

224

**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ  
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»  
ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, ДОКУМЕНТНИХ ТА  
МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Допущено до захисту

“ ” 2023 р.

Завідувач кафедри туризму,

документних та міжкультурних

комунікацій

О.А.Степанова

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

ступінь вищої освіти «бакалавр»

на тему:

**ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ,  
ПЕРСПЕКТИВИ**

за спеціальністю 242 “Туризм”

Виконав: студент 4 курсу,

денної форми навчання,

групи ТУ-19-1

Тютенко Олег Олегович

**Науковий керівник: к. культурології,**

доцент, Панченко Світлана Анатоліївна

**Київ-2023**

|                                                                                                                    |        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
|                                                                                                                    | 4      |
|                                                                                                                    | 2      |
| <b>ЗМІСТ</b>                                                                                                       |        |
| ВСТУП .....                                                                                                        | 3      |
| РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ТУРИЗМІ.....                                              | 5      |
| 1.1. Характеристика транспортного забезпечення в туризмі.....                                                      | 5      |
| 1.2. Основні види транспортного забезпечення під час реалізації туристичних послуг та їх характеристика.....       | 1<br>2 |
| 1.3. Світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг..... | 2<br>5 |
| Висновки до I розділу .....                                                                                        | 3<br>2 |
| РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ.....                 | 3<br>4 |
| 2.1. Аналіз особливостей розвитку транспортної системи України.....                                                | 3<br>4 |
| 2.2. Аналіз туристичної агенції «NOVA tour» як суб'єкта господарювання.....                                        | 4<br>2 |
| 2.3. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність туристичної агенції «NOVA tour».....              | 5<br>1 |
| Висновки до II розділу.....                                                                                        | 5<br>8 |
| РОЗДІЛ III. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ТУРИЗМІ.....                             | 6<br>0 |
| 3.1. Проблеми транспортного забезпечення в туризмі.....                                                            | 6<br>0 |
| 3.2. Перспективи розвитку транспортного забезпечення в туризмі.....                                                | 6<br>8 |
| Висновки до III розділу.....                                                                                       | 7<br>6 |
| ВИСНОВКИ .....                                                                                                     | 7      |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ..... | 8 |
| ДОДАТКИ .....                    | 8 |
|                                  | 1 |
|                                  | 7 |

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** полягає у тому, що розвиток транспортного забезпечення в туризмі має позитивний вплив на цю галузь, сприяє гармонізації структури туристичних пакетів, задовольняє споживчий попит, сприяє розвитку нових форм туризму та забезпечує транспортну доступність.

В сучасних умовах транспортне забезпечення має величезний вплив на розвиток сучасного туризму у різних його видах та формах. Транспортне забезпечення туристів є однією з складових частин індустрії туризму. Наразі не існує єдиної транспортної системи, що обслуговує туризм, і потреба в перевезеннях регулюється попитом з кожним видом транспорту. Транспортне забезпечення туристів вважається найбільш складним етапом в організації подорожей, а для перевезення туристів використовуються різні види транспорту, такі як авіаційний, залізничний, автомобільний та водний, кожний з яких має свої техніко-економічні особливості, специфічну матеріальну базу та різні можливості перевезення туристів.

Незважаючи на воєнне вторгнення російської федерації в Україну як держави-агресора, транспортна система продовжує працювати та забезпечувати перевезення туристів. Тому актуальною для дослідження залишається вивчення особливостей застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристичних послуг.

**Метою дослідження** є ознайомлення з особливостями транспортного забезпечення при організації та реалізації туристичних послуг. Відповідно до поставленої мети визначено комплекс завдань:

- охарактеризувати транспортне забезпечення в туризмі;

- визначити основні види транспортного забезпечення під час реалізації туристичних послуг та надати їх характеристику;
- дослідити світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристичних послуг;
- здійснити аналіз особливостей розвитку транспортної системи України;
- обґрунтувати проблеми транспортного забезпечення в туризмі;
- навести пропозиції щодо перспектив розвитку транспортного забезпечення в туризмі.

**Об'єктом дослідження** є теоретичні та практичні аспекти транспортного забезпечення при організації та реалізації туристичних послуг.

**Предметом дослідження** в кваліфікаційній роботі є особливості застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристичних послуг.

**Методи дослідження**, використані у роботі, включають діалектичний метод наукового пізнання, системний підхід, фундаментальні положення сучасної транспортної системи, законодавчі та нормативні документи з урегулювання питань транспортного забезпечення. Для досягнення мети і вирішення поставлених завдань дослідження було використано такі методи: опис, логічний аналіз, методи теоретичного узагальнення, класифікації, формалізації, синтезу, абстракції, індукції, системного та структурного аналізу. Для обґрунтування форм організації транспортного забезпечення було використано метод порівняльного аналізу для вивчення міжнародного досвіду транспортного забезпечення. Пропозиції щодо перспектив розвитку транспортного забезпечення було розроблено з використанням діалектичного і системного підходів.

**Структура та обсяг** кваліфікаційної роботи складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. У роботі міститься 7 таблиць, 13 рисунків та додатки. Список використаних джерел налічує 63 найменування. Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки.

## РОЗДІЛ I

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ТУРИЗМІ

#### 1.1. Характеристика транспортного забезпечення в туризмі.

Розвиток туризму визначається переважно транспортними факторами. Стан і прогрес туризму прямо залежать від рівня розвитку транспорту. Згідно з Дж. Уокером [1], історію туризму можна поділити на два етапи: до появи масових видів транспорту і після їх появи. Друга частина, пов'язана з появою і використанням окремих видів транспорту в туризмі, розділяється на: епоху залізниць, епоху автомобілів, епоху реактивних авіалайнерів і епоху круїзів на морських лайнерах.

Транспортні послуги є одним з основних аспектів туризму. Вони складають основну частку вартості туру, зазвичай 40-60%. Туристичні установи використовують різні види транспорту для організації поїздок. Загалом, авіаційний транспорт становить основну частку загальної кількості транспортних послуг.

Щоб охарактеризувати транспортне забезпечення, необхідно спочатку визначити поняття транспорту та його елементів, за допомогою Закону України "Про транспорт", який визначає транспорт як одну з найважливіших галузей суспільного виробництва, що задовольняє потреби населення та суспільного виробництва у перевезеннях [3].

Для нашого дослідження важливо розкрити зміст ключових понять, зокрема поняття "транспортне забезпечення". Ми проведемо детальний аналіз складових цього визначення. В загальному, транспортне забезпечення можна визначити як діяльність, пов'язану з переміщенням вантажів та пасажирів у просторі й часі, що включає надання супутніх транспортних послуг.

Наведемо кілька прикладів даного визначення, які представлені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

## Етимологія поняття «транспортне забезпечення»

| Автор          | Трактування поняття                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Азриліян. А.Н. | Транспортне забезпечення – це кінцевий результат діяльності транспортних підприємств по виконанню договору перевезення. Представляє сукупність засобів, форм і методів, що забезпечують реалізацію транспортної продукції (послуги) перед його замовником (продавцем або покупцем) [5]                                                 |
| Міротин Л.Б.   | Транспортне забезпечення – це діяльність, пов'язана з процесом переміщення вантажів і пасажирів в просторі і в часі і наданням супутніх цієї діяльності транспортних послуг [38]                                                                                                                                                       |
| Скворцова Л.І. | Транспортне забезпечення – це процес надання транспортних послуг відповідно до встановлених норм і вимогам [45]                                                                                                                                                                                                                        |
| Федоров В. А.  | Транспортне забезпечення – це комплекс заходів (дій), спрямований на здійснення перевезень туристів і багажу за певним туристського маршруту усіма видами транспорту і охоплюють підготовку, експлуатацію, ремонт об'єктів транспортної інфраструктури, а також виділення, розподіл і підготовку транспортних засобів і персоналу [51] |

В залежності від підходів до класифікації розрізняють декілька видів транспорту. Так, в залежності від середовища здійснення перевезень транспорт поділяють на наземний, водний та повітряний приклад наведено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

## Види транспорту [1, 3]

| Наземний (сухопутний) | Водний   | Повітряний |
|-----------------------|----------|------------|
| Автомобільний         | Морський | Авіаційний |
| Залізничний           | Річковий |            |

Подальше розглядання кожного виду транспорту дозволить нам отримати більш детальне уявлення.

Автомобільний транспорт є галуззю, що задовольняє потреби населення та суспільного виробництва у перевезеннях пасажирів та вантажів з використанням автомобільних транспортних засобів [3].

Залізничний транспорт представляє собою виробничо-технологічний комплекс залізничного транспорту, призначений для задоволення потреб суспільного виробництва і населення країни в перевезеннях на внутрішніх та міжнародних маршрутах та надання інших транспортних послуг усім споживачам незалежно від форм власності та видів діяльності [2].

Водний транспорт включає в себе судна та суб'єкти господарювання, які забезпечують перевезення вантажів, пасажирів, багажу і пошти в основному по внутрішнім водним шляхам. Крім того, він використовується для рибогосподарської діяльності та надання інших послуг, пов'язаних з внутрішнім плаванням. Внутрішні водні шляхи підтримуються, а навігаційно-гідрографічне забезпечення судноплавства здійснюється [3].

Авіаційний транспорт включає в себе підприємства повітряного транспорту, які здійснюють перевезення пасажирів, вантажів, багажу, пошти, а також займаються аерофотозйомкою, сільськогосподарськими роботами та наданням інших послуг. Він охоплює аеропорти, аеродроми, аероклуби, транспортні засоби, системи управління повітряним рухом, навчальні заклади, ремонтні заводи цивільної авіації та інші підприємства, установи та організації незалежно від форм власності [6].

Кожен з перелічених видів транспорту має свої характерні особливості, які можна побачити на рисунку 1.1.

Загалом можна зазначити, що транспортне забезпечення туристичної діяльності має подвійну природу його трактування: з одного боку, його можна розуміти як процес, пов'язаний з підготовкою, здійсненням та завершенням транспортування туристів і багажу; з іншого боку, часто під ним розуміється кількість транспортних засобів, маршрутів і об'єктів інфраструктури (як ресурсів), які дозволяють здійснити транспортування туристів і багажу..

|               |                                                                                                                              |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Залізничний   | незалежність від пори року та погодних умов;<br>масовість перевезень.                                                        |
| Автомобільний | залежність від погодних умов та якості<br>автомобільних шляхів;<br>значна собівартість перевезень.                           |
| Морський      | най дешевший вид перевезень;<br>потребує висококваліфікованого обслуговуючого<br>персоналу.                                  |
| Річковий      | порівняно дешевий вид транспорту;<br>залежність від пори року.                                                               |
| Повітряний    | найшвидший вид транспорту;<br>потребує висококваліфікованого обслуговуючого<br>персоналу;<br>значна собівартість перевезень. |

Рис. 1.1. Особливості видів транспорту [19]

Для кращого розуміння транспортного забезпечення в туризмі корисно розглянути історію його розвитку. У XX столітті історія туризму тісно пов'язана з розвитком транспортної та сервісної інфраструктури. На початку століття провідну роль відігравали залізниці, які надавали всі зручності сучасного життя, такі як електричне освітлення, ресторани в поїздах та спальні вагони з ванними кімнатами. Але з початку 1920-х років автомобіль став основним конкурентом залізничного транспорту.

Автотуризм почав свою історію з початку XX століття. У 1916 році в Омасі, США, розпочала роботу служба прокату автомобілів, а в 1918 році з'явилася найбільша сучасна прокатна компанія Hertz. До Першої світової війни доступним громадським міським транспортом в багатьох містах світу стали автобуси. Після війни почали виробництва, які спеціалізувалися на виготовленні комфортабельних туристичних автобусів. Також в цей час активно розвивалося залізничне будівництво, особливо в США. Будівництво Суецького та

Панамського каналів та покращення морських суден сприяли розширенню географії міжнародного туризму, перетворивши кораблі на комфортабельні плаваючі готелі.

У 1907 році були спущені трансатлантичні лайнери "Сіріус" та "Мавританія" з водотоннажністю 30 тисяч тонн, а в 1912 році був побудований найбільший корабель свого часу "Титанік" з водотоннажністю 52 тисячі тонн. Пізніше трансатлантичний лайнер "Квін Мері" з водотоннажністю 80 тисяч тонн здійснював регулярні рейси між Старим і Новим Світом. В 1940 році головними засобами подорожей за кордон були морський та автомобільний транспорт. Проте вже з 1920-х років почалося будівництво комфортабельних багатомісних літаків для повітряних перевезень. Перший регулярний авіарейс маршрутом "Берлін – Лейпциг – Веймар" був здійснений перевізником, який пізніше став відомим як Lufthansa. У СРСР у 1926 році був відкритий пасажирський авіамаршрут Москва – Кенігсберг. З 1935 року почалися повітряні подорожі, які стали масовими з середини 1950-х років з появою регулярних пасажирських маршрутів. Швидкість і комфорт зробили авіаподорожі провідним видом туристичних перевезень [41].

Розвиток транспорту вплинув на зміни в туристичній галузі, здешевивши поїздки та вплинувши на готельну індустрію. Розвиток залізниць призвів до появи харчування на вокзалах та готелів біля залізничних станцій. На прикладі будівництва готелів Canadian Pacific залізницею в Канаді можна побачити цю тенденцію. Також готелі почали будувати біля аеропортів, а в 1920-х роках на автодорогах з'явилися перші туристичні майданчики, що згодом перетворилися на мотелі. Перший такий мотель був побудований в 1925 році в невеликому каліфорнійському містечку, що знаходиться від Лос-Анджелеса на відстані 200 миль. З розвитком автомобільного транспорту з'явилися придорожні закусочні, перша з яких була відкрита в 1927 році.

На сьогоднішній день розвиток та вдосконалення транспорту продовжується за державними програмами, враховуючи його пріоритет та досягнення науково-технічного прогресу, і забезпечується державою.

Перевезення пасажирів, багажу та вантажів мають велике значення для якості туристичного продукту, розробленого туроператором. Вибір виду

транспорту та технології надання транспортних послуг в туризмі впливає на ефективність туристичного продукту і досягнення мети поїздки.

Транспортні послуги є одним з основних видів послуг в туризмі і складають значну частку в структурі ціни туру, що залежить від відстані і тривалості подорожі та використовуваних видів транспорту.

При виборі технології транспортного забезпечення в туризмі враховуються основні показники якості та ефективності транспортних послуг, які представлені на рисунку 1.2.



Рис. 1.2. Якість перевезення туристів [53]

Умови збільшення завантаженості транспортних комунікацій та підвищення мобільності населення визначаються як основний показник і фактор підвищення якості та ефективності надаваних транспортних послуг. Важливими елементами в цьому контексті є швидкість пасажирських перевезень і доставки багажу та вантажів. У випадку автомобільного транспорту, значення швидкості залежить не лише від технічних характеристик транспортних засобів, але й від факторів, що впливають на пропускну здатність дорожньої мережі та інтенсивність руху. Крім того, швидкість перевезень має впливати на можливість розширення географії туризму.

Транспортне забезпечення в туризмі включає перевезення пасажирів і вантажів, а також пов'язані з цим процеси, які мають на меті задоволення

потреб замовника. Транспортна послуга є результатом діяльності виконавця транспортної послуги і спрямована на задоволення потреб пасажирів і вантажовідправників, а також вантажоодержувачів, відповідно до встановлених норм і вимог.

Організація транспортного забезпечення в туризмі здійснюється шляхом укладання договорів на перевезення. Договір на перевезення є документом, угодою між виконавцем і споживачем транспортних послуг, яким встановлюються зобов'язання і взаємна відповідальність сторін під час перевезення. Транспортні послуги можуть бути замовлені в транспортних або експедиційних компаніях, а також фізичними і юридичними особами.

