

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ

Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ**

здобувача вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня

зі спеціальності 242 « Туризм»

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

**КУРЬОНКОВОЇ ЛІАНИ СЕРГІЇВНИ**

Допущено до захисту:  
Завідувач кафедри, доктор  
культурології, доцент

БОЖКО  
ЛЮБОВ  
ДМИТРІВНА

Науковий керівник:  
Кандидат культурології,  
старший викладач

ЯРІКО  
МИРОСЛАВА  
ОЛЕКСІЇВНА

Харків – 2021



Харківська державна академія культури  
Факультет: Соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності

Кафедра туристичного бізнесу

Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр

Спеціальність: 242 Туризм

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Завідувач кафедри  
Доц. Любов БОЖКО  
« » 2021 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА  
Курьонкової Ліани Сергіївни**

Тема роботи: **«РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ»**  
керівник роботи – Яріко М.О., кандадат культурології, старший викладач кафедри туристичного бізнесу затверджений засіданням кафедри, протокол №3 від 13.09.2020 р.

2. Строк подання здобувачем роботи - травень 2021 р.

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Молодіжний туризм. Термінологічний та бібліографічний огляд

1.2. Сучасні тенденції розвитку молодіжного туризму

Висновки до РОЗДІЛУ 1

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ У ХАРКОВІ ТА ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Маркетингове дослідження ринку молодіжного туризму в Харківській області

2.2. Дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного туризму

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ ТУРІВ ДЛЯ МОЛОДІ

3.1. Програма комплексу турів вихідного дня на літній сезон

3.2. Програма тури вихідного дня та розрахунок його рентабельності для категорії «LIGHT»

3.3. Програма тури вихідного дня та розрахунок його рентабельності для категорії «VIP»

Висновки до РОЗДІЛУ 3 ВИСНОВКИ СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної Роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та затвердження теми кваліфікаційної роботи	вересень 2020 р.	
2.	Виявлення та вивчення літератури з теми кваліфікаційної роботи	листопад-2020	
3.	Написання тексту I розділу кваліфікаційної роботи	Грудень 2020	
4.	Написання тексту II-III розділів кваліфікаційної роботи	січень-лютий 2021	
5.	Збір емпіричного матеріалу з теми дослідження, його опрацювання, опис	березень-квітень 2021	
6.	Написання висновків, оформлення роботи, її передзахист на кафедрі	Травень 2021	
7.	Підготовка презентації та захист кваліфікаційної роботи	червень 2021 р.	

Здобувач

Керівник роботи

Курьонкова Л.С.

Яріко М.О.

## ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1 Молодіжний туризм. Термінологічний та бібліографічний огляд	7
1.2 Сучасні тенденції розвитку молодіжного туризму	12
Висновки до РОЗДІЛУ 1	16
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ У ХАРКОВІ ТА ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	18
2.1 Маркетингове дослідження ринку молодіжного туризму в Харківській області	18
2.2 Дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного туризму	23
Висновки до РОЗДІЛУ 2	32
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ ТУРІВ ДЛЯ МОЛОДІ	33
3.1 Програма комплексу турів вихідного дня на літній сезон	33
3.2 Програма тури вихідного дня та розрахунок його рентабельності для категорії «LIGHT»	37
3.3 Програма тури вихідного дня та розрахунок його рентабельності для категорії «VIP»	39
Висновки до РОЗДІЛУ 3	40
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	47
Додаток А. Анкета	47
Додаток Б. Конструктор занять	52
Додаток В. Програми турів	55

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Молодіжний туризм відіграє провідну роль у формуванні національної свідомості, адже знайомство з культурою інших держав допомагає створити власний світогляд. У подальшому це послугує своєю платформою для розробки системи нових цінностей у майбутнього покоління і безпосередньо допоможе створити країну з більш високим рівнем життя. Окрім цього, до карантину на молодіжний туризм припадало більше 20 % міжнародного туристичного ринку, цікаво, що після пандемії він почав відроджуватися першим. Це свідчить про перспективність і значення його розвитку у державі. Водночас, на Харківщині туристичний продукт у цьому сегменті ринку є практично відсутнім. Дослідження сучасних тенденцій розвитку молодіжного туризму та розробка цього сегменту ринку на Харківщині має сприяти відновленню туристичної галузі у період кризи, викликаній пандемією COVID-19.

**Ступінь розробленості теми в науковій літературі.** Розвиток молодіжного туризму повинен постійно досліджуватися, зокрема для виявлення проблем, що гальмують його розвиток, а також для виявлення тенденцій, що обумовлюють процес його зростання. Питання туристичної класифікації представлені у роботах Кузик С. П., Любіцева О. О. Дослідження у галузі молодіжного туризму здійснювали Колотуха О. В., Палаткіна Г. В., Чорненька Н. В. Аналіз розвитку і функціонування туристичного ринку проведений у роботах Любіцевої О. О., Сокола Т. Г., Федорченко В. К., Цибуха В. І. та інші.

Незважаючи на обсяг проведених досліджень, на сьогоднішній день у нашій державі не були детально проаналізовані і впроваджені особливості розвитку молодіжного туризму. Тобто він потребує більш детального вивчення з метою отримання необхідних даних, на базі яких буде створений якісний туристичний продукт.

**Мета роботи** – теоретично дослідити особливості розвитку молодіжного туризму та розробити сучасний туристичний продукт, орієнтований на потреби молоді.

Згідно з метою були визначені наступні **завдання** дослідження:

- провести термінологічний та бібліографічний огляд молодіжного туризму;
- проаналізувати сучасний стан розвитку молодіжного туризму в Україні;
- зробити маркетинговий аналіз ринку молодіжного туризму на Харківщині;
- створити туристичний продукт у сегменті молодіжного туризму з використанням ресурсів Харківського регіону.

**Об’єкт дослідження** – молодіжний туризм.

**Предмет дослідження** – актуальний стан та перспективи розвитку молодіжного туризму на Харківщині.

У кваліфікаційній роботі використовувалися наступні **методи дослідження**: теоретичні – аналіз, синтез, порівняння дефініцій «туризм», «турист», «молодь», «молодіжний туризм», що були представлені різними науковцями; визначення специфіки сучасних проблем та особливостей розвитку молодіжного туризму в Україні; виявлення походження та видової різноманітності молодіжного туризму; особливостей розробки туристичних програм для молоді; емпіричні – анкетування, за допомогою яких були розроблені критерії розробки туристичного продукту; математичні й статистичні методи використовувалися для формування кількісних і якісних результатів, отриманих внаслідок проведеного анкетування.

**Теоретичне та практичне значення дослідження** виявляється в тому, що вперше було зроблено маркетинговий аналіз ринку молодіжного туризму у Харківському регіоні. Практична значущість дослідження полягає у розробці авторського комплексу турів молодіжного туризму по Харкову і Харківській області.

**Апробація результатів дослідження.** Загальні положення і підсумки кваліфікаційної роботи презентовано на всеукраїнських та міжнародних конференціях. Серед них «Культура та інформаційне суспільство XXI

століття» (Харків, 2020), «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 2021), «Екзистенційні виміри молодіжного туризму» (Харків, 2021), «Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії» (Умань, 2021).

**Публікації.** Основні ідеї та положення роботи викладені у п'яти наукових публікаціях.

**Структура бакалаврської роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг становить 72 сторінки, з них 44 сторінки основного тексту, список використаної літератури налічує 38 джерел.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

#### 1.1 Молодіжний туризм. Термінологічний та бібліографічний огляд

У сучасному світі молодіжний туризм являється дуже перспективним, адже спрямований на виховання молоді, поліпшення освітнього та культурного освідомлення молодого покоління. Аналіз поняття «молодіжного туризму», варто досліджувати після визначення таких термінів як «туризм», «турист» та «молодь».

Отже, дефініція «туризм» бере свій початок від «французького *tourisme* (*tour*) – обхід, об'їзд, мандрівка» [26, с. 29]. Першим, хто дав визначення цьому терміну вважається Лейпер (у 1979 р.), який розглядав туризм як «систему, що складається з таких компонентів як географічні елементи, які, у свою чергу, підрозділяються на регіон, що породжує туристів, транзитний регіон, регіон туристичної дестинації» [3, с. 89].

За визначенням В. Азара, «туризм – це велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством в цілому» [1, с. 115].

Якщо розглядати туризм через призму статистичного аспекту, то це єдиний вид міграції, який не має відношення до зміни постійного місця проживання чи робочої зайнятості, адже це пересування людей на недовготривалий проміжок часу. «Поява даної дефініції в першій половині ХХ ст. обумовила стрімкий розвиток туристичних потоків, зростання економічної ролі туризму в світі і, як наслідок, спроба проведення статистичного обліку подорожуючих» [27, с. 127].

За визначенням UNWTO, «туризм – це соціальне, культурне і економічне явище, яке тягне за собою переміщення людей в країни або місця

за межами їх звичайного середовища для особистих або ділових / професійних цілей» [34]. Це визначення закріплено та використовується в усіх країнах, що входять до складу цієї організації.

У нашій державі дана дефініція прописана у законі України «Про туризм» і трактує туризм як «тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю» [24].

Отже, туризм являє собою певний різновид рекреації пов'язаний із проведенням відпочинку поза межами свого постійного місця перебування, також туризм розглядається як самостійна галузь економіки.

Вважаємо за доцільне розглянути термін «молодь». В. Т. Лісовський тлумачить це поняття як «покоління людей, що проходять стадію соціалізації, засвоюють, а в більш зрілому віці вже засвоїли, освітні, професійні, культурні й інші соціальні функції; залежно від конкретних історичних умов вікові критерії молоді можуть коливатись від 16 до 30 років» [3, с. 118]. Більш пізніше і конкретне тлумачення було розроблено Коном І. С.: «Молодь – соціально демографічна група, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального становища і зумовлених соціально психологічних властивостей» [3, с. 120].

Чупров В. І. визначає молодь як «соціально-демографічну групу, виділену на основі зумовлених віком особливостей соціального стану молодих людей, їх місця і функцій у соціальній структурі суспільства, специфічних інтересів і цінностей» [30, с. 7-17].

Молодь – поняття, яке визначається у законодавстві наступним чином: «до молоді варто відносити людей віком від 14 до 35 років» [27, с. 129]. Особливостями молоді як соціальної групи є нестабільне соціальне та економічне становище.

