. Крім вище перерахованих етапів, можна додати ще необхідність певних видів постійної комунікації та інформування, а саме, перед початком поїздки надання учасникам детальної інформації, включаючи пакувальні листи, деталі маршруту та контактну

інформацію для екстрених випадків. Створення ефективних каналів зв'язку для учасників і вирішення будь-яких запитів або проблем дозволить підвищити якість надання послуг.

Таблиця 1.7 – Етапи організації міжнародних автобусних турів

Етап	Опис етапу
Планування туру	вибір місця призначення, а саме привабливих і багатих культурою напрямків, які подобаються цільовій аудиторії. Розробка маршруту, що передбачає створення детального маршруту з описом розкладу туру, включаючи огляд визначних пам'яток, заходи та вільний час
Логістика та транспорт	організація трансферу, а саме забезпечення відповідних автобусів для туру, враховуючи такі фактори, як комфорт, місткість і зручності. планування маршруту, що передбачає визначення найбільш ефективних і мальовничих маршрутів з урахуванням часу в дорозі та потенційних зупинок
Проживання	бронювання готелів, які відповідають потребам групи з точки зору комфорту, розташування та бюджету. реєстрація груп, а саме координація групових реєстрацій у готелях і забезпечення всіх учасників належними даними про розміщення.
Гіди та менеджери екскурсій	співпраця із гідами, що передбачає наймання досвідчених гідів, які володіють кількома мовами, щоб надати розуміння та інформацію про напрямки. співпраця із менеджерами турів, а саме, призначення менеджера турів або координатора для нагляду за логістикою, вирішення проблем і забезпечення бездоганного досвіду
Документація та дозвільні документи	оформлення віз та паспортів: надання інструкцій учасникам щодо візових вимог і допомога в процесі подання заявки. оформлення дозволів та плати за вхід: отримання необхідних дозволів на визначні пам'ятки та плата за вхід заздалегідь, якщо це можливо
Харчування та кейтерінг	організація харчування, включаючи сніданок, обід і вечерю, у відповідних ресторанах або через послуги громадського харчування. особливі дієтичні вимоги, а саме, розміщення учасників із особливими дієтичними потребами або обмеженнями.
Бюджет і фінанси	управління витратами, що розробку прозорого та комплексного бюджету, який охоплює всі аспекти туру. процедури платежу: встановлення чітких процедур платежу, кінцевих термінів і безпечно проведення фінансових операцій
Відгуки та оцінка після поїздки	збір відгуків від учасників для оцінки успіху туру та визначення областей для покращення. спілкування з учасниками після екскурсії, висловлення вдячності та надання інформації про майбутні тури

Джерело: складено автором

Також, досить часто необхідно враховувати культурно-освітню складову, а саме, перелік культурних заходів (культурний досвід, екскурсії з гідом та освітні заходи для покращення загального враження від туру) та мовні аспекти з метою усунення мовних бар'єрів шляхом надання перекладу та забезпечення ефективного спілкування гідів.

Також, в сучасних умовах вкрай важливими є питання забезпечення здоров'я та безпеки подорожуючих, а саме, ознайомлення із протоколами надзвичайних ситуацій з метою розробки та передачі протоколів надзвичайних ситуацій, включаючи плани медичної допомоги та евакуації. Крім того, важливими є ознайомлення із запобіжними заходами щодо здоров'я: надання вказівок щодо запобіжних заходів щодо здоров'я, вакцинації та забезпечення доступу до медичних закладів, якщо це необхідно.

Досить часто, перед початком подорожі, менеджер з туризму може ознайомити про певні розваги та вільний час, а саме, варіанти розваг (планування розваг і розважальних заходів у вільний час для покращення загального враження) та можливості покупок: визначення та включення можливостей покупок для учасників для вивчення місцевих ринків.

Організація міжміських автобусних турів включає в себе планування маршрутів, вибір транспортних засобів, а також координацію програми та сервісів для пасажирів. Туроператори співпрацюють з автобусними перевізниками, готелями та іншими партнерами для забезпечення повного пакету послуг. Головна мета - створити цікавий та комфортний маршрут, що включає екскурсії, зупинки для відпочинку та інші вражаючі враження для подорожуючих.

Отже, для належної організації туристичних автобусних перевезень автотранспортним підприємством потрібно: визначити маршрут перевезення туристів; визначити місця, де зупиняється автобус, враховуючи час на

відпочинок водія; скласти схему маршруту з нанесенням на ньому аварійно небезпечних ділянок доріг, назв населених пунктів, до яких будуть заїжджати туристи; скласти відповідний графік. Саме від злагодженої роботи автотранспортного перевізника та туристичної компанії залежить відповідний ефект, прибутковість підприємств, задоволеність туристів, координація та взаєморозуміння подальшого розвитку як туристичних компаній.

1.3 Специфіка організації туристичних автобусних перевезень

Організація туристичних автобусних турів в сучасному світі вимагає системного підходу та ретельної уваги до різних аспектів. Одним із важливих етапів є вивчення ринку та попиту на конкретні туристичні напрямки. Аналізуючи інтереси та вподобання подорожуючих, організатори можуть визначити оптимальні маршрути та програми для максимального задоволення клієнтів. Маркетинг в цьому контексті включає рекламу, просування та позиціонування туристичних послуг. Привабливий бренд, який передає комфорт та ексклюзивність, може визначити успіх автобусних турів.

Безпека є одним із невід'ємних аспектів. Забезпечення технічної справності автобусів, дотримання водіями правил дорожнього руху та належна підготовка до екстрених ситуацій гарантують безпечну подорож для усіх учасників подорожі. Тарифікація повинна бути прозорою та справедливою. Чітке визначення ціни послуг і включення всіх можливих витрат згідно розробленої калькуляції забезпечують якість обслуговування та уникнення певних непорозумінь.

Одним з важливих аспектів організації туристичних автобусних поїздок є використання інновацій, які включають в себе впровадження новітніх

технологій для покращення зручності подорожей. Це передбачає онлайн-бронювання, використання систем відстеження маршрутів та інші технічні рішення можуть покращити якість обслуговування та конкурентоспроможність.

Загалом, організація туристичних автобусних перевезень – це складний економічний та організаційний процес, що вимагає глибокого розуміння ринку туристичних послуг, технічної компетентності та уважного ставлення до потреб клієнтів. Високий рівень туристичних подорожей безпосередньо пов'язаний з науково-технічним прогресом у транспорті. Виходячи з того, що транспортні системи різних країн світу мають свої особливості, зумовлені такими чинниками, як географічне положення країни, природно-ресурсний потенціал, рельєф, клімат, ландшафт тощо. Тому різні країни мають різну структуру транспортного комплексу. Наряду з вищенаведеними аспектами, важливо також враховувати соціокультурні та екологічні фактори при організації туристичних автобусних перевезень. Адаптація до місцевих традицій, урахування культурних особливостей і задоволення специфічних потреб різних груп туристів є важливими для успішної роботи на різних ринках.

Ефективне управління логістикою, трансферами та ресурсами включає в себе розподіл обов'язків між персоналом, планування рухомості транспортних засобів та вчасну обслуговування. Це допомагає уникнути затримок і створює позитивне враження від подорожі.

У світлі сучасних тенденцій відповідального туризму важливо також розглядати екологічні аспекти. Використання екологічно чистих транспортних засобів, впровадження енергоефективних технологій та здійснення заходів для зменшення впливу на довкілля дозволяють пристосувати бізнес до сучасних екологічних стандартів.

У підсумку, успішна організація туристичних автобусних перевезень вимагає глибокого розуміння різноманітних аспектів галузі, врахування потреб клієнтів та постійне адаптування до змін на ринку і в суспільстві.

Безумовно, ключовим чинником в організації туристичних автобусних перевезень є високий ступінь обслуговування клієнтів. Постійна аналітика та звітність щодо якості послуг, збору відгуків клієнтів допомагає виявляти можливості для вдосконалення. Також важливо враховувати нові тенденції та інновації у галузі технологій, які можуть покращити якість обслуговування та забезпечити конкурентний рівень послуг. Неабиякою роллю відіграє і стратегічне партнерство з іншими гравцями галузі, такими як готелі, туроператори та інші. Взаємодія з різними партнерами може розширити асортимент послуг та забезпечити інтегрований та гармонійний туристичний досвід.

У цьому конкурентному середовищі ефективне управління репутацією, вивчення конкуренції та вчасна адаптація до змін є важливими для успішного функціонування організації туристичних автобусних перевезень.

Таким чином, як економічний вид туризму, доступний широкому загалу, автобусний туризм постійно розвивається. До сих пір спостерігається тенденція до зростання його обсягів. Щорічно кордон перетинають сотні тисяч туристів і навіть перепони у вигляді проходження митного контролю, ночівля в автобусі та не завжди повноцінне харчування не зупиняють українців подорожувати закордон, їдучи автобусними турами по Європі. А на внутрішньому туристичному ринку автобус залишається основним видом переміщення туристів. Проте, на думку фахівців, щоб поліпшити обслуговування пасажирів в Україні слід збільшити питому вагу автобусів великої й особливо великої місткості.

2 Аналіз сучасного ринку автобусних турів в Україні

2.1 Аналіз діяльності туристичного оператора «E.Line-tour» на ринку автобусних турів в Україні

Українська компанія туристичного оператора «E.Line-tour» одна з найбільших транспортних компаній, яка вже понад 8 років працює на українському ринку автобусних пасажирських перевезень і з 2023 року працює як туристичний оператор. Туристична компанія «E.Line-tour» – одна з найпопулярніших на туристичному ринку України. Мережа налічує понад 30 офісів у 17 містах. При цьому, в роки кризи мережа не тільки не зменшила обертів, а успішно розвивається, відкриваючи нові офіси, збільшуючи обсяги продажів і освоюючи нові напрямки.

Компанія «E.Line-tour» досить молода, створена в 2013 році. Першим у 2013 році з'явився офіс у місті Рівне. У 2014 рік було відкрито другий офіс, 2016 – третій. І з цього моменту почалося активне зростання мережі. Майже всі офіси мережі, а саме 98% – це франчайзингові офіси, що працюють за договором комерційної концесії. Це автономні бізнес-одиниці. Власних офісів на даний момент 2. На той час компанія співпрацювала з багатьма операторами, які були на той момент на ринку. Половини існуючих операторів тоді ще не було. Компанія займає перші позиції щодо обсягів продажу серед незалежних туристичних мереж у українських операторів 3-й рік поспіль, що підтверджується дипломами.

За роки своєї діяльності компанія здобула безліч надійних партнерів і відпрацювала сотні маршрутів. Продовжували працювати під час пандемії COVID-19. Власний парк сучасних автобусів, наприклад VANHOON,

NEOPLAN, SETRA, які постійно поновлюються. Автобуси компанії обладнані кондиціонерами, клімат-контролем, що важливо для тривалих поїздок.

