

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА ЗБУТОМ
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ»**

Студентки 2 курсу 6м групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальність 073 «Менеджмент»
спеціалізація «Туристичний
курортно-рекреаційний менеджмент»

та _____
(підпис
студента)

Єдігарова Аїда
Іванівна

Науковий керівник:
к.держ.упр.

_____ С.С. Кравцов
(підпис)

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)
д.е.н., доц.

_____ Н.О. Роскладка
(підпис)

Київ – 2019

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Спеціалізація «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри туризму та рекреації

Т.І. Ткаченко

«__» _____ 2019 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Слігаровій Аїді Іванівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускного кваліфікаційної роботи: «Управління формуванням та збутом туристичного продукту дитячого туризму»

Затверджена наказом ректора від «13» грудня 2018 р. №4671

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 16.11.2019 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:

Мета роботи – розробка заходів щодо підвищення ефективності управління формування та збутом туристичного продукту дитячого туризму.

Об'єкт дослідження – процес формування та збуту туристичного продукту дитячого туризму.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні засади управління процесами формування та збуту туристичного продукту дитячого туризму.

4. Перелік графічного матеріалу:

Рис. Процеси формування та збуту дитячого туристичного продукту на підприємстві ПП «Еліт Тур»

Табл. Показники ефективності бізнес-комунікацій підприємства в сегменті дитячого туризму

Табл. програма заходів щодо формування та збуту турпродукту дитячого туризму в ПП «Еліта Тур»

Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Кравцов С.С.	03.02.2019	03.02.2019
2	Кравцов С.С.	03.02.2019	03.02.2019
3	Кравцов С.С.	03.02.2019	03.02.2019

6. Зміст випускного кваліфікаційного проекту (роботи) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБУТУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ

1.1. Дитячий туризм як об'єкт наукового дослідження

1.2. Світова практика управління формуванням турпродукту дитячого туризму

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ПП «ЕЛІТ ТУР» В СЕГМЕНТІ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ

2.1. Характеристика системи управління туристичним підприємством ПП «Еліт Тур»

2.2. Аналіз процесів формування та збуту дитячого туристичного продукту

2.3. Оцінка ефективності бізнес-комунікацій підприємства в сегменті дитячого туризму

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ З РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПП «ЕЛІТА ТУР»

3.1. Стратегічні альтернативи та програма заходів щодо формування та збуту турпродукту дитячого туризму в ПП «Еліта Тур»

3.2. Обґрунтування ефективності проекту розвитку туристичного продукту дитячого туризму в ПП «Еліта Тур»

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7.

Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів	
		за планом	фактично
1	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2018-12.12.2018 р.	01.09.2018-12.12.2018 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	13.12.2018-03.02.2019 р.	13.12.2018-03.02.2019 р.
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	04.02.2019 - 24.05.2019 р.	04.02.2019 - 24.05.2019 р.
4	Написання та оформлення наукової статті	до 01.06.2019 р.	до 01.06.2019 р.
5	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	25.05.2019-31.08.2019 р.	25.05.2019-31.08.2019 р.
6	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.09.2019-20.10.2019 р.	01.09.2019-20.10.2019 р.
7	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	21.10.2019-03.11.2019 р.	21.10.2019-03.11.2019 р.
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	04.11.2019-15.11.2019 р.	04.11.2019-15.11.2019 р.
9	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 16.11.2019 р.	до 16.11.2019 р.
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно розкладу	Згідно розкладу

8.Дата видачі завдання «03 » лютого 2019 р.

9.Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ С. С. Кравцов

10. Керівник проектної групи

(гарант освітньої програми) _____

Н.О. Роскладка

(прізвище, ініціали)

11. Завдання прийняв до виконання студент _____ А.І. Едігарова

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Єдігарова Аїда Іванівна своєчасно закінчила випускну кваліфікаційну роботу відповідно до календарного плану. Зміст, структура та дизайн роботи відповідають всім вимогам. Робота складається з вступу, трьох частин, висновків, переліку посилань та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі були розглянуті теоретичні засади формування та збуту туристичного продукту дитячого туризму, включаючи дитячий туризм як об'єкт наукового дослідження, світову практику управління формуванням турпродукту дитячого туризму. Було зроблено діагностику системи управління туристичним підприємством ПП «Еліта-тур» в сегменті дитячого туризму, зокрема дана характеристика системи управління туристичним підприємством ПП «Еліта-Тур», проаналізовано процеси формування та збуту дитячого туристичного продукту, оцінено ефективність бізнес-комунікацій підприємства в сегменті дитячого туризму. На підставі проведеного дослідження було прийнято та обґрунтовано управлінське рішення з розвитку дитячого туризму в системі управління ПП «Еліта-тур»

Робота рекомендована до захисту в Екзаменаційній комісії.

**Керівник випускної
кваліфікаційної роботи**

(дата, підпис)

Кравцов С.С.
(прізвище, ініціали)

Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Єдігарової А.І.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Роскладка Н.О.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Ткаченко Т.І.
(підпис, прізвище, ініціали)

“ _____ ” 2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБУТУ	
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ	10
1.1. Дитячий туризм як об'єкт наукового дослідження	10
1.2. Світова практика управління формуванням турпродукту дитячого туризму	15
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ПП «ЕЛІТА-ТУР» В СЕГМЕНТІ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ	20
2.1. Характеристика системи управління туристичним підприємством ПП «Еліта-Тур»	20
2.2. Аналіз процесів формування та збуту дитячого туристичного продукту	27
2.3. Оцінка ефективності бізнес-комунікацій підприємства в сегменті дитячого туризму	33
Висновки до розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ З РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПП «ЕЛІТА-ТУР»	42
3.1. Стратегічні альтернативи та програма заходів щодо формування та збуту турпродукту дитячого туризму в ПП «Еліта-Тур»	42
3.2. Обґрунтування ефективності проекту розвитку туристичного продукту дитячого туризму в ПП «Еліта-Тур»	48
Висновки до розділу 3	54
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57

ВСТУП

Актуальність теми. Дитячий туризм сьогодні все частіше розглядають як засіб активного відпочинку, який сприяє розвитку особистості, укріпленню здоров'я, підвищенню інтелектуального та культурного рівня дитини, розумного використання вільного часу. Програми відпочинку для дітей покликані також розширити кругозір дитини, розкрити таланти, вони націлені на розвиток молодого покоління, яке стане у найближчому майбутньому потенційно найбільш активним у суспільстві.

Перехід від однієї соціально-економічної системи до іншої, зміни ціннісно-моральних орієнтацій дітей та молоді висувають перед дитячим туризмом нові завдання, які ще необхідно усвідомити і реалізувати. В той же час, не дивлячись на зміни економічних відношень і соціального устрою суспільства, залишається незмінним значення дитячого туризму як фактора соціалізації особистості. Потребують оновлення підходи до управління формуванням та збутом туристичного продукту дитячого туризму.

За умов динамічного розвитку суспільства, використання новітніх технологій скорочуються фізичні та збільшуються розумові та нервово-психічні навантаження на дітей та підлітків. При такому стані речей дитячий туризм повинен стати профілактичною системою, яка має забезпечити Україні здоров'я її юних громадян. Актуальність формування та збуту туристичного продукту дитячого туризму зумовлена необхідністю реструктуризації системи дитячого туризму в Україні задля задоволення потреб дітей у високоякісному відпочинку та оздоровленні.

Аналіз досліджень і публікацій. Сутність і процеси створення та формування туристичного продукту є об'єктом дослідження багатьох науковців, зокрема таких як О. А. Агеева, Д. Н. Акуленок, В. К. Бабарицька, І. Т. Балабанова, М. М. Васильєва, Є. Н. Ільїна, В. Ф. Кифяк, О. О. Любіцева, В. Мідлтон, А. Д. Чудновський, І. М. Школа. Дослідженню питань дитячого та юнацького туризму, а також їх розвитку в Україні присвячені праці

О. О. Бейдика, М. Ю. Костриці, Н. Н. Коціна, О. Ю. Малиновської, М. П. Мальської, В. К. Федорченка, В. В. Худо, В. І. Цибухи, Д. В. Чертовської. Потрібно зазначити, що багато наукових досліджень з цієї проблематики відноситься до кінця ХХ століття, коли мало місце відлуння комуністичного виховання особистості, яка жила і розвивалась в умовах соціалістичного ладу. Сучасна система освіти та новітні умови соціалізації підростаючого покоління вимагають розробки нових ідей, які повинні забезпечити гармонійний фізичний, соціальний і духовний розвиток особистості у нинішніх соціально-політичних і економічних умовах, у системі нових пріоритетів і цінностей.

Метою роботи є розробка заходів щодо підвищення ефективності управління формування та збутом туристичного продукту дитячого туризму.

Завдання дослідження:

- навести характеристику дитячого туризму як об'єкта наукового дослідження;
- проаналізувати світову практику управління формуванням та збутом турпродукту дитячого туризму;
- навести характеристику системи управління туристичним підприємством ПП «Еліта Тур»;
- здійснити аналіз процесів формування та збуту дитячого туристичного продукту;
- оцінити ефективність бізнес-комунікацій підприємства в сегменті дитячого туризму;
- запропонувати стратегічні альтернативи та програму заходів щодо формування та збуту турпродукту дитячого туризму в ПП «Еліта-Тур»;
- обґрунтувати ефективність проекту розвитку туристичного продукту дитячого туризму в ПП «Еліта-Тур».

Об'єктом дослідження є процес формування та збуту туристичного продукту дитячого туризму.

Методи дослідження. Методичну базу дослідження складає система загальнонаукових методів пізнання. Зокрема, при вивченні теоретичних

аспектів обраної теми були використані методи аналізу та синтезу для узагальнення сутності та особливостей формування та збуту туристичного продукту дитячого туризму, логічний аналіз (при формуванні принципів, теоретичних узагальнень і критичному аналізі результатів досліджень інших авторів). При проведенні оцінки діяльності туристичного агентства ПП «Еліта-тур» автором були використані методи статистичного аналізу (групування, метод динамічних порівнянь, середніх і відносних показників, графічний і табличний методи).

Інформаційною базою дослідження стали теоретичні надбання української та зарубіжної наукової думки з питань менеджменту туризму та туристичної діяльності, зокрема, підручники, посібники, наукові статті, матеріали конференцій, а також нормативно-праві акти, які регулюють діяльність туристичних підприємств на території України. Для аналізу діяльності туристичного агентства були використанні статистичні матеріали, інформація з офіційного веб-сайту підприємства, внутрішня документація туроператора.

Наукова новизна полягає у систематизації знань про дитячий туризм та запропонування підходів до формування туристичного продукту в сегменті дитячого туризму.

Практичне значення. За результатами дипломної роботи були розроблені управлінські рішення для удосконалення процесу управління формуванням та збутом турпродукту дитячого туризму. Отримані результати мають практичну цінність та прийняті до використання в ПП «Еліта-тур».

Апробація. За результатами дослідження опублікована стаття на тему «Основи управління формуванням та збутом туристичного продукту дитячого продукту» у збірнику наукових статей студентів «Туристичний бізнес: виклики та можливості розвитку» (дод. А).

Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, 1 додаток, 12 рисунків, 22 таблиць, списку використаних джерел з 39 найменувань, загальним обсягом 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБУТУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ

1.1. Дитячий туризм як об'єкт наукового дослідження

Дитячий туризм, як вид (форма) туризму виокремлений у класифікаціях всіх науковців, Законі України «Про туризм» та у статутах Всесвітньої туристичної організації. Відмінності у класифікаціях пояснюються використанням різних підходів – соціально-економічного, педагогічного, демографічного, спортивного тощо. Дитячий туризм покликаний виховувати молоде покоління засобами туристичної краєзнавчої діяльності, формувати всебічно розвинену особистість. Основними видами дитячого та юнацького туризму є екскурсія, спортивний туризм, оздоровлення та відпочинок у таборах, санаторно-курортних закладах, освітні, ділові та заохочувальні тури для талановитих підлітків, переможців творчих конкурсів, олімпіад.

У міжнародному законодавстві форми туризму, в залежності від віку подорожуючих, затверджені у документі «Концепції, визначення та класифікації для статистики туризму» (Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics) у 1995 р. (стаття 4.3.3). Хоча виділені категорії назв не передбачають, ЮНВТО рекомендує поділяти туристів за віком на 5 груп:

- I – від 0 до 14 років;
- II – від 15 до 24 років;
- III – від 25 до 44 років;
- IV – від 45 до 64 років;
- V – від 65 років та старше [1].

М. Д. Зубалій [2, с. 125], зазначає, що поняття дитячо-юнацького туризму почали застосовувати лише на початку ХХІ століття у туристично-краєзнавчій роботі, що було пов'язано з початком підготовки спеціалістів з туристичної та краєзнавчої роботи у педагогічних інститутах та університетах України.

Дитячий туризм у кожній класифікації виділяють як окрему категорію,

що характеризує різний вік, соціальний статус та умови подорожі туристів. Щодо дитячого туризму, то окрім географів його глибоко досліджують ще й педагоги. Тому часто можна зустріти такі синоніми дитячого туризму як «дитячо-юнацький», «шкільний» та «педагогічний» туризм [3]. Всі ці терміни мають спільну понятійно-термінологічну базу, вікові обмеження для дітей; на туризм у школі та поза нею покладені краєзнавчі, педагогічні, патріотично-виховні, пізнавальні та спортивні функції. Тому доцільним є підхід до дитячого туризму як до єдиного цілого без поділу його на шкільний, педагогічний, позакласний тощо [4, с. 119].