«Соціальні особливості молоді визначаються специфічною позицією, яку вона займає в процесі відтворення соціальної структури, а також

здатністю не тільки успадковувати, але й перетворювати сформовані суспільні відносини» [23].

Щодо поняття «турист», то аналіз наукових робіт міжнародного та національного законодавства дозволяє визначити наступні спільні ознаки:

1) «особи, які здійснюють подорож, перебування, реалізуючи своє право на пересування (реалізація права на пересування)» [25, с. 240];

2) перебування осіб за межами місця постійного проживання, в іншому місці, країні;

3) «мета подорожування не передбачає отримання прибутку, а скоріше навпаки пов'язана з постійними витратами і споживанням» [25, с. 244].

Отже, після визначення таких дефініцій як «туризм», «турист» і «молодь», варто дослідити термін «молодіжний туризм», який поєднує у собі усі вищезгадані тлумачення.

Палаткіна Г. В. визначає молодіжний туризм як «спосіб передачі новому поколінню накопиченого людством життєвого досвіду і матеріально-культурної спадщини, формування ціннісних орієнтацій, морального оздоровлення та культурного розвитку нації, один зі шляхів соціалізації особистості» [22, с. 74].

Біржаков М. Д. трактує молодіжний туризм як «конкретний вид туристської діяльності юнацтва та підлітків, що реалізується як на регіональному, так і на національному рівнях» [3, с. 127].

Отже, молодіжний туризм являє собою заходи рекреаційної спрямованості, що орієнтовані на молодь віком від 18-35 років, пізнавального, оздоровчого, спортивного та культурно-розважального характеру, та відбуваються за межами постійного місця перебування та навчання суб'єктів. Подорожі не передбачають отримання прибутку, а скоріше навпаки мають зв'язок з постійними витратами і споживанням. Здебільшого це активний і насичений відпочинок з мінімальними витратами.

Молодіжний туризм включає у себе такі функції:

– знайомство з історико-культурною спадщиною;

- розвиток у молодого покоління почуття національної свідомості;
- виховання толерантності щодо культури інших націй;
- стимулювання усестороннього розвитку особистості через організацію походів, поїздок, екскурсій, які можуть забезпечити покращення розумових здібностей молоді, поліпшення спостережливості, а також формування любові та дбайливого ставлення до навколишньої середи;
- покращення фізичного та психологічного стану;
- розвиток соціальних навичок спілкування, самодисципліни та пристосування до сучасних умов існування [19, с. 44].

Отже, молодіжний туризм нараховує у собі усі напрями подорожей, відмінністю є лише вікова характеристика відпочиваючих. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, «до молодіжного туризму відносяться поїздки людей у віці від 14 до 44 років» [34].

Шандор Ф.Ф. виокремлює наступні види молодіжного туризму:

«1) Розважальний туризм. Розважальний туризм включає відвідування нічних клубів, парків розваг, ковзанок, різноманітні концерти, покази мод тощо.

2) Освітній туризм. На сьогоднішній день існує багато програм міжнародного обміну студентами. Їх мета – отримання всебічної освіти, мовної підготовки та зближення культур і народів. Міжнародна програма Au Pair, доступна для людей віком від 18 до 26 років, дуже популярна. У цих рамках молода людина живе за кордоном в чужій родині, вдосконалює свою розмовну іноземну мову, знайомиться з іноземною культурою [37].

3) Екстремальними видами туризму, які користуються популярністю у молоді, є: дайвінг, гірські та водні лижі, рафтинг, каякінг, печера, катання на лижах, скелелазіння, альпінізм» [31, с. 105].

У сучасному світі молодіжний туризм – це скоріше про активний відпочинок, а не пасивний оглядовий, розуміючи це, багато туристичних компаній займаються розробкою турів саме для енергійної молоді.

Молодіжний туристичний продукт залучає наступні види відпочинку:

– «Гірські тури – це похід в гори. Для подорожей на схилах та хребтах, через перевали та гірські потоки» [31, с. 105].

– «Водні тури – екскурсія по морях, озерах, річках і водоймах на човні, байдарці та інших видах водного транспорту» [31, с. 106].

– «Велосипедні тури – це поїздки на велосипедах по різноманітним дорогам різної складності, наприклад, по піску або по схилам» [31, с. 107].

– Спелеотерапія – відвідування печер природного або штучного походження.

– Пішохідні тури – найпопулярніший вид відпочинку, адже він прийнятний для будь-якої місцевості і не потребує спеціальної підготовки та обладнання [31, с. 109].

За рівнем попиту виділяють такі види туризму: в'їзний, виїзний та внутрішній [18, с. 98].

В'їзний туризм – це подорож осіб всередині держави, яка не являється місцем постійного проживання.

Виїзний туризм – це подорож резидента певної країни до іншої країни.

Шандор Ф. Ф. зазначає : «внутрішній туризм є одним із пріоритетних видів туристичної діяльності в Україні – це тимчасовий виїзд громадян певної країни з місця постійного проживання в межах національних кордонів тієї ж країни для відпочинку, задоволення пізнавального попиту, спорту та інших туристичних цілей» [31, с. 11].

Туризм розрізняють за такими категоріями :

1. Світовий (міжнародний) туризм – це мандрівка за межами постійного місця перебування відпочиваючих. Туризмом вважається подорож, яка не перевищує 12 місяців і здійснюється з рекреаційною метою. В'їзний та виїзний туризм формують міжнародне подорожування, а воно є важливим напрямом в формуванні міжнаціональної співпраці, що заснована на повазі до історико-культурної спадщини кожної нації та загальних інтересів кожної країни;

2. Національний туризм – це туризм, що розвивається всередині державних кордонів. Це система управління та співробітництва державних, громадських та економічних структур у галузі державної туристичної політики. Внутрішній туризм і виїзний туризм формують національний.

3. «Туризм у межах країни». [11, с. 96].

Кузик С. П. також виокремлює ще одну концепцію до класифікації – соціальний туризм, та визначає його як «подорожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються з державного бюджету на соціальні потреби; підтримується громадський рух учасників соціального туризму і професійна діяльність з формування, просування та реалізації соціального туристського продукту» [11, с. 88]. Ідея соціального туризму впроваджена у більшості високорозвинених країнах світу, серед них можна виокремити – Швейцарію, Німеччину, Францію та ін. [32].

Проаналізувавши видову різноманітність молодіжного туризму, можемо відзначити, що він являється досить багатопрофільним, а його специфікою є лише вікові характеристики.

## **1.2 Сучасні тенденції розвитку молодіжного туризму**

Сучасні тенденції розвитку молодіжного туризму обумовлені жагою до пізнання навколишнього світу, що відкриває великі перспективи у самореалізації та грає велику роль у формуванні світогляду молоді. Варто відзначити, що саме через дослідження цінностей та особливостей інших культур шляхом постійних подорожувань створюється модель соціокультурної реальності суспільства, що формує свідомість майбутнього покоління [4, с. 103]. Розуміння цього взаємозв'язку між подорожуванням сучасної молоді і формуванням її свідомості, що буде передана майбутньому поколінню, обумовлює важливість молодіжного туризму. У сучасному світі молодь складає найбільшу частку подорожуючих в порівнянні з іншими

сегментами населення, але вирішальну роль в здійсненні подорожувань відіграє саме матеріальна забезпеченість.

Палаткіна Г. В. зазначає, що «Молоді мандрівники – це економні споживачі, які купують туристські продукти, послуги та маршрути відповідно до їх індивідуальних потреб, інтересів і гаманцю» [22, с. 56].

Молодіжний туризм обумовлює успіх місцевої економіки. Наприклад, дослідження Всесвітньої конфедерації подорожей молодих студентів і викладачів (WYSE Travel Confederation) виявили, що загальна кількість туристських витрат молодіжного сегменту зростає швидше, ніж витрати інших туристичних сегментів (близько 8% на рік) [38].

Результати дослідження обумовлені тим, що молодь має більше можливостей для подорожування, здебільшого це наявність вільного часу, саме тому їх частота і тривалість відпочинку може перевищувати ті ж самі показники іншого сегменту. Як наслідок молодь має більше витрат, ніж туристи від 45-60 років, незважаючи на те, що їхні щоденні витрати складають значно меншу кількість витрачених грошей.

Згідно зі звітом WYSE Travel Confederation, кількість грошових витрат молоді за останні 5 років зросла на 40% , що приблизно складає 1900 євро за недільну поїздку [37].

Переваги молодіжного туризму проявляються у тому, що він приносить прибуток для малого і середнього бізнесу, а також сприяє збільшенню кількості робочих місць. Але у період пандемії туризм дещо змінив вектор свого розвитку, що обумовило нові умови для здійснення туристичних поїздок.

На науковій конференції мною були сформовані нові тренди у подорожуванні, викликані пандемією коронавірусу:

«1. В даний час авіакомпанії вимагають від мандрівників надання результатів тесту на COVID-19 разом з іншими документами до вильоту. Не виключено, що ця процедура буде продовжена і в майбутньому.

2. Для мандрівників зросло значення чистоти і гігієни. Дезінфікуючий засіб для рук, серветки і маски стали предметами першої необхідності, і протягом деякого часу вони залишаються незамінними.

3. Безконтактне середовище може стати нормою в міру продовження пандемії. Використання технологій необхідно в середовищі гучного зв'язку, в тому числі безконтактне сканування документів, голосові команди і датчики руху, щоб зменшити кількість сенсорних поверхонь і фізичного взаємодії» [15, с. 121– 123].

«4. Smart-подорожі. Все більше мобільних додатків, доступ в Інтернет і персоналізація даних допомагає експертам ефективно управляти туристичними потоками. Такі програми, як Tripit, booking.com, Tripadvisor допоможуть туристам спланувати кожен крок в подорож» [12, с. 379].

«5. І одне з основних це те, що розвиток внутрішнього туризму збільшиться, оскільки люди, що живуть в містах, з великою вірогідністю забажають поїхати в довколишні місця, а більш безпечною і простою подорожжю звісно є відвідування регіонів своєї країни» [15, с. 123].

В умовах пандемії Covid-19 дійсно складно передбачити якийсь розвиток подій в майбутньому. Однак портал подорожей eDreams Odigeo спробував дати уявлення про зміни у поведінці мандрівників та про їх плани на майбутнє. Згідно з опитуванням респондентів різних вікових груп було виявлено, що молоді люди бачать менше ризиків і тому не бояться подорожувати навіть у період пандемії. Молодь більш впевнена в ефективності спільних заходів безпеки і гігієнічних правил [36].