Співробітники компанії зможуть підібрати туристам оптимальні, найбільш економічні маршрути, і, якщо буде потрібно, максимально комфортну стиковку при далеких перельотах. Ще одним напрямком з недавніх пір, стала можливість працевлаштування людей за кордоном, а саме в: Польщі, Чехії, Німеччині і т.п.

За даними минулого року послугами «E.Line-tour» скористалося понад 30000 мандрівників, і щодня свої подорожі агентству довіряють близько 1000 людей.

Кожен менеджер мережі «E.Line-tour» подорожує, в середньому, 2 рази на рік і тестує до 20 готелів. Компанії довіряють 56% клієнтів мережі. Туристична фірма «E-Line Tour» - туроператор, що активно працює в різних сферах туризму та перевезень. Кількість співробітників у 2023 р. - 103.

Структура туристичного оператора «E-Line Tour» включає операторський офіс та 1 пункт продажу в Києві. Керівником туристичного оператора «E.Line-tour» є генеральний директор. Він організує роботу всього колективу, несе повну відповідальність за стан фірми і її діяльність. Генеральний директор туристичної фірми піклується про виконання плану реалізації свого продукту, своєчасному фінансуванні й виплат, підготовці кадрів і підвищенні їхньої класифікації, а так само неухильному виконанні планів, поставлених їм перед підлеглими. Виробляє стратегію організації й стежить за її досягненням підлеглими. Туристична компанія «E.Line-tour» виявляє значний інтерес до туристського суспільного життя, бере участь у всіх важливих туристських заходах. Два рази на рік – навесні та восени – випускає каталоги, у яких представляє основні пропозиції на поточний туристичний сезон. Має постійних

ділових партнерів у багатьох містах України. Структура операторського офісу наведена на рис. 2.1.

В обов'язки директора входять розробка іміджу фірми, маркетинг, представницькі функції, взаємодія з партнерами, отримання необхідних ліцензій, контроль за набором і навчанням персоналу.

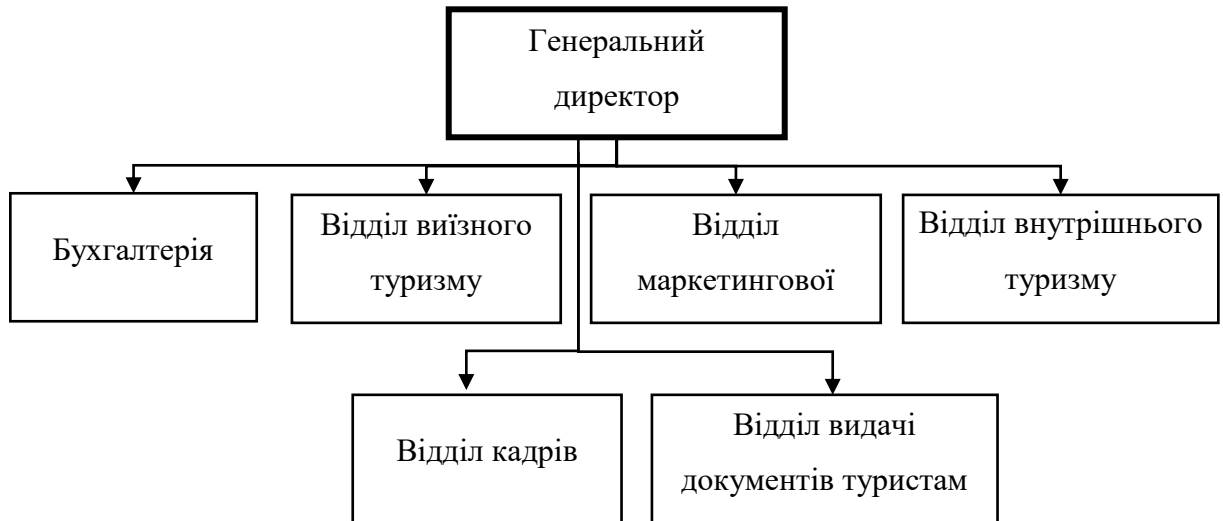


Рисунок 2.1 – Структура операторського офісу

Джерело: розроблено автором

Відділ кадрів займається набором та навчанням персоналу. Відділи виїзного та внутрішнього туризму займаються роботою з клієнтами та агентами, прийомом заявок, опрацюванням плану індивідуального туру, зв'язок з операторами і засобами розміщення, бронювання турів, оформлення віз, страховок, а також роботою із закордонними партнерами (відділ виїзного туризму).

Бухгалтерія веде облік фірми, становить звітності, здає баланс, нараховує і видає заробітну плату, веде звітність перед державними органами обліку. Відділ маркетингової діяльності здійснює вивчення споживчого ринку, розробку і впровадження реклами (друкованої продукції, зовнішнє оформлення

фірми, реклама на радіо та в друкованих засобах, оформлення сайту фірми), проводить соціологічні опитування.

Туристичний оператор «E-Line Tour» пропонує широкий вибір туристичних маршрутів та забезпечує якісне обслуговування. Сфера діяльності охоплює такі напрями туристичного бізнесу, як:

- внутрішній туризм (відпочинок у кращих оздоровницях Криму і Карпат, організація екскурсій по Україні);

- прийом та обслуговування іноземних туристів (екскурсійні та релігійні тури по Україні, програми вихідного дня, екскурсії в Чорнобиль, круїзи по Дніпру, організація конференцій);

- виїзний туризм (групові та індивідуальні тури в різні країни світу, на морські й гірськолижні курорти, екзотичні напрями, круїзи);

- спеціалізовані тури (спортивні, релігійні, лікувальні бізнес-тури, заходи, присвячені різним подіям);

- навчання за кордоном (загальні курси мов, екзаменаційні і спеціальні курси, канікулярні курси для дітей, середня і вища освіта у провідних навчальних закладах світу);

Сьогодні в компанії працює понад 25 кваліфікованих співробітників, які володіють декількома іноземними мовами і сучасною комп'ютерною технікою. На належному рівні організовано процес навчання і підвищення кваліфікації персоналу туристичного оператора: кожен співробітник пройшов ґрунтовну підготовку за фахом, з фірмою працюють кращі експерти і тренери міжнародного рівня. Більшість працівників мали можливість стажуватися за кордоном чи, щонайменше, попрактикуватися в туристичному бізнесі під керівництвом провідних закордонних спеціалістів. Наполеглива праця і творчість співробітників компанії була неодноразово відзначена дипломами, почесними грамотами «Почесний працівник туризму в Україні» та подяками.

Уже декілька років туристичний оператор «E-Line Tour» пропонує своїм співробітникам соціальну програму, яка включає медичне страхування, відпочинок співробітників та їх родичів з максимальними знижками, весільний сертифікат на безкоштовну подорож, знижки на послуги компаній-партнерів.

Висококваліфіковані фахівці туристичного оператора у різних регіонах традиційно на початку року кожного сезону здійснюють комплексні рекламно-інформаційні заходи: зустрічі, семінари, презентації нових програм. З 2005 р. саме партнерство з туристичними агентствами стало пріоритетом туристичного оператора, у рамках якого компанія надає максимальну підтримку турагентам не тільки за рахунок комісійної винагороди, а, перш за все, мова йде про бонусні програми (різноманітні призи, рекламні поїздки, безкоштовні подорожі тощо). Для багатьох партнерів ТФ «E-Line Tour» стала надійним провідником і професійним партнером у туристичному бізнесі.

Щорічне проведення маркетингових досліджень, постійне вивчення та аналіз ринку, тренінги персоналу дозволяють вважати Туристичну фірму "E-Line Tour" гідною високого європейського рівня. Здолавши тернистий шлях становлення та розвитку до національних масштабів, компанія досягла визнання серед клієнтів, партнерів, а також конкурентів. ТФ "E-Line Tour" є еталоном якості і відмінного сервісу, гарантій то відповідальності в туристичному бізнесі.

Одним з етапів функціонування туристичного оператора «E-Line Tour» є аналіз його техніко-економічних показників з метою вивчення їх динаміки та характеристики ефективності використання активів (табл. 2.1).

З інформації табл. 2.1 можна зробити висновки, що протягом 2020-2022 рр. підприємство мало зростаючу динаміку обсягу наданих послуг, а саме, у 2021 р. темпи росту обсягу наданих послуг склали 107,6 % і 108,0 % у 2022 р. Динаміка собівартості наданих послуг була схожою. За аналізований період

середньооблікова чисельність працівників складала 25 чоловік у 2020 р. та 30 чоловік у 2022 р.

Таблиця 2.1 – Основні показники діяльності підприємства

Показник	Одиниця виміру	Рік			Темп зростання (падіння), %	
		2020	2021	2022	2021/ 2020	2022 /2021
1. Обсяг наданих послуг	грн	2180000	2345000	2532000	107,6	108,0
2. Собівартість наданих послуг	грн	1050000	1123000	1224000	107,0	109,0
3. Середньооблікова чисельність працівників	осіб	25	28	30	112,0	107,1
4. Середньорічний виробіток одного працівника	грн	87200,0	83750,0	84400,0	96,0	100,8
5. Валовий прибуток (збиток)	грн	626000	667000	693000	106,5	103,9
6. Рентабельність за валовим прибутком	%	59,6	59,4	56,6	99,6	95,3

Джерело: розроблено автором

Аналіз показників продуктивності праці показує, що у 2020 р. середньорічний виробіток одного працівника у 2020 р. склав 87200 грн і 84400 грн у 2022 р, що пов'язано військовою агресією РФ у 2022 р. Зазначимо, темпи росту середньорічного виробітку одного працівника склали 96,0 % і 100,8 % у 2022 р.

Аналізуючи показники фінансових результатів, можна зазначити, що підприємство є прибутковим (валовий прибуток в 2020 р. склав 667,0 тис. грн, і 693,0 тис. грн в 2022 р.). Рентабельність за валовим прибутком складала орієнтовно 59,6 % в 2020 р. та 56,6 % в 2022 р.

Висококваліфіковані фахівці у різних регіонах традиційно на початку року кожного сезону здійснюють комплексні рекламно-інформаційні заходи: зустрічі, семінари, презентації нових програм. Для багатьох партнерів «E-Line

Tour» стала надійним провідником і професійним партнером у туристичному бізнесі. У табл. 2.2 наведено SWOT-аналіз «E-Line Tour».

З наведених вище даних бачимо, що «E-Line Tour» має велику кількість як сильних, так і слабких сторін. Йому слід працювати над усуненням слабких сторін та подальшим посиленням сильних сторін.