Виступаючи складовою туристичної галузі країни, дитячий (дитячо-юнацький) туризм в Україні насамперед покликаний вирішувати важливі соціальні завдання, пов'язані з вихованням, оздоровленням та освітою нового покоління засобами туристично-краєзнавчої діяльності, а саме:

- отримання нових знань;
- орієнтація молодого покоління на здоровий спосіб життя, формування активної життєвої позиції;
- фізичне оздоровлення та профілактика захворювань;
- підготовка підлітків до служби у лавах армії, до навчання у вищих навчальних закладах військового типу;
- розвиток кращих моральних людських якостей та відносин;
- екологічне виховання, виховання свідомого ставлення до природи нашої країни [5].

О. Ю. Малиновська, Ю. М. Іванова до основних суспільних функцій дитячого туризму відносять [6, с. 3-5]:

- рекреаційну, або оздоровчу, результатом якої є підвищення ефективності навчально-виховного процесу дітей;
- соціокультурну – туризм допомагає повноцінно використати вільний час дитини, розширити її кругозір, поєднати активний відпочинок з пізнанням світу;
- виховну – моральне виховання (формування поваги дитини до своїх

однолітків, інших людей, довкілля), естетичне (прищеплення дитині любові до культури свого народу та поваги до мистецтва інших народів) і фізичне виховання (орієнтація підростаючого покоління на здоровий спосіб життя, формування активної життєвої позиції) [6].

На сьогодні вчені, педагоги або туризмознавці по-різному трактують термін «дитячий туризм». У простому сенсі педагоги просто визначають дитячий туризм як живе пізнання навколишнього світу, рух, здоров'я та фізичний гарт [7].

Дитячий туризм – це насамперед здоров'я, фізичне вдосконалення, рухова активність, захоплюючий вид відпочинку, а також живе пізнання навколишнього світу; це засіб розширення і поглиблення знань школярів із географії, природознавства, історії та інших наук; як чинник зміцнення здоров'я і фізичного розвитку дітей, формування в них патріотизму, почуття дружби й товарищескості [8, с. 155-156].

В монографії [9] дитячо-юнацький туризм характеризується як важлива складова загальнодержавної системи фізичної культури і спорту. Дитячо-юнацький туризм – це вид туристичної діяльності, спрямований на задоволення оздоровчих, спортивних та пізнавальних потреб дітей і молоді поза місцем їх постійного проживання та навчання [9].

Н. Д. Свірідова, Д. В. Чертовська вважають, що дитячий туризм – активний вид відпочинку, призначений для дітей, з метою розширення світогляду і збагачення духовного життя підлітків. Автори відзначають, що під дитячим туризмом розуміють теорію і практику різного роду походів, сходження на гори і подорожі з метою спортивного суперництва, активного відпочинку, освіти і виховання [10].

М. М. Мельнічук та В. О. Зейко зазначають, що рекреаційна діяльність дітей повинна бути нероздільно пов'язана із туристично-краєзнавчою роботою, що виконує патріотично-виховні, пізнавальні та спортивно-туристичні функції. В наш час, особлива увага приділяється туристично-краєзнавчій роботі саме з метою патріотичного виховання дітей та молоді. У школярів і вчителів

ставлення до туризму різне, але не створює суперечок. Для дітей туризм – один з видів активного відпочинку, можливість поспілкуватись та розважитись у новій обстановці, відкрити для себе щось нове. Для вчителів це засіб краще зрозуміти своїх учнів, побачити їх у нових умовах і спробувати по-іншому вплинути на їх розвиток [4, с. 120].

Розвиток дитячого туризму в Україні сьогодні особливо актуальний, оскільки саме цей вид туризму має патріотично – виховне значення, дозволяє в юному віці не тільки пізнати свою країну і весь світ, але й реалізувати конституційне право кожної дитини на відпочинок [11, с. 87]

О. Ю. Малиновська та К. С. Долгова виокремлюють декілька основних напрямів дитячого туризму [12, с. 61-62] (рис. 1).

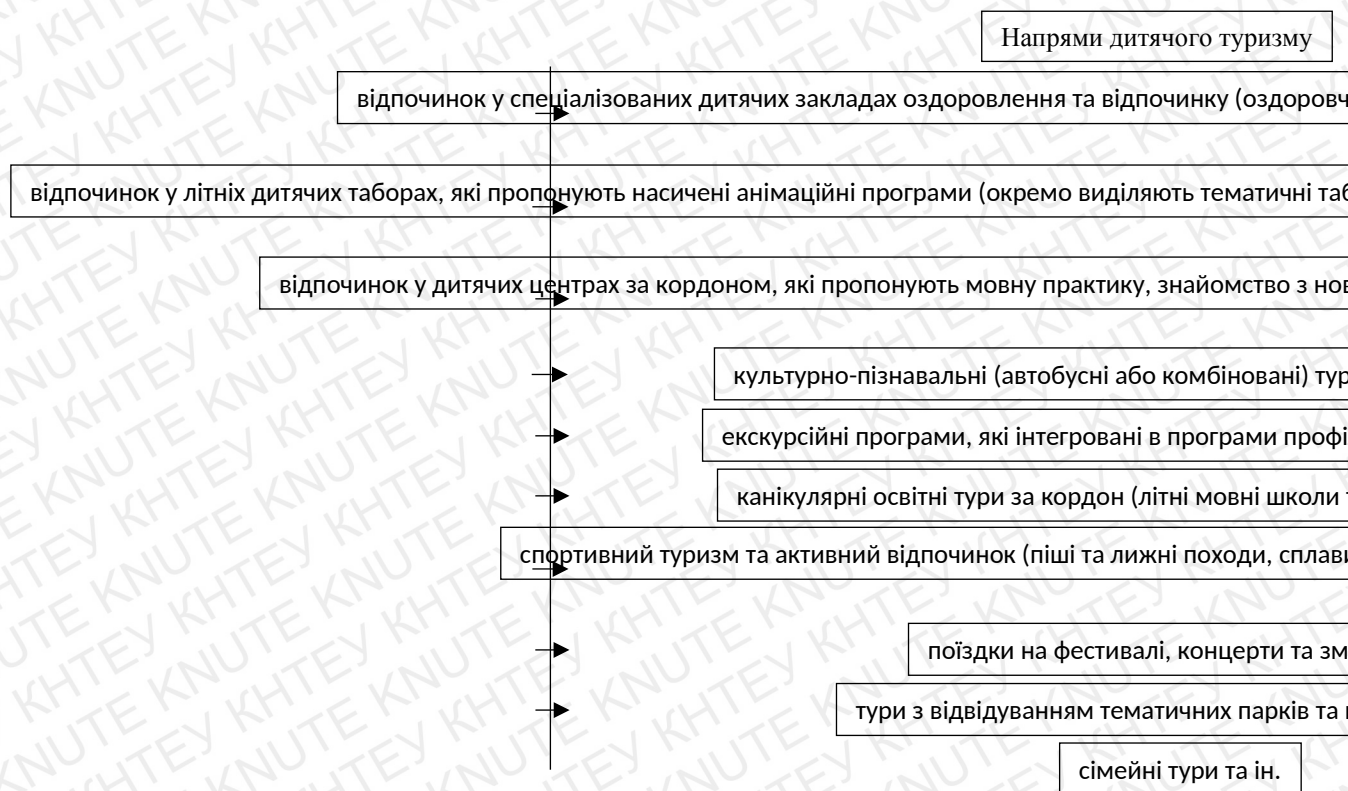


Рис. 1.1. Основні напрями дитячого туризму

Джерело: проілюстровано автором відповідно до [7, с. 61]

Спираючись на ст. 4 ЗУ «Про туризм» [13], в якій наводиться класифікація видів туризму, М. В. Плешивцова виділяє власну класифікацію видів дитячого туризму (рис. 1.2). Так, лікувально-оздоровчий дитячий туризм

в Україні представлений дитячими оздоровчими таборами, санаторіями, профілакторіями, реабілітаційними центрами [14, с. 154].



Рис. 1.2. Класифікація видів дитячого туризму

Джерело: ілюстровано автором відповідно до [13]

О. О. Колеснік та інші виділяють більшу кількість класифікаційних ознак. Зокрема, вона зазначає, що дитячо-юнацький туризм може бути за напрямком – внутрішнім та міжнародним; за метою діяльності – комерційним і некомерційним; за джерелами фінансування – за кошти туристів та за рахунок соціальних фондів; за способом організації – організований та неорганізований; за віком – дитячий та молодіжний; за метою відпочинку – спортивний, пізнавальний, екскурсійний; за кількістю учасників подорожі – груповий чи індивідуальний; за способом пересування – пішохідний, гірський, автобусний, залізничний, велотуризм [15, 16, 17, 18, 19].

Таким чином, дитячий туризм є об'єктом наукового дослідження не лише в туристичній сфері, але й в галузі педагогіки, соціології, туристично-краєзнавчій роботі. Розуміння сутності всіх дефініцій стосовно дитячого туризму сприятиме ефективному формуванню та збуту туристичного продукту дитячого туризму.

1.2. Світова практика управління формуванням турпродукту дитячого туризму

Проаналізуємо світовий досвід управління формуванням туристичним продуктом дитячого туризму. Однією із основних проблем в управлінні формуванням та збутом туристичного продукту дитячого туризму є вибір постачальника. Суть цієї проблеми полягає в тому, що з-поміж великої кількості постачальників схожих ресурсів потрібно відібрати одного або декількох, які б відповідали поставленим вимогам і були найнадійнішими партнерами. Під час пошуку та відбору партнерів та постачальників туристичні підприємства вивчають рекламні матеріали (оголошення в ЗМІ, «стихийну» рекламу, довідники); відвідують виставки і ярмарки; налагоджують особисті контакти з потенційними споживачами. В результаті формується список потенційних постачальників, який постійно поновлюється і доповнюється [20, 21, 22].

Дитячий туризм є однією з найбільш стабільних ділянок ринку будь-якої країни [23, с. 102]. Однак організація дитячого відпочинку має свою специфіку, вимагає особливої уваги і ретельної підготовки. Тому організацією дитячого туризму повинні займатися висококваліфіковані фахівці, що мають достатній досвід роботи з дітьми і спеціальну освіту [24, с. 105].

Структура національних ринків дитячого туризму має свої особливості. Діти є кінцевими споживачами туристичних послуг і, часто не знають про наповнення пакету послуг, що їм надається, оскільки путівку придбали батьки. Тому часто саме батьки приймають вирішальне рішення у покупці того чи іншого продукту, спираючись на власні побажання [25, с. 77].

Формування, збут та організація туристичного продукту дитячого туризму з найбільшою роллю туристичного агентства як посередника була і є найбільш ефективною і зручною для всіх сторін процесу: дитячого закладу відпочинку, агентів, батьків, дітей. Не дивлячись на це, деякі табори і організатори стали занижувати значимість туристичних компаній у процесі

продажів. Зміни такої ситуації відбуваються під впливом кількох факторів [26, с. 47]:

- бажання табору зекономити на відсотках для агентств;
- недовіра та необізнаність батьків з інформацією щодо вартості туру в посередниках (помилкові думки про те, що вартість в агентстві більша, ніж вартість у відділі продажів табору);
- поява міні-таборів, які впевнені, що зможуть впоратися з продажами без залучення агента;
- неякісна робота деяких агентів, що впливає на репутацію інших (помилки в документах, невиконання зобов'язань тощо).

Результати аналізу структури закордонних туристичних ринків дозволяє встановити, що останні роки стабільно зростає попит на освітні тури, причому на більш якісні, дорогі та тривалі (від 4-х тижнів) програми, які реалізуються переважно під час літніх канікул. Літні курси є найпоширенішою формою вивчення іноземної мови для дітей та молоді в усьому світі, оскільки, крім мовних уроків у поєднанні з відпочинком, екскурсійними та спортивними програмами, вони дають унікальну можливість потрапити на навчання до найбільш престижних шкіл [27, с. 84].

Класифікувати дитячі мовні курси можна наступним чином [28, с. 67]:

- залежно від інтенсивності та мети навчання: стандартні (передбачають 15-20 годин занять на тиждень), інтенсивні (до 30 годин на тиждень), орієнтовані на складання мовних тестів та екзаменів, на отримання сертифікатів для вступу до приватної школи;
- комбіновані курси: з додатково оплачуваними заняттями окремими видами спорту (яхтинг, серфінг, теніс, гольф, їзда верхи, футбол та ін.), з вивченням спеціальних дисциплін (історія, інформаційні технології, режисюра, театральне мистецтво, артдизайн тощо);
- табори multi-activities (навчання+спорт) та adventure camps (пригодницькі табори).

Найбільшим попитом користуються програми мовних центрів

Великобританії, США, Канади, Франції, Німеччини, Швейцарії. Цікаві мовні програми для дітей пропонують школи Італії, Іспанії, Мальти [6, с.4].

Інфраструктура дитячого туризму найбільш розвинена у таких країнах, як Чехія, Угорщина, Словаччина, Італія, Туреччина, Греція, Кіпр, Великобританія, Японія, США. Кожна з цих країн виходить на міжнародний ринок дитячого туризму з власним спеціалізованим турпродуктом. Наприклад, спеціалізацією Великобританії, США, Австралії, Канади, Мальти, Кіпру, Японії, Німеччини є міжнародні центри вивчення мов. Країни Західної Європи, США, Японія, Індонезія, Сінгапур та Китай спеціалізуються на розважальному дитячому туризмі. Такі держави, як Туреччина, Болгарія, Польща, Словаччина, Угорщина, Хорватія та Чорногорія є центрами як літнього, так і зимового відпочинку та оздоровлення дітей [29, с. 20].