Споживачем транспортної послуги може бути пасажир, вантажовідправник або вантажоодержувач. Транспортне забезпечення є невід'ємною складовою туристичної інфраструктури і входить до основного комплексу послуг, які включаються до туристичного продукту.

Враховуючи важливість транспортного забезпечення туризму, можна зробити висновок, що цей процес є визначальним для генерації турів та туристичної діяльності як високоприбуткової галузі економіки, а сам транспорт стає ключовим фактором розвитку туризму. Крім того, збільшення попиту на подорожі позитивно впливає на розвиток транспортної інфраструктури. Розвиток транспорту в свою чергу забезпечує можливість розширення географії туризму. Для подальшого дослідження транспортного забезпечення необхідно детальніше вивчити основні види транспорту та їх особливості під час реалізації туристичних послуг.

#### 1.2. Основні види транспортного забезпечення під час реалізації туристичних послуг та їх характеристика

Після аналізу транспортного забезпечення в туризмі в попередньому підпункті, варто зазначити, що в цьому секторі використовуються різні види транспорту загального користування. Основні види транспорту, що

застосовуються у туризмі, включають залізничний, повітряний, водний (морський і річковий) та автомобільний.

Авіатранспорт є найпопулярнішим видом транспорту в світі, а так само й у туризмі. Авіап перевезення займають перше місце серед інших видів транспорту завдяки розширенню меж подорожей та збільшенню кількості короткострокових турів. Швидкість та зручність авіап перевезень, покращений сервіс на борту літака, а також співпраця авіакомпаній з туристичними агентствами сприяють залученню більшої кількості туристів до авіап ереліотів.

Повітряний транспорт є однією з найбільш швидко зростаючих галузей світової економіки та займає все сильніші позиції в загальній транспортній системі. Популярність авіаліній серед туристів значно вища, ніж у залізниць або автобусних компаній. Авіакомпанії виконують регулярні та чартерні рейси і відіграють ключову роль у сучасній транспортній інфраструктурі. Вони є складовою супраструктури туристичної індустрії, оскільки їх робота безпосередньо залежить від туристичної активності населення.

Багато країн мають національних авіап еревізників, які є своєрідною візитною картою країни. Ці авіакомпанії характеризуються високою надійністю, пунктуальністю, сервісом та комфортом і відповідають найвищим міжнародним стандартам. Наприклад, до таких авіакомпаній відносяться Air France (Франція), Lufthansa (Німеччина), British Airways (Велика Британія), Iberia (Іспанія), Finnair (Фінляндія).

Отже, авіатранспорт відіграє важливу роль у туризмі завдяки своїй швидкості, зручності та міжнародній доступності. Його розвиток сприяє зростанню обсягів туристичних подорожей та сприяє розвитку галузі в цілому.

Авіакомпанії можна класифікувати на публічні, які регулюються державою, та приватні, які приватизовані. У різних країнах має місце різний підхід до регулювання діяльності авіакомпаній. Наприклад, в Європі багато авіакомпаній підпорядковані урядам країн та регулюються ними. У США та Великобританії, навпаки, більшість авіакомпаній є приватними, оскільки пройшли процес приватизації. Проте деякі авіакомпанії, як Swiss та

Scandinavian Airlines (SAS), можуть бути частково приватизованими і частково належати державі.

У багатьох країнах існують три основних типи авіакомпаній, які здійснюють регулярні польоти за розкладом, що спрощує користування ними туристами. Ілюстрація цих типів авіакомпаній наведена на рисунку 1.3 [9]..

2.Регіональні - це авіакомпанії, які функціонують в межах окремих регіонах однієї країни;

3.Місцеві - невеликі місцеві авіакомпанії, що здійснюють рейси на короткі відстані з невеликих приміських аеродромів.

Рис.1.3. Основні типи авіакомпаній (узагальнено автором на основі [9])

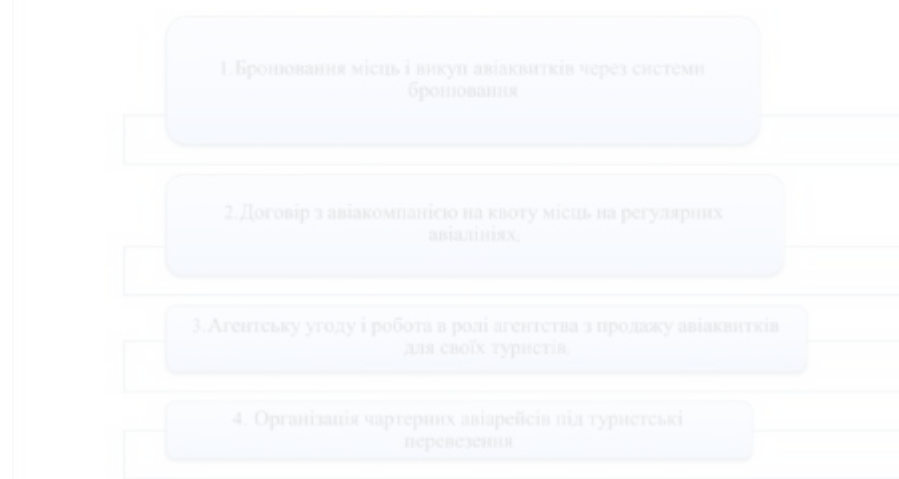
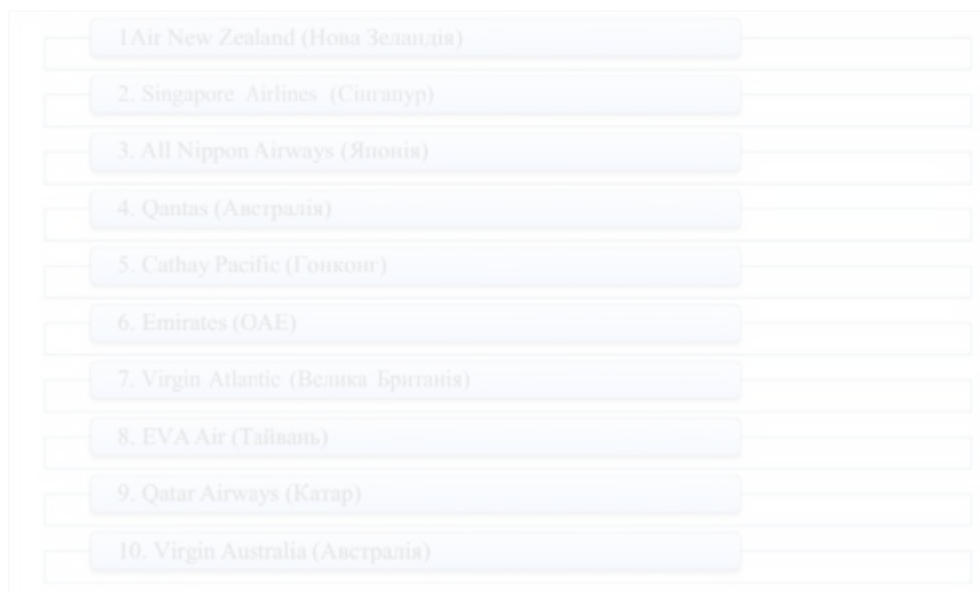


Рис. 1.4 Форми взаємодії туристичних підприємств і авіакомпаній [47]

На рис. 1.5. представлено перелік 10 найкращих авіакомпаній 2020-2021 років.

Визначимо сутність чартерного авіарейсу. Чартери в цивільній авіації – це прямі нерегулярні перельоти в певному напрямку, які організовуються не авіакомпаніями, а туроператорами або іншими сторонніми замовниками.

Чартерні рейси виконуються на умовах орендного, або чартерного, договору [39].



|     |                                   |
|-----|-----------------------------------|
| 1.  | Air New Zealand (Нова Зеландія)   |
| 2.  | Singapore Airlines (Сінгапур)     |
| 3.  | All Nippon Airways (Японія)       |
| 4.  | Qantas (Австралія)                |
| 5.  | Cathay Pacific (Гонконг)          |
| 6.  | Emirates (OAE)                    |
| 7.  | Virgin Atlantic (Велика Британія) |
| 8.  | EVA Air (Тайвань)                 |
| 9.  | Qatar Airways (Катар)             |
| 10. | Virgin Australia (Австралія)      |

Рис. 1.5. Перелік 10 найкращих авіакомпаній 2020-2021 рр.

Розглянемо більш детально основні види чартерних рейсів і визначимо їх переваги та недоліки. Шатл-чартери є звичайними рейсами, які перевозять групу туристів туди й назад, забираючи відпочиваючих після відпочинку. У пік сезону ціни на такі чартерні рейси можуть бути високими через необхідність покриття витрат на перші й останні порожні рейси.

Спліт-чартери є комбінацією регулярних і чартерних рейсів, де пасажери летять частиною шляху регулярним рейсом, а решту - чартерним. Цей підхід часто використовується на далекомагістральних напрямках.

Чартер з відстоєм передбачає, що літак привозить групу туристів до пункту призначення, залишається там і повертається з тією ж групою після певного періоду. Цей вид чартерних рейсів економічно вигідний, оскільки стоянка літака обходиться дешевше, ніж порожній переліт назад. Однак, такі чартери зазвичай обмежені тривалістю туру, яка зазвичай не перевищує тиждень.

Реалізація маршруту чартерного рейсу потребує планування, заповнення рейсів у один бік, отримання необхідних дозволів та забезпечення місць для

паркування в аеропортах. Чартерні рейси мають географічні обмеження та сезонність, тому їх потрібно ретельно планувати, встановлюючи спеціальні маршрути, уникати порожніх перельотів та отримувати необхідні дозволи.

Таким чином, чартерні рейси мають свої переваги та недоліки, які більш детально представлені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Переваги та недоліки чартерних рейсів [48]

| Плюси чартерів                                                                               | Мінуси чартерів                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Літають прямо туди, куди немає регулярних рейсів.                                            | Виліт часто затримують або переносять.                                                 |
| Дешевше регулярних маршрутів по тому ж напрямку, якщо такі є.                                | На них не поширюються акції і розпродажі. Милі чартерами теж не накопичити.            |
| Дешевшають ближче до вильоту, тому що турфірмі потрібно розпродати все місце.                | Зазвичай входять до складу пакетного туру (але деякі можна знайти на Скайсканері).     |
| Авіаквитки можна переоформити на іншу особу перед випискою (зазвичай за 1-2 дні до вильоту). | Квитки можна повернути, а відпочинок - продовжити: тривалість чартерного туру обмежена |

На другому місці за популярністю після авіап перевезень знаходиться залізничний транспорт, який є найефективнішим для перевезення пасажирів і великих вантажів на середні та дальні відстані. Залізниця зручна для всіх категорій туристів, включаючи індивідуальних туристів, великі туристичні групи на регулярних лініях і чартерних поїздах, а також для організації спеціальних туристично-екскурсійних поїздок. Залізничний транспорт характеризується регулярністю руху протягом усього року, високою швидкістю і відносно низькою вартістю перевезень. Однак він менш ефективний при низькій концентрації вантажних і пасажирських потоків.

Важливо зазначити, що першою туристичною подорожжю, організованою залізничним транспортом, була поїздка англійського пастора Томаса Кука з Ліверпуля до Лондона. У цій подорожі взяли участь 570 осіб, і це було неможливо здійснити іншими засобами транспорту того часу [47].

Залізничний транспорт поділяють на швидкісний та пасажирський в залежності від швидкості руху. Швидкісні поїзди призначені для дальніх перевезень понад 700 км, місцеві поїзди – від 150 до 700 км, приміські – до 150 км.

В Європі існує така класифікація поїздів: TD – міжконтинентальний експрес, JC – міжнародний експрес, JCL – швидкісний суперекспрес, TEE – фірмовий експрес, EC – швидкісний експрес. Якість обслуговування на залізничному транспорті залежить від типу поїзда (поштовий, пасажирський, швидкий, фірмовий) та класу розміщення (загальний, плацкартний, м'який, спальний вагони) [48]. Більшість країн світу мають розвинуту мережу залізниць, що забезпечує доступність практично всіх географічно та історично цікавих районів для туристів.

Це створює значний потенціал для розвитку та збільшення популярності залізничного туризму. Під залізничним туризмом розуміється подорож, яку фізичні особи здійснюють залізницею на спеціалізованому залізничному транспортному засобі тривалістю від 24 годин до одного року або менше 24 годин, але з ночівлею, з метою оздоровлення, пізнавальних, професійно-ділових, релігійних та інших цілей, не пов'язаних з оплачуваною діяльністю. Крім основного призначення - перевезення - залізниця активно використовується для розважальних цілей. "Поїздки під парою" на ретропоїздах з унікальними локомотивами в національних парках стали розвагою для туристів, які мандрують по надшвидкісних та сучасних магістралях.

Стандартні поїздки залізницею можна розділити на три категорії: одноденна поїздка, коротка (2-3 дні) та багатоденна (починаючи з 5 днів або довше) [49].

Одноденна поїздка починається вранці і закінчується в той же вечір. По дорозі туристи перебувають у вагоні-ресторані, де вони можуть не лише їсти, а й дивитися виступи естрадних та циркових артистів. Туристів ведуть на конкретні станції, де для них готують спеціальні програми. Це може бути екскурсійна поїздка або пікнік на природі.

Під час дво- або триденної поїздки на поїзді пасажери перебувають у різних вагонах. Маршрут розроблений таким чином, щоб вночі, коли всі сплять, поїзд був у дорозі. Вдень туристи зайняті різними екскурсіями.

Багатоденний тур має різноманітний розклад руху поїздів, який передбачає багатоденні екскурсії. Залежно від різних маршрутів та планів турів, туристи часто виїжджають в дорогу й в денний час. Щоб уникнути втоми пасажирів, туристичні поїзди повинні курсувати безперервно протягом півтора днів між двома пунктами поїздки.

Груповий переїзд туристів до об'єктів туристичного інтересу без проживання, харчування та надання різних послуг в дорозі, як правило, здійснюється за лінійним маршрутом одним з трьох способів: групові подорожі туристів у вагонах без проживання, харчування та різноманітних послуг, які надаються їм в дорозі; регулярні міжміські поїзди та місцеві поїзди; фіксований (один рік або один сезон) розклад руху, прикріплений до звичайного поїзда протягом періоду подання заявок на поїздки в туристичну агенцію.

Під час подорожі круговим або радіальним маршрутом міжміський залізничний вокзал забезпечує туристичні послуги або доступ до об'єктів, які цікавлять туристів у проміжних пунктах; на круговому або радіальному маршруті туристи подорожують на автомобілі, оскільки перевагами автомобільного транспорту є мобільність, невисокі тарифи, можливість транспортування багажу, можливість зупинок в дорозі, невисокі питомі капітальні затрати тощо.

Недоліки даного виду транспорту включають невисоку пасажиромісткість і експлуатаційну швидкість, забруднення довкілля продуктами згоряння палива, невисокий рівень комфортного життєзабезпечення під час тривалих поїздок, висока аварійність тощо.

Автобусні поїздки або подорожі вважаються відносно новим напрямком в індустрії туризму. Початок становлення автобусних турів прийнято вважати 70-ті роки XX століття. До початку даного періоду автобусний транспорт експлуатувався для наступних цілей: трансфер, екскурсії та регулярні місцеві перевезення. З 1986 року в європейських країнах спостерігається висока

конкуренція між залізничними і автобусними організаціями. Ці обставини призводять до формування об'єднання автобусних перевізників – Ради "ЕВРОЛІНІЇ" ("Eurolincs"). Дана структура включає в себе 33 європейських партнери. Ці автобусні фірми стали здійснювати свою діяльність під однією торговою маркою, розробили єдиний комплекс автобусних повідомлень за наскрізними квитками до єдиних стандартів забезпечення і програмою заохочень і знижок.