Відповідно до проведеного SWOT-аналізу «E-Line Tour» можна зробити висновок, що для досліджуваної агенції характерний вибір стратегії обмеженого зростання. Це обумовлено переважанням сильних сторін над слабкими у внутрішньому середовищі, а також загроз над можливостями у зовнішньому середовищі.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз «E-Line Tour»

Зовнішнє середовище	
Можливості	Загрози
1. Співпраця з різними готелями, автотранспортними компаніями та іншими постачальниками послуг може забезпечити багатий асортимент пропозицій для клієнтів. 2. Професійні працівники з глибоким розумінням туристичної галузі можуть надавати високоякісні консультації та обслуговування клієнтів. 3. Використання онлайн-бронювань, мобільних додатків і інших технологій для покращення зручності клієнтів.	1.Зростання числа конкурентів у туристичній галузі може створити тиск на ціни та обмежити ринковий ріст. 2.Зміни у політиці або економіці країни можуть вплинути на попит на туристичні послуги. 3.Негативний вплив на галузь може виникнути через світові події, такі як пандемії або природні катастрофи та повномасштабне вторгнення.
Сильні сторони	Слабкі сторони
1.Співпраця з різними готелями, авіакомпаніями та іншими постачальниками послуг може забезпечити багатий асортимент пропозицій для клієнтів. 2.Професійні працівники з глибоким розумінням туристичної галузі можуть надавати високоякісні консультації та обслуговування клієнтів. 3.Використання онлайн-бронювань, мобільних додатків і інших технологій для покращення зручності клієнтів.	1.Може виникнути проблема в просуванні фірми через обмежений рекламний бюджет.

Джерело: розроблено автором на основі даних про підприємство

Отже, «E-Line Tour» є одним із найбільш успішних туристичних підприємств в Україні. Здолавши тернистий шлях становлення та розвитку до національних масштабів, компанія досягла визнання серед клієнтів, партнерів, а також конкурентів. ТФ "E-Line Tour" є еталоном якості і відмінного сервісу, гарантій то відповідальності в туристичному бізнесі. Проведений SWOT-аналіз показав, що для туристичної агенції характерним є стратегія обмеженого зростання. "E-Line Tour" слід працювати над усуненням слабких сторін, якими є: слабка рекламна підтримка, обмежені фінансові можливості, низький рівень прибутковості тощо.

2.2 Загальна характеристика організації обслуговування туристів туристичним оператором «E.LineTour»

За результатами минулих років туристичною фірмою «E-Line Tour» було надано туристичних послуг більше ніж 30000 клієнтам в Україні. Якісний рівень сервісу і безпека клієнтів - заслуга як професійної команди співробітників, так і надійних партнерів у багатьох країнах світу. В Україні з фірмою «E-Line Tour» працюють понад 500 партнерів (туристичних агентств, готелів, санаторіїв, пансіонатів). За роки завзятої то наполегливої праці ТФ «E-Line Tour» спромоглася закріпитися на основних ринках і стати лідером у таких масових напрямках відпочинку українців, як Болгарія, Туреччина, Єгипет, Іспанія, Туніс та ін. Головним завданням компанії є надання своїм клієнтам високої якості послуг. За майже 20 років стабільної роботи компанія обслужила

понад 350000 клієнтів. Фірма «E-Line Tour» постійно збільшує асортимент послуг та кількість постійних і корпоративних клієнтів.

За час функціонування компанія «E.LineTour» створила і розвиває такі туристичні напрями, як Болгарія, Румунія, Туреччина та Греція. Великою передумовою ефективної політики формування трудових ресурсів на підприємстві, її формування та заохочення мотиваційними ресурсами є знання особливостей і специфіки роботи в туристичній сфері.

У відділі виїзного туризму працює 17 осіб, з них 1 – начальник відділу, 4 – займаються оформленням віз, і потім всі туристичні напрямки пропорційно поділені між 12 іншими співробітниками. Предметом діяльності Відділу виїзного туризму є :

- виїзний туризм: групові та індивідуальні тури, відпочинок на морських та гірськолижних курортах, тури до країн Європи, Азії, Америки, Африки, Австралії;

- освіта за кордоном: загальні курси мов, екзаменаційні та спеціальні курси, канікулярні курси для дітей, здобуття середньої і вищої освіти в провідних навчальних закладах світу;

- спеціалізовані тури: спортивні, релігійні, лікувальні тури, по дієві заходи, бізнес тури.

- туристичний відпочинок і подорожі туристичними маршрутами з використанням транспортних засобів;

- туристський відпочинок і подорожі транспортними туристичними маршрутами з переїздом на автобусах, літаках, на власному автомобілі;

- туристський відпочинок і подорожі маршрутами з різною категорією складності і різною побудовою траси з активним способом пересування: пішохідним, гірсько-пішохідним, велосипедним, водним, лижним, з використанням верхових, в'ючних і запряжних тварин, санним;

-туристський відпочинок і подорожі гірськолижними туристськими маршрутами з різною категорією складності: для молодят, для сімейних, для батьків з дітьми, з відпочинком у сільській місцевості;

-організація спелеотуризму;

-організація екотуризму;

-інші послуги з організації туристських подорожей;

-продаж квитків на проїзд, екскурсії, міські тури, спектаклі та інші видовищні заходи;

-продаж чи бронювання готельних послуг або путівок для відпусток;

-реалізація туристичних та екскурсійних послуг;

-бронювання квитків на всі види транспорту;

-оформлення виїзних документів на туристські маршрути зарубіжними країнами;

-забезпечення проживання туристів у туристичних підприємствах (готелях, турбазах, пансіонатах, мотелях, кемпінгах, наметових містечках, туристських притулках), в орендованих комунальних та відомчих готелях, в орендованих засобах розміщення, пристосованих для приймання туристів;

-надання інформаційних і рекламних матеріалів про туристські маршрути;

-видавання довідок і надання консультацій громадянам з питань організації туризму, забезпечення безпеки на туристських маршрутах;

-інші інформаційні туристичні послуги.

Робота туристичного підприємства «E.Line-tour» на ринку характеризується посередництвом, яке існує між постачальниками послуг, туристами та організацією туристичного продукту, здійснюючи обслуговування своїх клієнтів.

Туристичним обслуговуванням називається процес надання послуг туристу турфірмою, а також іншими туристичним і нетуристичними

організаціями чи фізичними особами. На туристичному підприємстві «E.Line-tour» існують такі етапи діяльності, що становлять основу роботи:

- організаційний;
- «офісний»;
- маршрутний;
- передмаршрутний;
- завершальний.

Під час організаційного етапу підприємство «E.Line-tour» розробляє туристичний продукт, який задовольнить потреби клієнтів під час їхньої подорожі, а також здійснює маркетингову діяльність, за допомогою якої відбувається просування і реалізація турпродукту. Цей етап є основою всієї діяльності туристичної фірми.

«Офісний» етап розпочинає свою дію з моменту, коли потенційний турист звернувся до туристичної фірми з метою, потребою здійснити подорож чи будь-якій іншій послугі, яка пропонується фірмою на туристичному ринку. Під час «офісного» етапу на підприємстві «E.Line-tour» обслуговування клієнтів полягає в заохоченні відвідувача до придбання туристичного продукту, послуги за допомогою надання потрібної інформації, а також оформлення документів, прийняття оплати послуг в разі згоди клієнта скористатись запропонованим турпродуктом.

Передмаршрутний етап розпочинається тоді, коли клієнт купує туристичний продукт і завершується тоді, коли починається поїздка, тур. Працівники досліджуваного нами підприємства оформлюють візи, здійснюють бронювання туристичного обслуговування, підготовку необхідних документів, таких як закордонні паспорти, візи, квитки, страхові поліси тощо.

Маршрутний етап полягає в супутньому наданні послуг туристам у процесі подорожі, тут вже основний обсяг обслуговування туристів бере на себе

не підприємство «E.Line-tour», а постачальники послуг, фізичні особи, технічна база туристичної інфраструктури. Представник даного підприємства є супроводжуючим групи в процесі подорожі (рис. 2.2).

Останній, завершальний етап обслуговування туристів ропочинається наприкінці туристичної подорожі. Проте навіть після завершення туру обслуговування туристів не припиняється, так як менеджер підприємства «E.Line-tour» повинен виявити увагу до клієнта, почути думку та враження щодо всієї подорожі, якості наданих послуг.

Час відправлення з України	Місто і місце прибуття/відправлення (час у розкладі орієнтовний)	Час відправлення з Болгарії
11:00	Київ (проспект Академіка Глушкова, 135 ТЦ Малепа) – вхід	14:00+1 день
13:00	Житомир (с. Заречань, пл. Бердичівська, 11 / АЗС ОККО) – вхід	12:00+1 день
15:00	Вінниця (АЗС WOG, напроти західного автовокзалу) – вхід	10:30+1 день
17:00	Хмельницький (АЗС WOG, на в'їзді в сторону Кам'янець-Подільського) – вхід	15:00+1 день
18:30	Кам'янець-Подільський (Кіноцентр Юність) – вхід	17:30+1 день
19:30	Чернівці (АЗС Амія в'їзд з нової об'їзної дороги за в'їздом с. Корюві, вул. Головна 8) – вхід	10:00+1 день
	Період по Румунії	
123:00	Сучава (АЗС «OMV», бульвар 1 травня 1918 , 1) 47-5387, 26-2378	104:00+1 день
123:30	Сучава (аеропорт м. Стефан Великий) 47-6056, 26-9492	103:30+1 день
107:00+1 день	Бухарест (АЗС "OMV", бульвар Болотняк 36)	120:00
107:30+1 день	Бухарест (аеропорт Бухарест аеропорт Алія Балацька, м. Отопані, Румунія)	120:30
	Болгарія	
112:00+1 день	Варна (Катедральний Собор) – вхід	114:00
113:00+1 день	Обзор (заправка Лукойл, на в'їзді, траса Е-87) – вхід	113:00
113:30+1 день	Святий Влас (на кругу біля заправки Oil Max автобусна зупинка) – вхід	112:30
113:45+1 день	Сонячний Берег (зупинка готель Рива, вул. Сонячний Берег) – вхід	112:15
114:00+1 день	Несебър (Готель Феста Панорама, вул. Хан Крум 5, 40) – вхід	112:00
115:00+1 день	Бургас (АЗС Лукойл біля Сонячний Берег)	111:00

Рисунок 2.2 – Графік маршруту в Болгарію

Якщо ніяких претензій немає, то або керівник групи, або сам турист робить запис в туристичному ваучері, тільки тоді процес обслуговування клієнта завершується. Після цього менеджер складає фінансовий звіт, розрахунки з приймаючою стороною і т.п.

Наразі трійка лідерів серед закордонних напрямків виглядає наступним чином:

1. Автобусні рейси в Туреччину.

2. Авіатури з Кишинєва в Туреччину та Єгипет.