Простежується також і така тенденція, що діти європейців зазвичай їдуть за кордон до країн Європи, США та Канади, а діти з країн Східної Азії більше подорожують країнами свого регіону. Слід також зазначити, що більшість дітей Африки взагалі не знають такого поняття як дитячий туризм та подорожують в межах одного-двох поселень держави, лише юні туристи Південної Африки мають змогу подорожувати світом, однак здійснюють такі мандрівки одиниці, та, зазвичай, дитячі тури організуються в межах території країни або до сусідніх держав. Діти з країн Латинської Америки також подорожують в основному в межах свого регіону, а також до США. Щодо австралійських дітей, то для них організують тури здебільшого в межах Австралії та до США.

Основними закордонними напрямками на українському ринку дитячого туризму виступають такі країни: Литва, Латвія, Естонія, Польща, Чехія, Болгарія, Туреччина, Австрія, Німеччина, Угорщина, Італія, Франція, Іспанія, Мальта, Греція, Кіпр, Словаччина, Словенія, Велика Британія, Швеція, Норвегія, Фінляндія, Нідерланди, Бельгія, США, Канада, Австралія. По всіх європейських країнах пропонуються дитячі екскурсійні тури. Туреччина, Болгарія, Угорщина, Словаччина та Польща виступають найпопулярнішими центрами дитячого відпочинку та оздоровлення. США, Канада, Мальта – мають

центри вивчення іноземних мов, які найчастіше обирають українські батьки для своїх дітей [30, с. 228].

Однією з характерних ознак становлення ринку туристичних продуктів дитячого туризму в Україні стало зменшення кількості путівок для оздоровлення дітей за рахунок бюджетних коштів і, як наслідок, збільшення кількості комерційних пропозицій, які почали вводити в продаж на туристичний ринок України. Внаслідок цього:

- виникає зацікавленість у комерційних продажах для самих закладів дитячого оздоровлення і відпочинку, у них з'являються кошти, які надають можливість розвиватися, вкладати їх в інфраструктуру, персонал, програму, збільшувати кількість місць для відпочинку дітей на користь комерційних продажів;
- відкриваються нові заклади приватної форми власності чи організовуються нові сучасні програми для дітей на орендованих базах колишніх або діючих збиткових таборів, пансіонатів або готелів;
- підвищується інтерес до організації дитячого відпочинку туристичних компаній, які виступають у ролі посередників у продажах путівок в дитячі заклади;
- зростає попит на дитячий відпочинок за кордоном.

На нинішньому етапі існує цілий ряд туристичних агентств, які певний час спеціалізуються на дитячому відпочинку, працівники мають відповідну освіту і зарекомендували себе як надійні та кваліфіковані фахівці у цьому сегменті. Залучення турагентів до продажу турпродуктів у сфері дитячого туризму — запорука успішного розвитку ринку і підвищення якості послуг. Звернення до туристичної агенції надає можливість: отримання кваліфікованої консультації щодо вибору дитячого закладу, отримання адекватної та реальної характеристики певного закладу, організації безпечного і надійного трансферу дитини, контролю наявності повного пакету послуг, що пропонується споживачу [31, 32].

Висновки за розділом 1

Отже, сьогодні дитячий туризм – це розвинений вид туризму з потужним культурно-пізнавальним, природно-рекреаційним та матеріально-технічним потенціалом, головною метою якого є активний відпочинок, оздоровлення, розвиток інтелектуального та культурного потенціалу дитини, всебічний розвиток особистості.

В ході аналізу дефініції «дитячого туризму» в якості об'єкта наукових досліджень з'ясовано, що дане поняття присутнє в роботах багатьох науковців, теоретиків, практиків різних галузей знань: педагогіки, туризму, краєзнавства, соціології тощо. Дитячий туризм можна визначити як вид активного відпочинку, як організовані рекреаційні заходи для осіб до 18 років поза межами їхнього постійного місця проживання та навчання за різними напрямками, пов'язані із використанням позаурочного часу для оздоровчої, виховної, культурно-пізнавальної, краєзнавчої та спортивної діяльності, з виконанням рекреаційної, соціокультурної, виховної функцій.

В процесі формування та збуту турпродукту дитячого туризму існують свої особливості, зокрема проблеми з безпечним трансфером дітей до місця відпочинку, необізнаність дітей як кінцевих споживачів послуг в наповненості пакету турпродукту, купленого батьками; туроператором часто виступає власне заклад відпочинку чи оздоровлення.

Світова практика свідчить про зростання популярності освітніх турів, зокрема мовних таборів у поєднанні з відпочинком, екскурсійними та спортивними програмами. Інфраструктура дитячого туризму по-різному розвинена в різних країнах. А збут туристичних продуктів дитячого туризму за кордоном характеризується різним попитом: залежно від рівня розвитку країни, благополуччя та рівня життя населення певної держави.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ПП «ЕЛІТА ТУР» В СЕГМЕНТІ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ

2.1. Характеристика системи управління туристичним підприємством «Еліта-тур»

Приватне підприємство «Еліта-тур» діє на підставі свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи серія А00 № 030355 від 04.03.1998р., ліцензії Державної служби туризму і курортів на туроператорську діяльність, серія АВ №505868 від 09 квітня 2010 року, в особі директора Тетяни Володимирівни Гусейнової, що діє на підставі Статуту; розмір фінансового забезпечення 20000 євро (двадцять тисяч євро), наданий кредитною установою ПАТ «Комерційний БАНК «Глобус». Розрахунковий рахунок 260033217301 в ПАТ «Айбокс Банк» м.Київ, МФО 322302, ЄДРПОУ 25402998. Офіс компанії розташований в Києві за адресою вул. Борщагівська 2, оф.112. Дитячий відпочинок – пріоритет компанії «Еліта-тур». Розроблено ряд програм, спрямованих на розширення пізнавальної сторони питання. Вивчення мов, гуртки за інтересами, мистецькі та спортивні майстер-класи, оздоровчі процедури і захоплюючі екскурсії – ось що таке дитячий відпочинок від компанії «Еліта тур». На сторінках сайту компанії <https://elitatour.com.ua/> можна знайти детальну інформацію з різних турах. Лідером відпочинку є табори в Болгарії, Словаччини, Угорщини [34].

Туристична компанія «Еліта-тур» вже 20 років впевнено лідирує в туристичному бізнесі, отримала престижну нагороду – Золота медаль «Вибір року-2018». Союз національних бізнес рейтингів в 2016 році нагородив туристичного оператора з дитячого туризму «Еліта тур» титулом «Leader of the branch». Дана нагорода вручається компаніям в підтвердження їх високої позиції в галузевому рейтингу [35].

Основний вид діяльності туристичної фірми – туроператорська. Для того,

щоб створити і просунути свій туристичний продукт, підприємство співпрацює з багатьма українськими та закордонними організаціями. Еліта-тур тісно співпрацює з більш ніж 32 туристичними агентствами по всій Україні, беручи участь в торгових виставках і пропонуючи тренінги та презентації своїх продуктів, сервісів і більше 20 авіа-, залізничних та шаттл-партнерів.

Під час своєї діяльності «Еліта-тур» здійснює такі операції:

укладення угод з партнерами: готелями та іншими закладами розміщення;
розробляє маршрут і програму туру;

бронює відповідно до програми перебування номери в готелі та квитки;

переводить кошти постачальникам послуг;

готує та оформляє супровідну документацію;

оформляє страхові поліси;

готує списки груп туристів та комплект документів, необхідних для проходження митного та прикордонного контролю, а також оформляє проїзні документи;

займається оформленням віз країн відвідування у консульстві;

Основним завданням системи менеджменту туристичної фірми “Еліта-тур” є організація виробництва турпродукту з урахуванням потреб споживачів на основі наявних матеріалів і людських ресурсів, для забезпечення рентабельності діяльності організації, розробка та прийняття стратегії менеджменту знань, організація інформаційного забезпечення менеджменту фірми, розширення ринку туристичних послуг тощо.

У структурі туристичної компанії «Еліта-тур» переважає лінійно-функціональний тип, що є найбільш прийнятним та ефективним: завдяки цьому не порушено принципу єдиноначальства - кожен працівник має свого безпосереднього керівника, що дозволяє уникнути непорозумінь та конфліктів між працівниками. Також ця структура дозволяє ефективно розподілити завдання, функції, обов’язки та відповідальність між окремими працівниками та підрозділами, узгоджуючи співпрацю між ними.

В компанії працює 12 осіб. Організаційна структура апарату управління

«Еліта-тур» показана на рис. 2.1. Відповідно до лінійно-функціональної організаційної структури, яка має місце на досліджуваному підприємстві «Еліта-тур» має керівника, який здійснює загальне керівництво і розробляє загальну стратегію підприємства, а також операційні відділи операцій, маркетингу, бухгалтерію. Кожен менеджер фіксує собі різні зміни по тому або іншому напрямку, тобто має можливість швидко адаптуватися в постійно змінній ситуації.

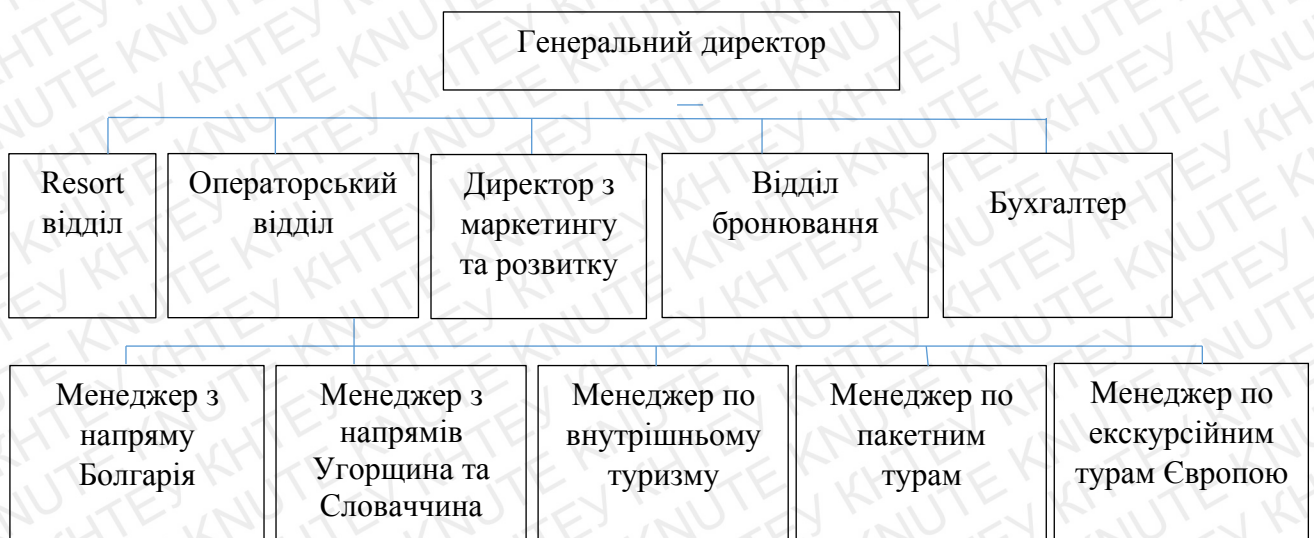


Рис. 2.1. Організаційна структура туристичного підприємства «Еліта-тур»

Працівників туристичної компанії можна охарактеризувати за декількома показниками: освіта, вік, статевий склад тощо. Щодо статевого складу, то у товаристві переважають жінки – 70%. Щодо освіти, то вищу освіту мають 52% осіб, неповну вищу освіту 17 %, середню спеціальну освіту 20 % і середню загальну освіту мають 11 % осіб. Дану структуру персоналу «Еліта-тур» за рівнем освіти можна також представити у вигляді діаграми (рис.2.2.).

Керівництво ПП «Еліта-тур» характеризується демократичним стилем управління. Директор особисто працює над найскладнішими та найважливішими питаннями, при обговоренні їх з підлеглими, вислуховує думки щодо вирішення, проте остаточний варіант рішення залишає за собою. Менеджер на підприємстві займається обробкою поштової кореспонденції,

факсом, вивченням каталогів, роботою на виставках, роботою з електронною поштою, з рекламною продукцією. Їм проводиться розсилка постійним клієнтам.