На сучасному етапі туризму автобусні поїздки стають все більш популярними і розвинутими. Цей економічний напрямок в туризмі має масовий характер і показує тенденцію до подальшого зростання.

Основними запитам туристів є автобусні тури на вихідні дні, зазвичай тривалістю два-три дні, що охоплюють європейські міста з пізнавальною метою. Також популярні маршрутні тури тривалістю один-два тижні, які охоплюють європейські міста з екскурсійною метою.

Варто зазначити, що сезонність не впливає на організацію автобусних турів, оскільки вони доступні протягом всього року. При плануванні маршрутів у європейських країнах туроператорам необхідно враховувати обмеження щодо швидкості та інші фактори. Також для автобусних поїздок потрібно оформити спеціальне страхування, включаючи зелену карту (страхування цивільної відповідальності автотранспортного засобу на користь третіх осіб при винищенні, втраті чи пошкодженні) [50].

Автобусні поїздки можуть здійснюватись на власних автобусах туристичних підприємств або орендованому транспорті, належному незалежним автотранспортним компаніям. Зазвичай туристичні агентства віддають перевагу оренді автобусів. Туроператори укладають договори на оренду автобуса для перевезення пасажирів з туристичною метою.

Крім того, у сучасних умовах все більш популярними стають подорожі, в яких використовується особистий транспорт туристів. Головною особливістю подорожей на власному автотранспорті є відсутність транспортного забезпечення в пакеті послуг, що надається туристичним підприємством. Найпоширенішими турами в цьому напрямку є поїздки на вихідні дні.

Популярністю користуються поїздки з оздоровчою метою, такі як виїзд на природу або до місць відпочинку, а також пізнавальні поїздки до історико-культурних пам'яток. Варто зазначити, що розвиток готельної інфраструктури, зокрема мотелів, безпосередньо пов'язаний з автомобільним туризмом. У багатьох розвинених країнах вздовж популярних туристичних маршрутів відкриті мережі невеликих готелів і кемпінгів, які надають свої послуги туристам з власним автомобілем [50].

Після автомобільного туризму за популярністю йде водний транспорт. У пасажирському перевезенні річкові судна складають невелику частку. Це пояснюється тим, що звичайна швидкість такого транспорту становить 20-30 кілометрів на годину, що не конкурує з більш швидкісними автобусами та потягами. Використання підводних крил і повітряної подушки може збільшити швидкість суден до 80 кілометрів на годину.

Однак це призводить до зростання вартості перевезень через велику витрату палива. Останнім часом на річці почало з'являтися все більше суден на повітряній подушці для перевезення пасажирів. Цей тип транспорту має характеристики земноводних і не потребує спеціально обладнаних причалів. Весняні повені роблять його єдиним засобом транспорту, що може перевозити людей та товари з одного узбережжя на інше. Залежно від акваторії, де використовується цей вид транспорту, відрізняють річковий і морський транспорт.

Перший вид водного транспорту також називають ОВТ (внутрішній водний транспорт). Це кораблі, що перевозять вантажі та пасажирів внутрішніми водними шляхами (річка, канал, водосховище, озеро). У річкового транспорту давня історія, ще в Давньому Єгипті будували річкові кораблі, гребні або парусного типу. Пізніше використовували тягу коней або людей, що йшли по березі. У XIX столітті з'явилися перші річкові пароплави [24].

Особистий водний транспорт є дуже популярним для різних цілей, таких як риболовля, туризм, відпочинок і проведення заходів. Для відпочинку і туризму використовуються різні види суден, такі як човни і катери. Надувні човни широко використовуються серед любителів риболовлі. Для проведення

заходів використовуються яхти, а для далеких туристичних походів по річках використовуються спеціальні транспортні і туристичні човни.

Водний туризм стає все більш популярним у останні роки. Подорожі туристів по морях і річках регулюються міжнародними конвенціями, такими як Афіньська конвенція "Про перевезення морем пасажирів і багажу" (1974 р.) і Міжнародна конвенція "Про уніфікацію деяких правил при перевезенні морем пасажирів та їх багажу" (1967 р.).

Засоби морського пасажирського транспорту можна класифікувати на основі різних критеріїв. (рис. 1.6)

#### Пасажирські лайнери

- регулярні в трансокеанських лініях

#### Пасажирські лайнери

- регулярні лінії каботажного плавання в межах прибережних територіальних вод держави

#### Круїзні судна

- здійснюють від 5-ти до 15-ти денних, і більш тривалі рейси з заходженням у кілька портів різних держав, в тому числі з короткочасною (1-2 дні) стоянкою

#### Пасажирські лайнери

- регулярні лінії міжнародних рейсів між портами різних держав або між портами одного держави, але із заходом в порт іноземної держави

#### Пороми

- здійснюють регулярні вантажопасажирські перевезення; судна для перевезення спеціальних категорій пасажирів, наприклад, паломників

Рис.1.6. Засоби морських пасажирських перевезень [25]

Основними видами водних подорожей є морські і річкові круїзи. Круїзи поєднують в собі відпочинок і знайомство з країнами, містами, історичними та культурно-туристичними об'єктами. Серед найпопулярніших районів морських круїзів можна виділити Карибський басейн, Середземномор'я, Західне узбережжя США, Північну Європу та Азію.

Останнім часом круїзні компанії зосередилися на розвитку нових морських районів в Японії, Австралії та Новій Зеландії, щоб задовольнити зростаючий попит туристів. На сьогоднішній день на світовому круїзному ринку налічується близько 162 пасажирських суден загальною місткістю

приблизно 13 297 пасажирських місць, а кількість пасажирів щороку сягає 6 мільйонів.

Водні екскурсійні тури мають багато переваг всі вони перелічені на рис.

1.7.

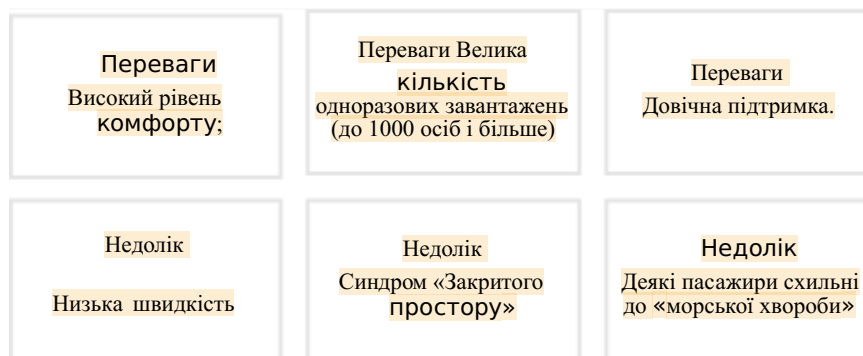


Рис. 1.7 «Переваги та недоліки водних екскурсійних турів»

Водні екскурсійні тури мають багато переваг, які представлені на відповідній діаграмі. Залежно від рівня комфорту, водні транспортні засоби класифікуються як стандартні (\*\*\*), першокласні (\*\*\*\*), престижні (\*\*\*\*\*), суперлюкс (\*\*\*\*\*).

Круїзні подорожі можуть бути класифіковані за вартістю та спрямованістю. За вартістю розрізняються наступні типи круїзів:

1. Економічні круїзи: це бюджетні варіанти, доступні для широкого кола туристів.

2. Класичні круїзи: ці круїзи переважають на міжнародному рівні і мають середні ціни.

3. Преміум-круїзи: ці круїзи орієнтовані на вимогливих клієнтів, які мають підвищені вимоги до сервісу та комфорту. Тут пропонується персональне обслуговування.

4. Круїзи-люкс і ексклюзивні: ці круїзи призначені для дуже багатих туристів, які займають високе положення в суспільстві. Вони надаються як

своєрідні закриті клуби. Географія цих круїзів нахилиється до екзотичних напрямків.

Характеристиками, які відрізняють круїзи від інших видів туризму, є:

- Найвищий рівень комфорту і сервісу.

- Можливість реалізації різних цілей подорожей, включаючи відпочинок, спорт, пізнавальні екскурсії в портах, ділові заходи, семінари, презентації або майстер-класи.

- Повний комплекс життєзабезпечення, включаючи проживання, харчування та дозвілля на борту круїзного лайнера.

Таким чином, основні переваги водного транспорту (морського та річкового) включають високий рівень комфорту, великий обсяг одноразового завантаження та можливість реалізації різних видів туризму. Кожен з вищезазначених видів транспорту має свої особливості, переваги та недоліки.

**Залізничний транспорт** є ефективним для перевезення пасажирів та великих вантажів на середні та далекі відстані.

**Авіаційний транспорт** є швидким і зручним способом подорожувати між країнами та має привабливий сервіс.

**Водний транспорт**, зокрема круїзні лайнери, надають високий рівень комфорту та забезпечують повний комплекс життєзабезпечення. Автомобільний транспорт має свої переваги, такі як мобільність, низькі тарифи, можливість перевезення багажу та зупинок по дорозі.

Дослідження різних транспортних систем дозволяє зробити висновок, що кожен з них має свої особливості та переваги.

### 1.3 Світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристських послуг

В останні роки індустрія туризму стала однією з головних галузей економіки більшості країн. Туристичний продукт, який вона надає, містить

широкий спектр послуг і товарів, що споживаються під час подорожей. Транспортні послуги, що входять до складу туристичного продукту, мають значний вплив на його якість і є однією з важливих складових світової туристичної індустрії. Для туристичних перевезень використовуються різні види транспорту, такі як наземний, повітряний та водний. Однак, популярність та попит на різні види транспорту для туристичних перевезень залежить від географічного положення, кліматичних умов, економічного розвитку, національних традицій, соціального стану та рівня життя населення та інших факторів країни.

Наприклад, автомобільний туризм в США зародився ще на початку XX століття і є популярним способом подорожувати по Північній Америці. Багато туристів вважають, що найкраще подорожувати автомобілем, особистим або орендованим, оскільки дороги в цій країні в хорошому стані, а магістральні траси прокладені через всю країну, що дає можливість відвідати такі пам'ятки, як Великий Каньйон, Долина смерті, місто "Золоті ворота" в Сан-Франциско та багато інших.

У Великобританії також популярні автомобільні маршрути, які поєднуються з відвідуванням культурних та архітектурних пам'яток, таких як Біг-Бен, замок Бомаріс, палац Голіродхаус, Стоунхендж, Тауер та Шервудський ліс.

У Франції туристи також приваблюються маршрутами, пов'язаними з культурою та архітектурою країни, але часто їх поєднують з відпочинком на Альпійських лижних курортах або узбережжі Середземного моря.

Однак важливо зазначити, що пандемія COVID-19 суттєво вплинула на транспорт. Багато країн рекомендували користуватися транспортом тільки в разі крайньої необхідності, кількість пасажирів різко зменшилась, а послуги скоротилися. Захисні заходи, такі як обов'язкове носіння масок, розміщення пасажирів з дотриманням соціальної дистанції та дезінфекція, були введені для забезпечення безпеки. Це призвело до значних фінансових втрат для пасажирів та операторів транспорту, а також вимагало внесення змін в дії та поведінку всіх сторін.

Таким чином, кожен вид транспорту має свої особливості та переваги в різних країнах світу, і їх популярність залежить від багатьох факторів.

Німеччина є багатою країною, тому громадяни мають можливість подорожувати по місту або навіть за кордоном на власних автомобілях. У країні також існує більша кількість офіційно зареєстрованих маршрутів порівняно з Францією. Однак перед початком поїздки автотуристи повинні враховувати особливості кожної країни. Вони повинні заздалегідь ознайомитися з правилами, такими як допустима швидкість, місця для паркування, використання віньєток та обмеження в'їзду в історичні центри міст або обов'язкові вимоги до світловідбиваючих жилетів.

Окрім того, одним з напрямків автомобільного туризму є караванінг, що є новим явищем. Це відносно недавно з'явився спосіб подорожувати на невеликих фургонах або причепах, відомих як "автодом". Ці транспортні засоби мають спальне місце, душову кабінку, кухню та інші зручності. Караванінг став популярним у США і Європі, а тепер цей тренд також поширюється в Китаї.

Караванінг є безпечним і бюджетним способом подорожувати, особливо для тих, хто любить спокійний відпочинок та має достатньо вільного часу. Це також ідеальний варіант для сімейних поїздок, оскільки можна зупинятися в будь-який час і організовувати перепочинок на природі або в оснащених кемпінгах. Караванінг дозволяє самостійно планувати подорожі з урахуванням власних інтересів, бюджету та комфортного ритму. Варто пам'ятати, що автодом потребує додаткового обслуговування, такого як чищення, заправлення туалетних касет та невеликі ремонтні роботи.

Крім караванінгу та автостопу, автобусні подорожі також є популярним видом подорожей. Початок розвитку цього виду туризму можна віднести до 70-х років, коли ірландська компанія "СІЕ" організувала перше міжнародне автобусне сполучення Лондон-Дублін-Голуей, яке вважається одним з найдешевших способів туризму в Європі. Ціна є основним фактором, який впливає на туристичний вибір, а також якість послуг та імідж компанії, яка забезпечує туризм, та витрати часу.

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Інтегровані автобудинки  | Варіант преміум-класу. Призначені для вимогливих до комфорту клієнтів, які готові викласти за такий будинок велику суму грошей.                                                                                                                                |
| Вени<br>(кастенваген)    | Зовні нагадують звичні мінівени з однією відмінністю - внутрішній простір підходить для проживання. У таких будинках на колесах можна дивитися телевізор, спати, готувати.                                                                                     |
| Альковні будинки         | Їх легко впізнати завдяки характерній надбудові над кабіною автомобіля. Ця надбудова призначена для обладнаного двоспального ліжка. Переваги - можливість використовувати транспортний засіб у будь-який час року, подорожувати великою компанією (до 7 осіб). |
| Напівінтегровані будинки | Кабіна водія поєднується з житловим простором. Аеродинамічні характеристики вище, витрата палива - нижче. У всьому іншому це той же альковний будинок.                                                                                                         |

Рис.1.8. Різновиди автобудинків [22]

У 1986 році була створена рада директорів **"EUROLINE"**, до якої входило 33 європейських партнери, і зараз вона обслуговує 250 маршрутів у Європі. З 1992 року в Східній Європі поширюється "європейський шлях", існують три типи автобусних турів: звичайні автобусні поїздки за розкладом руху та визначеними маршрутами, автобусні тури "човником", які включають комплекс послуг.

Також у сучасних умовах розвивається європейський річковий круїзний ринок і річковий туризм. Річковий туризм є ідеальним способом вивчення

Європи. Хоча цей вид туристичного продукту має певні труднощі у завоюванні широкого ринку, переважно через високі ціни, він успішно представлений на європейському туристичному ринку, і попит на нього зростає. Основними споживачами річкових круїзів є люди похилого віку, а головні країни-учасники цього ринку - Америка, Франція, Німеччина, Швейцарія та Нідерланди.

Річкові круїзи можуть мати різну тривалість та маршрути, зазвичай вони тривають від 7 до 15 днів. Основні річки, по яких курсують річкові круїзи в Європі, включають Дунай, Рейн, Сена, Рона, Ельбу та Головний Дунайський канал. До Відня можна дістатися через Франкфурт-на-Майні.

Крім річкового туризму, залізниці також стали одним із способів для туристів побачити світ, показуючи картини, на які не здатна авіація. Останнім часом поїзди по всьому світу вже не виконують тільки транспортну роль, вони також стали популярними серед туристів. Розглянемо декілька таких туристичних подорожей на поїздах.