3. Автобусні тури в Чорногорію.

Автобусні тури, як правило, доступні до Болгарії, Туреччини й Чорногорії. Виїзди організовані з багатьох великих міст: Києва, Білої Церкви, Умані, Одеси, Ізмаїла, Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Коломиї, Житомира, Вінниці, Хмельницького, Кам'янця-Подільського. Більш рідкісний варіант – автобусний тур до Греції. Такі наразі доступні зі столиці України. Перспективи розвитку:

1. Створення тематичних маршрутів: розробка та просування автобусних маршрутів, які об'єднують певні тематики, такі як культурні об'єкти, кулінарні враження, або екологічні маршрути, може привертати різні аудиторії.

2. Залучення молодіжного туризму: розробка програм та подій, спрямованих на молодь, може стати додатковим кроком у розвитку автобусного туризму. Акцент на інтерактивність, пригоди та навчальні можливості може залучити молодь.

3. Екологічна свідомість: врахування екологічних питань та реалізація екологічно чистих автобусів може зробити туризм більш сталісним та привабливим для тих, хто прагне відпочивати з урахуванням навколишнього середовища.

4. Стратегічне партнерство з іншими галузями: співпраця з готелями, ресторанами та іншими галузями туризму може створити інтегровані пакети послуг, що підвищать конкурентоспроможність.

5. Використання технологій: розробка мобільних додатків для бронювання та відстеження маршрутів, а також використання соціальних мереж для маркетингу може покращити зручність та взаємодію з туристами.

Виклики:

1. Інфраструктурні проблеми: потрібні вдосконалення у дорожньому будівництві та обслуговуванні, аби забезпечити безпеку та комфортність подорожей.

2. Конкуренція з іншими видами транспорту: залізничний і авіатранспорт також пропонують внутрішні перевезення, тому автобусному туризму слід конкурувати у відповідних аспектах.

3. Вплив глобальних пандемій: заходи щодо обмежень подорожей та змін поведінки туристів, спричинені глобальними пандеміями, можуть впливати на обсяги автобусного туризму.

Розвиток автобусного туризму в Україні вимагає комплексного підходу, враховуючи індивідуальність країни та відповідаючи сучасним тенденціям у галузі туризму. Позитивні зміни в інфраструктурі, маркетинговій стратегії та використанні технологій можуть підтримати важливий внесок автобусного туризму в економічний розвиток та популяризацію різноманітних областей України серед власних громадян і міжнародних відвідувачів.

Отже, дослідивши розвиток туристичної сфери в Україні та визначивши місце автобусного туризму в ньому, дійшли висновку, що сучасні підходи до розвитку туристичного руху на автобусному транспорті вимагають від підприємств галузі прискорити модернізацію туристичної транспортної інфраструктури. На погляд, необхідними напрямками подальшого розвитку можуть бути такі: екологічність транспортування. Перевезення туристів повинні стати більш екологічними та дешевшими; система безпеки. Комп'ютерні та географічні інформаційні технології управління та контролю транспортних засобів повинні відповідати транспортній інфраструктурі, в межах якої відбувається транспортний процес; оптимізація маршруту.

2.3 Аналіз впливу сучасних трендів попиту на ринку туристичних послуг на організацію автобусних турів

Сучасні виклики та загрози для національної економіки України зумовлюють необхідність радикальної трансформації підходів до формування векторів економічного розвитку держави в умовах російської агресії. Зазначені підходи мають враховувати як переосмислення існуючих інструментів державного регулювання економічного сектору (які є дієвими в умовах мирного часу, проте малоефективними в умовах війни), так і відповідної зміни підходів до управління економічними системами на мікрорівні, а саме, бізнес в сучасних умовах має враховувати існуючі загрози та виклики, що зумовлює необхідність розроблення нових підходів до управління бізнесом з метою збереження можливості подальшого функціонування та розвитку в сучасних реаліях.

Військова агресія РФ негативно вплинула на ринок туристичних послуг. За інформацією Державного агентства розвитку туризму за перших шість місяців динаміка сплати податкових платежів була різною по областях 2023 р. (рис. 2.3) [11].



Рисунок 2.3 - Аналіз динаміки податкових надходжень від туристичній галузі за січень-червень 2023 р.

Ріст податків за два квартали поточного року відмічено у столиці та у 14 регіонах України. Найбільший приріст – зафіксований у Київській області, яка за перші 6 місяців поточного року сплатила в бюджет 111 млн 157 тис. грн проти 63 млн 190 тис. грн за аналогічний період 2022 року. У першому півріччі 2021 році від Київщини в казну держави надійшло 54 млн 251 тис. грн (рис. 2.4).

ПОДАТКИ, млн грн:	2021	2022	2023
Вінницька	10,9	11,5	11,7
Волинська	5,5	6,0	6,8
Дніпропетровська	42,3	35,0	43,1
Донецька	22,5	13,0	3,6
Житомирська	5,5	4,6	6,0
Закарпатська	24,7	33,2	36,0
Запорізька	34,2	17,6	6,2
Івано-Франківська	65,0	106,2	58,3
Київська	54,3	63,2	111,2
Кіровоградська	6,6	5,7	6,4
Луганська	4,3	1,8	0,2
Львівська	86,0	129,9	148,0
Миколаївська	15,8	9,4	7,5
Одеська	241,8	42,8	43,4
Полтавська	18,4	17,0	18,2
Рівненська	6,7	6,7	7,8
Сумська	4,7	4,0	4,5
Тернопільська	7,3	8,7	8,0
Харківська	44,6	24,6	16,2
Херсонська	19,0	9,3	0,7
Хмельницька	8,5	11,0	11,3
Черкаська	9,3	8,8	8,2
Чернівецька	7,0	9,1	13,1
Чернігівська	7,7	7,6	4,2
м. Київ	336,6	222,8	229,8

Рисунок 2.4 - Аналіз динаміки податкових надходжень від тургалузі за січень-червень 2023 р.

Джерело: [11]

Узагальнюючи вище викладене можна зробити висновки, що з початком військової агресії РФ проти України суттєво змінилися чинники мотивації туристичних подорожей. Незважаючи на складну ситуацію, 2023 р. продемонстрував можливості відновлення та розвитку внутрішнього туризму, особливо в західних областях. Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним ресурсам, історичним пам'яткам,

культурному спадку та гостинності своїх мешканців. Розвиток туризму може стати драйвером регіонального розвитку, сприяючи підняттю економіки менш розвинених регіонів. Як зазначалось, індустрія туризму та гостинності може стати вагомим чинником відновлення вітчизняної економіки. До першочергових завдань щодо розвитку цієї галузі є вдосконалення туристичної інфраструктури та надання високоякісних туристичних послуг

Радикальні трансформації на міжнародному та вітчизняному ринку туристичних послуг значно змінили роль індустрії туризму в Україні протягом 2020-2023 рр. Незважаючи на поступове відновлення галузі у 2021 р. внаслідок дії пандемії COVID-19, військова агресія рф призвела майже до повної зупинки функціонування суб'єктів туристичного підприємництва. Проте, 2023 р. показав певні позитивні тренди відновлення індустрії туризму, особливо в західних областях України (Закарпатська обл., Львівська обл., Івано-Франківська обл.), де можна було спостерігати значне зростання подорожуючих. Це стало одним з чинників відновлення та розвитку саме внутрішнього туризму, який за умови розроблення відповідних інструментів державного регулювання може стати одним з пріоритетних напрямів економічного відновлення України.

Зазначимо, повномасштабне військове вторгнення рф істотно змінило ставлення українців до подорожей та відпочинку. Цікавими є результати дослідження, яке проводило Державне агентство з розвитку туризму та проект UNICEF U-Report Ukraine, яке показало ставлення громадян до подорожей під час війни. У проекті взяли участь близько 5 000 осіб віком від 14 до 34 років. Зокрема, опитування показало, що майже 55 % українців не відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року, проте майже 36 % українців це робили 1-5 разів (рис. 2.5) [23].

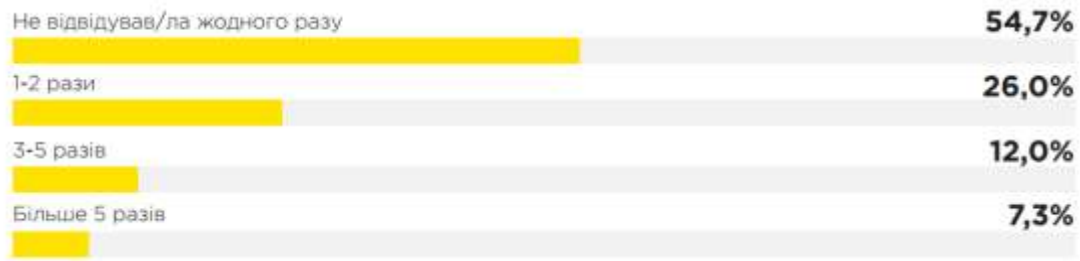


Рисунок 2.5 – Скільки разів ви відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року?

Джерело: [22]

Досліджуючи актуальні види відпочинку в Україні, більшість респондентів (54,0 %) відзначили, що надають перевагу пішим прогулянкам та дослідженням міського середовища. Близько 28 % опитаних віддають перевагу культурному туризму (екскурсіям до історичних пам'яток і музеїв). Пляжному туризму віддавали перевагу близько 23 % мандрівників (рис. 2.6).

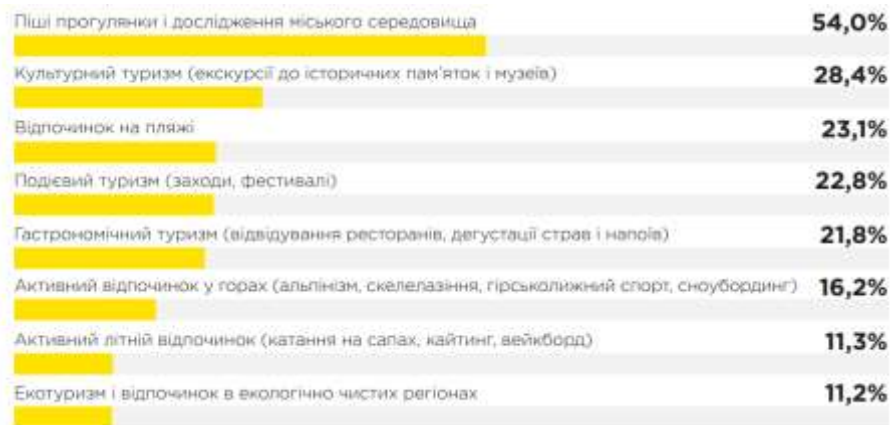


Рисунок 2.6 – Види відпочинку, яким надають перевагу в Україні після 24 лютого 2022 р.