Важливість молодіжного сегменту вже давно зрозуміла для представників туристичного бізнесу розвинутих країн, саме тому створюються «спеціальні молодіжні туристичні програми – спортивні, пригодницькі тощо; пропонуються спеціальні пакети турів або послуг зі знижками; з'являється все більше хостелів та інших бюджетних місць розміщення» [17, с. 201].

Окрім цього система знижок, розроблена саме для цього сегменту, являється також сприятливою умовою для подорожування.

Пільги для студентів надаються за наявності ISIC (International Student Identity Card) – це єдине визнане у світі міжнародне посвідчення особи і статусу учня/студента. ISIC розробляється у 120 країнах світу, забезпечує 4,5 млн членів спільноти 41 тис. знижок та пільг [33]. Представники компанії зазначають, що «власниками ISIC можуть стати учні 18 загальноосвітніх шкіл у віці від 12 до 18 років, студенти та аспіранти денних і вечірніх відділень державних і комерційних навчальних закладів» [29, с. 174-176].

Молодіжне волонтерство можна віднести також до одного із підвидів молодіжного туризму. Наприклад Гондурас, що розробив програму наукового волонтерського освітнього туризму (SAVE), яка здійснюється з метою огляду та аналізу природних та історико-культурних пам'яток [38]. Діяльність цієї програми проявляється у дослідженні та розробці ідей науковцями зі ступенями вищої освіти для вдосконалення туристичної системи Гондурасу.

Європейський союз солідарності, одна із нових ініціатив Європейського союзу, представляє собою організацію, «яка створює можливості для молоді, котра може брати добровільну участь у проектах як у своїй країні, так і за кордоном» [29, с. 174-176].

Головною ідеєю такої ініціативи є те, що «проекти Європейської солідарності будуть доступні для людей від 18 до 30 років, а після реєстрації учасники Європейської групи солідарності можуть бути відібрані й запрошені для участі в багатьох проектах соціального значення» [10, с. 176]. Наприклад до діяльності таких проектів можна віднести допомогу безхатнім, рятування після стихійних лих, підтримку дитячих будинків та іншу волонтерська діяльність. Тривалість таких проектів може бути від 2-12 місяців, а їх реалізація відбуватиметься в державах-членах Європейського союзу.

Розвиток молодіжного туризму в Україні носить досить неоднозначний характер. Адже усі запропоновані туристичні продукти та заходи спрямовані скоріше на проведення сімейного відпочинку, а екскурсії організуються для огляду історико-культурних пам'яток [28, с. 506]. Тобто простежується невідповідність запропонованих послуг до потреб молодіжного сегменту. Саме це посприяло тому, що молодь бажає самостійно організувати своє дозвілля, замість того, щоб звертатися до агентств.

Проблемами щодо забезпечення сталого розвитку вітчизняної сфери молодіжного туризму являються:

- відсутність фінансової незалежності;
- стихійно сформована структура соціального туризму [13, с. 358-360];
- недостатня кількість пропозицій відпочинку для молоді. Саме це стимулює розвиток самостійної організації молоддю дозвілля, що може мати негативні наслідки для їх життя [20, с. 66].

Розвиток молодіжного туризму в нашій країні може відбуватися лише за наявності і підтриманні молодіжних програм з боку держави, а також при розробці унікального комплексу туристичних продуктів для цієї вікової групи.

Отже, молодіжний туризм обумовлює економічний розвиток, забезпечує зайнятість населення і створення нових робочих місць, підвищує статус території в системі ринків різних рівнів, робить позитивний вплив на оздоровлення населення, а пандемія коронавірусу не є бар'єром для подорожування у молоді, адже сформувалися нові тренди у туризмі, які спрямовані на менше контактування одним з одним (через смарт-девайси) і підвищенням значення гігієнічних правил, тому молодь впевнена у безпеці своїх пересувань.

## **Висновки до РОЗДІЛУ 1**

Аналіз досліджень туризмознавців показує, що на сьогодні молодіжний туризм – це один із сегментів ринку, який не лише динамічно розвивається і

сприяє економічному розвитку дестинацій, але й стимулює налагодження міжкультурних зв'язків, тобто не лише сприяє зростанню економічного добробуту країни, але й формує систему цінностей у самої молоді, яка в подальшому може застосовувати здобуті знання безпосередньо у розвитку туристичної галузі їх рідної держави.

Досвід досліджень зарубіжних фахівців може стати досить показовим, що, в свою чергу, може послужити ефективним інструментом у розробці молодіжної політики. Згідно з опитуванням від порталу подорожей eDreams Odigeo респондентів різних вікових груп було виявлено, що молодь впевнена у якості впроваджених заходів з безпеки, тому пандемія не зупиняє їх перед подорожжю. Швидкі темпи відновлення молодіжного сегменту ринку у період пандемії COVID-19 показують, що саме на цю вікову групу бізнес в Україні мав би звернути більше уваги.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ У ХАРКОВІ ТА ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

#### 2.1 Маркетингове дослідження ринку

Вище вже було зазначено, що в Україні молодіжний туризм розвивається радше спорадично, ніж системно. Не оминула ця тенденція і Харківський регіон. Задля виявлення особливостей розвитку молодіжного туризму на Харківщині було проаналізовано діяльність підприємств індустрії туризму, а також поведінкової моделі споживачів, що дозволило скласти загальну картину туристичного розвитку для цього сегменту ринку.

Задля досягнення цієї мети було проаналізовано сучасний стан ринку молодіжного туризму, потреби молоді, цінову політику молодіжних турів, а також рівень фінансової забезпеченості молоді.

Дослідження проводилося у чотири етапи, а саме:

- аналіз конкурентів за такими характеристиками: вид туру, ціна, тривалість і що саме включено у вартість туру;
- розробка анкети з метою визначення сучасного стану та тенденцій розвитку туризму для молодіжного сегменту в Україні;
- проведення опитування вікової групи від 17-25 років за допомогою авторської анкети, що нараховує у собі 20 запитань як закритого, так і відкритого типу (додаток А);
- аналіз та інтерпретація результатів.

У даній роботі була проаналізована діяльність туроператорів, які організують подорожі саме по Харкову і Харківській області. До їх числа входять : Навігатор, Аркадія – тур, Етносвіт, Igotoworld [16, с. 314-318].

Порівняльний аналіз проводився по таким критеріям: вид туру, ціна, тривалість і складові, що безпосередньо формують вартість (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

## Порівняльний аналіз туристичних продуктів харківських туроператорів

Назва тур	Види турів	Ціна	Тривалість	Що у вартості тура?
Аркадія-тур [2]	1. Тур вихідного дня «Харківська пустиня Сахара» Крейдяні гори- Кицівська пустеля – Куп'янськ пам'ятник Бабаку	500 грн	12 год	– проїзд; – екскурсія; – страховка.
	2. Екскурсійні тури для школярів	Від 145-365 грн	До 3 год	– проїзд; – страховка.
	3.Сковородинівка	380 грн	До 8 год	– проїзд великим комфортабельним автобусом; -вхідні квитки по програмі; – екскурсії.
Навігатор [21]	1. Тур вихідного дня на байдарках Зміїв – Бишкін – Есхар – Геніївка	1150 – 1450грн	1-2 днів	– проїзд автобусом; – аренда байдарок; – двохразове харчування в перший день; – туристичні намети та спальники для ночівлі; – страховка.

## Продовження таблиці 2.1.

	2. Автобусний тур «Слобожанська Швейцарія. Зміїв – Коробові Хутори»	150грн	До 12 годин	– у вартість туру входять тільки екскурсії та переїзд.
	3. Екскурсія по туристичним місцям Харкову «Харківський уікенд»	1750	2 дні	– транспортно - екскурсійне обслуговування по програмі; – проживання в готелі 1 добу; – харчування (сніданок); – страховка.
Етносвіт [9]	1. Усадьби Харківщини Харків – Володимирівка – Городне – Старий Мерчик – Шарівка – Харків	395 грн	1 день	– проїзд туристичним автобусом; – білети на екскурсії; – вхідні квитки; – страховий поліс на туристичну групу.
	2. Крейдяні гори + Харківська пустеля	450 грн	1 день	– екскурсії; – вхідні квитки; – страхування туристичної групи. – проїзд по маршруту автобусом;

## Продовження таблиці 2.1.

Igotoworld.com [35]	1. Релакс-тур: їдемо в харківський Аквапарк Джунгли з Дніпра	350 грн	1 день	– трансфер; – вхідні квитки до аквапарку; – супровід гіда; – страхування.
------------------------	--	---------	--------	---

Складено автором за: [2; 9; 21; 35].

Отже, здебільшого туроператори організовують автобусні та екскурсійні подорожі, а також тури вихідного дня. Середня тривалість подорожі по Харкову близько 12 годин, ціни дуже лояльні для кожного туриста (150 грн екскурсія – 12 годин), але а у вартість входить лише проживання, переїзд, гід та лише у деяких туроператорів харчування. Своєрідним маркетинговим ходом (який залишає по собі не дуже приємні враження) є те, що заявлені у програми розваг не входять у вартість туру і мають бути оплачені додатково.

Щодо відгуків про цих туроператорів, то найбільшу їх кількість отримав «Навігатор», туристи приписують йому такі характеристики як оперативність, лояльність до клієнтів, можливість вирішувати питання в телефонному режимі, враховуються побажання клієнтів і наявність інформативного сайту.

Із негативного – це відсутність вільного часу після екскурсій [8].

Щодо «Аркадія - тур», до позитивного тут відносять цінову політику компанії. Проте негативні відгуки мали б стати предметом обговорення – по факту йдеться про відсутність культури обслуговування споживачів туристичних послуг («хамовитість», «економія на комфорті», «безвідповідальність») [6].

Говорячи про «Етносвіт», то він має схожі недоліки з туроператором «Аркадія тур». У них наявна лояльна цінова політика, але якість обслуговування знаходиться на низькому рівні. Споживачі туристичних послуг наголошують на проблемі оформлення документів, на розгубленості спеціалістів, також притаманна економія на комфортні. Із позитивного можна

виділити насичену туристичну програму, але знову ж таки за розваги потрібно сплачувати додатково [7].