1. Східний експрес, який став символом розкішних залізничних подорожей, почав свою історію у 1889 році, коли Жорж Нагельмакерс запропонував маршрут з Парижа до Стамбула. З того часу залізничний транспорт змінився, ставши більше розвагою і способом побачити світ. Сьогодні Східний експрес пропонує два маршрути: Париж - Будапешт - Бухарест - Стамбул (6 днів / 5 ночей) і Лондон - Париж - Венеція (2 дні / 1 ніч).

2. **Belmond Royal Scotsman**, що також належить **Belmond**, є північним варіантом Східного експресу. Це найкращий спосіб побачити Шотландію, не жертвуючи комфортом. Подорож на поїзді може тривати від двох до семи ночей і розпочинається в Единбурзі.

3. **Andean Explorer** в Перу - це захоплюючий поїздний маршрут довжиною 281 кілометр, який проходить по Андам. Кінцевою точкою маршруту є Мачу-Пікчу, столиця інків.

4. **Eastern and Oriental Express** в Південно-Східній Азії пропонує подорож з Бангкока до Сінгапуру, яка демонструє всю красу Південно-Східної Азії. Це більше схоже на сухопутний круїз, ніж просто поїздку на розкішному потязі. Система східних експресів дозволяє пасажиром насолоджуватися визначними пам'ятками кількох країн Східної Азії.

5. Токайдо Шінкансен (швидкісний поїзд-куля) в Японії надає швидкі та захоплюючі враження. Цей поїзд подолає майже 600 кілометрів між Токіо і Осако за дві години. Це ідеальний спосіб насолодитися природою Японії, що швидко змінюється.

6. Qing 1 та Qing 2 в Китаї - це залізничний маршрут в Лхасу, який вважається найвищим за висотою. Маршрут проходить через гірські хребти, досягаючи висоти 5,068 метрів, що перевищує навіть висоту Альп Монблан. Вагони зроблені герметичними, а пасажирів забезпечують штучним киснем.

7. Rovos Rail в Африці пропонує захоплюючі маршрути, які проходять через довгі ділянки залізниць, що залишилися від колонізації. Одним з найпопулярніших маршрутів є поїздка з Кейптауна до водоспаду Вікторія.

8. Glacier Express в Швейцарії є одним з найвідоміших європейських туристичних поїздів і проводиться по мальовничих схилах і ущелинах Альп, з'єднуючи Церматт і Давос.

9. Maharaja Express в Індії є одним з найрозкішніших поїздів у світі і відомий своїми сухопутними круїзами до визначних місць Індії. Пасажирам пропонуються різні варіанти розміщення, включаючи президентський люкс площею 45 квадратних метрів. Маршрути Maharaja Express можуть тривати від 4 до 8 днів.

Залізничні мандрівки стають все більш популярним видом відпочинку за кордоном. Німці, англійці і швейцарці є найбільш відданими прихильниками цього виду туризму. Варто зазначити, що жителі Великобританії і Швейцарії найчастіше подорожують по своїх власних країнах, тоді як німці мають досвід подорожей по всій Європі, а навіть до Росії та Америки. Особливою розкішшю для німецьких туристів є подорожі паровозами. Мережа залізниць в Європі налічує понад 240 000 кілометрів. Щоб подорожувати по Європі, варто скористатися проїзним квитком, який дозволить здійснити кілька поїздок і не мати проблем зі зміною планів. Крім того, в Європі поширені різні види залізничних проїзних квитків, які надають необмежену можливість пересуватися протягом певного часу та в межах певного району. Залізниці відіграють важливу роль у розвитку туристичного руху. Отже, результати досліджень показують, що в світі існує різноманітний досвід використання

різних видів транспорту. Найпопулярнішими є автомобільний, авіаційний, морський і залізничний транспорт. Караванінг також набуває все більшої популярності. Очевидно, що туризм сильно залежить від транспорту, його безпеки, швидкості та комфорту, які надаються туристам під час подорожі. Розуміння взаємодії з транспортними організаціями, правил безпеки для туристів, знижок та пільг при придбанні транспортних послуг має велике значення як для туристів, так і для організаторів поїздок. Розвиток туризму стримується тим, що в деяких країнах транспортні системи не відповідають світовим стандартам щодо зручності, ефективності і безпеки, а реалізація нових проектів в сфері транспорту, таких як будівництво аеропортів, автомобільних і залізничних доріг, потребує великих інвестицій і часу.

Висновки до I розділу, отримані в результаті проведених теоретичних досліджень та аналізу, наступні:

1. Транспортні послуги є ключовим елементом в організації туристичних послуг і становлять значну частку вартості туру, зазвичай 40-60%. Різні види транспорту використовуються в туристичній індустрії для забезпечення подорожей. Авіаційний транспорт є найпоширенішим видом транспорту у туристичній галузі.

2. Описано основні види транспорту, які використовуються в загальному транспортному обслуговуванні в туризмі: залізничний, повітряний, водний (морський і річковий) та автомобільний. Розглянуто характерні особливості кожного з цих видів транспорту при наданні послуг в туризмі.

3. Проаналізовано світовий досвід застосування різних транспортних систем в організації та реалізації туристичних послуг, зокрема в Сполучених Штатах Америки, Німеччині, Швейцарії, Індії та Японії.

## РОЗДІЛ II

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПРИ  
ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

## 2.1. Аналіз особливостей розвитку транспортної системи України

В попередньому розділі було встановлено, що транспортна система, яка активно використовується в сфері туризму, включає залізничний, автомобільний, річковий, морський і повітряний транспорт. Крім універсальних видів транспорту загального користування, існує також промисловий транспорт, який задовольняє потреби в технологічних перевезеннях підприємств, будівництва і організацій. Кожна транспортна система характеризується здатністю до удосконалення та розвитку.

Розвиток транспортної системи - це процес, спрямований на зміни в системі, які призводять до її удосконалення. Ці зміни можна розглядати як кількісні (введення в експлуатацію нових транспортних засобів, розширення довжини транспортної мережі, поява нових підприємств інфраструктури тощо) і якісні (поява нових маршрутів транспортування, модернізація транспортної мережі, впровадження нових технологій у процесах транспортування, розвиток інформаційної складової транспортного процесу тощо). Потенціал розвитку транспортної системи можна розглядати як здатність елементів системи (видів транспорту, транспортних підприємств тощо) піддаватися кісним змінам, які призводять до поліпшення існуючих або виникнення нових властивостей та елементів системи, що обмежені розмірами наявних транспортних ресурсів і загальними економічними умовами [25].

Подальші напрямки розвитку потенціалу національної транспортної системи України неможливо розглядати без врахування загальних тенденцій розвитку світового господарства, а саме активізації глобалізаційних процесів, формування стабільних регіональних товарних ринків, формування єдиного економічного простору. Ці зовнішні чинники разом з чинниками внутрішнього

характеру повинні бути враховані при визначенні подальших векторів розвитку транспортної галузі країни. Аналіз впливу зазначених факторів на потенціал розвитку транспортної системи України дозволив диференціювати їх на фактори позитивного та негативного впливу, узагальнена систематизація яких наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Фактори впливу на розвиток потенціалу транспортної системи України  
(узагальнено автором на основі [7])

| Позитивний вплив                                                                                                              | Негативний вплив                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Внутрішні (національні) фактори                                                                                               |                                                                                                                                                         |
| Територіальні                                                                                                                 |                                                                                                                                                         |
| Вигідне розташування на перетині основних транспортних шляхів між Європою та Азією. Найбільша територія (5,7%) в Європі.      | Наявність конкурентних транспортних систем сусідніх країн                                                                                               |
| Наявність морського кордону (1057 км – чорноморський, 298 – азовський)                                                        |                                                                                                                                                         |
| Інфраструктурні                                                                                                               |                                                                                                                                                         |
| Наявність добре розвинутої транспортної мережі, представленої всіма видами транспорту                                         | Відставання в розвитку транспортної мережі за якісними показниками порівняно з європейськими країнами                                                   |
| Наявність розвинутого портового господарства                                                                                  | Відсутність власного морського флоту, відставання морських портів у технічних характеристиках, низький рівень контейнеризації                           |
| Розвинена інфраструктура аеропортів                                                                                           | Недостатня кількість міжнародним статусом аеропортів з                                                                                                  |
| Загальноекономічні                                                                                                            |                                                                                                                                                         |
| Активізація зовнішньоторговельної діяльності країни, як наслідок зростання попиту на транспортні послуги                      | Низький інвестиційний потенціал галузі                                                                                                                  |
| Посилення конкуренції на внутрішньому ринку транспортних послуг, особливо автомобільного, морського та авіаційного транспорту | Висока залежність виробництва та попиту на транспортування від чинників зовнішнього міжнародного середовища (кризи, тощо)                               |
| Орієнтація на інноваційну модель розвитку національної економіки, транспортної системи зокрема                                | Залежність галузі від розвитку взаємопов'язаних галузей (транспортного машинобудування, зокрема) та від загальних темпів економічного зростання держави |

Отже, розвиток транспортної системи України визначається позитивним впливом різних факторів. Серед них є територіальні переваги, такі як географічне та геоекономічне розташування країни, присутність морського та сухопутного кордонів. Інфраструктурні фактори, зокрема розвинена транспортна інфраструктура, залізнична мережа та портове господарство, також впливають на потенціал розвитку. Наявність ефективної нормативно-правової бази та регуляторних інститутів є важливим інституційним чинником.

Загальноєкономічні фактори, такі як зростання конкуренції на внутрішньому ринку транспортних послуг, активізація зовнішньоторговельної діяльності та орієнтація на інноваційну модель розвитку, також впливають на розвиток транспортної системи. Наднаціональні та глобальні фактори, які включають міжнародне співробітництво, розвиток регіональних транспортних систем та зміцнення зовнішньоекономічних відносин, також мають важливе значення.

Проте існують обмежуючі чинники розвитку транспортної системи України, які включають низькі темпи якісних зрушень у порівнянні з європейськими країнами, відсутність власного морського флоту, низький рівень контейнеризації портового господарства, недостатня конкурентоспроможність автомобільного та авіаційного транспорту, а також відсутність чіткого механізму реалізації стратегій розвитку транспортної галузі.

Невідповідність нормативно-правової бази європейському законодавству, необхідність її швидкої адаптації, а також низький інвестиційний потенціал галузі також є значними викликами. Залежність транспорту від динаміки виробництва, розвитку взаємопов'язаних галузей, загальних темпів економічного зростання держави, а також зростаючий конкурентний вплив інших транзитних держав також впливають на розвиток транспортної системи України.

Туристичні перевезення є важливою складовою туристичного потоку іноземних громадян в Україну. Інвестиції, як національні, так і закордонні, відіграють важливу роль у відновленні, розбудові та поліпшенні туристичної інфраструктури України та її регіонів шляхом розвитку національних транспортних мереж.

Україна має шість основних залізничних мереж, які об'єднані державним департаментом "Укрзалізниця". Країна виступає як транзитний транспортний міст, що з'єднує країни Європи, Азії та Америки. Найбільшу мережу залізничних магістралей можна знайти на Придніпров'ї, правобережному лісостепу та західних територіях України. Найважливішими внутрішніми залізницями є лінії Київ-Харків, Київ-Львів, Київ-Одеса, Харків-Севастополь.

Багато туристів, які подорожують на відстань від 500 до 1000 км, в основному обирають залізничний транспорт. Ця популярність пов'язана з напрямками, де активно відбувається туристичний обмін, такими як Росія, Білорусь, Балтійські країни, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Сербія, Болгарія і Молдова. Однак, для подорожей до країн Східної Європи залізничний транспорт постає перешкодою через різну ширину залізничної колії в Україні та європейських країнах. Щоб вирішити цю проблему, на спеціально обладнаних станціях та пунктах перестановки вагонів здійснюється перехід вагонів на євроколію, але це збільшує час подорожі, що є головною причиною обмеженого використання залізничного транспорту в туристичній сфері.

Морська інфраструктура України є частиною морської інфраструктури Азовсько-Чорноморського басейну, що оточує шість держав. Розвиток морської інфраструктури причорноморських держав нерозривно пов'язаний з міжнародними транспортними коридорами в Азовсько-Чорноморському та Чорноморсько-Каспійському регіонах. Україна входить до Паневропейського транспортного коридору разом з Австрією, Угорщиною, Югославією, Болгарією, Румунією та Молдовою. В Чорноморському та Азовському басейнах, а також у дельті Дунаю працює 13 морських портів.

Україна та країни Чорноморського регіону пов'язуються розвиненими морськими лініями та паромними переправами, такими як Іллічівськ-Варна, Іллічівськ-Поті, Одеса-Хайфа. Економічні зв'язки України з іншими країнами підтримуються та розвиваються завдяки переправам Дунаєм і виходу України до Північного моря через канал Дунай-Майн-Рейн. Використання цих можливостей має сприяти розвитку річкового круїзного туризму в Україні.

На жаль, річковий транспорт України не тільки не розвивається, мало використовується і знаходиться в стані занепаду. Головними та найбільшими річковими портами України є Київ, Кременчук, Дніпро, Запоріжжя, Нікополь, Херсон, Ізмаїл, Рені, але міжнародні річкові пасажирські перевезення здійснюються лише в двох областях країни - Одеській та Київській. Однак аналіз свідчить, що в Україні розвиток цього виду транспорту стримується застарілою матеріально-технічною базою та значним ступенем зносу суден. Це унеможливує розвиток річкового транспорту [36].

Невід'ємною умовою забезпечення нормального функціонування транспортної інфраструктури та підвищення попиту на пасажирські перевезення в Україні є стабільна робота авіаційного транспорту. Україна використовує авіаперевезення пасажирів засобами Державної національної авіакомпанії "Авіалінії України" та інших авіакомпаній, таких як "Аеросвіт", "Міжнародні Авіалінії України", "Українсько-94 середземноморські авіалінії", "Авіаційна компанія "Роза Вітрів", "Авіалінії Віз Ейр Україна", "Київські авіалінії" [32]. Станом на 2020-2021 роки в країні функціонує до 20 аеропортів, з яких 2/3 потребують реконструкції та суттєвого переоснащення. Міністерство інфраструктури має намір до 2030 року відродити всі 50 об'єктів, що сприятиме підвищенню рівня розвитку сфери туризму [18].

Доступна мережа авіаційних зв'язків в Україні включає прямі та транзитні рейси. Аеропорт "Бориспіль" виконує переважну частину авіатранзиту через Україну [18]. Розвиток транспортної інфраструктури туристичної галузі має великий потенціал для поліпшення сфери туризму та забезпечення економічного зростання країни. Аналіз показує, що в Україні існує значний потенціал як важливого транспортного зв'язку між східним та західним регіонами, а також очікується економічний ріст завдяки зближенню з Європою.

Спрощення візового режиму та доступ до відкритих повітряних просторів сприяють конкуренції між авіакомпаніями, зниженню вартості подорожей та збільшенню попиту на авіаперевезення. Експерти вважають, що внутрішній туризм має перспективи, оскільки багато людей, які бояться або не можуть собі дозволити відпочинок за кордоном, готові переключитися на вітчизняні курорти [13]. Проте, сьогодні автомобільна дорожня мережа не

відповідає європейським стандартам за багатьма критеріями, такими як швидкість руху, наявність комплексних сервісних пунктів, технічна та медична допомога, телекомунікаційне обладнання [14]. Автомобільні перевезення переважно здійснюються на короткі і середні відстані і не є найбільшим видом транспорту за кількістю перевезених вантажів і пасажирів. Загальна довжина доріг в Україні становить близько 9000 кілометрів, майже всі з них мають тверде покриття. Рівнинна місцевість сприяє рівномірному розвитку дорожньої мережі по всій країні. Важливими автомагістралями є шосейні дороги з високою пропускнуою здатністю і швидкістю руху.