Джерело: [22]

Тут слід відзначити суттєву зміну пріоритетів за цей період, адже за результатами опитування «Дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців», проведеного компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення

Державного агентства розвитку туризму у 2021 р. пріоритетним видом туризму був саме пляжний туризм (близько 48 %) (рис. 2.7).

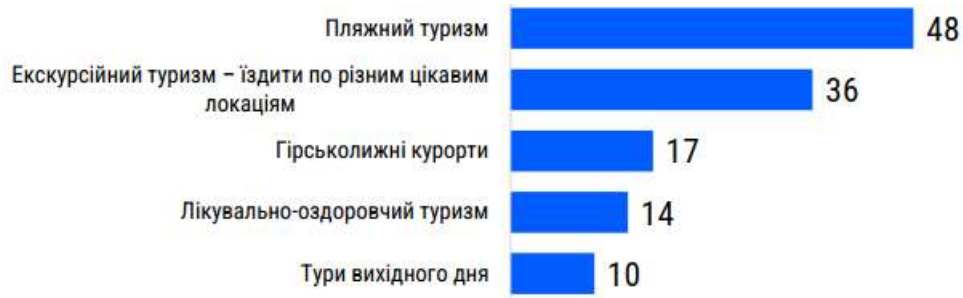


Рисунок 2.7 – Види відпочинку, яким надавали перевагу в Україні у 2021 р.

Джерело: [13]

Вкрай актуальним питанням в умовах сьогодення було дослідження перешкод та обмежень для подорожей в Україні в умовах воєнного стану. Близько 57 % респондентів зазначили, що основним обмежуючим чинником подорожей були питання безпеки, а 42 % - фінансові витрати. Також суттєвими стримуючими факторами є втрата доступу до морських курортів та проблеми логістики доїзду (рис. 2.8).

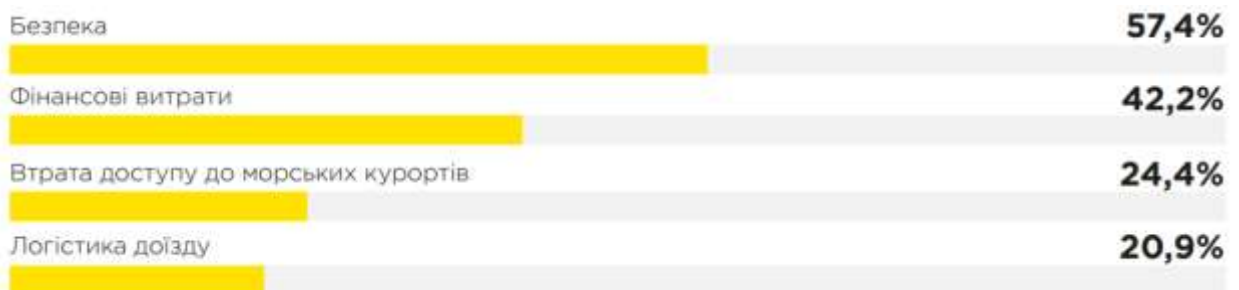


Рисунок 2.8 – Перешкоди (обмеження) для подорожей в Україні в умовах воєнного стану

Джерело: [18]

Узагальнюючи вище викладене можна зробити висновки, що з початком військової агресії РФ проти України суттєво змінились чинники мотивації туристичних подорожей. Незважаючи на складну ситуацію, 2023 р. продемонстрував можливості відновлення та розвитку внутрішнього туризму, особливо в західних областях. Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним ресурсам, історичним пам'яткам, культурному спадку та гостинності своїх мешканців. Розвиток туризму може стати драйвером регіонального розвитку, сприяючи підняттю економіки менш розвинених регіонів. Як зазначалось, індустрія туризму та гостинності може стати вагомим чинником відновлення вітчизняної економіки. До першочергових завдань щодо розвитку цієї галузі є вдосконалення туристичної інфраструктури та надання високоякісних туристичних послуг

3 Напрями вдосконалення організації автобусних турів туристичним оператором «E.Line Tour»

3.1 Впровадження послуги стікерування багажу з метою підвищення якості надання послуг

Огляд інформаційних інтернет-ресурсів, на яких розміщуються відгуки про якість надання туристичних послуг (www.otzyvua.net, www.turpravda.ua), досить часто в негативному контексті згадують туристичного оператора «E.Line tour». Одним з головних недоліків під час організації автобусних туристичних турів є втрата багажу, оскільки багато туристів користуються однаковими валізами і водії досить часто під час висадки подорожуючих плутають валізи пасажирів (які досить часто відпочивають і різних країнах). Відмітимо, пристрої для стікерування багажу відіграють важливу роль у сучасних подорожах, підвищуючи зручність, безпеку та ефективність як для пасажирів, так і для авіакомпаній.

Зазначимо, стікерування багажу в автобусах є важливим аспектом забезпечення безперебійного та організованого перевезення, особливо в контексті групових турів або громадського транспорту. Сьогодні можна виділити традиційний спосіб стікерування та з використанням GPS-технологій. Можна виділити такі переваги щодо маркування багажу в автобусах (табл. 3.1). Традиційні підходи передбачають необхідність сканування штрих-кодів в різних точках подорожі, забезпечуючи правильний маршрут і завантаження багажу на правильний рейс. До появи GPS-трекерів багажу мандрівники мали тільки багажні бирки, ті маленькі паперові бирки, які ви прикріплювали до свого зареєстрованого багажу з особистою інформацією (ім'я, адреса та номер

телефону). Сучасні трекари багажу, які використовують Bluetooth, Wi-Fi та/або стільникові дані, надають віртуальну інформацію про місцезнаходження вашої валізи

Таблиця 3.1 – Етапи стікерування багажу в автобусах

Етап	Опис
Індивідуальна ідентифікація	надання кожному пасажирові унікальну багажну бирку або етикетку, яка містить його ім'я, контактну інформацію та ідентифікацію туру/групи
Система кольорового кодування	впровадження системи кольорового кодування для багажних бирок на основі таких факторів, як пункт призначення, готель або туристична група. Це допомагає легко ідентифікувати та сортувати багаж на різних зупинках
Чіткі інструкції	повідомлення пасажирів про важливість надійного прикріплення багажних бирок до їхніх сумок. Включіть інструкції, де розмістити тег для оптимальної видимості
Централізований приймальний пункт	визначення централізованого пункту для пасажирів, щоб здати свій багаж перед посадкою в автобус. Це може бути виділена зона в пункті відправлення або конкретне місце в межах автобусної станції
Організація зберігання автобусів	навчання персоналу автобусів систематизувати багаж у відсіках для зберігання автобуса на основі системи маркування. Це робить ефективним отримання певних сумок у разі потреби
Процес перевірки	запровадження процесу перевірки на кожній зупинці, щоб гарантувати, що пасажери беруть лише свій багаж. Працівники автобусів або гіді можуть перевірити багажні бирки за маніфестом або списком пасажирів
Резервна інформація	додавання резервного методу ідентифікації в кожен одиницю багажу, наприклад копію маршруту пасажирів або вторинну багажну бирку з тією самою інформацією
Спілкування з пасажирами	регулярне спілкуйтеся з пасажирами щодо процесу обробки багажу. Надання інформації про те, коли та де багаж буде доступний для отримання в кожному пункті призначення
Процедура втрачено-знайдено	встановлення чіткої процедури поводження з втраченим або загубленим багажем. Це може включати виділену зону «загублених знахідок» на кожній зупинці та процес возз'єднання пасажирів із їхніми речами
Технологічна інтеграція	розгляд можливості використання таких технологічних рішень, як QR-коди або RFID-мітки на багажних ярликах. Це може спростити процес відстеження та надати інформацію про місцезнаходження кожного мішка в реальному часі
Персоналізовані теги	надання пасажирам персоналізованої бирки для багажу як частину турпакета. Ці мітки можуть служити сувенірами, а також служити практичним цілям

Ефективне маркування багажу не тільки допомагає запобігти втраті або плутанині, але й сприяє позитивному та організованому досвіду подорожі для пасажирів автобусів.

В контексті реалізації цього заходу клієнтам буде пропонуватись два способи стікерування багажу: безкоштовний та платний (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Способи стікерування багажу

Спосіб	Безкоштовний	Платний
Формат	паперовий стікер (QR-код)	електронний (GPS-трекер багажу)
Ціна	безкоштовно	200 грн
Види турів	в межах країни	в межах країни, міжнародні

Безкоштовне стікерування багажу передбачає нанесення наліпки із QR-код на відповідний багаж, що унеможлиблює плутанину багажу подорожуючих під видачі водіями, які будуть мати спеціальні зчитувачі.

Надання послуги платного стікерування передбачає можливість відстеження локації власних речей за допомогою GPS-трекера багажу моделі «Tile Mate», який можна прив'язати до гаджетів подорожуючих (з використанням технології Ultra Wideband, щоб скористатись ним, потрібно прикріпити Tile Mate до валіз). Просте налаштування одним дотиком миттєво підключає електронний стікер Tile Mate 1 до гаджету туриста (сумісний із Android та IOS).



Рисунок 3.1 – GPS-трекер багажу моделі «Tile Mate»

Крім того, наявність функції увімкнення звуку на вбудованому динаміку дозволяє допомогти знайти в багажному відділенні автобуса. Весь зв'язок із мережею є анонімним і зашифрованим для забезпечення конфіденційності. Дані про місцезнаходження та історія ніколи не зберігаються на пристрої. Відстеження та ідентифікація відбувається за допомогою міток RFID (радіочастотна ідентифікація). Зазначені бирки містять збережену в електронному вигляді інформацію, яку можна сканувати та відстежувати протягом подорожі, забезпечуючи оновлення в режимі реального часу щодо розташування багажу. Мітки з QR-кодом прикріплюються до багажу, і їх можна сканувати за допомогою смартфона або спеціального сканера. Ці коди часто містять інформацію про пасажирів, місце призначення та деталі рейсу, що дозволяє швидко та точно ідентифікувати його. Зазначимо, деякі пристрої для маркування багажу використовують технологію Bluetooth, щоб дозволити мандрівникам відстежувати близькість свого багажу через мобільний додаток. Це може бути особливо корисним у переповнених аеропортах або під час очікування біля багажної каруселі. В свою чергу мітки NFC забезпечують безконтактний зв'язок між багажною биркою та сумісним пристроєм. Пасажири можуть використовувати свої смартфони для доступу до інформації про свій багаж або оновлення даних. Головною перевагою є те, що багажні бирки мають вбудовану технологію GPS. Це дозволяє мандрівникам відстежувати місцезнаходження свого багажу в реальному часі за допомогою програми для смартфона.