Із позитивного у «Igotoworld.com» можна виділити наявність інформативного сайту і врахування побажань туристів, але є і негативні моменти – некоректно сформований туристичний пакет (відправлення транспорту в інший час, бронювання не тих номерів в готелі), а також наголошується на відсутності висококваліфікованих спеціалістів (не здатні чітко відповідати на поставлені запитання, розгублені, проблематичне оформлення турпакету, яке описано вище) [5].

На основі проведеного дослідження були сформовані наступні рекомендації до вдосконалення діяльності туроператорів [14, с. 384]:

1. Створювати турпродукт з такими складовими, які реально впроваджені у подорож, з метою запобігання невиправданих очікувань.

2. Робити акцент на якість надання туристичних послуг, а не на швидкість обслуговування.

3. Організовувати подорож, враховуючи рівень комфорту, який буде надано туристам, а не економити з будь-якої нагоди, нехтуючи якістю відпочинку.

4. Розробляти тур з урахуванням наявності вільного часу, коли туристи зможуть емоційно та фізично розвантажитись.

5. Дотримуватися професійної етики за будь-яких умов, адже це «обличчя» компанії.

Отже, можна сказати, що молодіжний туризм у Харківській області в певній мірі розвивається, наявна відповідна інфраструктура, проте загалом його потенціал ще не розкрито. У наявних турах центральне місце належить універсальним оглядовим екскурсіям, зміст та вартість яких в принципі має задовольнити «середнього» туриста. Зворотній зв'язок з туристами відсутній, а тому якість обслуговування стабільно є невисокою. До того ж значна частина пропонованих туроператором послуг сплачується додатково, через що вартість туру з усіма пропозиціями може бути в два-три рази вищою за

базову (проте у рекламних аспектах ця інформація не висвітлюється належним чином, через що у споживача формується враження, що його обманули). Все це призводить до того, що самостійно організовані подорожі серед молоді є популярнішими за наявні на ринку пропозиції.

## **2.2 Дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного туризму**

Задля подальшого аналізу ринкового сегменту молодіжного туризму було проаналізовано очікування та можливості цільової аудиторії, а за допомогою емпіричного методу (опитування через анкету) були розроблені основні критерії для формування молодіжного туристичного продукту.

За допомогою анкетування буде отримана статистична інформація, на основі якої будуть сформовані причинно-наслідкові зв'язки і гіпотези.

Структура анкети складається з 5 груп:

- 1 група: виявлення головних побажань молоді щодо формування туру;
- 2 група: виявлення мотивів, що спонукають до подорожі;
- 3 група: виявлення стримуючих факторів у здійсненні мандрівки;
- 4 група: виявлення споживчих можливостей респондентів;
- 5 група: виявлення довідкової інформації щодо респондента.

*Проведення анкетного опитування.* Дослідження здійснювалося у період з 2 по 28 лютого 2021 р., місцем проведення дослідження була Харківська державна академія культури. Кількість учасників емпіричного дослідження нараховує 40 студентів віком від 17-25 років, що були обрані шляхом випадкового підбору.

*Оцінка та інтерпретація отриманих даних.* Результати анкетування свідчать, що в опитуванні взяли участь 62% жінок і 38% чоловіків – від 17 до 19 років (61,8%), учасники віком від 20 до 22 років склали 32,6%, найменша чисельність опитаних припала на молодь віком від 23 до 25 років – 5,6%. Найбільша кількість респондентів – це міські жителі (72%), а найменша – сільські (23,7%). Кількість, проживаючих з батьками нараховує 83%, ті, хто

проживає незалежно від близьких – 12,8%, меншу частку складають респонденти, проживаючих з батьками чоловіка (дружини) – 1,8% .

Згідно з результатами, було виявлено, що 90% респондентів мали досвід мандрівок, а 10% зовсім не подорожували. Також варто відзначити, що більша кількість опитаних (97%) відповіла, що любить здійснювати подорож, в той час, коли лише 3% мають до цього негативне ставлення.

Далі вивчення і аналіз ринку турпослуг для молоді були проведені за такими показниками:

- Мотивація подорожей.
- Оцінка фінансових можливостей на туристичні послуги.
- Бар'єри, що перешкоджають подорожам.
- Частота і тривалість турів.
- Напрямки туристських поїздок.
- Сезонність молодіжного туризму.

*Мотивація подорожей.* Для отримання прибутку у будь-якій компанії необхідно правильно визначити потреби (мотив придбання) цільової аудиторії, а вже потім формувати продукт. Саме у туристичній сфері вміння підібрати і розробити тур під смаки клієнтів визначає їх існування на ринку. Більшість туристичних продуктів розділені на окремі напрями, згідно з їх видом туризму, а деякі і зовсім комбіновані. Усе це створено для того, щоб з найбільшою вірогідністю влучити у «біль» клієнта та продати йому тур. У розробленій анкеті було проведено опитування по мотивах подорожей у молоді, тобто виявлено причини, що спонукають їх до подорожей. Це значно полегшить процес розробки туристичного продукту для молодіжного сегменту.

На рис. 2.1 вказані основні цілі подорожей серед молоді Харківської області.

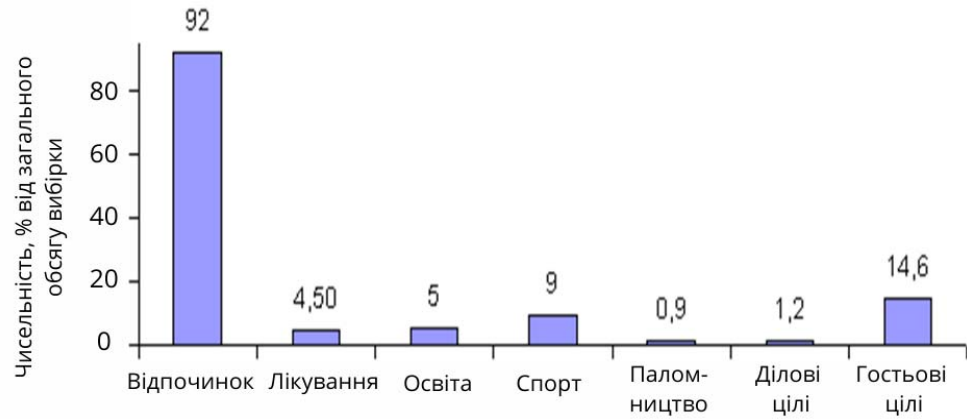


Рис. 2.1 Мета подорожей у молоді.

Згідно з рис. 2.1, основною метою подорожей молоді є відпочинок, це зумовлено тим, що описаний сегмент потребує відновлення фізичних та емоційних сил, виснаження яких зумовлено здебільшого навчанням та роботою.

Пізнання навколишнього світу та розваги займають перші місця серед мотивації подорожей, далі йде бажання спілкуватися з іншими людьми (+гостьові цілі) і зміна обстановки, тобто ці результати свідчать про потреби молоді в отриманні нових емоцій, які варто задовольнити (рис. 2.2).

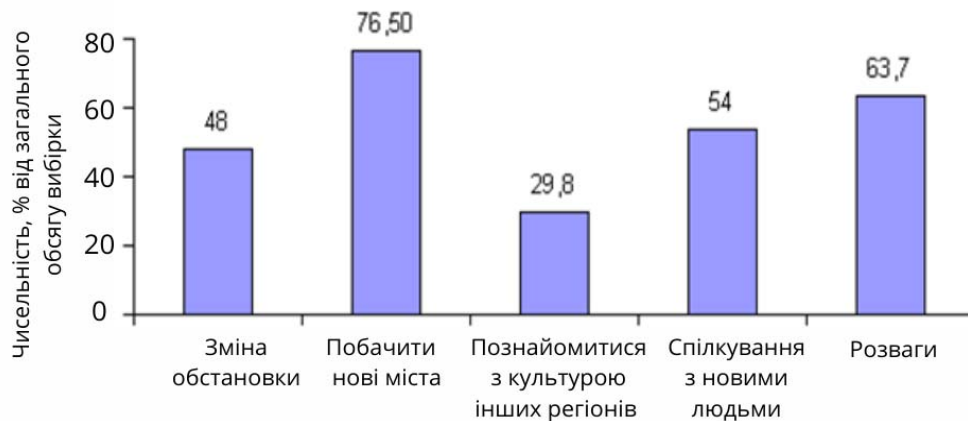


Рис. 2.2 Мотивація подорожей

Серед уподобань молоді під час подорожей, то більшість з них заохочує наявність цікавих екскурсій, поїздки на природу та відвідування барів. Це також свідчить про їх жагу до пізнання нового (рис. 2.3).

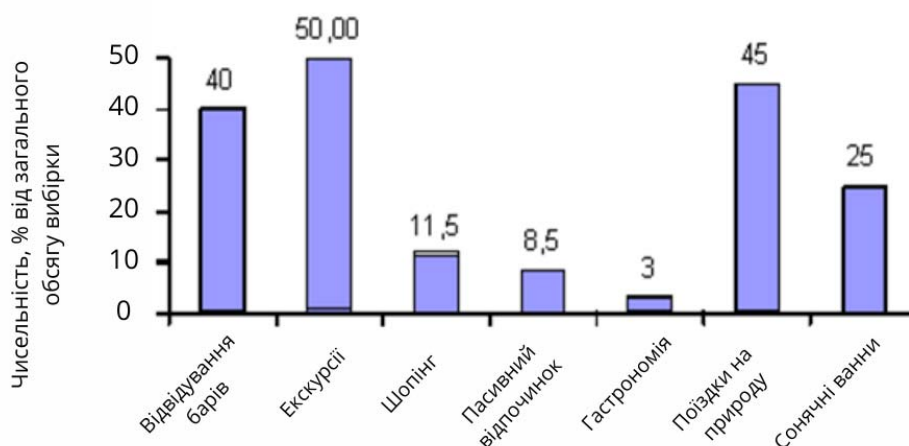


Рис. 2.3 Уподобання молодих людей під час подорожей

Найбільш привабливими місцями для відпочинку вважаються морські курорти та місця з недоторканою природою, великі міста та горні райони. Згідно з цими результатами, бачимо, що вподобання молодих туристів зосереджено в цілому на тих місцях, де є можливість зайнятися активним видом відпочинку(рис. 2.4).