Проте за довжиною автомобільних доріг Україна поступається багатьом європейським країнам. Низька якість автомобільних доріг та послуг призвела до проблем інтеграції української транспортної мережі в європейську транспортну систему. Великими транспортними вузлами є Київ, Харків, Дніпро, Запоріжжя, Умань, Львів. Зростає роль автомобільного транспорту в перевезеннях на великі відстані та в міжнародному сполученні.

Основні маршрути, які використовуються для виїзду з України, проходять через Ковель, Львів, Одесу, Ізмаїл, Ужгород, Чернівці, Маріуполь, Харків, Суми, Глухів, Чернігів [37]. В майбутньому транспортна мережа буде все більше інтегруватися в розвинуту європейську комунікаційну систему, зокрема планується будівництво трансєвропейської автостради Київ-Мадрид.

Усі види транспорту (табл. 2.2) та ланки транспортного процесу у взаємодії на рівнях національному, міжнародному, міжконтинентальному та глобальному складають світову транспортну інфраструктуру.

Таблиця 2.2

Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту за 2019-2020 рр. [18]

| Вид транспорту           | 2020 р.    | 2019 р.    |
|--------------------------|------------|------------|
| Залізничний              | 68,3 млн   | 154,8 млн  |
| Морський                 | 0,3 млн    | 0,7        |
| Автомобільний (автобуси) | 1083,9 млн | 1804,9 млн |
| Авіаційний               | 4,8        | 13,7       |

Рік 2020 сильно вплинув на звичний спосіб життя людей, і його називають найгіршим у світовій історії. Цей рік був повний негативних подій, починаючи зі загострення геополітичної обстановки і міжетнічних конфліктів, локальних бойових дій і природних катаклізмів, а завершився глобальною проблемою - поширенням пандемії COVID-19. Вплив коронавірусу сьогодні охопив майже всі галузі економіки. Багато секторів, зокрема виробничий сектор, туристична галузь і готельний бізнес, пасажирські і вантажні авіаційні та наземні перевезення, виявилися серйозно постраждалими внаслідок поширення коронавірусної інфекції, особливо авіакомпанії зазнали найбільших збитків.

Україна має великий транспортний потенціал, який може сприяти розвитку транспортної мережі, прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір і збільшенню потоків в'їзного туризму. Проте стан транспортної інфраструктури туристичної галузі в Україні наразі не задовільний. Більшість транспортних об'єктів треба визнати застарілими, занедбаними і не відповідають вимогам якості обслуговування туристами, особливо залізниця та автомобільний транспорт. Автомобільні мережі не відповідають європейським стандартам щодо багатьох показників. Проблеми на морському, річковому та повітряному транспорті пов'язані зі значним фізичним і моральним зношуванням транспортних засобів.

Аналіз різних видів транспорту в Україні свідчить про наявність серйозних проблем, їх велику масштабність та складність, які мають визначальне значення для загального розвитку економіки України, а також потребують негайного вирішення. Ці проблеми вимагають значних інвестицій та складних організаційних рішень.

Для розвитку туризму та транспортної інфраструктури в Україні необхідно вирішити наступні основні завдання: впровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку туристичної галузі; визначити шляхи, форми та методи стимулювання розвитку всієї інфраструктури туристичної сфери; створити ефективну модель інвестиційної політики в галузі туризму, яка враховуватиме соціально-економічні інтереси держави; удосконалити організаційні структури управління галуззю туризму; забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історико-

культурного середовища; прийняти екологічні регламенти та затвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дії та впровадити в практику управління. Для зміцнення позицій України на світовому ринку необхідні створення сучасної транспортної інфраструктури та докорінна організаційна перебудова всієї транспортної системи країни. Треба розробити високошвидкісні мережі, які будуть відповідати міжнародним стандартам та класу, з високою якістю обслуговування, сприяти соціально-економічному розвитку прилеглих територій і водночас відігравати значну роль у подальшому розвитку туризму.

Загалом, Україна має величезний транспортний потенціал, який може сприяти розвитку транспортної мережі, прискоренню інтеграції України до міжнародного економічного простору та збільшенню потоку в'їзного туризму. Наступним розділом доцільно буде провести аналіз туристичної агенції "NOVA tour" та розглянути її як суб'єкта господарювання.

## 2.2. Аналіз туристичної агенції «NOVA tour» як суб'єкта господарювання

Роль туристичних агенцій в туризмі полягає в реалізації турів або путівок. Туристична агенція "NOVA tour" не формує окремі компоненти туру, такі як квитки, готелі, зустрічі-проводи в аеропортах та екскурсійні послуги. В рідкісних випадках, коли агентство підбирає різні компоненти від різних постачальників і продає їх як пакет, воно виконує функцію туроператора. Проте, сьогодні закон обмежує агентство у праві пакетувати тури. Об'єктом дослідження у кваліфікаційній роботі було обрано туристичну агенцію "NOVA tour".

Заробіток агентства "NOVA tour" становить від 10% до 12%, рідше - від 7% до 15% від загальної вартості туру. Зазвичай практика полягає в тому, що туристична агенція перераховує суму туроператору вже з вирахуванням своєї комісії. Але за деякими формами договору туроператор оплачує (повертає) агентству його комісію періодично. В турагентстві зазвичай працюють 2-3

турагента. В професійній термінології продавець турів називається менеджером, хоча у нього немає підлеглих.

Згідно Закону України "Про туризм", туристичні агенти є юридичними особами, створеними відповідно до законодавства України, і займаються реалізацією туристичної продукції туристичних операторів та посередницькою діяльністю туристичних послуг інших суб'єктів туризму, а також реалізацією типових та супутніх послуг.

Тобто це організації, які продають тури, що включають туроператорів. Туристичні агенції купують туристичні товари у туристичних агенцій, продають їх покупцям або виступають посередником між туристами та туристичними агенціями, а також отримують комісійні, надані туристичними агенціями.

Туристична агенція "NOVA tour" діє на підставі виписки від імені фізичної особи-підприємця Окуловської Наталії Миколаївни та розташована за адресою: 50000, м. Кривий Ріг, вул. Пушкіна 3, приміщення 32.

Туристична агенція "NOVA tour" спеціалізується на діяльності туристичних агентств згідно з класифікацією КВЕД (Класифікатор видів економічної діяльності) із кодом 79.11. Їх основна діяльність включає просування і реалізацію турів, сформованих туроператорами, а також повне висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по різних турах, курортах та туристичних центрах. Агенція організовує продаж туристичного продукту.

Туристична агенція "NOVA tour" є суб'єктом на ринку туристичних послуг і займається організацією подорожей, турів і наданням послуг з розміщення для короткотермінового проживання. Вони продають свої послуги як оптово, так і в роздріб широкому колу споживачів і комерційним клієнтам.

Туристична агенція "NOVA tour" співпрацює з різними туристичними операторами, які працюють на ринку туризму в Україні і за кордоном. У процесі аналізу було виявлено, що вони спеціалізуються на наданні різних послуг, перелік яких наведено на рисунку 2.1.

Головною метою діяльності туристичної агенції "NOVA tour" є розвиток виробничої діяльності, підвищення якості створення та продажу турів і туристичної продукції, отримання прибутку з вкладеного капіталу в сферу

туризму, а також надання різних послуг в цій галузі для всіх клієнтів згідно з чинним законодавством України.

#### Види послуг

пляжний відпочинок на кращих курортах світу: Єгипту, Туреччини, Болгарії, Тунісу, Шрі Ланки, Таїланду, Чорногорії, Хорватії, Греції, Іспанії, ОАЕ, Куби, Марокко, Мексики та ін.

відпочинок в Україні на пляжах Чорного та Азовського морів;

екскурсійні тури по Україні: тури вихідного дня, подієві тури, одноденні, тури під замовлення;

лікування та оздоровлення в Україні (Закарпаття, Моршин, Трускавець, Миргород) та за кордоном: Йорданія, Ізраїль, Чехія, Угорщина; гірськолижні курорти України та світу;

екскурсійні тури для школярів (під замовлення);

круїзи;

візова підтримка;

авіаквитки.

Рис. 2.1 Види послуг які пропонує ТА «NOVA tour»

Туристична агенція «NOVA tour» як господарюючий суб'єкт виконує ряд функцій, що представлено на рис. 2.2.

доведення достовірної інформації про тур потенційному клієнту

у разі звернення клієнта в офіс турагента, той повинен надати зрозумілу і достовірну інформацію про майбутній тур, що організовується туроператором. При цьому інформація, яка потрібна клієнту, може бути будь-якого змісту, що стосується: продажу туру, тобто попереднє бронювання туру в оператора, отримання від останнього підтвердження бронювання і приймання оплати за майбутній тур у клієнта;

рекламування турів, що пропонуються туроператорами, на регіональному ринку за свій рахунок і під свою фінансову відповідальність

агент, таким чином, самостійно ухвалює рішення про те, які із запропонованих оператором турів будуть позитивно сприйняті та затребувані на регіональному ринку, а потім рекламує їх всіма доступними йому способами за власні кошти;

комплектуюча функція  
агентства

полягає в придбанні (у туроператора або безпосередньо у постачальників) додаткових туристичних продуктів, що забезпечують максимальну зручність туриста;

туроформуюча функція  
агента

полягає в можливому придбанні ним окремих туристичних продуктів у різних туроператорів і самостійному формуванні з них туристичного пакета. Ця функція найбільш підходить при організації замовлених індивідуальних або групових турів, а також тоді, коли придбання компонента турів у різних операторів вигідніше з погляду підсумкової ціни туристичного пакета.

Рис. 2.2. Функції ТА «NOVA tour» як суб'єкта господарювання

В процесі аналізу туристичної агенції «NOVA - tour» як суб'єкта господарювання можна виділити основні переваги, а саме:

- пропозиція подорожей в будь-якому напрямку;
- співпраця лише з надійними партнерами (туристичними операторами, закладами розміщення та харчування, транспортними компаніями, фінансовими та страховими установами, візовими центрами тощо);
- постійний зв'язок з клієнтами 24/7, навіть якщо вони знаходяться за кордоном;
- пропозиція своїм клієнтам страхування від невіїзду у - подорож; пропозиція кращих послуг та акційні знижки;

агенція надає можливість оплати вартості туристичних послуг в розстрочку.

Також, туристична агенція «NOVA - tour» на своєму сайті (електронна адреса: <http://www.nova-tour.ua/>) надають інформації не лише про себе, а й про своїх партнерів, «гарячі» та акційні пропозиції на туристичні послуги, основні готелі та курорти, країни, авіаквитки тощо. Варто відмітити, що сайт ТА «NOVA - tour» надає користувачам можливість обрати тур за допомогою віртуальної реальності, що дозволяє наочно продемонструвати та візуалізувати пропоновані послуги (додаток А).

Аналізований суб'єкт господарювання ТА «NOVA tour» є туристичною агенцією, тобто за визначенням є посередницькою організацією, на відміну від туристичних фірм, вона не має готових турів на складі, а лише замовлення на веб-сайті туристичного підприємства у разі потреби. Цей факт впливає на функцію забезпечення споживачів, оскільки кожен туристичний пакет може

бути обраний та доповнений додатковими послугами з урахуванням особистих потреб окремих споживачів.

Кожен суб'єкт господарювання, який спеціалізується на галузі туризму, профункціонувавши певний час на ринку, виходить на свою нішу ринку, знаходить цільову аудиторію та визначає пріоритет своєї діяльності як суб'єкт ринку [20]. Як вказують загальні характеристики компанії, ТА «NOVA tour» зосереджується на обслуговуванні корпоративних клієнтів. Її мета полягає не лише в розвазі, але і в зміцненні міжособистісних відносин, професійної мотивації та колективної роботи під час перерв для передачі подібних робочих

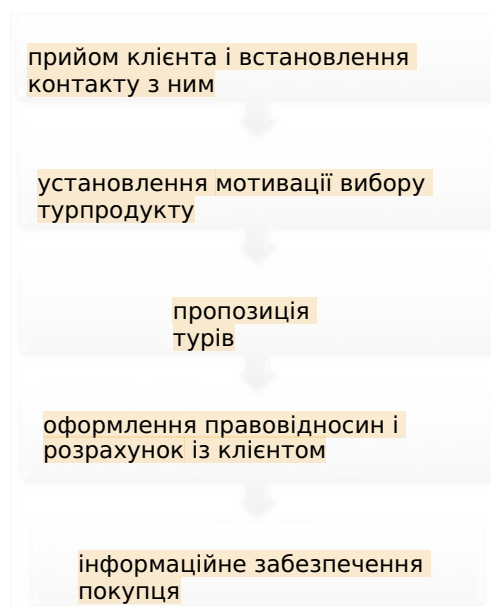


Рис.2.3. Процес продажу туристичного продукту в ТА «NOVA tour»

процесів. Обслуговуючи кожен тип клієнтів, відповідно до кількості туристів, віку, національності та складу занять дотримуються загального плану та вносять деякі зміни. Процес продажу туристичного продукту в ТА «NOVA tour» виглядає наступним чином (рис. 2.3):

В ході дослідження було з'ясовано, що надання послуг клієнтів не обходиться лише продажем, а й наданням рекомендацій, особливо тих споживачів, які хоч раз зверталися для організації туру, і які прагнуть підтримувати співпрацю у майбутньому. Це забезпечує формування надійного

іміджу, кому довіряють. Співробітники агенції працюють на замовлення, під час роботи, застосовується клієнторієнтований підхід, метою якого є визначення мотивів, смаків та побажань споживачів. Після чого працівник ТА «NOVA tour» вносить пропозиції та здійснюється робота щодо урегулювання всіх формальностей..

У випадку замовлення групової екскурсії або туру в межах країни, обговорюється загальний бюджет (якщо річ стосується профкомів, то скільки виділяється коштів і скільки готові доплатити клієнти окремо), точна кількість учасників туристичної групи, адже це впливає на вартість путівки для однієї особи. Також обговорюються додаткові послуги: організація харчування, клас закладу розміщення, додаткові екскурсії, оренда спорядження для походів тощо. При обслуговуванні виїзного туру фаза оформлення правовідносин є дещо об'ємнішою. На цьому етапі співробітником ТА «NOVA tour» готуються всі необхідні папери:

|   |                                                                                                                                             |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | заявку на бронювання туру;                                                                                                                  |
| ○ | договір з туристом на туристичне обслуговування;                                                                                            |
| ○ | підтвердження туроператора щодо заброньованого туру;                                                                                        |
| ○ | страховий поліс (при здійсненні страхування);                                                                                               |
| ○ | платіжні документи, що підтверджують внесення споживачем до каси турагента вартості туру, обумовленого договором між ним і турагентом;      |
| ○ | платіжні документи, що підтверджують внесення (перерахування) турагентом до каси туроператора вартості послуг, обумовлених угодою між ними. |

Крім того надаються послуги з оформлення закордонних паспортів та віз.

Ставлення до роботи персоналу ТА «NOVA tour» пов'язано з його думкою про характер діяльності даного підприємства. У разі якщо імідж суб'єкта господарювання є позитивним для її співробітників, це благотворно вплине і на

інші контактні аудиторії. Внаслідок цього, керівник ТА «NOVA tour» прагне прагнути до взаєморозуміння зі своїми співробітниками, стежить за психологічним кліматом в колективі і підвищувати рівень мотивації, за коштами матеріальних стимулів, системи просування по службі, різних привілеїв і т.д.

Одним із чинників, які визначають життєздатність ТА «NOVA tour», є певним чином організоване управління, яке повинно базуватися на сучасних досягненнях науки управління. Кожна господарська структура, незалежно від розмірів і обсягів діяльності, є складною соціально-організаційною і економічно незалежною системою з своєю структурою і функціями, в межах яких, залежно від потреб реалізації господарських завдань, відокремлюються відповідні організаційні елементи і функції. Від того, наскільки організаційна структура результативно виконує ту чи іншу функцію, залежить можливість швидкого досягнення нею певних фінансових результатів, а також можливість реалізації об'єктивно обґрунтованої стратегії розвитку.