Пристрої для маркування багажу сприяють швидшому пошуку багажу в пункті призначення. Пасажири можуть швидко ідентифікувати свій багаж на каруселі, скорочуючи час очікування. Використання цих технологій маркування багажу покращує загальний досвід подорожі, знижуючи ризик втрати багажу,

надаючи оновлення в режимі реального часу та оптимізуючи процес обробки багажу в аеропортах.

Значна частина багажних бирок має функцію захисту від несанкціонованого доступу, що забезпечує додатковий рівень безпеки. Якщо бірку підробити, вона стає помітно пошкодженою, що сповіщає як пасажира, так і персонал аеропорту.

3.2 Обґрунтування необхідності впровадження нового автобусного туру

Зважаючи на отримані результати дослідження існуючих автобусних турів на «E.LineTour» прийшли до висновку, що туристична компанія має великий досвід у проведенні автобусних турів, проте більшість із них підприємство організовує за межами України у якості виїзних поїздок.

Хмельниччина є одним з провідних туристичних регіонів, адже область володіє великою кількістю туристичних ресурсів та водночас має перспективний туристично-рекреаційний потенціал. Аналізуючи тенденцію зростання туристичних потоків до області, можна вважати, що при наявному ресурсному та інфраструктурному забезпеченні дана DESTИНАЦІЯ є затребуваною, але всі туристичні DESTИНАЦІЇ потребують постійного вдосконалення, як з точки зору дизайну та якості послуг, так і з точки зору підвищення комфорту проживання, харчування тощо. Кожна туристична територія та продукт повинні адаптуватися до потреб основного туристичного потоку, аналізуючи при цьому потреби іншого сегменту туристів

Впровадження нового автобусного туру в Хмельницькій області може бути обґрунтоване з кількох позицій. По-перше, регіон має багатий культурний та історичний спадок, який може зацікавити туристів. Включення у маршрут

визначених історичних пам'яток, архітектурних об'єктів чи музейних колекцій може створити унікальний туристичний продукт.

По-друге, Хмельницький регіон може служити прекрасною основою для екологічних та природничих турів, оскільки область володіє живописними пейзажами та природними резерватами.

Крім того, враховуючи рост популярності езотеричних та містичних подорожей, можна розглядати включення в маршрут місць сили та місць з історіями, що привертають людей із цього напрямку.

Важливо також врахувати зручність транспортних зв'язків, доступність послуг, та потенційну співпрацю з місцевими підприємствами для забезпечення якісної та зацікавлюючої подорожі для туристів.

Такі додаткові автобусні тури можуть збагатити туристичну пропозицію регіону, сприяти розвитку туристичної інфраструктури та привертати новий потік відвідувачів. Хмельницька область багата на історичні та природні перлини табл. 3.3.

Таблиця 3.3 - Визначні місця Хмельницької області

1. Кам'янець-Подільська фортеця	Унікальна середньовічна фортеця, яка стоїть на скелі та оточена рікою.
2. Старокостянтинів	Місто з історичною архітектурою, включаючи Свято-Троїцький собор та Старокостянтинівський парк.
3. Хмельницький	Місто, де можна відвідати пам'ятник Богдану Хмельницькому, парк Шевченка, Дендропарк та інші визначні об'єкти.
4. Замок Меджибіж	Розташований в парку поблизу Меджибожа, цей замок має багату історію та особливу архітектуру.
5. Красилів	Місто з історичними будівлями, включаючи палац Сапегів.
6. Вітряк –музей	Вітряк в Клепачах, який височить уже понад півтора століття.
7. Свято-Троїцький монастир у Сатанові	Жіночий православний монастир у с. Сатанівська Слобідка.

Джерело: розроблено автором

Ці визначні місця Хмельницької області пропонують туристам різноманітні можливості для дослідження багатой історії та культури регіону.

Тур «Стежками мрій» спрямований на задоволення потреб туристів, які прихильні до активного зеленого туризму. Перший день присвячений рекреаційним процедурам та знайомству з містом Сатанів, де знаходиться один із найвідоміших бальнеологічних курортів України.

Туристи зможуть відвідати реабілітаційний центр «Парк хижаків Арден», скупатися у 60 водоспаді на Збручі, прогулятися територією сатанівської курортної зони, випити мінеральну воду та скупатися у чанах. На другий день починається туристичний похід від села Суржинці до затопленого села Бакоти. Початок маршруту буде проходити вздовж річки Тарнава до панорами Китайгородського відсолення там туристи обідають та роблять перехід по урочищу Окунь де можна побачити різноманіття каскадних водоспадів.

Розбиття табору для ночівлі, відпочинок та вечерея Третій день розпочинається з шляху до села Демшин через каньйон.

Звідси відкриваються одні з найкрасивіших краєвидів на Подільські Товтри. Наступна зупинка село Субіч, до якого шлях проходить через Дністровський каньйон, там туристи мають змогу відвідати унікальний Субіцький скельний монастир. Маршрут продовжується до острова у заповіднику, де туристи поблизу річки Студинець розбивають табір та йдуть купатися та відпочивати. Останній день розпочинається с переходу через ліс до села Колодіївки.

Похід закінчується на панорамі дніпровської кручі з видом на Бакотську затоку там туристи відвідують Бакотський скельний монастир та обідають. Після виснаженої подорожі туристи повертають на автобусі до міста Сатанів.

Тур «Стежками мрій» розрахований на 4 дні для 15 туристів з мінімальними прямими затратами. При мінімальних затратах можна отримати непоганий прибуток за рахунок унікального туристичного продукту.

Цей туристичний маршрут спрямований на підвищення інтересу туристів до природних ресурсів Хмельниччини та популяризацію руху, щодо збереження екології в області.

Визначившись з основними об'єктами туру необхідно побудувати маршрут переміщення (рис. 3.1).

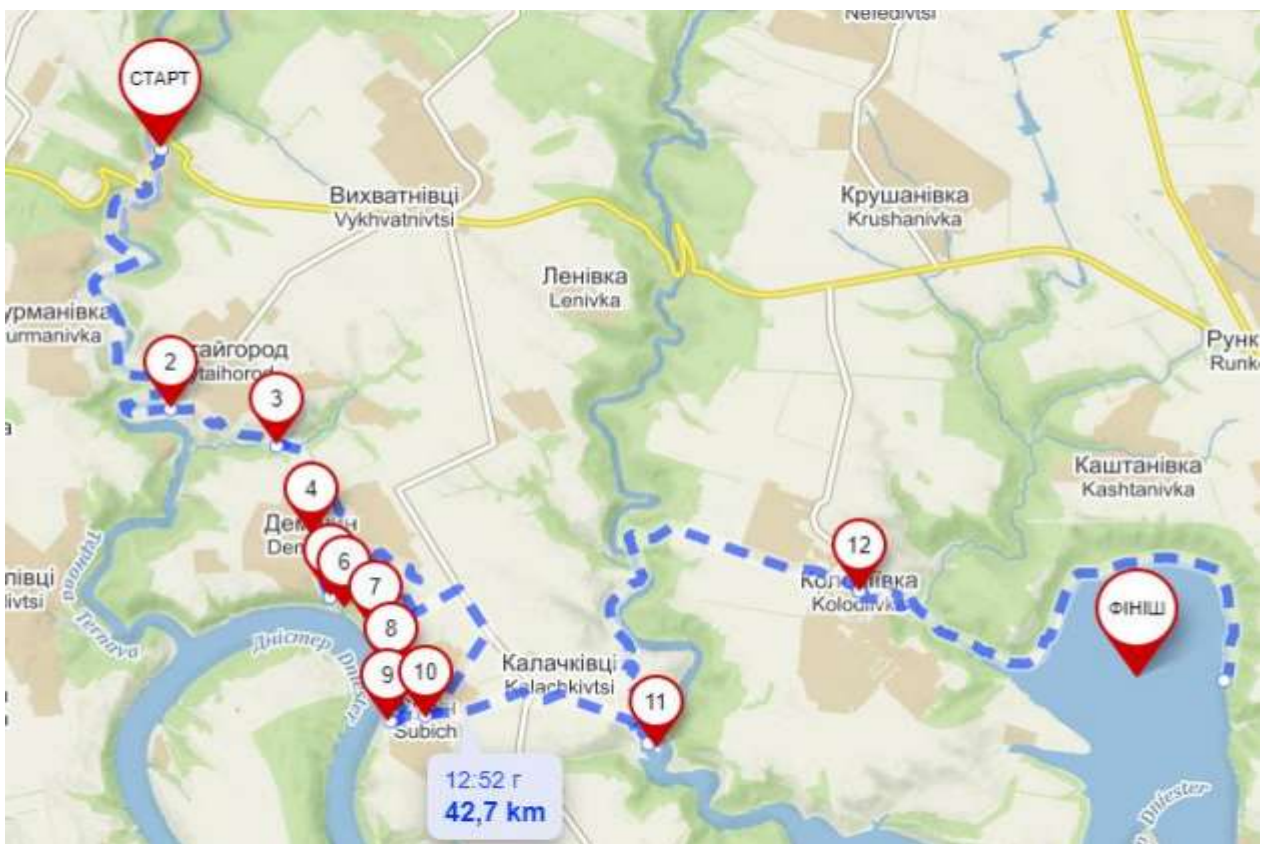


Рисунок 3.3 – Маршрут автобусного туру «Стежками мрій»

Отже, цей тур допоможе краще познайомитися з історією та культурою краю, з її давніми традиціям та звичаями, з фантастичною природою та справжньою атмосферою регіону, з унікальною архітектурою в поєднанні із

природою, а також підвищити інтерес туристів до природних ресурсів Хмельниччини та популяризації

Туристичний маршрут «Стежками мрій» спрямован на задоволення потреб туристів, які прихильні до активного зеленого туризму. В контексті екологічної свідомості туризм ставить перед собою завдання збільшення попиту на екотуризм та збереження навколишнього середовища. Розробимо детальний графік туру «Стежками мрій», який буде враховувати екологічні аспекти та сприятиме збереженню природних ресурсів області (табл.3.4).

Таблиця 3.4 - Детальний розклад туру «Стежками мрій»

Години	Проведення часу
День 1	
06:00	Виїзд з Києва
11:00	Прибуття до м.Сатанів та заселення до готелю «Софія»
11:00-12:00	Екскурсія містом та відвідування Сатанівського замку
12:00-12:45	Обід
13:00-14:00	Відвідування реабілітаційного центру «Парк хижаків Арден»
14:30-16:00	Купання у водоспаді на Збручі
16:30-18:30	Прогулянка по сатанівській курортній зоні з бюветами з лікувальною мінеральною водою та за бажанням купання в чанах
19:30	Повернення до готелю «Софія» та вечір
День 2	
05:30-08:00	Сніданок та переїзд в с. Суржинці
08:30	Початок маршруту вздовж річки Тарнава
12:00-12:30	Зупинка біля Китайгородського відслонення
12:30-13:30	Обід
14:00-17:00	Перехід по урочищу Окунь
17:30-20:00	Розбиття табору для ночівлі, відпочинок та вечір
День 3	
06:00-07:30	Сніданок та складання табору
07:40-09:00	Продовження маршруту до с. Демшин
09:30-13:00	Перехід вздовж Дністровського каньйону до с. Субіч. Відвідування Субіцького скельного монастиря
13:00-14:00	Обід
14:10-17:00	Продовження маршруту до острову у заповіднику. Купання.