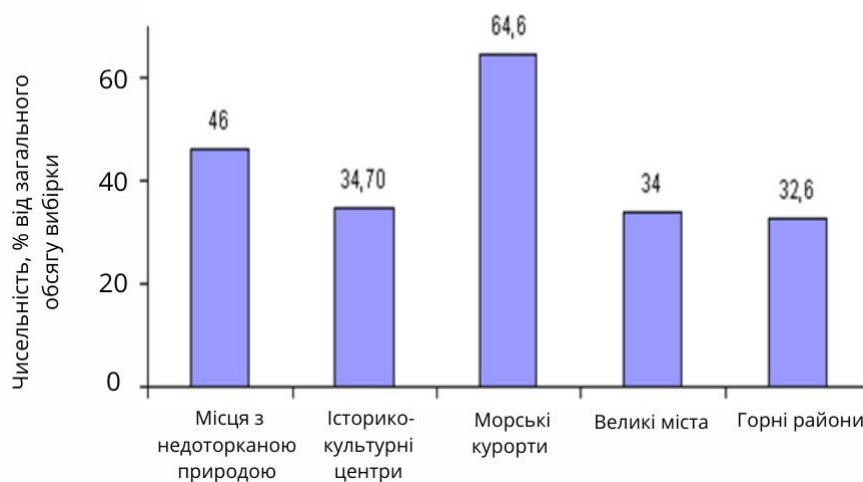


Рис. 2.4 Найбільш привабливі місця відпочинку

Аналізуючи отримані дані, можемо зробити висновок, що головною мотивацією у подорожах молоді є фізична та психологічна. Результати опитування на рис. 2.1 підтверджують цю теорію, адже потреба у відпочинку – це, в першу чергу, свідчить про бажання відновити свій людський ресурс (фізичний та емоційний).

Окрім цього, про потребу у психологічній мотивації (духовного наповнення) говорять і результати рис. 2.2 – пізнання нового, спілкування та зміна обстановки являється ключовими цілями подорожі молоді.

Потреба у налагодженні соціальних контактів обумовлює і гостьові цілі, які також зайняли друге місце у цілях подорожей після відпочинку. Адже саме соціальні зв'язки надають молоді тих емоцій, яких вони жадають найбільше, а також задовольняють потреби у визнанні. Ці емоції можна отримати при відвідуванні близьких, з якими зустрічі дуже рідкісні, або при проведенні дозвілля у компанії друзів

Мотивація у знайомстві з іншими культурами знаходиться на середньому рівні, тобто це може бути цікавим і спонукати до подорожі, але лише за наявності активного (розважального) формату проведення таких турів.

Отже, згідно з результатами опитування, відзначимо, що головною метою подорожування у молоді є відпочинок, який повинен включати у себе як духовне збагачення, так і фізичне відновлення шляхом активного відпочинку та постійної взаємодії з однодумцями.

*Оцінка купівельних спроможностей на послуги туризму.* Теорія мотивації А. Маслоу визначає, декілька рівнів потреб – фізіологічні, безпека, соціальні, повага і самореалізація. Їх повне задоволення може відбуватися лише поступово, адже першорядні потреби ( у безпеці, одязі, їжі) визначають стан життя людини. Тобто, саме після задоволення фізичних потреб можливе повне задоволення психологічних.

Таким чином, наявність потреби у туризмі залежить від рівня життя населення. Тобто їх добробут визначає купівельну спроможність, згідно з якою на ринку створюються туристичні продукти. Результати проведених досліджень по цьому критерію показали, що в середньому молодь може витрати близько 500 грн на один день відпочинку, що являється досить сприйнятливою ціною для організації турів по Харківщині.

*Бар'єри, що перешкоджають подорожам.* У сучасному світі купівельна спроможність не завжди є перешкоджанням для подорожі. Тобто навіть при наявності достатнього рівня фінансової забезпеченості людина може банально не мати часу для здійснення поїздки. Однак все більше набуває популярності питання безпеки, викликане пандемією коронавірусу, адже, окрім захворювання, є вірогідність закриття кордонів, що є перешкодою для повернення додому (рис. 2.5).

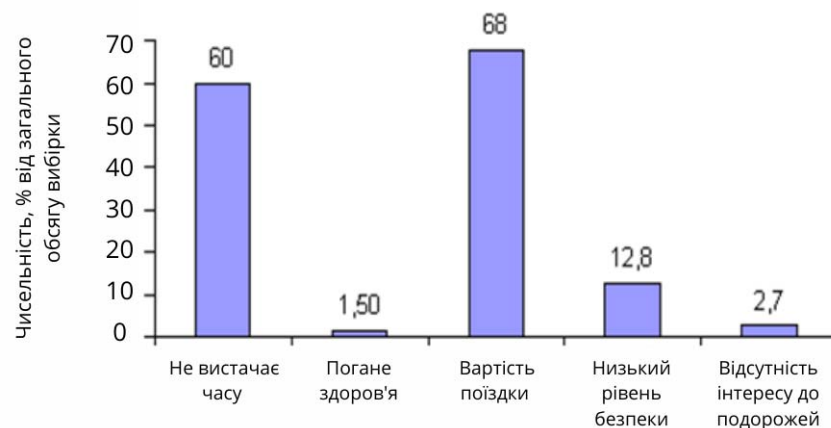


Рис. 2.5 Бар'єри до подорожей

Бачимо, що основними бар'єрами у здійсненні подорожей являється дефіцит часу, а також вартість поїздки. Розроблений тур продукту вихідного дня зміг би покращити цю ситуацію у всіх аспектах. Заявлені фактори мають вирішальний вплив на частоту і тривалість туристичних поїздок (рис. 2.6).

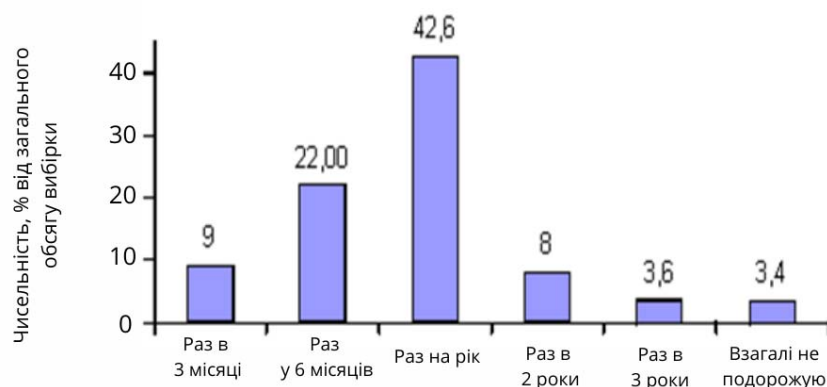


Рис. 2.6 Реальна частота подорожей

На рис. 2.6 можна спостерігати, що більшість подорожей реалізується раз на рік, це знову ж таки пов'язано з виділенням часу і фінансовою можливістю.

Однак, відповідаючи на питання про бажану частоті подорожей, респонденти дали такі відповіді (2.7):

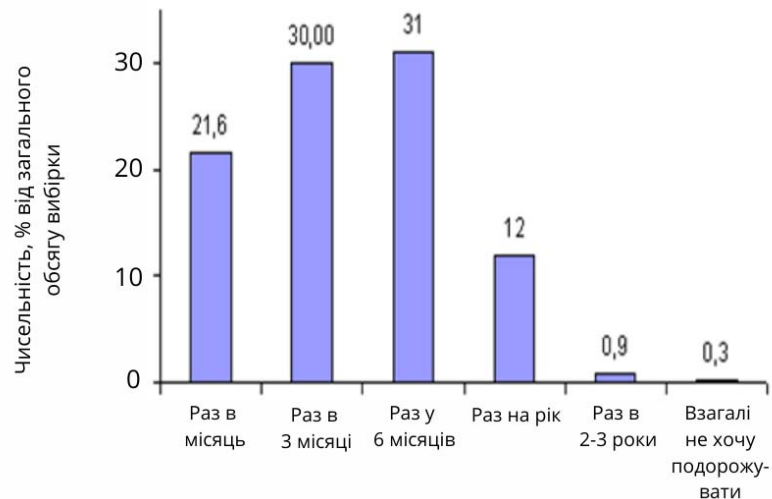


Рис. 2.7 Бажана частота подорожей

Тобто для респондентів в принципі хотілося подорожувати кожні 2 місяці, а то і частіше.

Згідно з рис. 2.8 можемо відзначити, що тривалість турів здебільшого складає 10-14 днів і 2-3 дні.

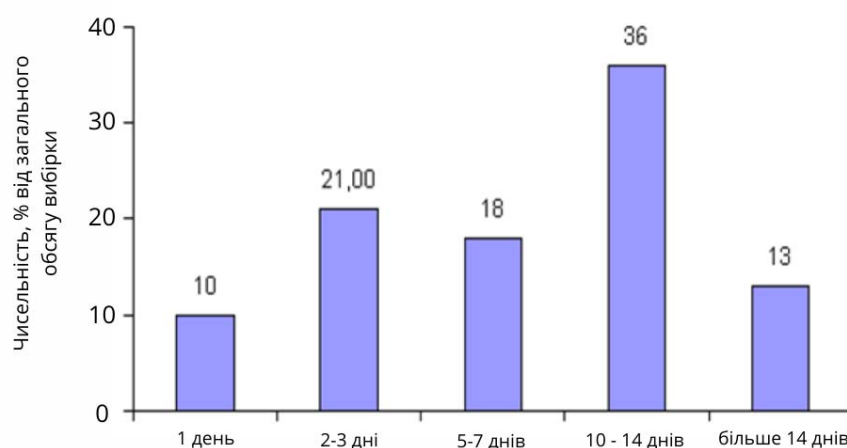


Рис. 2.8 Тривалість турів

Але при розробці туру на 10-14 днів варто розуміти, що така подорож розрахована на робітників, які мають відпустку раз або два на рік. Тому і частота придбання буде значно меншою, ніж у турах вихідного дня, час для

яких може знайти більшість людей. Адже робоча система України надає працівникам 1- 2 дні вихідних на тиждень для відпочинку, що свідчить про більшу вірогідність придбання туру по регіону за невисоку плату. Це значно відрізняється від купівлі довготривалого туру, що потребує певного часу підготовки і значних витрат.