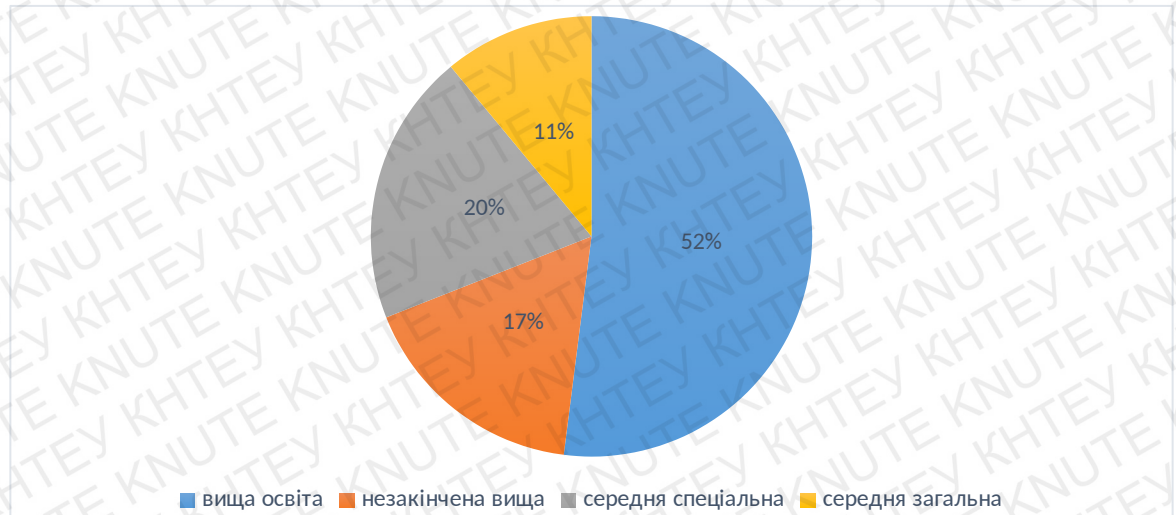


Рис. 2.2. Структура персоналу туристичної фірми «Еліта-тур» за рівнем освіти, %

Питання надання знижок для постійних клієнтів або групи туристів вирішується після узгодження з керівником. Менеджер проводить з клієнтом інструктаж по питаннях проходження прикордонного, митного контролю на виїзд з України, на в'їзді до країни перебування і при поверненні до України в усній формі, але при оформленні візи клієнт розписується в графі «з умовою отримання візи ознайомлений» для зняття проблемних питань при відмові в отриманні візи.

Наради проводяться 2-3 рази на місяць по підприємству і щонеділі - по відділах. Ділові програми і бесіди проводяться в робочому порядку. Менеджер бере участь в нарадах, прийомах, бесідах і проводить аналіз відгуків.

Оплата праці співробітників ПП «Еліта-тур» складається з двох частин: постійною і змінною. Постійна частина зарплати (оклад) фіксується у вигляді твердої суми при прийомі співробітника на роботу. Як правило, оклад змінюється достатньо рідко. Зазвичай це трапляється в результаті досягнення співробітником яких-небудь нових рівнів кваліфікації, переоцінці працедавцем

внеску співробітника в загальну справу або переходу на нову посаду. Основну роль в матеріальному стимулюванні праці на ПП «Еліта-тур» грає змінна частина зарплати. Вона складається з премій, штрафів і вирахувань, що мають на меті забезпечити якісне виконання співробітниками покладених на них завдань, підтримати їх розумну ініціативу і перешкодити зловживанням.

Робота в ПП «Еліта-тур» побудована таким чином, що кожен її працівник несе персональну відповідальність за свою ділянку роботи. Контроль за виконанням роботи здійснює директор, діяльність якого пов'язана з дослідженням потенційних ринків, підтримкою і закріпленням контактів з крупними клієнтами і посередниками. Керівництво ПП «Еліта-тур» приділяє значну увагу маркетинговим дослідженням, оскільки вважає, що необхідною умовою успішної роботи компанії є знання ринку. Контроль за роботою фірми також здійснюється за допомогою бухгалтерського відділу, куди поступає інформація про наявність і рух засобів і здійснення різних господарських операцій.

Робота щодо забезпечення ефективності системи контролю виробничих процесів на підприємстві ПП «Еліта-тур» охоплює такі етапи: визначення рівня якості відповідно до вимог споживачів; створення умов для досягнення відповідного рівня якості: розробка технології, підготовка устаткування, придбання матеріалів, підбір і навчання працівників, організація технічного контролю; налагодження виробничого процесу з метою якісного надання послуг; ліквідація виявлених недоліків; стабілізація досягнутого рівня якості туристичних послуг.

Коли йде мова про показник якості управління, то в усіх працівників туристичного оператора «Еліта-тур» наявна корпоративна культура, всі працюють на благо майбутнього компанії, про це свідчить професіоналізм менеджерів, які разом з директором прагнуть до удосконалення роботи компанії. Проте, на жаль, підприємство має й певні недоліки або проблеми. Наприклад, таким важливим показником в системі підсумкової результативності, як впровадження інновацій. Яскравим прикладом для

підтвердження цього являється сайт туристичного оператора. Сайт зручний і зрозумілий для користувачів, що без сумнівів важливо, проте дизайн сайту дуже застарілий. Показник впровадження інновацій в туристичному бізнесі – це не тільки пошук нових цікавих ідей, а й слідування моді, трендам і запитам часу. Також до недоліків необхідно віднести недостатню рекламу.

Пріоритетними завданнями ПП «Еліта-тур» є:

- забезпечення безпеки туристам;
- підвищення якості обслуговування клієнтів;
- розвиток бізнес - структур та організації праці в компанії;
- зміцнення фінансових позицій на туристичному ринку.

Стратегічна мета туристичного підприємства базується на чотирьох китах: сервіс, якість, надійність і ефективність. Саме таке поєднання дозволить підприємству вийти на новий рівень якості послуг, підвищить її прибутковість, привабливість в очах туристів і конкурентів. Головні цілі туристичного підприємства «Еліта-тур» представлені у вигляді дерева цілей на рис.2.2.

Рис. 2.2. Дерево цілей туристичного підприємства «Еліта-тур»

Стати лідируючим туристичним підприємством - це означає, що «Еліта-тур» прагне закріпити існуючі позиції на туристичному ринку в своєму

сегменті та завоювати нові частки ринку за рахунок надання якісної туристичної продукції.

Підвищення рівня сервісу - оформлення та облік накопичувальних карток для постійних клієнтів, бонусних програм від авіакомпаній і готельних ланцюжків; надання додаткового сервісу і комфорту перебування клієнтів в офісі (кава, чай, цукерки, зручні м'які меблі, корисна інформація), допомогу в заповненні необхідних анкет та оформлення документів для поїздок, допомога менеджера - перекладача; бронювання туристичних послуг на сайті, в режимі on line і електронною поштою; розсилка постійним клієнтам інформації про наявні знижки.

Поліпшення якості послуг ПП «Еліта-тур» - диверсифікація різних послуг; робота з постійними партнерами з розміщення, харчування, трансферту, екскурсійного обслуговування, (перевіреними на особистому досвіді); інновації в пропонованих послугах, створення нових туристичних послуг, неординарних та індивідуальних.

Надійність для туристів - страхування туристів, медичне та від нещасного випадку, страхування багажу; матеріальна компенсація в разі неякісного надання послуг (за незалежних від неї причин), як безкоштовні вікенди, знижки при наступних покупках; допомога і підтримка юриста, надання необхідної інформації для клієнтів, яка не є комерційною таємницею туристичного підприємства.

Підвищення якості трудового життя - мотивація праці; соціальний захист: страхування співробітників ПП «Еліта-тур», ведення здорового способу життя; заохочення за прояв ініціативи в якості позачергових відпусток, премій, відгулів або поїздок; поліпшення умов праці (сучасна оргтехніка, нові технології, що полегшують робочий процес співробітників).

Таким чином, за результатом дослідження системи управління туристичного підприємства «Еліта-тур» можна зробити висновок, що сформований стиль управління та підходи до прийняття управлінських рішень дозволяють досягати цілей підприємства, які, у свою чергу, є чітко

визначеними та логічними.

2.2. Оцінка процесу формування та збуту дитячого туристичного продукту

З метою оцінки ефективності управління процесом формування туристичного продукту в сегменті дитячого туризму необхідно проаналізувати технологічні процеси його створення та реалізації на туристичному підприємстві «Еліта-тур». Описані основні етапи підготовки, реалізації та проведення туру. Охарактеризовані заходи, які супроводжують етапи підготовки, реалізації та проведення туру показані в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Технологічний процес формування та збуту дитячого туристичного продукту ПП «Еліта-тур»

№ з/п	Етапи	Практичні процедури, які супроводжують етапи
1	2	3
1.	Укладення угод з постачальниками послуг: 1.1. Транспортною компанією; 1.2. Готелями та іншими закладами розміщення по маршруту; 1.3. Екскурсійними бюро по маршруту; 1.4. Страховою компанією	Підписання договорів (контрактів)
2.	Укладання договорів з реалізаторами послуг: фірмами-турагентами та фізичними особами	Підписання договорів (контрактів)
3.	Інформаційно-методичне та рекламне забезпечення туру: 3.1. Підготувати програми туру; 3.2. Підготувати та розповсюдити рекламний матеріал	Доведення до турагентів необхідної інформації по туру та прийом замовлень на обслуговування
4.	Прийом замовлення на тур. Підписання договору на туристичне обслуговування з туристом. Робота з клієнтом (туристом)	Оформлення бланка-замовлення на туристичні послуги (тур). Ознайомлення з умовами договору на туристичне обслуговування та умовами і термінами ануляції, штрафними санкціями, обов'язками і правами сторін
5.	Реалізація путівок	Реалізація путівок; контроль за своєчасною оплатою послуг та

	виплатою комісійних турагентам
--	--------------------------------

Закінчення табл. 2.1

1	2	3
6.	Бронювання туристичного обслуговування: 6.1. Бронювання готельних, туристичних, екскурсійних та інших послуг (відповідно до програми перебування); 6.2. Замовлення залізничних квитків в УЦОП, автотранспортних квитків в АТП, авіаквитків на рейси різних авіакомпаній	Підготувати листи-замовлення, забронювати квитки
7.	Оплата послуг постачальників (виробників) послуг: закладів розміщення, харчування туристів, транспортних компаній та ін.	Підготувати рахунки та документи банку для оплати послуг
8.	Забезпечення туристів проїзними документами	Підготувати бланки та оформити проїзні документи
9.	Оформлення страхових полісів	Підготувати бланки страхових полісів та повідомити страхову компанію
10.	Підготовка та призначення кадрів на маршрут: 10.1. Призначити керівника туристичної групи та ознайомити його з трасою маршруту	10.1. Наказ директора про призначення керівника туристичної групи 10.2. Інструктаж з керівником туристичної групи;
11.	Оформлення документів на виїзд (прийом): 11.1. Підготувати списки груп туристів та комплект документів, необхідних для проходження митного та прикордонного контролю; 11.2. Оформити проїзні документи	11.1. Надрукувати списки груп двома мовами (укр. та англ.) + підготувати комплект документів для проходження митного та прикордонного контролю; 11.2. Виписати талони на посадку (якщо квитки на транспорт групові)
12.	Підготовка путівок (ваучерів)	Виписати путівки (ваучери) на кожного туриста чи групу туристів
13.	Оформлення паспортно-візових формальностей: 13.1. Оформлення паспортів в УПР та МР ГУВС України на виїзд (при необхідності); 13.2. Оформлення віз країн відвідування в посольстві (консульстві)	13.1. Оформлення необхідних документів за вимогами УПР та МРГУВС України; 13.2. Оформлення необхідних документів за вимогами посольства країни відвідування та контроль за своєчасністю отримання віз
14.	Проведення туру	Обслуговування туристів на маршруті
15.	Контроль за якістю обслуговування 15.1. Контроль за дотриманням умов та якості обслуговування; 15.2. Збір відгуків туристів про умови та якість обслуговування	Звіт керівника групи по проведенню маршруту; відгуки туристів

Завдяки впровадженню такого технологічного процесу на туристичному підприємстві «Еліта-тур» оптимізуються витрати часу на обслуговування туристів, а підприємство є конкурентоспроможним на ринку туристичних

послуг, оскільки задокументований процес є підставою для внутрішнього і зовнішнього контролю з боку керівника підприємства та органів сертифікації, служб захисту прав споживачів щодо дотримання структури туристичного продукту та якості обслуговування.

Для оцінки ефективності процесу формування туристичних потоків підприємства «Еліта-тур» у м. Київ проаналізуємо статистичну звітність. Кожне організаційне формування, що працює на задоволення загальносистемних потреб і забезпечує гармонію загальних і внутрісистемних інтересів, визначає свої стратегічні зони господарювання (СЗГ).

Найбільш відвідуваними напрямками протягом останніх трьох років були Болгарія, Словаччина та Угорщина (Болгарія впевнено утримує лідерство), найменш Італія, Греція і ОАЕ. За останні роки кількість відвідування країн лідерів помітно зменшилася. Так, наприклад, кількість відвідувань до Словаччини у 2018 році зменшилась на 54 особи в порівнянні з попереднім періодом.

Кількість туристів, що відвідали Туреччину, Болгарію у 2018 році зросла на 42 та 70 відсотків відповідно, але це не допомогло підприємству збільшити загальну кількість обслугованих туристів. В 2018 році з'явилося п'ять нових туристичних напрямків, а саме Італія (12 осіб), ОАЕ (6 осіб), Греція (8 осіб), Ізраїль (5 осіб), Сінгапур (3 особи).