Персонал ТА «NOVA tour» складається з двох осіб: директора – Сергія Григоровича Косинського та менеджера з туристичного забезпечення.

ТА «NOVA tour» має лінійну структуру управління, який характеризується лінійними формами зв'язку між ланками управління і, як наслідок, концентрацією всього комплексу функцій управління та вироблення управлінських дій в одній ланці управління. Тобто менеджер з туристичного забезпечення підпорядковується безпосередньо директору (рис. 2.4).

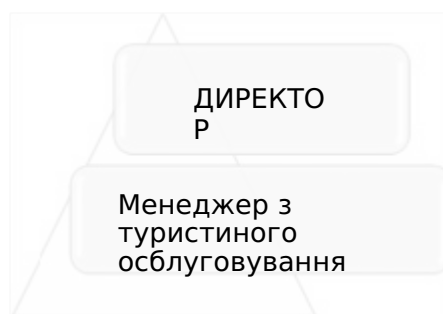


Рис.2.4. Організаційна структура управління ТА «NOVA tour»

Туристична агенція "NOVA tour" має організаційну структуру, яка є впорядкованою сукупністю взаємопов'язаних елементів. Ці елементи знаходяться у постійних відносинах один з одним і забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

Важливо відмітити, що ТА "NOVA tour" є невеликим підприємством, яке не вимагає додаткових програм для управління або ефективного планування. Їм достатньо програмного забезпечення, яке дозволяє безпосередньо взаємодіяти з туроператором. Вони працюють в автономній системі, де Інтернет використовується лише для надсилання заповнених заявок електронною поштою.

Заявки обробляються і зберігаються в програмному забезпеченні, що надається агенцією, і автоматично потрапляють в базу даних туроператора. У випадках, коли використовується система онлайн-бронювання, туристична агенція може миттєво контролювати стан заявки. Ця система є зручною для спілкування з туристичними компаніями, розташованими у різних часових поясах, і економить час та ресурси суб'єкта туристичної діяльності.

Однією з найефективніших технологій є використання електронного довідника-каталогу, який включає в себе функції вибору туристичного продукту, автоматизованих агентств та оформлення замовлення. Каталог містить велику кількість інформації на веб-сторінках, яка презентується різними мультимедійними методами з використанням тексту, фото, звуку, відео та інших засобів.

У ТА "NOVA tour" є два робочих місця для прийняття замовлень на бронювання турів. Для цього використовується система пошуку та бронювання під назвою "IT-tour". Основні характеристики цієї системи представлені в таблиці. Крім того, на веб-сайті самої туристичної агенції "NOVA tour" є модуль пошуку турів. Проте за словами менеджерів, цей модуль є недоробленим, тому клієнт перенаправляється на сайт тієї ж компанії з іншою web-адресою.

Таким чином, ТА "NOVA tour" є туристичною агенцією, яка пропонує різноманітні пакетні тури і також займається окремим продажем авіаквитків та додаткових послуг. Далі буде проведена оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність ТА "NOVA tour".

2.3. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність туристичної агенції «NOVA tour»

Аналіз зовнішнього середовища є процесом контролю зовнішніх факторів середовища з метою визначення перспективних можливостей та потенційних загроз для безпеки організації. Цей аналіз дозволяє суб'єктам туристичної діяльності:

- Оцінити конкурентне середовище та власне положення на ринку.
- Виявити сильні та слабкі сторони, проблеми функціонування і розвитку.
- Оцінити ступінь впливу зовнішніх факторів на діяльність організації.
- Оцінити відповідність ресурсної бази організації потребам зовнішнього середовища.
- Розробити стратегії, що забезпечать адекватну реакцію на зміни зовнішнього середовища і підвищать адаптивність та гнучкість організації.

Зовнішнє середовище ТА "NOVA tour" складається з двох компонентів: мікросередовища і макросередовища. Мікросередовище (середовище прямого впливу) включає постачальників, персонал туристичної організації, закони та установи державного регулювання, туристів як споживачів послуг, конкурентів та інші фактори, що безпосередньо впливають на операції організації і самі відчують прямий вплив від її діяльності.

Макросередовище впливає на підприємство та його мікросередовище і включає природне, демографічне, науково-технічне, економічне, екологічне, політичне та міжнародне середовище.

Серед основних складових безпосереднього оточення зовнішнього середовища ТА "NOVA tour" можна виділити такі: споживачі, конкуренти, співробітники та контактні аудиторії.

Конкуренти представляють собою підприємства-суперники, які змагаються за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів з метою отримання найвищої прибутку.

У зростаючому і постійно змінюючомуся туристичному ринку конкуренція є надзвичайно високою. В умовах посилення конкуренції компанія повинна зосередити увагу на задоволенні потреб клієнтів, оскільки компанії, які не роблять цього, не мають майбутнього. Саме тому індустрія подорожей потребує все більше професіоналів маркетингу, які розуміють її глобальні проблеми і можуть реагувати на зростаючі потреби споживачів шляхом розробки творчих стратегій, ґрунтованих на добрих знаннях маркетингу. Для досягнення позитивного маркетингового ефекту необхідна тісна координація маркетингу різних організацій і підприємств. Тому концепція маркетингу в туризмі має більш цілісний і всеосяжний характер, ніж де-небудь інде.

Для досягнення мети виживання ТА "NOVA tour" в конкурентних умовах, а також в умовах негативних наслідків пандемії коронавірусу, необхідно регулярно розглядати аналогічні продукти конкурентів і розробити оптимальну комерційну стратегію для їх реалізації. Ця стратегія повинна бути розроблена відповідно до розмірів і положення фірми на ринку.

Напрямок діяльності ТА "NOVA tour" безпосередньо залежить від уподобань споживачів, що визначають пропозиції туристичних підприємств на ринку. У зв'язку з цим, агенція пропонує на ринку послуги, які повністю задовольняють потреби покупців. Таким чином, вона гарантує собі збереження своїх клієнтів і зростання попиту на свою продукцію. Саме тому аналіз потреб потенційних покупців є найважливішим пунктом дослідження туристичного ринку.

Аналіз споживачів, виявлення основних мотивів придбання туристичних послуг і аналіз споживчої поведінки надають керівникам і фахівцям фірми потужний інструментарій, без якого неможлива успішна діяльність на сучасному ринку. Особливо важливим є знання свого клієнта [45]. Більшість турфірм потребують партнерів, які забезпечують підприємство всіма необхідними ресурсами для здійснення турпоїздки. Вони постачають фірму

транспортними засобами, послугами харчування і проживання, тим самим доповнюючи відсутні елементи всього забезпечення туристів.

Партнерами ТА "NOVA tour" є засоби розміщення, транспортні фірми, екскурсійні бюро та інші організації, які надають послугу супроводу та інформаційного забезпечення туристів, посередницькі туристичні компанії, торгові фірми, підприємства громадського харчування і т.д. [51].

Контактні аудиторії ТА "NOVA tour" складаються з фінансових кол, мас-медіа, громадськості і безпосередньо самого її персоналу. Фінансові кола охоплюють банки, кредитні та страхові компанії, інвестиційні фонди та інші організації, які фінансують угоди, здійснювані турфірмами, а також страхують їх від ризиків, з якими їм доводиться стикатися в процесі роботи. Мас-медіа виступає посередником для туристичних компаній. Воно включає пресу, радіо і телебачення.

Ці засоби комунікації надають допомогу у формуванні та підтримці сприятливого іміджу підприємства, що сприяє активізації продажу туристичних послуг і покликані посилити позитивну реакцію потенційних клієнтів на комерційну пропозицію фірми. Громадськість представлена союзами споживачів, різними громадськими формуваннями і самим населенням, яке не належить до будь-якої організованої сили, як, наприклад, місцеве населення курортної зони. У межах держави, міста чи округу здійснюють свою діяльність різноманітні державні та приватні організації, які представляють широке коло інтересів (захист навколишнього середовища, різних меншин, споживачів, виробників і т.п.). Грамотно створена організація діяльності туристичної компанії повинна бути спрямована на контакт з цими рухами для їх корпоративного забезпечення [46].

У складному соціально-економічному контексті України, пов'язаному з трансформацією її економіки в напрямку створення соціально орієнтованої ринкової економіки, велике значення має сфера забезпечення.

Слід зауважити, що більшість підприємств туристичної індустрії відносяться до малого підприємництва і мають ряд специфічних особливостей, таких як невеликий масштаб діяльності, мобільність, відносно невеликий

середньостатистичний термін існування, слабка стійкість щодо впливу зовнішнього середовища та висока ступінь ризику. Для більш точного аналізу діяльності ТА «NOVA tour» пропонується провести SWOT-аналіз (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## SWOT-аналіз ТА «NOVA tour»

| Зовнішнє середовище                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Загрози                                                                                                                                                                                              |
| 1. Збільшення частки турів по Україні.<br>2. Використання нових інформаційних технологій.<br>3. Робота під франшизою туроператора.                                                                                                                                                                                       | 1. Зниження попиту на пакетні тури.<br>2. Зміцнення позицій конкурентів.<br>3. Зменшення комісійної винагороди туроператорів.<br>4. Жорсткі умови перетину кордону.<br>5. Банкрутство туроператорів. |
| Внутрішнє середовище                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                      |
| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Слабкі сторони                                                                                                                                                                                       |
| 1. Кваліфіковані працівники.<br>2. Якість надаваних послуг.<br>3. Наявність власного веб-сайту.<br>4. Позитивна репутація.<br>5. Широкий вибір туристичних продуктів.<br>6. Продаж турів надійних туроператорів.<br>7. Застосування дизайн-мислення при продажах.<br>8. Диверсифіковані канали збуту туристичних послуг. | 1. Відсутність комп'ютеризованого документообігу.<br>2. Недостатня увага до SMM.<br>3. Відсутність фрілансерів.<br>4. Стандартна комісійна винагорода.                                               |

ТА «NOVA tour» може покращити своє становище за рахунок роботи під франшизою туроператора, що забезпечить додатковий потік туристів та збільшення доходу від реалізації турів, за рахунок підвищеної комісійної винагороди. Стандартна комісійна винагорода не дозволяє робити більші знижки для постійних клієнтів і вони заради меншої ціни туристичних послуг купують тур в тій агенції, яка зробить для них більшу знижку.

Під час забезпечення клієнтів менеджери ТА «NOVA tour» використовують дизайн-мислення, що дозволяє краще задовольнити потреби споживача та завоювати його довіру.

У табл. 2.4 будемо матрицю SWOT-аналізу ТА «NOVA tour».

Таблиця 2.4

Матриця SWOT-аналізу ТА «NOVA tour»

|                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Можливості + Сильні сторони | Можливості + Слабкі сторони |
| 3+7=11                      | 3+4=7                       |
| Загрози + Сильні сторони    | Загрози + Слабкі сторони    |
| 5+8=13                      | 5+4=9                       |

Відповідно до матриці SWOT-аналізу ТА «NOVA tour» знаходиться в полі «Загрози+Сильні сторони», яке показує, які сили необхідно використовувати для усунення загроз.

ТА «NOVA tour» щоб попередити зниження попиту на пакетні тури має підвищити увагу до власного сайту та максимально його просувати для підтримання та збільшення обсягів продажів пакетних турів. Для попередження зменшення комісійної винагороди. ТА «NOVA tour» має продовжувати реалізувати тури лише надійних туроператорів це стосується також і загроз банкрутства туроператорів.

Отже, туристична агенція «NOVA tour» в 2020 році зменшила обсяги продажів та отримала менший дохід від реалізації туристичних послуг, що пов'язано з карантинними обмеженнями, проте агенція може реалізувати свої можливості та збільшити увагу до реалізації турів по Україні з виїздами з Полтави та Києва.

Загалом можна сказати, що підприємства індустрії туризму схильні до впливу численних зовнішніх чинників, роль яких може бути різною як за силою,

так і за тривалістю впливу. Тому їх дослідження об'єктивно необхідно для організації ефективної туристської діяльності (рис 2.5)

|                    |                                  |
|--------------------|----------------------------------|
| Туристична агенція | Законодавство                    |
|                    | Політичні зміни                  |
|                    | Економічна ситуація та тенденції |
|                    | Динаміка курсу валют             |
|                    | Сезонність послуг                |
|                    | Культурні фактори                |
|                    | Думка і відношення споживачів    |

Рис. 2.5. Фактори, що впливають на діяльність ТА «NOVA tour»

Вплив політичної ситуації в країні і регіоні визначає інші динамічні фактори, які мають негативний вплив на діяльність туристичної компанії, такі як кризи, політична нестабільність, безробіття, посилення туристичних формальностей та скачки курсу валют. Міжнародні відносини та візові режими між країнами також впливають на цю сферу.

Економічні фактори мають головну роль і є прямою залежністю від економічного розвитку країни, обсягу національного доходу та матеріального благополуччя громадян. Від економічного стану держави і регіону залежать не лише доходи населення, але й рівень розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури туристичної компанії.

Сезонність створює значні труднощі для компаній у сфері туризму, знижуючи рентабельність, ефективність використання основних фондів і погіршуючи забезпечення туристів, особливо в пік туристичного сезону. Це також призводить до нестабільності персоналу через недостатнє завантаження підприємств туризму в позасезонний період.

Сезонність в туризмі ускладнює розвиток компаній, викликаючи проблеми у вирішенні протиріч між попитом на туристичні послуги і відносно стабільною туристичною пропозицією. В місяці з найбільшим туристичним навантаженням виникають певні труднощі в роботі транспорту, організації харчування, забезпеченні житлом, проведенні екскурсійної роботи тощо.

В пік сезону всі готелі, кемпінги та мотелі перевантажені, тоді як у позасезонний період часто велика кількість місць в об'єктах розміщення туристів залишається незайнятою. Тому сезонність вимагає ефективного управління діяльністю туристичних підприємств.

Зміни, що відбуваються в демографічній структурі та соціальному становищі населення України, мають вплив на сферу туризму через такі фактори: старіння населення, зниження народжуваності, підвищення смертності, значне збільшення частки самотніх дорослих громадян, тенденція до більш пізніх шлюбів та зміна віку виходу громадян на пенсію [27].

Технологічні фактори, пов'язані з прогресом у техніці та технологіях, суттєво впливають на розвиток туристичних підприємств, надаючи їм

можливості для надання нових видів послуг, поліпшення їх збуту та удосконалення обслуговування клієнтів. Зараз туристичні компанії переходять до системи онлайн-бронювання турів, що свідчить про підвищення якості роботи в цій галузі. Розвиток науки і техніки сприяє удосконаленню засобів масового виробництва туристичних послуг, таких як готельне господарство, транспорт і екскурсійні бюро.

Отже, туристичне підприємство на ринку діє не самостійно, а в середовищі, яке піддається впливу різноманітних сил, утворюючи зовнішнє середовище маркетингу. Взаємовідносини між суб'єктами цього середовища та фірмою є різноманітними за характером впливу, який фірма може контролювати або не контролювати. Завдання підприємства полягає у мінімізації неконтрольованих факторів середовища та пошуку можливостей для посередкованого впливу на них [33].

Таким чином, діяльність туристичної компанії "**NOVA tour**" підпадає під вплив численних зовнішніх факторів, які можуть мати різну силу та тривалість. В результаті дослідження було встановлено, що економічні та політичні чинники негативно впливають на функціонування туристичної компанії. З іншого боку, технологічні та соціальні чинники сприяють позитивному розвитку галузі.