17:30-20:00	Розбиття табору для ночівля біля річки Студинець, відпочинок та вечеря
День 4	
06:00-07:30	Сніданок та складання табору
07:40-09:00	Продовження маршруту до с. Демшин
09:30-13:00	Перехід вздовж вздовж Дністровського каньйону до с. Субіч. Відвідування Субіцького скельного монастиря
13:00-14:00	Обід
14:10-17:00	Продовження маршруту до острова у заповіднику. Купання.
17:30-20:00	Розбиття табору для ночівля біля річки Студинець, відпочинок та вечеря
День 5	
06:00-07:30	Сніданок та складання табору
07:40-12:00	Перехід через ліс до с. Колодіївка
12:30-14:30	Зупинка на панорамі дніпровської кручі з видом на Бакотську затоку і Бакотський скельний монастир
14:40-15:30	Обід
17:30-19:00	Повернення до м.Сатанів. Вільна година.
20:00	Прибуття додому.

Джерело: розроблено автором

Таким чином, тур «Стежками мрій» розрахований на 4 дні, включає в себе відвідування рекреаційних комплексів на базі курорту Сатанів, насичений пішохідний маршрут Подільськими Товтрами, транспорт, харчування, розміщення. Тур направлений на групу із 15 осіб, не включаючи супроводжуючих осіб. Даний тур надає можливість ознайомитися з фантастичною природою Хмельниччини та справжньою атмосферою регіону, провести відпочинок на свіжому повітрі та відновити психологічний та фізичний стан.

Туристичний маршрут «Стежками мрій» спрямований на задоволення потреб туристів, які прихильні до активного зеленого туризму. Тур розрахований на 4 дні для 15 туристів, включає в себе відвідування

рекреаційних комплексів на базі курорту Сатанів, насичений пішохідний маршрут Подільськими Товтрами, транспорт, харчування, розміщення.

Даний тур надає можливість ознайомитися з фантастичною природою Хмельниччини та справжньою атмосферою регіону, провести відпочинок на свіжому повітрі та відновити психологічний та фізичний стан.

Цей туристичний продукт спрямований на підвищення інтересу туристів до природних ресурсів Хмельниччини та популяризацію руху, щодо збереження екології в області.

Для ефективного просування туру «Стежками мрій» треба використати наступні стратегії:

1) Збалансована інформація: Забезпечення детальною та зрозумілою інформацією про тур, включаючи маршрут, видатки, дати та включені послуги.

2) Створення зацікавленості: Використовування вигідних пропозицій, акцій або унікальні можливості для привертання уваги потенційних клієнтів.

3) Візуальний зміст: Використовуємо привабливі фотографії, відео та віртуальні тури, щоб відобразити привабливість турпродукту.

4) Співпраця з впливовими особами: Співпраця з відомими особами чи блогерами, які можуть просунути наш тур.

5) Відгуки та рекомендації: Збираємо та публікуємо позитивні відгуки задоволених клієнтів, щоб підкріпити надійність та привернути нових клієнтів.

6) Соціальні мережі: Активно будемо використовувати соціальні мережі для спілкування зі своєю аудиторією, розміщення анонсів та взаємодії зі зацікавленими користувачами.

7) Цільовий маркетинг: Налаштуємо оголошення та маркетингові кампанії для прямого спрямування на свою цільову аудиторію.

8) Електронна пошта: Використовуємо розсилку електронних листів для нагадування про тур та інформування про спеціальні пропозиції.

9) SEO: Оптимізуємо веб-сайт для пошукових систем, щоб забезпечити йому високий рейтинг у відповідних пошукових запитаннях.

Завдяки цим стратегіям ми можете збільшити свідомість про тур «Стежками мрій» та залучити нових клієнтів.

Отже, етап просування туристичного продукту є важливою частиною діяльності туристичного підприємства і саме від нього в більшій мірі залежить чи зможе турагенство реалізувати свій туристичний продукт чи ні. Тому для туроператорів дуже важливим етапом своєї діяльності є якісне проведення рекламної програми.

Обґрунтування формування ціни туристичного продукту є дуже важливим етапом для успішного економічного розвитку туристичного підприємства, оскільки саме від цього залежить дохід організації. Ціноутворення в туристичній діяльності має ряд особливостей: високий ступінь впливу конкурентів, між встановленням ціни і купівлею-продажем турпродукту часто проходить досить багато часу; сезонність цін і тарифів; великий вплив вартості операцій на попит; залежність ціни від виду туру [27, с.67-68].

Окрім цього, потрібно провести калькуляцію та визначити вартість тура «Стежками мрій» на одну людину (табл.3.5).

Таблиця 3.5 - Калькуляція туру «Стежками мрій»

№	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кількість	Ціна/ 1 туриста	Вартість на групу
1.	Страховка	15	240	3600
2.	Транспорт	1089 км	300 грн в год. Мерседес Бенц	6600
3.	Проживання			
3.1	Готель «Софія» 1 доба, трьохмісний номер	5 кімнат	450	2250

3.2	Намет	-	-	-
4.	Харчування	15	250	3750
4.1	Їжа на природі	15		
5	Екскурсійне обслуговування		80	1200
6	Разом прямих витрат			17400
7	Загальновиробничі витрати			6000
8	Заробітна плата гіда/екскурсовода			3000
9	Витрати на рекламу			1500
10	Виробнича собівартість			27900
11	Прибуток	30%		8370
12	Вартість обслуговування групи			36270
13	Ціна одного ваучера без ПДВ			2418
14	ПДВ	20%		483
15	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ			2901

Джерело: розроблено автором

Провівши калькуляцію тура, можна зробити висновок, що вартість туру «Стежками мрій» на одну людину складає 2901 грн. за 4 дні, при цьому на групу із 15 чоловік 43515 грн. При цьому прибуток складає 8370 грн., а виробнича собівартість складає 27900 грн. Далі розрахуємо поточні витрати та їх реалізацію, а також організацію споживання (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 - Фінансові результати від продажу туру «Стежками мрій»

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	43515
Чистий дохід від надання послуг	36270
Собівартість послуг	27900
Валовий прибуток	8370
Податок на прибуток (18%)	1506
Чистий прибуток	6864

Джерело: розроблено автором

Отже, аналізуючи таблицю, можна підбити підсумок, що валовий прибуток складає 8370 грн., при цьому чистий прибуток складає 6864 грн. Враховуючи компактність та насиченість туру, то можна вважати, що фінальний результат оправдовує очікування. При цьому, варто визначити сезонність туру, вона припадає на середину весни та весь літній сезон. Тур «Стежками мрій» розрахований на теплий сезон, бо це важливо для проведення кемпінгу під час туристичного походу.

Далі розробимо прогнозний план реалізації туру «Стежками мрій» на 2024 рік (табл. 3.7).

Таблиця 3.7 - Прогнозний план реалізації туру «Стежками мрій» на 2024 рік

Період	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів
Травень	3	10.05 – 13.05; 17.05 – 20.05; 25.05 – 28.05
Червень	4	02.06 – 05.06; 11.06 – 14.06; 20.06 – 23.06; 25.06 – 28.06
Липень	4	05.07 – 08.07; 12.07 – 15.07; 19.07 – 22.07; 25.07 – 28.07
Серпень	4	02.08 – 05.08; 08.08 – 11.08; 14.08 – 17.08; 20.08 – 23.08
Вересень	3	01.09 – 03.09; 06.09 – 09.09; 12.09 – 15.09

Джерело: розроблено автором

Таким чином, можна зробити висновок, що тур «Стежками мрій» варто вводити в експлуатацію із травня місяця, адже туристи проведуть 3 дні на природі, тому температура має бути сприятливою для кемпінгу.

На 2024 рік планується реалізувати 18 реалізованих турів на період від початку травня до середини вересня. Тур «Стежками мрій» розрахований на 4 дні для 15 туристів з мінімальними прямими затратами.

До того ж, ціна одного ваучера складає 2901 грн., при цьому чистий дохід від реалізації туру складає 36270 грн., а чистий прибуток 6864 грн. Ці показники

вказують на те, що при мінімальних затратах можна отримати непоганий прибуток за рахунок унікального туристичного продукту.

Цей туристичний продукт спрямований на підвищення інтересу туристів до природних ресурсів Хмельниччини та популяризацію руху, щодо збереження екології в області.

Туристичний маршрут був розроблений з урахуванням потреб як внутрішніх, так і іноземних туристів, а також вони слугують маркетинговою атракцією для нового туристичного сегменту.

Провівши калькуляцію та аналіз ефективної реалізації кожного туру, а також інших значущих факторів, варто підсумувати отриману інформацію стосовно розробленого туристичного продукту та відобразити її на таблиці (табл. 3.8).

Таблиця 3.8 - Підсумовуюча інформація стосовно туру «Стежками мрій»

Назва туру	Протяжність днів	Цінова політика	Розрахована кількість туристів	Собівартість	Чистий дохід
«Стежками мрій»	4	2901	15	27900	36270

Джерело: розроблено автором

Для детального аналізу пропозиції визначимо точку беззбитковості для туру «Стежками мрій» (табл.3.9).

Таблиця 3.9 - Точка беззбитковості туру «Стежками мрій»

Назва туру	«Стежками мрій»
Постійні витрати на групу	17 100
Ціна туру на одну людину	2901
Змінні витрати на одну людину	1020
Мінімальна кількість осіб, для повного покриття витрат на групу	9

Джерело: розроблено автором

Знайшовши мінімальну кількість осіб, для повного покриття витрат на групу для кожного туру, можемо зробити висновок, що кожен тур є прибутковим та успішним. Окрім цього, для доведення фактору економічної ефективності даних турів, варто також визначити їх рентабельність, яка розраховується за відповідною формулою:

$$Pp = \frac{ЧП}{ЧД} * 100\%$$

Де Pp – рентабельність реалізації,

ЧП – чистий прибуток;

ЧД – чистий дохід.