*Напрямки турпоїздок ( регіони відпочинку).* Аналіз регіонів відпочинку дозволив визначити, що найбільш цікавими місцями для молоді являються зарубіжні країни, подорож по Україні і Харківщина у тому числі(рис. 2.9). Дані результати обумовлені стереотипами про те, що відпочинок закордоном кращий за відпочинок у рідній країні. Це може бути викликано недостатньою кількістю досвіду у високоякісних поїздках по рідному регіону. Адже, як було зазначено вище, більшість туроператорів створюють тури, розваги яких не включені у вартість, і потребують додаткової сплати, що робить мандрівку значно дорожчою. Окрім цього, через наявність некваліфікованого персоналу туристичні послуги надаються с низькою якістю. Усе це сформувало стереотип «закордоном краще», але при усуненні описаних недоліків уявлення про відпочинок в Україні може змінитися у протилежну сторону.

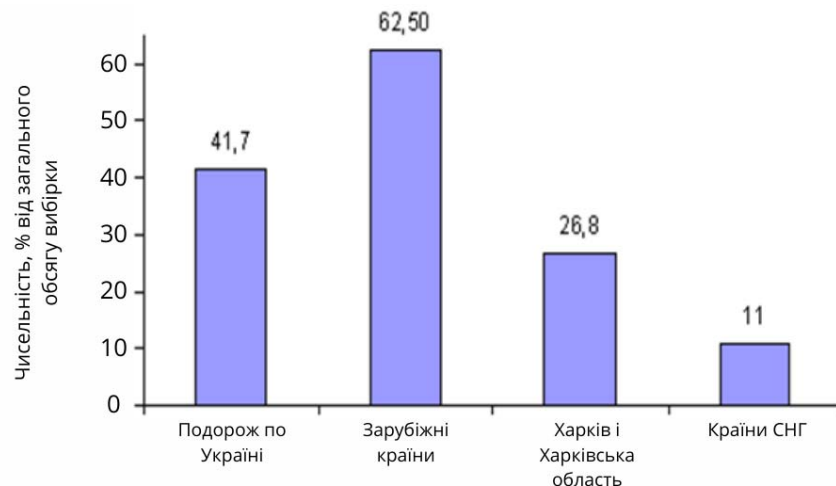


Рис. 2.9 Регіони відпочинку молодіжного сегменту

Можемо спостерігати, що найбільший інтерес молоді зосереджений на зарубіжних країнах, але значна частина респондентів не проти подорожувати по Харкову, Харківській області та Україні в цілому. Щоб простимулювати українську молодь на подорож у своєму регіоні необхідно розробити такий

туристичний продукт, який задовольняв не усі, але хоча б більшу частину побажань подорожуючих.

*Сезонність молодіжного туризму.* Кількість проданих турів напряду залежить від кліматичних умов. Наприклад, влітку більшість туристів прагне відпочити на морському курорті, саме у цей період вартість на тури такої спрямованості найвища. Також варто враховувати вільний час, найбільша кількість якого у молоді припадає саме на літній сезон, адже це період найдовших канікул.

У проведеному опитуванні визначався найбільш сприйнятливий сезон для молодіжної мандрівки. Результати показали, що літо і зима – це найбільш комфортний період часу для здійснення поїздки, адже в цих сезонах студенти відправляються на канікули. Це свідчить про обмеженість часу у здійсненні поїздки, при наявності якісних недовготривалих турів цей недолік можна усунути, таким чином молодь зможе подорожувати незалежно від періоду їх навчання.

Отже, підсумовуючи усе вище сказане, варто відзначити, що відпочинок – це головна мета подорожі у молоді. Це обумовлено потребою у фізичному та емоційному відновленні, яке можливе лише за наявності активного відпочинку і взаємодії із соціумом. Основним обмеженням у здійсненні мандрівки є брак часу і фінансова забезпеченість, але респонденти відзначили, що можуть собі дозволити відпочинок у розмірі 500 грн на день. Говорячи про регіони відпочинку, то більшість керується стереотипом «закордоном краще», що був сформований через надання низькоякісних туристичних послуг у рідній країні. Щоб простимулювати українську молодь на подорож у своєму регіоні необхідно розробити такий туристичний продукт, який можливо задовольнив би не усі, але хоча б більшу частину побажань подорожуючих, здебільшого тривалість і вартість туру.

## Висновки до РОЗДІЛУ 2

У ході маркетингового дослідження ринкового сегменту молодіжного туризму, з'ясувалося, що серед туроператорів, які організують подорожі саме по Харкову і Харківській області, можна віднести: Навігатор, Аркадія-тур, Етносвіт, Igotoworld. Здебільшого туроператори організують автобусні, екскурсійні і тури вихідного дня. Середня тривалість подорожі по Харкову близько 12 годин, ціни дуже лояльні для кожного туриста, але а у вартість включено лише проживання, переїзд, гід та, у деяких туроператорів, харчування. Більша частина пропонованих у програмах послуг не входить у вартість туру і має сплачуватися додатково, що створює негативне враження у споживача (відчуття, що його обманули). Загалом, можна стверджувати, що попри наявність інфраструктури, потенціал молодіжного туризму у Харківській області не розкрито. У наявних турах центральне місце належить універсальним оглядовим екскурсіям, зміст та вартість яких в принципі має задовольнити «середнього» туриста. Також практично відсутнім є зворотній зв'язок з туристами, і загальна якість обслуговування є невисокою. Все це разом призводить до того, що ринок втрачає споживача – потенційні клієнти радше воліють організувати подорожі самостійно, аніж скористатися послугами фахівців.

Проведений аналіз можливостей, уподобань та очікувань потенційних споживачів показав, що для студентів велике значення має відпочинок (основним мотивом подорожувати названо фізичне та психологічне відновлення). Основними бар'єрами названо низький дохід і брак часу. Щодо сезонності, то найбільш бажаною частотою подорожей для респондентів вважається кожні 2 місяці. Також було відзначено, що найбільший інтерес молоді зосереджений на зарубіжних країнах, але значна частина респондентів згодна подорожувати по Харкову, Харківській області та Україні в цілому.

## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ ТУРІВ ДЛЯ МОЛОДІ

#### 3.1 Програма комплексу турів вихідного дня на літній сезон

Згідно з аналізом отриманих результатів емпіричного дослідження був розроблений комплекс молодіжних турів. Метою його розробки є створення сегментованого туристичного продукту з урахуванням, як матеріальних, так і духовних потреб подорожуючої молоді, а також умов сучасного розвитку туризму.

Особливість комплексу полягає у врахуванні як рекреаційної, так і пізнавальної мети подорожуючих; фінансової забезпеченості молодіжного сегменту; допустимої тривалості та сезонності туру; спеціалізованої розробки маршруту.

Туристичний продукт формувався згідно з такими вимогами:

- доступність;
- врахування, визначених в анкетуванні, пріоритетів щодо молодіжних мандрівок;
- комфорт та безпека;
- конкурентоспроможність.

Оскільки брак часу і грошей був найбільш стримуючим фактором у здійсненні поїздок, нами запропоновано 6 видів турів вихідного дня, які не схожі один на одного і тривають від 1-2 днів. Тури створювалися з метою показати Харків та Харківську область з різних туристичних сторін для стимулювання розвитку молодіжного туризму.

Нами були розроблені такі тури:

1. «Харків – це свято» – організація подорожі до НПП «Гомільшанські ліси», адже саме там проводиться свято Івана – Купала, в честь якого був названий тур. Цей продукт розрахований на людей, які просто обожають

або повною мірою відчуті особливості української культури, мріють відпочити від усіх справ і просто спілкуватися з близькими по духу людьми.

2. «Харків – це природа» – це саме той тур для людей, які зацікавлені в гармонії з природою, які займаються духовними практиками. Ми запропонуємо вам відправитися на екскурсію до незайманих кутків природи, в храм під відкритим небом, де природа зачаровує погляд людини, а гармонія і краса відновлює сили та здоров'я.

3. «Харків – це подорож» – похід на байдарках, активний водний відпочинок.

4. «Харків – це свобода» – паріння у небі на пароплані дарує відчуття безмірного задоволення, захоплення від споглядання фантастичних пейзажів і почуття ейфорії допоможуть забути про страх і насолоджуватися тим, що відбувається. Що цікаво, для здійснення таких подорожей практично немає обмежень за віком.

5. «Харків по-європейськи» – Діснейленд, Швейцарія і навіть пустеля Сахара – усе це ви зможете відвідати у Харкові та Харківській подорожі, екологічні походи, катання на квадроциклах і різних атракціонах наповнить вас емоціями і радістю, які ви будете відчувати ще з першого дня подорожі.

6. «Харків молодіжний» – тур, який розрахований на молодь, яка обожнює заводити нові знайомства і весело проводити час. Планетарій, аквапарк, квест-кімнати та інше повною мірою задовольнить потреби юних туристів всього за 1 день відпочинку, а також подарує близько 15 нових знайомств.

Усі описані вище тури можуть комбінуватися між собою в різному порядку і використовуватися у весінні та осінні пори року. Також були враховані інтереси потенціальної цільової аудиторії, внаслідок чого маємо тури за різними ціновими сегментами («VIP» і «LIGHT»), а також розроблений конструктор відпочинку, де кожен може сформувати тур за своїми потребами ( додаток Б).

Згідно з таблицею 3.1 бачимо, що за сезон можна відправити у подорож мінімально 200 чоловік, якщо відправляти саме у вихідні дні (субота – неділя), але варто враховувати, що тур вихідного дня може бути використаний у будь-які дні тижня в залежності від потреб туриста, а це означає, що і кількість груп може бути значно більше або менше.

Таблиця 3.1

## Загальна програма туристичних подорожей за сезон

Місяць	К-ість туристів в місяць	Графік заїздів туристичних груп за місяцями	Кількість груп в місяць
Червень	17 ( або VIP або LIGHT) 17 (LIGHT) 8 (LIGHT) 10 ( LIGHT) 10 (VIP) Всього: 62	5-6 червня (X- свято) 12-13 червня (X- природа) 14 червня ( X – природа) 19-20 червня (X-подорож) 26 червня ( X- свобода) 27 червня( X- свобода)	6
Липень	17 ( LIGHT) 15 ( LIGHT) 10 (LIGHT) 8 (LIGHT) 17 (LIGHT) 8 (LIGHT) Всього : 75	3-4 липня ( X по-європейськи) 10 липня (X молодіжний) 11 липня (X- свобода) 17-18 липня (X-подорож) 24-25 липня (X- природа) 31 липня-1 серпня (X-подорож)	6
Серпень	17 ( LIGHT) 15 ( LIGHT) 10 (LIGHT або VIP) 8 (LIGHT)	7-8 серпня ( X по-європейськи) 14 серпня(X- молодіжний) 15 серпня(X- свобода) 21-22 серпня (X- природа) 29-20 серпня (X-подорож)	5

	17 (LIGHT) Всього : 67		
УСЬОГО	204 туристів	17 подорожей	17 груп

Виходячи з того, що фірма отримує з кожного туриста 15% від вартості тура, а також з урахуванням 20% НДС, був розрахований приблизний чистий мінімальний прибуток, який склав 17 362 грн ( табл. 3.2).