Дії постачальників послуг є серйозною загрозою для ТА "**NOVA tour**", оскільки недобросовісне ставлення хоча б одного з постачальників може пошкодити репутацію компанії. Щодо покупців туристичних послуг, взагалі поведінка клієнтів та зростання їх платоспроможності позитивно впливають на туристичну діяльність.

Проте ідентифікація конкретних підсегментів туристичних продуктів є вкрай складною, оскільки споживач має можливість вибрати з широкого спектру продуктів залежно від свого рівня доходу, крім самого туристичного продукту.

Висновки до II розділу.

Аналіз різних видів транспортних систем, використаних для організації та реалізації туристичних послуг, дозволяє зробити такі висновки:

1.. Україна має великий потенціал розвитку транспортної системи, який формувався під впливом різних чинників, таких як географічне та економічне розташування, наявність морського та сухопутного кордонів, розвинена транспортна інфраструктура, нормативно-правова база та інститути регулювання, а також загальноекономічні та інноваційні фактори. Транспортні перевезення є важливою частиною туристичного потоку в Україну.

2. Туристична агенція "NOVA tour" є суб'єктом діяльності на ринку туристичних послуг, яка займається організацією подорожей, турів та наданням послуг з розміщення для короткотермінового проживання. Вона співпрацює з різними туристичними операторами як в Україні, так і за кордоном, що дозволяє їй пропонувати широкий спектр послуг на високому рівні.

3. Туристична агенція "NOVA tour" має значний досвід у туристичній діяльності та займає провідне місце серед інших агенцій. Вона встановлює взаємовигідні відносини з клієнтами, керуючись стандартами якості обслуговування, і прагне розвивати довгострокові відносини з ними. Ключовими принципами її роботи є професіоналізм, зацікавленість у задоволенні бажань клієнтів та висока якість обслуговування.

Таким чином, аналіз транспортних систем та діяльності туристичної агенції "NOVA tour" підтверджує їх важливу роль у розвитку туризму в Україні.

## РОЗДІЛ III.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ТУРИЗМІ

## 3.1 Проблеми транспортного забезпечення в туризмі

У сучасному світі туроператори мають доступ до різних видів транспорту для переміщення туристів на великі відстані. У них є широкий спектр транспортних засобів і технічних рішень для використання. Проте, важливо забезпечити якісне транспортне обслуговування туристів під час подорожей, оскільки це вимагає уважного врахування багатьох факторів.

Транспортно-дорожній комплекс України має високий потенціал для розвитку, оскільки країна знаходиться на перехресті шляхів між західноєвропейськими та східноазійськими країнами. У ній існує розгалужена мережа транспортних шляхів і розвинуті види транспорту. Територією України проходять 4 з 10 Міжнародних транспортних коридорів. Згідно з дослідженням англійського інституту "Рендел", Україна є лідером серед європейських країн за коефіцієнтом транзитності.

Однак, наразі розвиток інфраструктури, обслуговування та загального стану транспортної галузі в Україні залишаються на низькому рівні. Втручання Росії та конфліктні ситуації спричинили додаткові проблеми в транспортному забезпеченні країни.

Недосконала нормативно-правова база та недостатні інвестиції призводять до зношування транспортних засобів, погіршення стану і безпеки доріг, негативного впливу на навколишнє середовище та здоров'я людей. Це може призвести до витіснення українських перевізників з міжнародних ринків, зниження якості обслуговування і загрози економічній безпеці країни.

Незважаючи на технічні можливості, кожен вид транспорту потребує подальшого розвитку. Залізничний транспорт має застарілий парк транспортних засобів і технічне оснащення колій. В ході оновлення рухомого складу, технічний стан колій, вокзалів і станцій залишається недостатнім. Проблемою є також невідповідність ширини колій української залізниці та

європейської, що ускладнює перетин кордону. У автомобільному транспорті головною проблемою є поганий стан доріг, що впливає на пересування та негативно відображається на перевізниках. Реконструкція і будівництво доріг, контроль за технологією будівництва та фінансування є ключовими факторами для вирішення цих проблем.

Україна, завдяки своїй розгалуженій мережі та доступу до Чорного та Азовського морів, має потенціал розвитку водного транспорту. Однак, в даний момент, через запеклі бойові дії на цій території, цей вид транспорту залишається перспективним, але занедбаним. Проблемами є застарілий рухомий склад, неадекватність причалів та пристаней, обмежене фінансування та недостатнє використання річкового флоту, що не задовольняють потреби в перевезеннях туристів та вантажів.

Починаючи з 24 лютого 2022 року, повітряний простір України був закритий для перевезення туристів, що призвело до припинення роботи всіх аеропортів країни. Усі авіаперевезення були скасовані. Також варто відзначити, що висока ціна перевезень та застарілий парк авіаційного транспорту України не дозволяють їй конкурувати з іншими країнами. Внаслідок цього, регулювання галузі на державному рівні має на меті покращити привабливість для іноземних компаній.

### 3.2. Перспективи розвитку транспортного забезпечення в туризмі

Після завершення безглуздої війни в нашій країні очікується значна робота з відновлення всього транспортного забезпечення.

Одним із пріоритетних завдань для України є реалізація її транспортного потенціалу і створення транзитного транспортного мосту, який з'єднуватиме країни Європи, Азії та Сходу.

Перспективи інтеграції нашої країни в міжнародне економічне світове товариство та посилення транзитних взаємовідносин держави вимагають модернізації та удосконалення матеріально-технічної бази, покращення та відновлення експлуатаційного та технічного стану дорожнього комплексу, забезпечення регулярності та надійності транспортних сполучень, збереження

вантажів і забезпечення безпеки перевезень туристів, підвищення швидкості та зменшення вартості доставки. Коротше кажучи, це означає потребу в ефективному функціонуванні всього українського транспортного комплексу.

Інтеграція транспортних мереж та транспорту України в міжнародну транспортну систему є необхідною для залучення додаткових обсягів перевезень та валютних надходжень, зменшення транспортних витрат, відповідності міжнародним стандартам перевезень пасажирів та вантажів, поліпшення енергетичних та екологічних показників роботи транспорту і збільшення частки експортного потенціалу України на міжнародному ринку транспортних послуг шляхом значного підвищення конкурентоспроможності українських перевізників. Крім того, важливо підтримувати оперативну готовність транспортної системи України для використання її в інтересах підвищення обороноздатності держави.

Для розвитку та зростання національної транспортної системи України необхідно врахувати наступні умови:

1. Наявність сучасної інфраструктури, яка включає як транспортні, так і технічні засоби, а також дорожній комплекс.
2. Забезпечення чесної ринкової конкуренції, що дозволяє здійснювати прозору діяльність підприємств транспорту та вибір перевізників.
3. Розвиток і чітка взаємодія між різними видами транспорту, зокрема в транспортних вузлах.
4. Впровадження ефективної системи управління, яка сприятиме кращому функціонуванню транспортних підприємств.
5. Залучення інвестицій у транспортну галузь, як з боку вітчизняних, так і з-за кордону.
6. Задоволення потреб населення у якісних та надійних перевезеннях.
7. Формування та реалізація державної політики в галузі транспорту, спрямованої на інтеграцію ефективного транспортного комплексу України до світової транспортної мережі.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що головним напрямом розвитку транспортної галузі є використання вигідного геополітичного розташування України. Оскільки транспортна галузь потребує

державної підтримки, державна політика стосовно розвитку транзиту є ОСНОВНОЮ.

Отже, Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року визначає напрями розвитку транспортної галузі та перспективи її інтеграції до міжнародної спільноти. Вона передбачає реалізацію стратегічних цілей за такими пріоритетними напрямами:

1. Впровадження ефективного державного управління в транспортній галузі.
2. Забезпечення надання якісних транспортних послуг та інтеграція транспортного комплексу України до міжнародної транспортної мережі.
3. Забезпечення сталого фінансування транспортного комплексу.
4. Підвищення рівня безпеки на транспорті.

#### Висновки до III розділу

Для досягнення міської мобільності та регіональної інтеграції в Україні, необхідно здійснити наступні кроки:

- Удосконалення та прозорість нормативно-правового регулювання у сфері розвитку та безпеки транспорту.
- Удосконалення тарифного регулювання ринку транспортних послуг.
- Розвиток ефективної транспортної логістики.
- Розвиток, модернізація та удосконалення усіх видів транспорту та дорожнього комплексу країни.
- Запровадження дієвих систем управління безпекою дорожнього руху, безпекою при перевезенні різними видами транспорту та екологічною безпекою.
- Контроль та регулювання дотримання нормативно-правової бази та фінансування.

Інтеграція України до міжнародних транспортних систем сприятиме покращенню економічного, технічного, інвестиційного та експлуатаційного стану транспортної галузі. Це відкриває шлях до співробітництва з іншими країнами та вступу до міжнародної спільноти транспортно-дорожнього комплексу.

## ВИСНОВКИ

На підставі дослідження на тему "Транспортне забезпечення туризму: досвід, проблеми, перспективи" можна зробити наступні **ВИСНОВКИ**:

1. Поняття транспортного забезпечення визначається як комплекс заходів, спрямований на перевезення туристів і багажу по певному туристичному маршруту за допомогою різних видів транспорту. Цей комплекс включає підготовку, експлуатацію, ремонт об'єктів транспортної інфраструктури, а також виділення, розподіл і підготовку транспортних засобів і персоналу.

2. Описано основні види транспорту, що використовуються в туризмі: наземний (сухопутний), повітряний, автомобільний, морський, авіаційний, залізничний і річковий. Повітряний транспорт є однією з найбільш швидко розвиваючихся галузей світового господарства, що постійно займає все більш міцні позиції. Залізничний транспорт, на другому місці за популярністю, є ефективним для перевезення пасажирів і великогабаритних вантажів на середні і довгі відстані.

3. Популярність різних видів транспорту для туристичних перевезень залежить від географічного положення, кліматичних умов, економічного розвитку, національних традицій, соціального стану і життєвого рівня людей, а також інших факторів. Досліджено світовий досвід застосування різних транспортних систем при організації та реалізації туристичних послуг у США, Великій Британії, Європі.

4. Проаналізовано потенціал розвитку транспортної системи України, який формується під впливом таких чинників, як територіальні, інфраструктурні, інституційні, загальноекономічні, наддержавні та глобальні. Активізація міжнародного співробітництва, взаємодія в рамках регіональних транспортних систем, зовнішньоекономічні відносини між країнами Європи та Азії сприяють формуванню та розвитку транспортної системи України.

5. Виокремлено проблеми транспортного забезпечення в туризмі та в країні загалом. Проблеми пов'язані з різними видами транспорту, такими як залізничний, автомобільний, річковий та авіаційний. Необхідно переглянути та розробити концепції розвитку транспортної системи України, щоб вирішити ці проблеми.

6. Запропоновано перспективи розвитку транспортного забезпечення в туризмі, а пріоритетним завданням для України визначено реалізацію транспортного потенціалу та створення необхідних умов для розвитку національної транспортної системи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про автомобільний транспорт». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
2. Закон України «Про залізничний транспорт». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/273/96-вр>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
3. Закон України «Про транспорт» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/232/94-вр>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
4. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. [електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
5. Азрилиян А.Н., Азрилиян О.М., Калашникова Е. В. Новый экономический словарь. Издательство: Омега-Л, 2008г. 1472 с.
6. Ардельянова О. В. Місце і роль держави в регулюванні ринку автотранспортних послуг // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр. К., 1997. Вип. 2. С. 38-46.
7. Арион А.В. Організація транспортного обслуговування туристів: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 192 с.
8. Бараш Ю. С. Розвиток залізничного туризму в Україні / Ю. С. Бараш // Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту заліз. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Д., 2014. Вип. 8. С. 7-11.
9. Безносюк В. Д. Україна – держава туристична // Трибуна. 1999. № 3-4. С. 34-36.
10. Биржаков М.Б. и др. Автобусные туры // Туристские фирмы. Вип. 14. СПб, 1997.

11. Биржаков М.Б. и др. Железнодорожные туры // Туристские фирмы. Вып. 16. СПб, 1998.
12. Бондаренко, М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи. Економіка і прогнозування, 2011, 1. С. 104-119.
13. Борода. В. Сколько чартеров нужно рынку? // Туристический бизнес. 2001. №12.
14. Бородюк Н. Налаштованість на динамізм: [Туристична галузь в Україні] // Уряд. кур'єр. 2000. 17 жовт. С. 5.
15. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг // Регіональна економіка. 1999. № 2. С. 172-178.
16. Галасюк С.С., Ободовская К. И. Взаимосвязь развития транспорта и туризма. Научный осный. ОГЭУ. Всеукраинская ассоциация молодых ученых. Наука: экономика, политология, история. 2008. № 18 (86).
17. Герасименко В. Г., Замкова А. В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів. / В. Г. Герасименко, А. В. Замкова. Навчальний посібник Харків: Бурун Книга, 2011. 112 с.
18. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
19. Дмитрусенко О.В., Гаврилишин І. П. Туризм і авіація // Туристичні ресурси України. К., 1995.
20. Дурович А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. Минск: Новое знание, 2003. 496 с.
21. Жулевич Е.В., Копанев А.С. Организация туризма. Мн.: БГЭУ, 1999.
22. Зеркалов Д.В. Транспорт Україна Довідник. У двох книгах. Книга перша. К.: Основа, 2002. 416 с.
23. Зубовський В.М. Економіка підприємства: Підручник. К.: «Знання-Прес», 2004. 526 с.
24. Ільїна Е.Н. Менеджмент транспортних послуг. М: РМАТ, 1997. 173 с.

25. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
26. Кодекс торговельного мореплавства України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/176/95-вр>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
27. Козловська, А. І. Сезонний попит в туризмі та його особливості. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий, 252 с.
28. Козьменко М.М. Проблемні аспекти реалізації туристських послуг: матеріали VIII Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції за міжнародною участю «Організаційно-правові аспекти публічного управління» (20 квітня, 2021 року, м. Полтава).
29. Косолапов, А. Б. Географія українського внутрішнього туризму: Навч. посібник для вузів / А. Б. Косолапов. М.: КноУКР, 2013. 270 с.
30. Котельникова В. Е. Управління розвитком послуг транспортної інфраструктури туризму: дис.канд. екон. наук: 08.00.05. Економіка і управління народним господарством (економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами – транспорт, сфера послуг) / Котельникова Валерія Євгенівна: М.: Державний університет управління. М., 2014. 184 с.
31. Кузнєцова Н.М. Стимулювання продажу туристичних послуг // Маркетинг у системі управління підприємством. КДТЕУ, 1996. С. 183-184.
32. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навчальний посібник / Л.А. Лаврів. Тернопіль : Крок, 2013. 320 с.
33. Лойко, Д. М. Розвиток модного іміджу туристичної фірми, 2016, 454 с.
34. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навч. посібн./О.О. Любіцева. -К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
35. Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. Інновації в туризмі і сервісі; Видавничий центр «МарТ», Феникс. Москва, 2010. 256 с.
36. Методические рекомендации по организации комплексного обслуживания туристов на водных маршрутах. М., 1981.

37. Методичні рекомендації з організації поїздок вітчизняних туристів за кордон : постанова Колегії державного комітету України з туризму від 16.04.1996 р. № 96/8.
38. Миротин Л. Б. ,Транспортная логистика, издат. “Экзамен”, 2002 г.
39. Наладим Л.М. Морские круизы (Морской туризм). М., 1989.
40. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
41. Никифоров В.И. Индустрия туризма. Перевозки. М-СПб., 2001.
42. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи // Урядовий кур'єр. № 35. 1997.
43. Організація групових подорожей на літаках і залізничних потягах. М., 1984.
44. Повітряний кодекс України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3167-12>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
45. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. К.: КНЕУ, 2008. 123 с.
46. Попова Н.В., Бєлєвцова Н.М. Розробка стратегії розвитку підприємства// Вісник економіки транспорту і промисловості. № 29. 2010. С. 359- 363.
47. Порядок і умови організації перевезень пасажирів та багажу автомобільним транспортом. К., 2005.
48. Пути повышения качества обслуживания на водных маршрутах. М., 1987. 52 с.
49. Семенов В.М. Забезпечення безпеки на транспортних маршрутах. М., 1991.
50. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001. 400 с.
51. Тімар І.В. Особливості формування іміджу відчизняних підприємств сфери послуг / І.В. Тімар // Збірник наукових праць Міжнародної науково-

практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку» (23-24 квітня 2015 року) Т. 9. Дніпропетровськ: Вид. Біла К.О. 2015. С. 20-23.