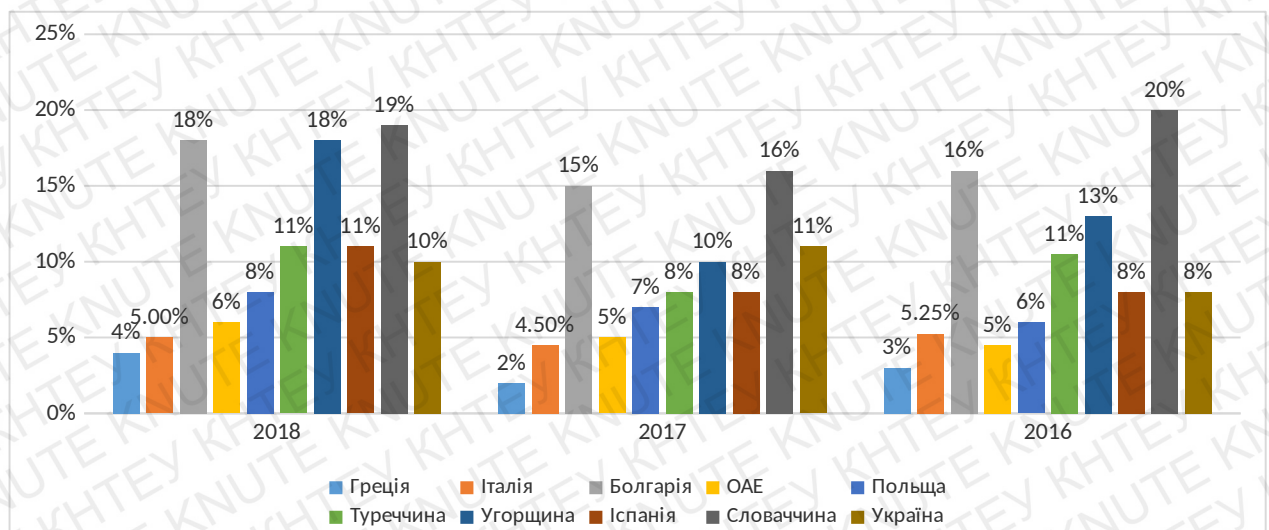


Рис.2.3. Структура обслугованих підприємством «Еліта-тур» туристів по

країнах за останні 3 роки

Таким чином, завдяки даним рис. 2.3., ми бачимо, що популярністю користуються тури до Болгарії, Словаччини, Угорщини, Туреччини та України.

Структура потоку туристів «Еліта-тур» за цілями представлена в табл.2.2.

Таблиця 2.2

Структура потоку туристів «Еліта-тур» за цілями подорожі

№ п/п	Показник	Роки, осіб.					Відхилення (+/-), осіб.			
		2014	2015	2016	2017	2018	2015-2014	2016-2015	2017-2016	2018-2017
1	Розподіл туристів за цілями, зокрема:	2063	1850	1970	2013	2140	-213	120	43	127
2	Службовим	-	-	5	-	-		5		
3	лікувально-оздоровчим	0	230	137	24	97	230	-93	-113	73
4	Відпочинок	2063	1620	1833	1989	2043	-443	213	156	54
5	спортивний туризм	-	-	-	-	-				

У 2014-2018 рр. туристи скористалися послугами «Еліта-тур» в основному з метою відпочинку. Так загальна кількість тих, що відпочили в 2018 році – 2140 особи. З них 1768 туриста відпочивали за кордоном, що склало 82,6% від загальної кількості обслугованих туристів цього року. Усередині країни проводили дозвілля 322 особа. Всі туристи, які скористалися послугами туристичної фірми «Еліта-тур» по Україні подорожували з метою дозвілля.

З метою визначення перспектив розвитку дитячого туризму та організації дитячих турів, необхідно проаналізувати Форму 1-Тур туристичного підприємства «Еліта-тур» за розділом «Розподіл дітей та підлітків за віком та цілями відвідування». З 2009 по 2013 роки єдиною метою цієї категорії туристів було дозвілля та відпочинок. З метою навчання в цей період «Еліта-тур» не

відправляло туристів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз туристичних потоків «Еліта-тур» (діти до 14 років)

№ п/ п	Показник	Діти (до 14 років включно)					Темп зростання (зниження), %			
		2014	2015	2016	2017	2018	2015- 2014	2016- 2015	2017- 2016	2018- 2017
1	Виїзний туризм	503	451	480	490	521	-52	29	10	31
2	Внутрішній туризм	364	326	348	355	377	-38	21	8	22
3	Разом	866	777	827	845	899	-89	50	18	53

Таким чином, спостерігається тенденція збільшення кількості дітей, як виїжджаючих за кордон з метою відпочинку, так і подорожуючих по Україні. Спад в 2015 році пов'язаний з несприятливою для туризму ситуацією в країні.

Таблиця 2.4

Аналіз туристичних потоків «Еліта-тур» за віком (підлітки 15-17 років)

№ п/ п	Показник	Підлітки (15-17 років включно)					Темп зростання (зниження), %			
		2014	2015	2016	2017	2018	2015- 2014	2016- 2015	2017- 2016	2018- 2017
1	Виїзний туризм	303	272	290	296	315	-31	18	6	19
2	Внутрішній туризм	130	117	124	127	135	-13	8	3	8
3	Разом	433	389	414	423	449	-45	25	9	27

Протягом 2015 – 2018 років можна спостерігати збільшення кількості

підлітків (до 15-17 років включно), обслуговуваних на туристичному підприємстві «Еліта-тур» по виїзному туризму особливо порівняно з кризисним 2015 роком.

З метою визначення оцінки факторів, що зумовлюють рівень обслуговування персоналом споживачів послуг в туристичному операторі «Еліта-тур», було проведено опитування за 5-бальною шкалою, результати якого наведені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Оцінка якості формування та реалізації турпродукту ПП «Еліта-тур» в сегментів дитячого туризму очами споживача

Назва фактору впливу	Оцінка (1-5 балів)
Наявність комфортабельного офісу та засобів для якісного обслуговування, використання інноваційних технологій	5
Методи та інструменти продажу, відповідність туристичного продукту заявленим стандартам, тотожність понять «ціна – якість»	5
Компетентність персоналу, їх постійне навчання та підвищення рівня кваліфікації	4
Можливість формування програм туристичного обслуговування за індивідуальними запитами, оперативність та швидкість їх організації та реалізації для туристів	5
Ефективне використання засобів маркетингу та доступна інформативність	4
Зовнішній вигляд співробітників, вічливість процесу обслуговування, увага до запитів та потреб кожного туриста	5
Забезпечення безпеки туристів в подорожі	4
Розширення продуктової лінії з метою задоволення більшої кількості потреб клієнтів	4

З табл. 2.5. видно, що підприємство намагається забезпечити високу якість обслуговування. Серед побажань клієнтів слід виокремити розширення продуктової лінії з метою задоволення більшої кількості потреб клієнтів, а також ефективне використання засобів маркетингу та доступна інформативність.

Таким чином, результати дослідження процесів формування та реалізації туристичного продукту в сегменті дитячого туризму показують, що ця ніша є ключовою для туристичного підприємства. Така ситуація є наслідком продуманої політики, дотриманням основних вимог до формування турів, пов'язаних з особливостями, які висуває цей ринок. Спостерігається щорічне збільшення обсягів реалізації. Але дати остаточну відповідь на результативність роботи туристичного підприємства можна після аналізу ефективності його комунікацій з бізнес-середовищем.

2.3. Оцінка ефективності бізнес-комунікацій підприємства в сегменті дитячого туризму

Оскільки туристичний бізнес характеризується масштабністю зв'язків, а з точки зору логістики є глобальною макрологістичною системою, то його ефективність забезпечується інтеграцією всіх логістичних потоків на основі синхронізації у просторі й часі руху туристів з їхнім забезпеченням. Роль бізнес-середовища при цьому важко переоцінити. Перш за все, визначимо партнерів ПП «Еліта-тур» – туроператорів, які забезпечують обслуговування в DESTINACIAX (табл. 2.6.).

Таблиця 2.6

Партнери (meet-компанії) ПП «Еліта-тур» за країнами відвідувань

Країна	Партнери
Туреччина	Raduga
Єгипет	Pyramid
Хорватія	SOLEN
Болгарія	KITT
Чорногорія	Prometheus Travel
Чехія	Terma Travel
Іспанія	Viajes Arturo
Італія	Gartour
Франція	Evolution Voyage
Угорщина	ITBholland

Кожен з цих партнерів дуже надійний, та з кожним ПП «Еліта-тур» співпрацює багато років.

Основним партнером туристичного підприємства «Еліта-тур» щодо надання страхових послуг є страхова компанія РЗУ Україна. Ця компанія налічує більше 100 офісів в Україні, 700 професійних співробітників, 1000 агентів і партнерів. За версією галузевого видання Insurance TOP РЗУ є лідером туристичного страхування в Україні за кількістю застрахованих туристів. Туристичний поліс формується відповідно до потреб клієнтів. Компанія враховує країну, характер подорожі, переваги в питаннях відпочинку. Крім того, компанія пропонує унікальні на ринку України переваги. Основні страхові програми: «Стандарт», «Бізнес», «Еліт». Найбільш популярною серед туристів-клієнтів «Еліта-тур» є програма «Стандарт».

Таким чином, основні постачальники послуг є надійними партнерами і забезпечують туристичними послугами необхідної якості.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідно скласти перелік конкурентів. У цей час найбільш ефективно впроваджує заходи щодо розвитку іноземного й внутрішнього туризму туристичне підприємство «Optima tours» [24]. На основі якісній оцінці складемо профіль діяльності підприємств конкурентів (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Якісні показники діяльності конкурента Optima Tours

Показники	ПП «Еліта-тур»	Optima tours
Асортименти послуг	8	10
Якість обслуговування клієнтів	10	7
Рівень цін	7	6
Система знижок	6	6
Надання інформації	9	7
Рівень супровідних послуг	9	8
Імідж	8	8

*бали виставлено на основі вивчення відгуків клієнтів та турагентів про підприємства-конкуренти

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

На основі профілю полярності можна зробити наступні висновки. Сильні сторони «Еліта-тур» у порівнянні з конкурентом – це якість обслуговування клієнтів, а слабкі - асортименті послуг. У зоні рівності перебувають такі показники як імідж, надання інформації, рівень цін, система знижок, рівень супровідних послуг. Таким чином, туристичне підприємство «Optima tours» є сильним конкурентом для «Еліта-тур», і треба працювати над тими сторонами діяльності підприємства, де він поступається конкуренту.

Для оцінки впливу факторів зовнішнього середовища зазвичай використовується SWOT - аналіз (оцінка сильних і слабких сторін, вивчення можливостей і загроз компанії). Саме такий аналіз вважається одним із найбільш точних та найефективніших для фірм, задля проектування управлінських рішень в майбутньому. Тому і зараз пропонуємо звернутися до цього методу та переглянути результати дослідницької роботи у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

SWOT-аналіз ПП «Еліта-тур»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Досвід роботи на ринку туризму більше 20-ти років	Залежність успішності бізнесу від сезонності
Налагоджена система роботи із партнерами по наданню туристичних послуг	Не розвинений спектр внутрішнього туризму
Широкий асортимент пропонованих послуг, якісний туристичний пакет	Проблеми роботи у режимі on-line бронювання
Бренд, що вже встиг набрати популярності	Недостатність вильотів із регіонів
Гнучка цінова політика та наявність системи знижок для постійних клієнтів	Число конкурентів має тенденцію до збільшення
Можливості	Загрози
Збільшення відсоткового співвідношення виїзного туризму	Зниження кількості авіап перевезень
Розвиток технологій інтернет зв'язку	Зниження попиту на туристичні послуги
Робота над збільшенням кількості мобільних клієнтів, що мають змогу бронювати тури через інтернет	Збільшення попиту на «горящі» тури
Збільшення попиту на тури вартістю більше 1000 дол	Посилення позиції міжнародних туристичних фірм

Тепер відкрита повністю картина на плюси та мінуси як внутрішнього середовища компанії так і зовнішнього можна сміло працювати над вирішення виниклих проблем та збільшувати кількість переваг над мінусами. Завдяки їм можемо кількісно вимірити вплив зовнішнього середовища на ефективність діяльності туропетатора ПП «Еліт-тур» (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Профіль зовнішнього середовища туроператора «Еліта-тур»

Чинники середовища	Важливість для галузі	Відмітка ступеня впливу	Напрямки впливу (+,-)	Інтегральний показник ступеня важливості чинника
Макросередовище				
PEST- чинники				
1. Політико-правові:				
1.1 Недосконалість туристичного законодавства	3	3	-1	-9
1.2 Ускладнення візового режиму	3	1	-1	-3
1.3 Орієнтація на ринкове регулювання економіки	3	2	1	6
Разом				-6
2. Економічні:				
2.1 Спад обсягу надання турпослуг	3	2	-1	-6
2.2 Інфляція	3	3	-1	-9
2.3 Нестабільність та недосконалість системи податків	3	3	-1	-9
2.4 Зростання безробіття	3	3	-1	-9
2.5. Нестабільність курсу валюти	2	2	-1	-4
Разом				-37
3. Соціально-демографічні:				
3.1 Динаміка чисельності	3	1	-1	-3
3.2 Зміна статеві-вікової структури населення	2	2	-1	-4
3.3 Відсутність кваліфікованих кадрів	3	3	-1	-9
Разом				-16
4. Технологічні:	3	3	1	9
Разом макросередовища:				-50
Мікросередовище:				
1. Споживачі	3		1	3
2. Постачальники	3		1	3
3. Конкуренти	3		-1	-3
Разом мікросередовище:				3

Аналізуючи табл. 2.11 робимо висновок про те, що на діяльність туристичного підприємства «Еліта-тур» справляють негативний вплив чинники макросередовища, як і на діяльність усіх підприємств галузі туризму.

Інтегральний показник визначається, як сума показників ефективності макро й мікро середовища туристичного підприємства, за формулою (2.1):

$$E_{\text{інтегр}} = E_{\text{макроср}} + E_{\text{мікроср}}, \quad (2.1)$$

де $E_{\text{макроср}}$ – показник ефективності макросередовища;

$E_{\text{мікроср}}$ – показник ефективності мікросередовища;

Якщо $E_{\text{інтегр}} > 0$, це свідчить про те, що чинники середовища створюють умови для ефективного функціонування туристичного підприємства «Еліта-тур».