Таблиця 3.2

## Мінімальний чистий прибуток з комплексу літніх турів

Категорія	«VIP» (грн)	LIGHT ( грн)
Харків – це свято	3 825	1 020
Харків – це природа	1870	640
Харків – це подорож	–	856
Харків – це свобода	4080	800
Харків по-європейськи	–	2771
Харків молодіжний	–	1500
<b>ПРИБУТОК</b>	17 362	

Мінімальний прибуток можна вважати задовільним, оскільки тури мають доволі коротку тривалість (1-2 дні), і у вартість входять усі розваги та туристичні послуги, у відмінності від інших туристичних продуктів, які були проаналізовані у Харківській області.

Пропонована пропозиція є оптимальною для весни, літа та осені. Потребують певної доробки на зимовий період. Також тури вихідного дня можуть бути адаптовані для проведення у будні (оскільки графік роботи молоді зазвичай є мобільним і вихідні можуть бути у будь-які дні тижня). Все це збільшує перспективність цього турпродукту. Оскільки це своєрідна «лінійка» турів, об'єднана спільною ідеєю різноманітності Харківщини, то вона буде стимулювати споживача до покупки кожного наступного туру, адже усі вони спрямовані на різні види туризму – піший, екстремальний,

водний, історико-культурний, подієвий та інше., що буде породжувати все більший інтерес у туриста.

### **3.2 Програма тури вихідного дня та розрахунок його рентабельності для категорії «LIGHT»**

Тури категорії «LIGHT» це ті тури, в яких людина відпочиває у незвичайних, більш природних умовах. Тобто, ночівлі відбуваються у наметах, харчування проводиться у виді «пікніку» за орендованим столом, усе це знижує вартість відпочинку, адже у «VIP» людина сплачує свій комфорт – готелі, ресторани, високооплачувані розваги (квадроцикли, стрибок с пароплану). Ця категорія турів, саме для тих, хто не має великої кількості грошей та надає перевагу більш природній естетиці.

Першим літнім туром буде «Харків – це свято». Тур базується на подорожі до НПП «Гомільшанські ліси», адже саме там проводиться свято Івана-Купала. Цей продукт розраховано на людей, які просто обожають або повною мірою бажають відчутти особливості української культури, мріють відпочити від усіх справ і просто спілкуватися з близькими по духу людьми. У програму входить відвідування 24-годинного фестивалю та 2-х часовий піший похід на «Козачу гору», а також туристичні послуги (табл. 3.3, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.4. (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 1020 грн, а вартість туру, з урахуванням послуг туристичної фірми і відсотка НДС, складає 472 грн, що являється досить лояльною ціною як для дводенного туру.

Наступним видом тура є «Харків – це природа». Цей туристичний продукт спрямований на людей, які зацікавлені в гармонії з природою, які займаються духовними практиками. Програма туру передбачає 1,5-годинну екскурсію по Ізюму, практикум з йоги з інструктором, а також відвідування бані та фуршет (табл. 3.5, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.6 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 640 грн.

«Харків – це подорож». Цей тур являє собою похід на байдарках, маршрут (Гінеївка – с. Черкаський Бишкін) розроблений відповідно до фізичних можливостей подорожуючих (табл. 3.7, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.8 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 865 грн.

Наступний вид туру «Харків – це свобода» являє собою паріння у небі на пароплані, що дарує відчуття безмірного задоволення, захоплення від споглядання фантастичних пейзажів. Програма включає в себе відвідування планетарію, музею Космології та Уфології, а також політ на пароплані з інструктором (табл. 3.9, дод. В) .

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.10 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 800 грн (табл. 3.10, дод. В) .

Тур «Харків по-європейськи» – це відвідування Діснейленду, Швейцарії і навіть пустелі Сахара у Харкові та Харківській. Програма туру включає в себе катання на квадроциклах, 3-х часовий екскурсійний маршрут «Коропівське городище», відвідування Кіцевської пустелі, національного парку «Гомольшанські ліси», риболовля, а також катання на атракціонах у парку Горького (табл. 3.11, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.12 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 2 771 грн.

Останній вид туру – «Харків молодіжний», який включає в себе програму з такими розвагами як відвідування планетарію, аквапарку, квест-кімнат, а також передбачає винну дегустацію (табл. 3.13, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.14 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 1 500 грн.

Отже, можемо зробити висновок, що середня ціна туру вихідного дня категорії «LIGHT» з усіма розвагами та туристичними послугами складає 700 грн, що являється досить оптимальною ціною у порівнянні з турпродуктами конкурентів, оскільки програма включає у себе розваги, переїзд, страховку, послуги гіда та проживання, в той час, коли середня ціна у конкурентів за дводенний тур складає 500 грн, але у цю вартість входять тільки туристичні послуги ( переїзд, страхування, проживання і деколи екскурсійні білети), а прибуток туристичної фірми з урахування НДС складає 7 587, що також є вигідним.

### **3.3 Програма тури вихідного дня та розрахунок його рентабельності категорія «VIP»**

Тури категорії «LIGHT» це ті тури, в яких людина відпочиває у незвичайних, більш природних умовах. Тобто, ночівлі відбуваються у наметах, харчування проводиться у виді «пікніку» за орендованим столом, усе це знижує вартість відпочинку, адже у «VIP» людина сплачує свій комфорт – готелі, ресторани, високооплачувані розваги (квадроцикли, стрибок с пароплану). Ця категорія турів, саме для тих, хто не має великої кількості грошей та надає перевагу більш природній естетиці.

«Харків – це свято». Відрізняється від попереднього варіанту тим, що доповненням до 24-годинного фестивалю стає катання та екскурсія на квадроциклі на «Козачу гору», екскурсія по екологічним тропам Коробові Хутора, спілкування з тваринами, гра в пейнтбол, а також туристичні послуги. (табл. 3.15, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.16 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 3825 грн.

«Харків – це природа». Програма передбачає часову екскурсію по Ізюму, прокат квадроциклів по українській оборонній лінії, 2,5 -часовий екскурсійний маршрут «Дубовий гай» (табл. 3.17, дод. В) .

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.18 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 1 870 грн.

«Харків – це свобода». До пропозиції «LIGHT» додається майстер-клас польотів на пароплані (2 години ), отримання сертифікату ( табл. 3.19, дод. В).

На основі усіх описаних заходів у таблиці 3.20 (дод. В) проводився розрахунок вартості рентабельності туру, з групи тур фірма отримує чистий прибуток у розмірі 4080 грн.

Отже, можемо зробити висновок, що середня ціна туру вихідного дня категорії «VIP» з усіма розвагами та туристичними послугами складає 1946 грн, програма включає у себе високооплачувані розваги, переїзд, страховку, послуги гіда та проживання, а прибуток туристичної фірми з урахування НДС складає 9775, що також є вигідним.

### **Висновки до РОЗДІЛУ 3**

Таким чином, можна зробити висновок, що комплекс турів, розроблених на основі проведеного маркетингового дослідження, відповідає повністю побажанням молодіжного сегменту і може успішно конкурувати з іншими туристичними продуктами, адже має насичену туристичну програму, лояльну ціну, що включає в себе не тільки проживання, переїзд і страховку, а ще й розваги. Окрім цього, завдяки розділенню турів на «LIGHT» і «VIP» пропозиція легко адаптується і під можливості аудиторії з з низьким доходом, так і під потреби тих, хто має дохід вище середнього.

Таким чином, проблема фінансового бар'єру вирішується, як і питання браку часу, адже тури розраховані на 1-2 дні і повністю зможуть задовольнити потреби споживача.



## ВИСНОВКИ

Проведений аналіз сучасних наукових досліджень дозволяє стверджувати, що молодіжний туризм відрізняється від інших видів туризму лише віком подорожуючих та ширшими фізичними можливостями учасників подорожі. Загалом, молодіжний туризм не лише сприяє економічному розвитку дестинацій, але й має часто непомічений потенціал для формування суспільства. Тобто сприяючи розвитку особистості, він також впливає на розвиток міжкультурних комунікацій, підвищує рівень освіченості населення і, по суті, являє собою не лише бізнес, але й інвестиції у майбутнє країни.

Варто відзначити, що в Україні молодіжний туризм недостатньо розвинутий, і більшість молодих туристів самотійно організовує собі подорожі. Це обумовлено відсутністю сегментованої пропозиції на ринку і державних програм задля підтримання та стимулювання прогресу у цьому виді туризму.

Проведене опитування виявило, що головною метою мандрівок у молоді являється відпочинок, тобто поліпшення як психічного, так і фізичного стану. Щодо бажаних місць для відпочинку, то здебільшого молодь приваблює морські курорти та гірські райони. Вартість подорожі та вільний час являється головною перешкодою у здійсненні мандрівок. Звичайна частота поїздок молоді складає раз на рік у літню або зимню пори року.

У ході роботи було розроблено 6 видів турів вихідного дня, які мають розкрити туристичний потенціал Харківщини для стимулювання розвитку молодіжного туризму: «Харків – це свято», «Харків – це природа», «Харків – це подорож», «Харків – це свобода», «Харків по-європейськи», «Харків молодіжний».

Конкурентною перевагою і особливістю цього комплексу турів є те, що вони можуть комбінуватися між собою в різному порядку і

використовуватися у весінню, осінню, літню і навіть зимову (з доробком) пори року.

Також були враховані інтереси потенціальної цільової аудиторії, внаслідок чого маємо тури за різними ціновими сегментами («VIP» » і «LIGHT»), а також розроблений конструктор відпочинку, де кожен може сформувати тур за своїми потребами. Окрім цього, тури вихідного дня можуть бути адаптовані для проведення у будні (оскільки графік роботи молоді зазвичай є мобільним і вихідні можуть бути у будь-які дні тижня). Все це збільшує перспективність цього турпродукту.