Варто розрахувати рентабельність реалізації запропонованого туру:

- «Стежками мрій» - 19,24 %

Отже, дослідження показало, що показник оцінки якості туристичної діяльності підприємств виступає основою для визначення їх переваг і недоліків, які необхідно враховувати в управлінні конкурентоспроможністю туристичного продукту та послуг підприємств. Використання таких показників дає можливість оцінити не тільки існуючий рівень якості та туристичної привабливості підприємств для споживачів, а й їхнє місце на ринку. В цілому запропонована методика аналізу дозволяє виявити численні чинники, що визначають конкурентоспроможність туристичного підприємства, яку важко переоцінити в умовах розвитку туризму на основі підвищення якості українського туристичного продукту.

Подальшого дослідження й обґрунтування потребує система заходів щодо визначення оптимального рівня узагальненого показника оцінки якості діяльності туристичних підприємств, який має стати нормативом в умовах входження України до Світової організації торгівлі.

Таким чином, провівши розрахування рентабельності тура можна зробити висновок, що тур є ефективним та прибутковим.

Однак слід пам'ятати, що показники рентабельності тура базуються на вихідних даних, а це означає, що показники чистого доходу та чистого прибутку можуть змінитися через реакцію ринку на туристичний продукт.

Підводячи підсумки, можна сказати, що тур «Стежками мрій» розроблений на основі наявного історико-культурного та природно-рекреаційного потенціалу для подальшого туристичного розвитку Хмельницької області.

Даний тур спрямований на розвиток та популяризацію історико-культурних, подієвих та зелених турів і як наслідок створення унікального туристичного бренду Хмельницької області через залучення великого туристичного потоку.

Цей тур зосереджений на використанні невикористаних туристичних ресурсів, які можуть вивести туризм на новий рівень, залучивши нові туристичні потоки, а з ними і інвесторів для подальшого туристичного розвитку Хмельницької області. У той же час, це дозволить локалізувати позицію області на внутрішньому ринку та надавати ширший спектр послуг завдяки розвитку місцевої інфраструктури.

3.3. Підвищення рівня культури працівників туристичного оператора

Підвищення рівня культури працівників туристичного оператора є важливим аспектом для забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Аналіз інформаційних інтернет-ресурсів, на яких розміщуються відгуки про якість надання туристичних послуг

(www.otzyvua.net, www.turpravda.ua) про значну кількість негативних відгуків про низьку якість надання туристичних послуг працівниками туристичного оператора (водії, менеджери з туризму). З метою усунення зазначених недоліків нами пропонується наступний перелік ключових підходів до підвищення культури працівників у туристичному операторі «E.Line-tour» (табл. 3.10).

Таблиця 3.10 – Етапи стікерування багажу в автобусах

Захід	Опис
Тренінг та Професійний розвиток	Забезпечення регулярних тренінгів для працівників, що охоплюють як аспекти професійної діяльності (туристичний маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів), так і культурні аспекти (етикет, взаємодія з різними культурами)
Розуміння культур	Навчання працівників розумінню та поваги різних культурних особливостей та звичаїв. Це особливо важливо для туристичних операторів, які працюють з міжнародними клієнтами
Засоби ефективного спілкування	Розвиток навичок ефективного спілкування, які включають в себе чітке висловлення, слухання та реагування на потреби клієнтів
Культура обслуговування клієнтів	Впровадження культури обслуговування клієнтів, в якій кожен працівник розуміє важливість задоволення потреб та очікувань клієнтів
Розвиток емпатії	Сприяння розвитку емпатії серед працівників, щоб вони могли краще розуміти та відповідати на потреби та емоції клієнтів
Етика та професійне поведіння	Наголошення на важливості етичної поведінки та високих стандартів професійної діяльності
Аналіз задоволеності клієнтів	Здійснення систематичного аналізу задоволеності клієнтів для визначення сильних та слабких сторін обслуговування та вдосконалення роботи персоналу
Стажування та обмін досвідом	Організація стажування та обміну досвідом між працівниками для вивчення кращих практик та новітніх тенденцій у сфері туризму

Підвищення культури працівників туристичного оператора включає в себе різні аспекти, і важливо створювати сприятливе середовище для постійного розвитку та покращення якості обслуговування.

Підводячи підсумки пропозицій та методів для покращення вибудовування стосунків з клієнтом, надання лише якісних послуг необхідно спробувати зазначені в таблиці умови вдосконалення. Здебільшого основою в

таблиці вказані просування та реалізації, котра допоможе вивести продукт на основний конкурентноспроможний ринок (3.11).

Таблиця 3.11 - Рекомендації-пропозиції щодо вдосконалення

№ з\п	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Впровадження послуги стікерування багажу з метою підвищення якості надання послуг	Стікерування багажу	Запровадження механізму стікерування багажу традиційним способом та з використанням GPS-технологій з метою унеможливлення втрати багажу	підвищення якості надання туристичних послуг
2	Обґрунтування необхідності впровадження нового автобусного туру «Стежками мрій»	«Стежками мрій»	Натрапивши на негативні коментарі та відгуки про якість обслуговування туроператора «E.Line.Tour», я вирішила запропонувати своє бачення рентабельного та якісного продукту.	високий ступінь обслуговування клієнтів
3	Підвищення рівня культури працівників туристичного оператора	Культурна обізнаність працівників	Підвищення рівня культури працівників туристичного оператора включає в себе різні аспекти, і важливо створювати сприятливе середовище для постійного розвитку та покращення якості обслуговування.	розуміння та задоволення потреб клієнтів

Висновки

В ході написання роботи було проведено дослідження технології організації автобусних турів туристичного підприємства «E.LineTour» і зроблено наступні висновки.

1. Автобусний туризм займає достатньо суттєвий сегмент на туристичному ринку, користується стабільним попитом, є цікавим, але досить складним. Розрізняють такі види автобусних турів: економічні тури, стандартні тури, фірмові тури та ексклюзивні тури.

2. Для належної організації туристичних автобусних перевезень автотранспортним підприємством потрібно: визначити маршрут перевезення туристів; визначити місця, де зупиняється автобус, враховуючи час на відпочинок водія; скласти схему маршруту з нанесенням на ньому аварійно небезпечних ділянок доріг, назв населених пунктів, до яких будуть заїжджати туристи; скласти відповідний графік.

3. Сучасні підходи до розвитку туристичного руху на автобусному транспорті вимагають від підприємств галузі прискорити модернізацію туристичної транспортної інфраструктури. На наш погляд, необхідними напрямками подальшого розвитку можуть бути такі: екологічність транспортування. Перевезення туристів повинні стати більш екологічними та дешевшими.

4. «E.LineTour» є одним із найбільш успішних туристичних підприємств у м. Шапетівка. Проведений SWOT-аналіз показав, що для туристичної агенції характерним є стратегія обмеженого зростання. «E.LineTour» слід працювати над усуненням слабких сторін.

5. Туристичний маршрут «Стежками мрій» спрямований на задоволення потреб туристів, які прихильні до активного зеленого туризму. Тур

розрахований на 4 дні для 15 туристів, включає в себе відвідування рекреаційних комплексів на базі курорту Сатанів, насичений пішохідний маршрут Подільськими Товтрами, транспорт, харчування, розміщення.

Даний тур надає можливість ознайомитися з фантастичною природою Хмельниччини та справжньою атмосферою регіону, провести відпочинок на свіжому повітрі та відновити психологічний та фізичний стан. На 2024 рік планується реалізувати 18 реалізованих турів на період від початку травня до середини вересня. Цей туристичний продукт спрямований на підвищення інтересу туристів до природних ресурсів Хмельниччини та популяризацію руху, щодо збереження екології в області.

6. Хмельницька область має великий історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал, який може бути правильно реалізований завдяки спільній співпраці між місцевою владою та суб'єктів господарювання ринку послуг. Впровадження запропонованого туру призведе до поліпшення економічної ситуації, підвищення рівня туризму та створення необхідної туристичної інфраструктури в області.

Список використаних джерел

- 1) Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. 2012. Вип. 45. С. 128–132.
- 2) Брич. В. Я. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 448 с.
- 3) Визначні місця Хмельницької області: інтернет стаття. URL: <https://moemisto.ua/km/blog/naytsikavishi-mistsya-hmelnichchini-825.html> (дата звернення 03.12.2023).
- 4) Винниченко І.І. Середовище турбізнесу: навч. посібник. Київ: Академперіодика, 2006. 320 с.
- 5) Всесвітня туристська організація. «Всесвітня конференція Туризм і енергія майбутнього – Скорочення викидів CO₂, ЕКСПО-2017, Астана, Казахстан, 26-27 червня 2017 г.», ЮНВТО, Мадрид, DOI. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284419517> (дата звернення 03.12.2023).
- 6) Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навч. посібник. / В.Г. Герасименко, А.В. Замкова. Харків: «Бурун Книга», 2011. 116 с.
- 7) Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов [та ін.]. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
- 8) Гетьман В.І. Автотуризм чи автомобільний туризм: теорія і реальність. Київ, 2011. 185 с.
- 9) Гук Н.А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 7(49). С. 99–102.

- 10) Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.12.2023).
- 11) Динаміка податкових надходжень від регіонів за I перше півріччя 2023 року. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nahodzhen-vid-regioniv-za-i-pershe-pivrichchya-2023-roku>
- 12) Дудник І.М. Транспортна географія: підручник / І.М. Дудник. Київ: НАУ, 2016. 288 с.
- 13) Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Проведено компанією «Хьюман Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку «Lemur». URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
- 14) Eline Tour. Веб сайт. URL: <https://eline-tour.com.ua/> (дата звернення 03.12.2023).
- 15) Коваль О.Д. Базові управлінські здібності в туристичній групі. Науковий вісник Ужгородського університету. 2011. Спецвип. 33. Ч. 4. URL: <https://dspace.uzh.edu.ua/jspui/bitstream/lib/4701/1> (дата звернення: 03.12.2023)
- 16) Литвин О.В., Кирилюк І.М. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії. Економічні горизонти. Умань, 2017. 57 с.
- 17) Міністерство інфраструктури України. Веб сайт. URL: <https://mtu.gov.ua/files/projects/str.html> (дата звернення 03.12.2023).
- 18) Несторишен І., Стельмах Ю., Марчук Д. Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг в Україні. Development service industry management, 2023. (2), С. 42-47.
- 19) Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В.Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.

- 20) Офіційний веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації. URL: <http://adm.km.ua/>.(дата звернення 03.12.2023).
- 21) Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 16 жовт. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>.
- 22) Про автомобільний транспорт: Закону України зі змінами від 16.10.2020 р. № 2344-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text> (дата зверненн 02.12.2023).
- 23) Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни. Державне агентство з розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-na-podorozhi-pid-chas-viyni>.
- 24) Туризм на Хмельниччині в умовах війни. інтернет стаття. URL: https://ye.ua/podorozhi/60603_Turizm_na_Hmelnichchini_v_umovah_viyni_chi_ye_popit_na_vidpochinok_ta_yaki_napryamki_obirayit.html

Логотип туристичної фірми «E.LineTour»