Якщо $E_{\text{інтегр}} < 0$, означає функціонування туристичного підприємства «Еліта-тур» в даних умовах неефективне.

Щоб визначити ступінь впливу макросередовища на підприємство, як його ефективність, необхідно підсумувати показник важливості чинників даного середовища, використовуючи формулу 2.2.

$$E_{\text{макроср}} = \sum (I_b \times V_{\text{inf}} \times D_{\text{inf}}), \quad (2.2)$$

де $E_{\text{макроср}}$ – показник ефективності макросередовища;

I_b – важливість для галузі (Importance for branch);

V_{inf} – оцінка ступеня впливу (Valuation of influence);

D_{inf} – напрям впливу (Direction of influence).

Для туристичного підприємства «Еліта-тур» розрахуємо ступінь впливу макросередовища на підприємство, виходячи з показників "Профілю підприємства" (табл. 2.11) $E_{\text{макроср}} = -6 - 37 - 16 + 9 = -50$.

Щоб визначити ступінь впливу мікросередовища на підприємство використаємо формулу 2.3.

$$E_{\text{мікроср}} = \sum (I_b \times V_{\text{inf}} \times D_{\text{inf}}), \quad (2.3)$$

$E_{\text{макроср}}$ - показник ефективності мікросередовища;

Ib - важливість для галузі (Importance for branch);

Vinf - оцінка ступеня впливу (Valuation of influence);

Dinf - напрямок впливу (Direction of influence).

Для туристичного підприємства «Еліта-тур» даний показник дорівнює $E_{\text{мікрор}} = 3+3-3=3$. Для обчислення інтегральної оцінки ефективності туристичного підприємства «Еліта-тур» скористаємося формулою 2.1. $E_{\text{інтегр}} = -50 + 3 = -47$

Отже в макросередовищі туристичне підприємство має більше небезпек, ніж можливостей. Основне завдання системи керування – забезпечити виробництво туристичного продукту, привабливого з погляду цільових ринків. Успіх залежить також і від дії посередників, конкурентів і різних контактних аудиторій.

Оцінка ефективності бізнес-комунікацій туристичного підприємства буде неповною без визначення її економічної складової. Щоб оцінити поточне і перспективний фінансовий стан підприємства, проводиться фінансовий аналіз. (табл. 2.3).

Таблиця 2.12

Динаміки економічних показників діяльності ПП «Еліта-тур»

Найменування показника	Значення показника за роками			Ланцюгові індекси приросту (+), зниження (-), у %	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017
Чистий дохід, тис. грн	4345,1	4457,8	4854,2	2,59	8,89
Чистий прибуток, тис. грн	126,5	123,5	213,4	-2,37	72,79
Рентабельність, %	2,9	2,8	4,4	-	-
Плинність кадрів, %	16	8	8	-	-
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,6	0,5	0,5	-16,67	-

Джерело: розрахунки на основі внутрішньої фінансової інформації туроператора

На підставі проведених розрахунків показників діяльності туристичного підприємства «Еліта-тур» за період 2016-2018 рр. можна зробити висновок про те, що підприємство прибуткове. Чистий дохід від реалізації збільшився на 8,89%; чистий прибуток зменшився на 72,79% в 2018 році зв'язку із оптимізацією витрат. Відповідно збільшилась рентабельність підприємства на 1,63 п.п. Незначні показники плинності кадрів свідчать про згуртованість команди підприємства. Коефіцієнт фінансової незалежності показують про правильне співвідношення власного та залученого капіталу.

Дослідивши все вище наведене, ми можемо дати інтегральну оцінку ефективності туристичного підприємства ПП «Еліта-тур» (табл. 2.13)

Таблиця 2.13

**Інтегральна оцінка ефективності управління туристичним підприємством
«Еліта-тур»**

Сфера управління	Показник	Значення показника	Вагомість показника	Значення з урахуванням вагомості
Персонал	-рентабельність ФОП;	5	0,33	1,65
	-плинність кадрів;	5	0,33	1,65
	-кадровий потенціал	4	0,34	1,36
Фінанси	-рентабельність	4	0,33	1
	-фінансова стійкість	5	0,33	1,25
	- ліквідність	4	0,33	1
Маркетинг	-рекламна діяльність;	3	0,33	0,99
	-дослідження ринку;	4	0,45	1,8
	-імідж	4	0,22	0,88
Виробництво	-обсяг реалізації;	3	0,33	0,99
	-якість продукту;	4	0,33	1,32
	-асортимент	3	0,34	1,02
Збут	-канали збуту;	3	0,50	1,5
	-робота з туристичними агентами	5	0,50	2,5

З табл. 2.13 ми бачимо, що найбільш проблемними ланками є рекламна діяльність, а також асортимент основних додаткових послуг. Також туристичне підприємство слабо працює з туристичними агентами. Орієнтація тільки безпосередньо на пряму роботу з туристами не дозволить максимальний ефект.

Орієнтація тільки на онлайн-продаж авіаквитків не є ефективним в умовах наявності у штаті співробітників, які пов'язані з туроператорською діяльністю. Управління персоналом також має достатньо високі показники ефективності. Виходячи з показників ефективності підприємства можемо дати оцінку ступеню досягнення цілей. Управління по іншим відділам підприємства є задовільною.

Висновки за розділом 2

Таким чином, за результатом дослідження можна зробити такі висновки:

1. Туристичний оператор «Еліта-тур» є успішним нішевим туроператором, який працює в сегменті дитячого туризму протягом 20 років. Союз національних бізнес рейтингів в 2016 році нагородив туристичного оператора з дитячого туризму «Еліта тур» титулом «Leader of the branch». Основним завданням системи менеджменту туристичної фірми «Еліта-тур» є організація виробництва турпродукту з урахуванням потреб споживачів на основі наявних ресурсів, для забезпечення рентабельності діяльності організації, розробка та прийняття стратегії менеджменту знань, організація інформаційного забезпечення менеджменту фірми, розширення ринку туристичних послуг.
2. Оцінка процесу формування та збуту дитячого туристичного продукту показала, що керівництвом оптимізуються витрати часу на обслуговування туристів, оскільки задокументований процес є підставою для внутрішнього і зовнішнього контролю з боку керівника підприємства. Найбільш відвідуваними напрямками протягом останніх трьох років були Болгарія, Словаччина та Угорщина. Серед побажань клієнтів слід виокремити розширення продуктової лінії з метою задоволення більшої кількості потреб клієнтів, а також ефективне використання засобів маркетингу та доступна інформативність.
3. Основне завдання системи керування – забезпечити виробництво туристичного продукту, привабливого з погляду цільових ринків. У той же час туристичне підприємство слабо працює з туристичними агентами. Орієнтація

тільки безпосередньо на пряму роботу з туристами не дозволить максимальний ефект.

РОЗДІЛ 3

УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ З РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПП «ЕЛІТА ТУР»

3.1. Стратегічні альтернативи та програма заходів щодо формування та збуту турпродукту дитячого туризму в ПП «Еліта Тур»

Результати дослідження доводять, що у підприємства немає суттєвих проблем в управлінні процесом формування туристичним продуктом. В той же час, цей процес вимагає постійного удосконалення. Узагальнення в першому розділі випускної кваліфікаційної роботи думок вчених різних країн, показало, що елементами, які формують цілісний туристичний продукт, є ряд різних послуг, до яких відносяться: готельні, транспортні, інформаційні послуги, послуги закладів харчування, установ дозвілля, театрів, магазинів, музеїв, місць для ігор та розваг, лікувальних закладів, відділень зв'язку, екскурсійні, культурно-масові, лікувально-оздоровчі послуги тощо. Створення будь-якого нового туристичного продукту, в тому числі дитячого туризму, послідовно проходить через чотири етапи (рис. 3.1).

Генерування ідей щодо туристичного продукту, його кількісних і якісних властивостей, базуючись на посто

Розробка концепції нового туристичного продукту, яка полягає в наданні йому визначених споживчих

Пробний маркетинг, що означає продаж на ринку першої партії нового туристичного про

Комерціалізація нового

Рис. 3.1. Етапи формування туристичного продукту дитячого туризму

В рамках удосконалення процесу управління туристичним продуктом дитячого туризму підприємству рекомендується дотримуватися етапів, сформульованих вище. Окрім цього, результати дослідження у другому розділі підтверджують необхідність змін в асортименті послуг. Найбільш актуальним є розширення асортименту шляхом впровадження освітніх послуг серед дітей. Сполучення мовної підготовки з відпочинком і туризмом. Такі тури організуються в основному в країни, де національними мовами є розповсюджені у світі мови в якості найбільш уживаних - в Англію, США, Францію, Іспанію, Німеччину, Італію, Португалію. Є, звичайно, і виключення, коли англійська мова з успіхом можна повчити в Ірландії, на Мальті й т. п.

Впровадження освітнього дитячого туризму обумовлює необхідність здійснення певних організаційних заходів, які зазначено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Заходи щодо впровадження освітніх турів у діяльність туристичного оператора ПП «Еліта-тур»

№	Заходи
1.	Формування повноцінної інформаційної інфраструктури (Інтернет, ЗМІ, спеціалізовані друковані видання, виставки і ярмарки, зустрічі зі школярами, батьками, студентами присвячені освіти за кордоном)
2.	Підготовка менеджера професійно розрахувати й запропонувати освітню програму/ тур. Орієнтуватися в системі освіти країн.
3.	Проведення туристичним підприємством молодіжних освітніх виставок у містах України.
4.	Інформування потенційних клієнтів про відповідні знижки/ пільги (ISIC, GO-25, EURO-26), які надають міжнародні молодіжні організації.
5.	Створення Інтернет – порталу, сайту дитячого молодіжного освітнього туризму, з реєстрацією на ньому всіх туристичних підприємств України, які займаються продажем освітніх турів.
6.	Організовувати зустрічі з менеджерами по розвитку персоналу підприємств із метою просування турів: бізнес-освіти, підвищення кваліфікації, міжнародні тренінги й т.п.
7.	Співпраця з Міжнародними організаціями, які реалізують світні програми за кордоном (CCUSA)

Для визначення майбутнього попиту за напрямком «освітній дитячий туризм», який пропонується розробити підприємству ПП «Еліта-тур», необхідно провести маркетингове дослідження серед потенційних споживачів.

Проблемні питання, що мають бути розв'язані:

- чи варто розвивати даний вид туризму?
- чи існує платоспроможний попит та яка його структура?

У зв'язку з цими питаннями виникають задачі, що потребують визначення:

- чи є попит за даним напрямом у Києві?
- яка категорія населення переважатиме за даним напрямом?
- які джерела інформації переважають?
- наскільки споживач знайомий з цим напрямом?
- яку суму може витратити споживач на туристичну подорож?

Об'єкт дослідження: в даному опитуванні прийняли участь 100 осіб різного віку (від 17 років і старше) та різних професій. Даний відбір є репрезентативним, тому що його структура відповідає соціальній структурі суспільства.

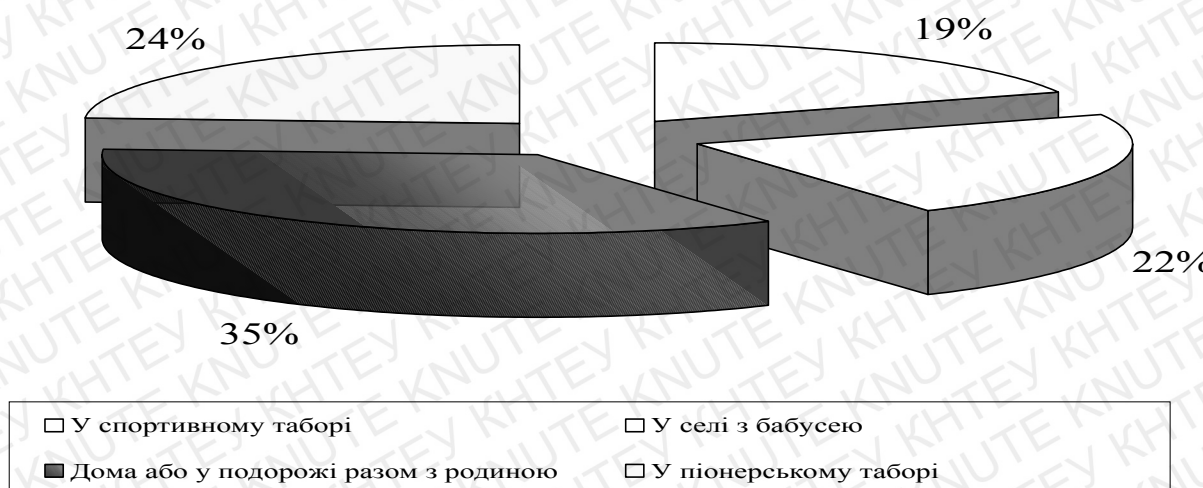


Рис. 3.2. Розподіл респондентів за місцем проведення шкільних канікул

З рис. 3.2. видно, більшість опитаних батьків протягом канікул залишають дітей дома, або відправляють дітей до піонерського табору. Фактором, що змушує залишати дітей вдома є відсутність грошей і ця категорія

опитаних не може відноситися до потенційних клієнтів. Туристичну фірму цікавлять ті клієнти, які здатні сплатити за тур не менше 10000 грн. На рис. 3.3 наведено розподіл респондентів, які готові сплатити за відпочинок дитини від 1000 грн за метою подорожі.