52. Транспортне обслуговування в туризмі // Менеджмент туризму. Туроперейтинг: Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення тур продукту / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. К., 2004.

53. Транспортні послуги в туризмі // Менеджмент туризму. Туризм як вид діяльності. М., 2002.

54. Транспортні засоби в міжнародному туризмі // Економіка і організація туризму. Міжнародний туризм / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забав, Д.К. Исмаев і ін. М., 2005.

55. Flights, Hotels, Holiday Package, Cruises [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www/travel.ru>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).

56. Khadarooa J., Seetanah B. The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. Tour. Management, 29, 831-840, (2008).

57. Lamb B., Davidson S. Tourism and Transportation in Ontario, Canada: A Vital Link. In Practicing Responsible Tourism: International Case Studies in Tourism Planning, Policy and Development. (1996).

58. Litman T. "The New Transportation Planning Paradigm," ITE Journal ([www.ite.org](http://www.ite.org)), 83, June, pp. 20-28; 2013 Available at <https://www.vtpi.org/paradigm.pdf>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).

59. Lohmann G., Pearce D. Tourism and transport relationships: the suppliers' perspective in gateway destinations in New Zealand. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 17(1), 14-29, (2012).

60. Prideaux B. The role of the transport system in destination development. Tourism Management, 21(1), 53-63, (2000).

61. Regent seven seas cruises. All inclusive cruises and Luxury cruise [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rssc.com/voyage>.
62. Train [tours](#), Train [vacations](#), Train trips [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.railsw.com/tours>. Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
63. Travel Leisure. Plan [Your](#) Getway [Vacation Today](#) [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.reiseburo.ru/home/leisure/railcruises](http://www.reiseburo.ru/home/leisure/railcruises). Заголовок з титулу екрану. (Дата звернення 27.05.2021 р.).
64. Постанова КМУ «Про затвердження Концепції створення та функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні». Від 04.08.1997 р. № 821 [Електронний ресурс].
65. Національна Транспортна стратегія України на період до 2030 року. [Електронний ресурс].
66. Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на період до 2020 року. [Електронний ресурс].
67. Черніхова О.С. Проблеми та перспективи розвитку транспортної галузі України. Наукове мислення. 2023 р.

# ДОДАТКИ

8

Додаток А

Скріншот сайту ТА «NOVA tour»



## Схожість

Джерела з Інтернету

1000

|    |                                                                                                                                                                                                                                                   |             |       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------|
| 1  | <a href="http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/10071/1/%d0%9a%d0%be%d0%b7%d1%8c%d0%bc%d0%b5%d0%bd">http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/10071/1/%d0%9a%d0%be%d0%b7%d1%8c%d0%bc%d0%b5%d0%bd</a>                                     | 702 джерела | 36.7% |
| 2  | <a href="https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/34425/1/zbirnik20.pdf">https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/34425/1/zbirnik20.pdf</a>                                                                                                                 | 44 джерела  | 1.77% |
| 3  | <a href="http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/50-dvadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-kor">http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/50-dvadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-kor</a> | 22 джерела  | 1.63% |
| 4  | <a href="http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/17901/%d0%9a%d0%be%d0%bd%d1%81%d0%bf%d0%b5%d0%ba%d1%82_%d0%">http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/17901/%d0%9a%d0%be%d0%bd%d1%81%d0%bf%d0%b5%d0%ba%d1%82_%d0%</a>                                       | 8 джерел    | 1.51% |
| 5  | <a href="http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11482/1/%D0%86%D0%BD%D1%84%D1%80%D0%B0%D1%81%D1">http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11482/1/%D0%86%D0%BD%D1%84%D1%80%D0%B0%D1%81%D1</a>                                 | 5 джерел    | 1.1%  |
| 6  | <a href="http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14894/1/Yukhnovska.pdf">http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14894/1/Yukhnovska.pdf</a>                                                                             | 2 джерела   | 1.05% |
| 7  | <a href="http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/4841/1/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86...">http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/4841/1/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86...</a>                         |             | 0.88% |
| 8  | <a href="https://tourlib.net/books_ukr/meshko.pdf">https://tourlib.net/books_ukr/meshko.pdf</a>                                                                                                                                                   | 2 джерела   | 0.64% |
| 9  | <a href="https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch_metod_d_t/Portfolio_OP/Turizm/MR_do_qulificatsiynih_robot_TU_bak.pdf">https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch_metod_d_t/Portfolio_OP/Turizm/MR_do_qulificatsiynih_robot_TU_bak.pdf</a>               | 9 джерел    | 0.62% |
| 10 | <a href="http://pte.diit.edu.ua/old/article/download/151097/161712">http://pte.diit.edu.ua/old/article/download/151097/161712</a>                                                                                                                 |             | 0.56% |
| 11 | <a href="http://ephshair.phdpu.edu.ua/bitstream/handle/8989898989/1657/%d0%90%d0%ba%d1%82%d1%83%d0%b0%d0%b">http://ephshair.phdpu.edu.ua/bitstream/handle/8989898989/1657/%d0%90%d0%ba%d1%82%d1%83%d0%b0%d0%b</a>                                 | 2 джерела   | 0.44% |
| 12 | <a href="http://dspace.oneu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11392/2020.%20%d0%97%d0%b1%d1%96%d1%80%d">http://dspace.oneu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/11392/2020.%20%d0%97%d0%b1%d1%96%d1%80%d</a>                             | 4 джерела   | 0.42% |
| 13 | <a href="http://vtei.com.ua/doc/2018/konf18/14.pdf">http://vtei.com.ua/doc/2018/konf18/14.pdf</a>                                                                                                                                                 |             | 0.41% |
| 14 | <a href="http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/23654/1/book2012.pdf">http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/23654/1/book2012.pdf</a>                                                                                               | 5 джерел    | 0.38% |
| 15 | <a href="http://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/75/1/Such_tekhnol_upravl_2009.pdf">http://repository.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/75/1/Such_tekhnol_upravl_2009.pdf</a>                                                     | 4 джерела   | 0.38% |
| 16 | <a href="http://samzan.ru/227363">http://samzan.ru/227363</a>                                                                                                                                                                                     |             | 0.36% |
| 17 | <a href="https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32943/1/zbirnyk.pdf">https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32943/1/zbirnyk.pdf</a>                                                                                                           |             | 0.34% |
| 18 | <a href="http://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/7663/1/%d0%b7%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba.pdf">http://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/7663/1/%d0%b7%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba.pdf</a>                                       |             | 0.33% |
| 19 | <a href="http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5844/1/%d0%a0%d0%be%d0%b7%d0%b2%d0%b8%d1%82%d">http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5844/1/%d0%a0%d0%be%d0%b7%d0%b2%d0%b8%d1%82%d</a>                                 | 3 джерела   | 0.33% |
| 20 | <a href="https://tst.duit.in.ua/index.php/tst/article/download/228/201">https://tst.duit.in.ua/index.php/tst/article/download/228/201</a>                                                                                                         |             | 0.32% |

[illegible]

|    |                                                                                                                                                                                                                                               |            |       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|
| 43 | <a href="https://files.duit.edu.ua/uploads/%d0%a1%d0%b0%d0%b9%d1%82/3_%d0%9d%d0%90%d0%a3%d0%9a%d0%90/d">https://files.duit.edu.ua/uploads/%d0%a1%d0%b0%d0%b9%d1%82/3_%d0%9d%d0%90%d0%a3%d0%9a%d0%90/d</a>                                     | 2 джерела  | 0.18% |
| 44 | <a href="http://www.chnu.edu.ua/res/chnu.edu.ua/ndch/tezu%20geofak.pdf">http://www.chnu.edu.ua/res/chnu.edu.ua/ndch/tezu%20geofak.pdf</a>                                                                                                     | 2 джерела  | 0.18% |
| 45 | <a href="http://bses.in.ua/journals/2018/29_1_2018.pdf">http://bses.in.ua/journals/2018/29_1_2018.pdf</a>                                                                                                                                     |            | 0.18% |
| 46 | <a href="https://naurok.com.ua/prezentaciya-transport-239622.html">https://naurok.com.ua/prezentaciya-transport-239622.html</a>                                                                                                               |            | 0.18% |
| 47 | <a href="http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11267/1/mono2019_5.pdf">http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11267/1/mono2019_5.pdf</a>                                                                               |            | 0.18% |
| 48 | <a href="http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5767/1/%d0%b7%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba_%d1%8...">http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/5767/1/%d0%b7%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba_%d1%8...</a>               |            | 0.18% |
| 49 | <a href="http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/22468/1/2019-%D0%91%D1%80%D1%83%D1%81%D1%96%D0%B...">http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/22468/1/2019-%D0%91%D1%80%D1%83%D1%81%D1%96%D0%B...</a>                     | 2 джерела  | 0.18% |
| 50 | <a href="http://eonomosvita.Intu.edu.ua/attachments/article/883/zbirnyk_fb_2014.pdf">http://eonomosvita.Intu.edu.ua/attachments/article/883/zbirnyk_fb_2014.pdf</a>                                                                           | 21 джерело | 0.17% |
| 51 | <a href="http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9811/1/%d0%94%d0%b8%d0%bf%d0%bb%d0%be%d0%bc_%d0%">http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9811/1/%d0%94%d0%b8%d0%bf%d0%bb%d0%be%d0%bc_%d0%</a>                         | 2 джерела  | 0.17% |
| 52 | <a href="http://eprints.kname.edu.ua/40608/1/2013%D0%BF%D0%B5%D1%87.%2018%D0%9B%20%D0%A%D0%9E%D0%9D%D...">http://eprints.kname.edu.ua/40608/1/2013%D0%BF%D0%B5%D1%87.%2018%D0%9B%20%D0%A%D0%9E%D0%9D%D...</a>                                 |            | 0.17% |
| 53 | <a href="http://www.drdu.dp.ua/nauka/sv_rada_D/dis/Krivenkova_dissertation.pdf">http://www.drdu.dp.ua/nauka/sv_rada_D/dis/Krivenkova_dissertation.pdf</a>                                                                                     |            | 0.17% |
| 54 | <a href="http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19961/1/2016-305-EB%D0%a7%D0%b0%d1%81%d0%be%d0%b...">http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19961/1/2016-305-EB%D0%a7%D0%b0%d1%81%d0%be%d0%b...</a>         |            | 0.17% |
| 55 | <a href="https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/778149/mod_resource/content/1/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D...">https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/778149/mod_resource/content/1/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D...</a>         |            | 0.15% |
| 56 | <a href="http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/14547/%d0%94%d0%b8%d1%81%d0%b5%d1%80%d1%82%d0%b...">http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/14547/%d0%94%d0%b8%d1%81%d0%b5%d1%80%d1%82%d0%b...</a>                         | 2 джерела  | 0.15% |
| 57 | <a href="http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/219/%d0%97%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba...">http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/219/%d0%97%d0%b1%d1%96%d1%80%d0%bd%d0%b8%d0%ba...</a>           |            | 0.14% |
| 58 | <a href="https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/5118/1/_Tezisy_part18Opdf.pdf">https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/5118/1/_Tezisy_part18Opdf.pdf</a>                                                                         | 3 джерела  | 0.14% |
| 59 | <a href="http://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/987/1/%d0%9c%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%8...">http://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/987/1/%d0%9c%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d1%8...</a>                           | 2 джерела  | 0.14% |
| 60 | <a href="https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/84610/1/Skoblikov_bac_rob.pdf;jsessionid=8F13147B2E...">https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/84610/1/Skoblikov_bac_rob.pdf;jsessionid=8F13147B2E...</a> | 23 джерела | 0.13% |
| 61 | <a href="https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u132/zbirnik_tez_ati_20191.pdf">https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u132/zbirnik_tez_ati_20191.pdf</a>                                                                                 |            | 0.13% |
| 62 | <a href="http://www.lib.mdpu.org.ua/load/geografy/kifak_organizacia_turistichnoi_dialnosti.doc">http://www.lib.mdpu.org.ua/load/geografy/kifak_organizacia_turistichnoi_dialnosti.doc</a>                                                     |            | 0.13% |
| 63 | <a href="http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/4848/1/Rekun_monograph.pdf">http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/4848/1/Rekun_monograph.pdf</a>                                                                             |            | 0.12% |
| 64 | <a href="http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/22533">http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/22533</a>                                                                                                                                           |            | 0.12% |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                   |                 |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 65 | <a href="http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/8754/1/Zayceva.pdf">http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/8754/1/Zayceva.pdf</a>                                                                                                         | 0.12%           |
| 66 | <a href="http://center.gov.ua/com-phocagallery-controlpanel/biblioteka/item/download/1443_b97ba88ee52b11508267e63de7f12af5">http://center.gov.ua/com-phocagallery-controlpanel/biblioteka/item/download/1443_b97ba88ee52b11508267e63de7f12af5</a> | 0.12%           |
| 67 | <a href="http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11644/1/%d0%9a%d0%be%d0%b7%d0%be%d1%80%d1%96%d0%b7">http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11644/1/%d0%9a%d0%be%d0%b7%d0%be%d1%80%d1%96%d0%b7</a>                                   | 2 джерела 0.1%  |
| 68 | <a href="http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7931/1/%d0%9c%d0%b0%d0%ba%d0%b5%d1%82%20%d0%b7">http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7931/1/%d0%9c%d0%b0%d0%ba%d0%b5%d1%82%20%d0%b7</a>                                 | 8 джерел 0.08%  |
| 69 | <a href="https://books.ldubgd.edu.ua/index.php/m/catalog/download/16/4/35-1?inline=1">https://books.ldubgd.edu.ua/index.php/m/catalog/download/16/4/35-1?inline=1</a>                                                                             | 2 джерела 0.08% |
| 70 | <a href="http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34529/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B...">http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34529/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%B...</a>                         | 0.07%           |
| 71 | <a href="https://filiya2.blogspot.com/p/9_95.html">https://filiya2.blogspot.com/p/9_95.html</a>                                                                                                                                                   | 2 джерела 0.07% |
| 72 | <a href="http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/8755/1/Kostyuk.pdf">http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/8755/1/Kostyuk.pdf</a>                                                                                                         | 0.07%           |
| 73 | <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb1_156.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb1_156.pdf</a>                                                                                                                         | 2 джерела 0.07% |
| 74 | <a href="http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37949/1/318.pdf">http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37949/1/318.pdf</a>                                                                                                               | 0.07%           |
| 75 | <a href="https://course-work.ru/%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5-%D1%80%D0%B0%D0%...">https://course-work.ru/%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5-%D1%80%D0%B0%D0%...</a>                                             | 14 джерел 0.06% |
| 76 | <a href="https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90616/1/Podolska_mag_rob.pdf">https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90616/1/Podolska_mag_rob.pdf</a>                                                         | 10 джерел 0.06% |
| 77 | <a href="http://eprints.kname.edu.ua/7175/1/%D0%9C%D0%A3_%D1%81%D1%80_%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%...">http://eprints.kname.edu.ua/7175/1/%D0%9C%D0%A3_%D1%81%D1%80_%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%...</a>                               | 0.06%           |