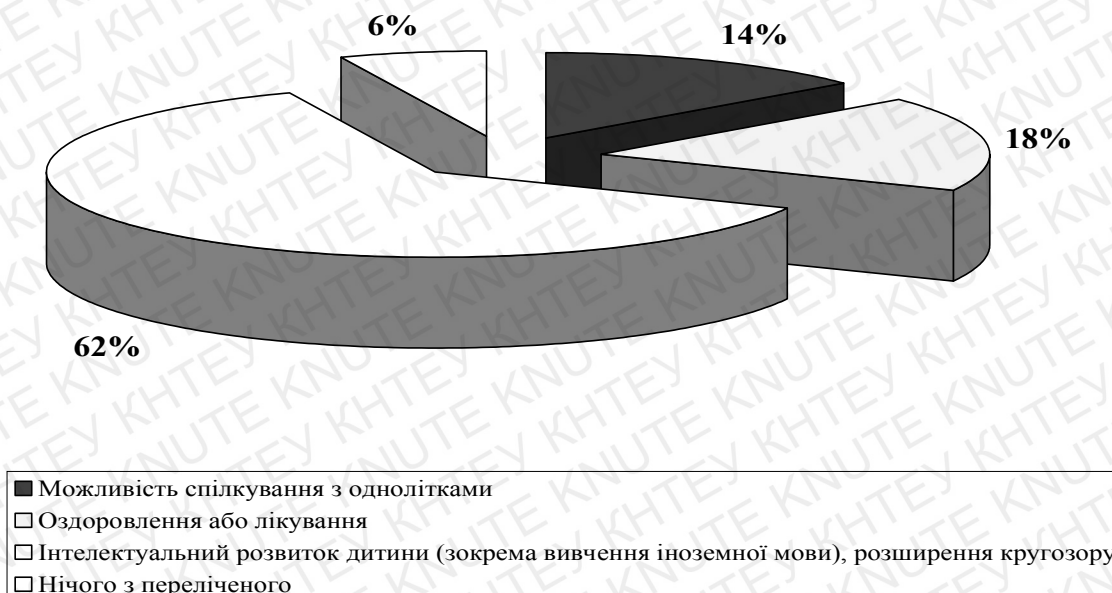


Рис. 3.3. Розподіл респондентів, які готові сплатити за відпочинок дитини від 3000 грн за метою подорожі

З рис. 3.2 видно, що є певний інтерес до інтелектуального розвитку дітей протягом канікул, разом з можливістю спілкування з однолітками та оздоровленням. Поєднання цих цілей досягається підчас відпочинку у дитячому таборі, проте з рис. 3.4 видно, що 68% охочих віддати дітей до таборів стримує ціна.



Рис. 3.4. Розподіл респондентів, яких від відправлення дитини до дитячого табору стримує висока вартість за метою подорожі

За результатами опитування вималювався профіль потенційних покупців освітнього туру за рівнем доходу та вимогами до відпочинку дітей, наведений на рис 3.5.

Можливість спілкування з однолітками	Оздоровлення або лікування	Інтелектуальний розвиток дитини (зокрема вивчення іноземної мови)	
			до 3000
			3001-5000
			5001-8000
			більше 8000

Рис. 3.5. Профіль потенційних покупців освітнього туру за рівнем доходу та вимогами до відпочинку дітей

Тому для туристичного підприємства «Еліта-тур» є перспективним впровадження освітнього туру в літній дитячий табір в межах України, тому що як показав аналіз вартості популярних освітніх програм за кордон, вони є дорогими. Багато батьків віддають перевагу саме корисному відпочинку для своїх дітей у період шкільних канікул, тобто щоб дитина не тільки добре відпочила, але й одержала корисні знання, наприклад, удосконалила знання іноземної мови. Аналізуючи запити наших клієнтів, ми прийшли до висновку, що далеко не всі батьки готові відправити своїх дітей у мовні табори за кордон.

Враховуючи результати опитування розроблено освітній тур «Англійський+», який передбачає вивчення англійської мови дітьми з 7 до 14 років протягом семи днів у Київській області, де створенні сприятливі умови не тільки для навчання, а також для оздоровлення дітей, а близькість до Києва робить його привабливим для тих, кого раніше стримувала вартість відпочинку у таборі.

Основні відмінності від інших таборів: Пропонована освітня програма – це аналог британських мовних таборів, що фундаментально відрізняється від

звичних дитячих таборів -демократичність, європейський принцип організації, спеціальна програма й розроблені методики, індивідуальний підхід до дітей.

Основне завдання мовного табору – вивчення іноземної мови. Тому дуже важливо, щоб з дітьми займалися професійні педагоги – у яких є сертифіковані методики викладання, спеціальна акредитація. Це гарантія якісного вивчення іноземної мови. До кожної дитини потрібний професійний підхід, і впоратися із цим може тільки педагог, а не просто волонтер-носії мови.

Мовна програма та уроки:

Етап 1. Визначення рівня. При заїзді в табір викладачі проводять тестування й співбесіди для визначення рівня володіння англійською мовою. Після цього всі діти не залежно від віку розподіляються на дві групи залежно від рівня знань.

Етап 2. Вивчення мови. Інтерактивна методика. Мінімальний курс розрахований на один тиждень й становить 15 уроків по 1 годині. Кожен курс не буде повторювати попередній, що буде стимулювати батьків відправляти у табір на декілька курсів.

Вчителі викладають язык по спеціальній інтерактивній методиці. Інтерактивна - inter (взаємний), act (діяти). Процес навчання здійснюється в умовах постійної, активної взаємодії всіх учнів. Викладач і учень є рівноправними суб'єктами навчання. Використання інтерактивної моделі навчання передбачають моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, спільне рішення проблем. Виключається домінування якого-небудь учасника навчального процесу або якої-небудь ідеї.

Технології інтерактивного навчання: робота в парах, ротаційні (змінні) трійки, карусель, робота в малих групах, «акваріум», незакінчена пропозиція, мозковий штурм, броуновський рух, «дерево рішень», суд від свого імені, цивільні слухання, рольова (ділова) гра, метод – прес, займи позицію, дискусія й дебати.

Найбільш дітям подобаються – «карусель», «акваріум», «брауновський рух», «дерево рішень». Технологія «Карусель» – утворюється два кільця:

внутрішнє й зовнішнє. Внутрішнє кільце - це постійні учні, а зовнішнє кільце - «змінні» учні, які через кожні 30 секунд міняються. Таким чином, діти встигають проговорити за кілька хвилин трохи тим і постаратися переконати у своїй правоті співрозмовника.

Суть інтерактивного навчання полягає в тому, що всі учні залучені в навчальний процес, акцент робиться на розмовну мову й діалоги.

Викладацький склад - це висококваліфіковані фахівці, які мають дипломи й сертифікати, що дають право викладати англійську мову. Висока кваліфікація, досвід роботи, новітні методики викладання - запорука успішного навчання.

Вимоги до викладача:

- досвід роботи від 5 років
- вища освіта
- від 25 до 55 років
- досвід роботи з дітьми
- володіння сучасними навчальними технологіями
- власні оригінальні методики навчання
- відповідальність, комунікабельність та стресостійкість.

3.2. Обґрунтування ефективності проекту розвитку туристичного продукту дитячого туризму в ПП «Еліта Тур»

Зробимо організаційно-економічне обґрунтування проекту з розвитку освітнього туризму з метою збагачення процесу управління формуванням та збутом туристичного продукту ПП «Еліта-тур». Вирішено, що надання освітніх послуг для дітей буде надаватися в заповідній зоні Київської області, який є зручним для дітей та батьків. Перш ніж обрати табір, який буде прийнятним для пропонованого освітнього туру були проаналізовані найкращі табори, наведені у табл. 3.2.

Серед наведених таборів дитячий оздоровчий табір «Джерело» є

оптимальним варіантом, оскільки відповідає умовам сформованого туру за ціною, умовами проживання та іншими послугами.

Таблиця 3.2

Порівняльна характеристика дитячих оздоровчих таборів Київської області [25]

Табір	«Дружній» (м. Ірпінь)	«Енергія» (смт Ворзель)	«Карасик» (с. Новосілки)	«Джерело» (м. Буча)
Кількість днів	21	21	21	21
Умови розміщення	1-поверхові, кімнати – на 6-8 чоловік	3 поверхові корпуси та 2 – поверхові корпуси, кімнати на 6 чоловік	2 – поверхові корпуси. Кімнати – на 4-5 чоловік	2 – поверхові корпуси та 1-поверхові корпуси. Кімнати – на 4-5 чоловік
Умови харчування	5 разове	5 разове, їдальня – 540 місць	5 разове, їдальня має 360 місць	5 разове, їдальня має 350 місць
Вартість	8555,00	8900,00	8675,00	8785,00
Сервіс	Басейн, спортивні майданчики, бібліотека, стадіон, тенісний зал, танцювальний майданчик, відеозал	Басейн, кінотеатр, караоке,	2 басейна, стадіон, ігрові майданчики та лежачки	Дитячий майданчик, басейн, стадіон, волейбольна та баскетбольна майданчики, гуртки декоративно – прикладного мистецтва

Територія табору - 3,5 га - зелена, гарна й доглянута. На території розташовується житловий, адміністративний і навчальний корпус, спорткомплекс зі спортзалом і відкритими площадками для футболу й волейболу, критий басейн із морською водою, концертний зал із професійною сценою.

Проживання в 4-поверховому комфортабельному житловому корпусі з величезними фойє, куточками відпочинку з м'якими меблями й телевізорами,

зимовими садом, басейном з морською водою. Проживання в 6-ти місцевих просторих кімнатах. Меблювання кожної кімнати складається з ліжок, тумбочок, шафи, стола, стільців. Санвузол і душ на поверсі. Холодна й гаряча вода – цілодобово. На кожному поверсі розташовується 7 дитячих кімнат, кімната вожатих. 5-ти разове харчування.

Різноманітна спортивна й розважальна програма, що підготували британські інструктори й аніматори, буде цікава для всіх і кожен прийме у ній активну участь (табл.3.3).

Таблиця 3.3

Спортивна та розважальна програми в турі «Англійський +»

Creative	Drama	Fashion & Style	Dance	Athletic
arts & crafts	acting	hair style	hip-hop	beach & swimming
drawing	musical theatre	makeup	street funk	football
painting	voice	nail design	modern / jazz	basketball
batiking	movement	individual style		volleyball
origami	improvisation			cricket
hand-made accessories	character development			badminton

У табл. 3.4 наведено дати заїздів освітнього туру «Англійський +». Цей графік складено виходячи з тривалості шкільних канікул.

Таблиця 3.4

Дати заїздів освітнього туру «Англійський +»

Назва заїзду	Дата заїзду
«I want to break free»	15.06-22.06
«Yellow submarine»	23.06-30.06
«We will rock you»	01.07-08.07
«It's my life»	09.07-16.07
«Summer nights»	17.07-24.07
«Show must go on»	25.07-02.08
«I want to break free»	03.08-10.08

Найбільшого результату підприємство зможе досягти від туру за умови донесення інформації про нього найбільшій кількості потенційних клієнтів, для чого розроблено рекламну кампанію. Результати анкетування довели, що найбільш ефективним видами реклами для обраною категорії споживачів будуть радіомовлення та реклама в Інтернеті.

Коли користувачі здійснюватимуть пошук у Google за одним із ключових слів ПП «Еліта-тур», об'ява ПП «Еліта-тур» зможе відображатися поруч із результатами пошуку. Привертатиметься увага аудиторії, яка буде зацікавлена в тому, що пропонуватиме ПП «Еліта-тур».

Користувачі зможуть просто натискати об'яву, щоб здійснити покупку чи дізнатись більше про ПП «Еліта-тур». Щоб розпочати роботу, не потрібно навіть буде мати власну веб-сторінку – Google допоможе ПП «Еліта-тур» створити її безкоштовно.

Можна розмішувати рекламу для користувачів, які здійснюють пошук у Google. Навіть якщо інформація про компанію ПП «Еліта-тур» вже відображається в результатах пошуку Google, AdWords допоможе визначити орієнтування на нову аудиторію в Google та рекламній мережі [26] .

Можна буде редагувати об'яви ПП «Еліта-тур» та налаштовувати бюджет, доки бажаних результатів не буде досягнуто. Можна буде також вибирати різні формати для своїх об'яв і навіть орієнтувати об'яви на конкретні мови та географічні розташування.

Програма AdWords не передбачає мінімального рівня витрат або зобов'язань щодо термінів. А завдяки опції "ціна за клік" ПП «Еліта-тур» платитиме лише в тому випадку, якщо люди натискатимуть об'яви ПП «Еліта-тур». Це значить, що кожна гривня бюджету буде працювати на це підприємство.

Мінімальний рівень витрат не встановлено – ПП «Еліта-тур» самі зможуть визначати, скільки платити за рекламу. Наприклад, можна буде

встановити щоденний бюджет у розмірі 50 гривень та максимальну ціну в розмірі 1 гривні за кожен клік об'яви.

Дані про трафік за ключовим словом та оцінка витрат дадуть змогу приймати обґрунтовані рішення щодо вибору ключових слів і збільшення бюджету.

ПП «Еліта-тур» сплачуватиме лише за кліки об'яви, а не за її відображення. Варіанти оплати відрізняються залежно від країни та валюти, що наведено у табл. 3.6

Таблиця 3.6

Плата за активацію акаунту та методи оплати ПП «Еліта-тур»

Валюта:	Українська гривня (UAH)
Країна:	Україна
Плата за активацію:	250,00
Мінімальна ціна за клік (CPC):	0,05
Мінімальна ціна за тисячу показів (CPM):	1,25
Форма платежу:	Післяплата (автоматичні платежі): MasterCard, Visa, і дебітні картки з логотипами MasterCard і Visa Передоплата (платежі, здійснювані вручну): MasterCard, Visa, і дебітні картки з логотипами MasterCard і Visa
Мінімальний платіж: (використовується лише для передоплати)	500,00

ПП «Еліта-тур» рекомендується налаштувати об'яви так, щоб вони відображалися лише для користувачів, які здійснюють пошук у певному регіоні. Можна легко орієнтувати інформацію на потенційних клієнтів у режимі онлайн, які перебувають, скажімо, у радіусі 25 кілометрів від офісу ПП «Еліта-тур».

При розробці фінансового плану розраховуються наступні види витрат:

- прямі витрати;
- накладні витрати;

в) комерційні витрати.

Профільний вид діяльності туристичного підприємства ПП «Еліта-тур» повинен покривати постійні витрати на суму 935,9 тис.грн.

У вартість включено:

проживання в 6-и місцевих просторих кімнатах, зручності в блоці;

5-ти разове харчування;

уроки англійської мови (30 годин);

програма спортивних і розважальних заходів;

заняття в майстер-класах по інтересу з українськими інструкторами;

2 екскурсії по визначних пам'ятках Київської області;

медична страховка – ІНГО Страх – 21 грн

Планований період (t): 8 разів на рік. Тривалість подорожі – 7 днів і 6 ночей.

Транспорт – мікроавтобус ("Еталон" 26 місць) Вартість переміщення до Святогірська з Донецька та назад 980, 00 грн. (ЧП Азов-такси, 145 км по 4,69 грн за км.).

У вартість туру входить постійні і змінні витрати, які складаються із розміщення та годування в таборі, полуг викладачів та транспорту, а також страхування у страхової компанії АСК «PZU Україна» (200 грн).

Таблиця 3.9

Змінні витрати ($B_{зм}$) на 1 освітній тур на 1 особу "Англійська+"

Найменування послуги	грн.
Проживання, харчування	8785,33
Витрати на викладача	683,33
Транспорт (в обидві сторони)	256,67
Всього	0

Отже, проаналізувавши всі види витрат, можна розрахувати повну собівартість туру "Англійська+" на одну особу. Кількість місць у заїзді дорівнює 24. Загальна кількість заїздів становить 8. Собівартість складе 1092,83 грн.

Тепер розрахуємо прибуток від даного туристичного продукту. Індекс прибутковості складатиме 8 відсотки. Розрахуємо повну вартість туру 1201,25 грн. Результати роботи підприємства ПП «Еліта-тур» за туром “Англійська+” за 2013 рік занесемо до табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Економічна характеристика освітнього туру «Англійський +»

Найменування показника	Значення показника, грн
1. Ціна туру: у тому числі на одного туриста	10314,53
- вартість послуг дитячого оздоровчого табору	8785,33
- заробітна плата викладача-керівника	183,33
- витрати на транспортне обслуговування	256,67
- страхування	200,00
- постійні витрати	118,73
- прибуток	186,97
- комісія для турагентів	119,50
2. Кількість запланованих к реалізації турів	192
3. Дохід від реалізації турів у перший рік	229445,64

Запропонований напрям вдосконалення управління процесом формування та збуту туристичного підприємства ПП «Еліта-тур», а саме впровадження освітнього дитячого туру, дозволить туристичному підприємству підвищити ефективність діяльності.

Висновки за розділом 3

Таким чином, результати дослідження доводять, що у підприємства немає суттєвих проблем в управлінні процесом формування туристичним продуктом. В той же час, цей процес вимагає постійного удосконалення. Узагальнення в першому розділі випускної кваліфікаційної роботи думок вчених різних країн, показало, що елементами, які формують цілісний туристичний продукт, є ряд різних послуг. Маркетингові дослідження показали, що перспективним є формування дитячого освітнього туристичного продукту. Враховуючи результати опитування розроблено освітній тур «Англійський+», який

передбачає вивчення англійської мови дітьми з 7 до 14 років протягом семи днів у Київській області, де створенні сприятливі умови не тільки для навчання, а також для оздоровлення дітей, а близькість до Києва робить його привабливим для тих, кого раніше стримувала вартість відпочинку у таборі.

ВИСНОВКИ

Отже, сьогодні дитячий туризм – це розвинений вид туризму з потужним культурно-пізнавальним, природно-рекреаційним та матеріально-технічним потенціалом, головною метою якого є активний відпочинок, оздоровлення, розвиток інтелектуального та культурного потенціалу дитини, всебічний розвиток особистості. Дитячий туризм – засіб гармонійного розвитку дітей (осіб, які не досягли вісімнадцятирічного віку), що реалізується у формі відпочинку та суспільно-корисної діяльності, характерними структурними компонентами якої є похід, подорож, екскурсія».

Світова практика свідчить про зростання популярності освітніх турів, зокрема мовних таборів у поєднанні з відпочинком, екскурсійними та спортивними програмами. Інфраструктура дитячого туризму по-різному розвинена в різних країнах. А збут туристичних продуктів дитячого туризму за кордоном характеризується різним попитом: залежно від рівня розвитку країни, благополуччя та рівня життя населення певної держави.

В роботі досліджено процес управління формуванням та збутом туристичного продукту в сегменті дитячого туризму на прикладі туристичного підприємства ПП "Еліта-тур". На основі ретельного вивчення і прогнозування можливого ринкового попиту туристичне підприємство визначає зміст свого туристичного продукту, куди входять: країна (регіони країни) подорожі й вид туризму; сезон і тривалість поїздок; маршрут; загальна кількість групових та індивідуальних турів; пакет і якість послуг. На етапі формування основного й додаткового комплексів послуг менеджери компанії розробляють основні підходи і тематику майбутньої рекламної кампанії, визначають канали збуту та їх учасників. Рекламна кампанія є основним інструментом реалізації туристичним підприємством ПП «Еліта-тур» своєї рекламної стратегії та збуту туристичних продуктів. Під час просування та збуту туристичного продукту туристичне підприємство здійснює комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристичного продукту або туристичних послуг, серед яких

реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, організація ознайомлювальних подорожей, організація інформаційних центрів, видання каталогів, буклетів, мап тощо.

Результати дослідження бізнес-середовища показали, що підприємство намагається відповідати високим стандартам. У той же час аналіз відгуків в Інтернеті показав, що є і негативні відгуки, пов'язані перш за все з автобусними турами по Європі. Підприємству потрібно працювати над удосконаленням процесу формування туристичного продукту, зокрема завдяки рекомендаціям, поданим у третьому розділі випускної кваліфікаційної роботи.

Впровадження освітніх дитячих турів із залученням дитячих оздоровчих закладів Київської області дозволить розширити коло клієнтів туристичного оператора, оскільки буде ці тури будуть спрямовані на нову клієнтуру. Це в свою чергу може стати шляхом збільшення потенційних споживачів за рахунок батьків дітей, які отримують якісний туристичний продукт ПП «Еліта-тур». Окрім цього, впровадження цього туристичного напрямку буде проявом корпоративної соціальної відповідальності, що є трендом сучасного туристичного бізнесу.

Маркетингові дослідження показали, що перспективним є формування дитячого освітнього туристичного продукту. Враховуючи результати опитування розроблено освітній тур «Англійський+», який передбачає вивчення англійської мови дітьми з 7 до 14 років протягом семи днів у Київській області, де створенні сприятливі умови не тільки для навчання, а також для оздоровлення дітей, а близькість до Києва робить його привабливим для тих, кого раніше стримувала вартість відпочинку у таборі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics. Technical Manual No. 1 (English version). *UNWTO*: web site. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284401031> (Last accessed: 02.11.2019)
2. Зубалій М. Д. Сучасна характеристика термінології і змісту туристської роботи. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*: Збірник наукових праць. 2015. Вип. 16. URL: http://lib.iitta.gov.ua/2820/1/Zubal%D1%96y_14.pdf
3. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. К. : Знання, 2011. 334 с.
4. Мельнічук М. М., Зейко В. О. Молодіжний та дитячий туризм: сутність та класифікація за віком. *Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна*, серія "Геологія. Географія. Екологія". 2016. №. 44. С. 118-122.
5. Колотуха О. В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як специфічна територіальна рекреаційна система. *Культура народів Причорномор'я*. 2002. С.34-39
6. Малиновська О. Ю., Іванова Ю. М. Географія дитячого туризму. *Краєзнавство, географія, туризм*. 2008. № 44 (577). С. 3-5.
7. Личак Ірина. Юні туристи-краєзнавці : методичний посібник: методичні рекомендації щодо організації туристсько-краєзнавчої роботи з дітьми дошкільного віку. Біла Церква, 2010. 102 с
8. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг : понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2008. 288 с.
9. Кілінська, К.Й Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні. 2010. 102 с
10. Свірідова Н. Д., Чертовська Д. В. Аналіз сутності основних дефініцій дитячого туризму. *Характеристики вентиляционных систем*

теплогенерируючих установок. 2012. С. 4.

11. Чертовська Д. В. Проблеми розвитку дитячого туризму в Україні. *Географія та туризм*. 2012. №. 23. С. 86-93.

12. Малиновська О. Ю., Долгова К. С. Ринок дитячого туризму: інноваційні форми організації відпочинку. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 24. С. 60-68.

13. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 22.03.2019).

14. Плешивцова, М. В. "Організація дитячого туризму в Україні." *Географія та туризм*. 2011. 14. С. 153-159.

15. Колесник О. О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. №. 2. С. 56-59.

16. Івченко Л. О., Кужиль С. В., Петренко М. В. Особливості організації дитячого туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 83-88.

17. Кирилюк І. М. Дитячий туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку *Актуальні проблеми розвитку національної економіки* : матеріали Всеукр. інтернет-конференції. Умань, 2016. С. 10-13

18. Калініченко А. Механізми організації дитячого оздоровлення та відпочинку: зарубіжний досвід. *Публічне управління: теорія та практика*, Київ. 2014. №. 3. С. 92-100.

19. Чорна Л. В. Інноваційні підходи до організації літнього дитячого оздоровлення *Карпатський край*. Львів, 2015. №. 1-2. С. 225-230.

20. Федоренко Л. О. Мікрорівень ринку дитячого туризму: проблеми та перспективи розвитку *Наукові розробки молоді на сучасному етапі*. Київ : Київський національний університет технологій та дизайну, 2018. С. 23-27.

21. Нікітенко С.І. Розвиток молодіжного та дитячого туризму в незалежній Україні: проблеми та перспективи. *Історичні науки*. Львів, 2008. №49. С. 32-36.

22. Краснова И. Туризм как средство образования и воспитания детей. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. Умань, 2014. №. 1. С. 182-187.

23. Федоренко Л. О., Шендра Д. Ю. Сучасний стан розвитку світового та вітчизняного ринків дитячого туризму *Наукові розробки молоді на сучасному етапі*. Київ : Київський національний університет технологій та дизайну, 2019. С. 101-104.
24. Kozlovskiy Y. Ресурсний потенціал та специфіка організації дитячого туризму в Україні *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. Київ. 2018. №. 2. С. 100-110.
25. Боднарчук Х. Шляхи удосконалення організації дитячих екскурсійних турів. *Економіка та держава*. 2018. № 1. С. 73-78.
26. Денисенко М. П., Генъбач Д. Д. Особливості організації дитячого туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2019. №. 10. С. 46-50.
27. Сандул С. О. Чинники системного підходу в організації дитячого відпочинку та туризму. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 83-88.
28. Герман І. В. Правове регулювання організації дитячого туризму в Україні // *Молодий вчений*. Київ,—2019. №. 7 (71). С. 329-336.
29. Horak S., Weber S. Youth tourism in Europe: Problems and prospects *Tourism Recreation Research*. – 2000. – Т. 25. – №. 3. – С. 37-44.
30. Порядок направлення дітей до дитячих закладів оздоровлення та відпочинку за рахунок коштів державного бюджету : затв. постановою Кабінету Міністрів України від 17 липня 2009 р. № 734 (зі змінами від 31.01.2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/734-2009-%D0%BF> (дата звернення 29.03.2019).
31. Poria Y., Timothy D. J. Where are the children in tourism research? *Annals of Tourism Research*. 2014. Т. 47. Р. 93-95.
32. Bhuiyan M. A. H. et al. Educational tourism and forest conservation: Diversification for child education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2010. Т. 7. Р. 19-23.
33. Hazel N. Holidays for children and families in need: An exploration of the research and policy context for social tourism in the UK. *Children & Society*. 2005. Т. 19. №. 3. Р. 225-236.

34. Головна сторінка. *Еліта-тур* : веб-сайт. URL: <https://elitatour.com.ua/> (дата звернення: 12.10.2019)
35. О нас. *Еліта-тур* : веб-сайт. URL: <https://elitatour.com.ua/about-us/> (дата звернення: 12.10.2019)
36. О нас. *PZU Україна* : веб-сайт. URL: <https://www.pzu.com.ua/about.html> (дата звернення: 12.10.2019)
37. Головна сторінка. *Optima tours* : веб-сайт. URL: <https://optima.tours/> (дата звернення: 12.10.2019)
38. Дитячі табори Київської області. *Zruchno travel* : веб-сайт. URL: <https://zruchno.travel/News/New/223?lang=ua> (дата звернення: 2.11.2019)
39. Реклама в Google. *Google* : веб-сайт. URL: https://ads.google.com/intl/ru_ru/home/ (дата звернення: 2.11.2019)