Оскільки це своєрідна «лінійка» турів, об'єднана спільною ідеєю різноманітності Харківщини, то вона буде стимулювати споживача до покупки кожного наступного туру, адже усі вони спрямовані на різні види туризму – піший, екстремальний, водний, історико-культурний, подієвий та інші, що буде породжувати все більший інтерес у туриста.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азар В. И. Економіка та організація міжнародного туризму: навч.-метод. посіб. Київ : Економіка, 2017. 320 с.
2. Аркадія-тур: сайт. URL: <https://arkadiya-tour.com.ua/> (дата звернення: 09.05.2021).
3. Біржаков М. Б. Введення в туризм: навч.-метод. посібник. Дніпро: Герда, 2018. 570 с.
4. Борушак М. Г. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2017. 357с.
5. Відгуки. Igotoworld. URL: [https://www.facebook.com/igotoua/reviews/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/igotoua/reviews/?ref=page_internal) (дата звернення: 09.05.2021).
6. Відгуки Аркадіятур. URL: <https://www.turpravda.ua/%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%84%D0%B8%D1%80%D0%BC%D1%8B/%D0%90%D1%80%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%8F%D0%A2%D1%83%D1%80-13308/> (дата звернення: 09.05.2021).
7. Відгуки Етносвіт. URL: [https://pokupon.ua/lvov/merchant\\_pages/15521/review](https://pokupon.ua/lvov/merchant_pages/15521/review) (дата звернення: 09.05.2021).
8. Відгуки Навігатор. URL: [https://otzovik.com/reviews/turoperator\\_navigato\\_r\\_ukraina/](https://otzovik.com/reviews/turoperator_navigato_r_ukraina/) (дата звернення: 09.05.2021).
9. Етносвіт: сайт. URL: <https://etnosvit.com/>(дата звернення: 09.05.2021).
10. Колотуха О. В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як територіальна соціально-економічна система: проблеми та перспективи розвитку: дис. канд. геогр. Наук. Київ: НАН України, Інститут географії, 2019. 257 с.
11. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посібник. Київ : Знання, 2016. 271 с.
12. Курьонкова Л. С. Інноваційна діяльність у туристичній сфері: матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 18–19 квітня 2019 р. / Харківська державна академія культури, 2019. 379–380 с.

13. Курьонкова Л. С. Проблеми і перспективи розвитку туризму в Україні: матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 26–27 квітня 2018 р. / Харківська державна академія культури, 2018. 358– 360 с.
14. Курьонкова Л. С. Семенець В.А. Сучасні стратегії менеджменту: матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 18–19 квітня 2019 р. / Харківська державна академія культури, 2019. 384-385 с.
15. Курьонкова Л. С. Сучасні туристичні та ресторанны тренди: матер. міжнар. наук. конф. 26–27 листопада 2019 р. / Харківська державна академія культури, 2020. 121– 123 с.
16. Курьонкова Л. С. Маркетингове дослідження молодіжного туризму на Харківщині: матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 18– 19 квітня 2021 р. / Харківська державна академія культури, 2019. 314-318 с.
17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): 2-ге видання перероблене та доповнене. Київ: Альтапрес, 2016. 436 с.
18. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2016. 369 с.
19. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2017. 259 с.
20. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
21. Навігатор: сайт. URL: <https://www.navigator-ukraine.com.ua/> (дата звернення: 09.05.2021).
22. Палаткіна Г. В. Молодіжний туризм: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет ім. І. Франка, 2016. 206 с.
23. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 23.03.2004 р. № 1659-V // Офіційний вісник України. 2004. № 15. Ст. 1028, 1029.

24. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. №1282 – IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 09.05.2021)
25. Рунців О. І. Особливості ринку туристичних послуг. Вісник наукових досліджень: Науковий журнал, № 10: Частина 2. Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ Галицького інституту імені В'ячеслава Чорновола, 2018. 243–245 с.
26. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник -довідник з туризму . Київ: Слово, 2019. 372 с.
27. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник. Київ: Грамота, 2017. 264 с.
28. Ткаченко Т. І. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку: навч. посібник. Київ: Терно-Граф, 2018. 976 с.
29. Чорненька Н. В. Подієвий туризм як перспективний напрям розвитку в системі туристичної індустрії: сучасний стан і перспективи : матеріали міжнародної науково-практичної конференції 21–23 жовтня 2016 р. / Чернівецький національний університет, 2016. 174–176 с.
30. Чупровський В. І. Молодь: духовне виробництво в умовах ризику: підручник. Київ, 2017. 7–17 с.
31. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2018. 334 с.
32. Best in Travel. URL: <https://www.lonelyplanet.com/best-in-travel/cities> (дата звернення: 09.05.2021).
33. ISIC v Ukraïni . URL: <http://isic.net.ua/> (дата звернення: 09.05.2021)
34. Glossary of tourism terms. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (дата звернення: 09.05.2021).
35. Igotoworld.com. URL: <https://igotoworld.com/> (дата звернення: 09.05.2021).

36. How will people travel in 2021? URL: <https://www.tourism-review.com/many-people-do-not-plan-to-travel-in-2021-news11779> (дата звернення: 09.05.2021).
37. Millennial and GenZ travellers spending more, experiencing life as a local. URL: <https://www.wysetc.org/2018/03/millennial-and-genz-travellers-spending-more-experiencing-life-as-a-local-3/> (дата звернення: 09.05.2021).
38. The Power of Youth Travel. URL: <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> (дата звернення: 09.05.2021).

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Анкета

Туристичне агентство проводить дослідження щодо визначення бажань клієнтів з метою більшого задоволення потреб і рівня послуг, що надаються. Просимо Вас взяти участь у дослідженні, давши відповідь на запитання анкети з оцінювання Ваших уподобань.

1. Вкажіть країну Вашого постійного місця проживання:

Назва країни: \_\_\_\_\_

2. Скільки Вам років? \_\_\_\_\_

3. Чи любите Ви подорожувати?

а) Так.

б) Ні.

4. З ким Ви взагалі проживаєте у повсякденному житті?

а) З батьками.

б) Окремо від батьків.

в) Свій варіант \_\_\_\_\_

5. Вкажіть з ким Ви подорожуєте (допускається один варіант відповіді):

а) З сім'єю.

б) З друзями.

в) З колегами по роботі.

г) Інше.

6. Які з нижче зазначених заходів Ви здійснювали впродовж перебування в турі? (допускається кілька варіантів відповідей)

а) Походи до магазинів.

б) Вивчення іноземної мови .

в) Водолікування.

г) Вечері у ресторанах.

д) Участь у виставках/ фестивалях .

е) Участь у нічному житті.

- ж) Відвідування церков/ костьолів.
- з) Оглядові прогулянки пішки.
- і) Відпочинок на пляжі.
- к) Відвідування музеїв .
- л) Веслування.
- м) Рибальство/ мисливство.
- н) Вело походи.
- о) Спортивні ігри.
- п) Поїздки верхи.
- р) Відвідування національного парку

7. Визначте Вашу основну мету подорожі:

- а) Відпочинок.
- б) Лікування.
- в) Освіта.
- г) Спорт.
- д) Паломницькі цілі.
- є) Гостьові цілі.

8. Зазвичай мотивацією Ваших подорожей є:

- а) Зміна обстановки.
- б) Побачити нові міста.
- в) Познакомитися з культурою інших регіонів.
- г) Спілкування з новими людьми.
- д) Розваги.

9. Які із запропонованих розваг являються найбільш цікавими для Вас:

(допускається кілька варіантів відповідей)

- а) Відвідування барів, клубів.
- б) Експерсії.
- в) Шопінг.
- г) Пасивний відпочинок.
- д) Гастрономія.

є) Поїздки на природу в компанії с друзями.

ж) Сонячні ванни.

10. Яке місце Ви вважаєте найбільш привабливими для Вашого відпочинку:

а) Місця з недоторканою природою.

б) Історико-культурні центри.

в) Морські курорти.

г) Великі міста.

д) Горні райони.

11. Скільки разів на рік ви подорожуєте?

а) Раз в 3 місяці.

б) Раз у 6 місяців.

в) Раз на рік.

г) Раз у 2 роки.

д) Раз у 3 роки.

є) Взагалі не подорожую.

12. Яку суму Ви можете дозволити собі витратити на 1 день відпустки?

а) менше 200 грн.

б) від 200-500 грн.

в) від 500-1000 грн.

г) більше 1000 грн.

13. Чи хотіли би ви подорожувати частіше?

а) Так.

б) Ні.

14. Що заважає Вам у збільшенні кількості своїх подорожей?

а) Не вистачає часу.

б) Погане здоров'я.

в) Вартість поїздки.

г) Низький рівень безпеки.

д) Відсутність інтересу до подорожей.

15. Яка частота подорожі найбільш комфортна для Вас?

- а) Раз в місяць.
- б) Раз в 3 місяці.
- в) Раз у 6 місяців.
- г) Раз на рік.
- д) Раз у 2-3 роки.
- є) Взагалі не хочу подорожувати.

16. Визначте найбільш оптимальну для Вас тривалість туру:

- а) 1 день.
- б) 2-3 дні.
- в) 5-7 днів.
- г) 10-14 днів.
- д) Більш ніж 14 днів.

17. Які регіони відпочинку цікавлять Вас найбільше?

- а) Харків і Харківська область.
- б) Подорож по Україні.
- в) Країни СНГ.
- г) Зарубіжні країни.

18. У яку пору року Вам найбільше подобається подорожувати?

- а) Зима.
- б) Весна.
- в) Літо.
- г) Осінь.

19. У яку пору року Ви подорожуєте зазвичай?

- а) Зима.
- б) Весна.
- в) Літо.
- г) Осінь.

20. Як би Ви охарактеризували свої фінансові можливості у співвідношенні до подорожей?

- а) Відмінно.

б) Добре.

в) Задовільно.

г) Погано.

д) Взагалі немає можливості.

## Конструктор занять

<b>База Відпочинку « Лісна заїмка»</b>		
"Лісова заїмка" знаходиться в селі Придонецьке в 14 км від міста Ізюм, в Харківській області.		
1.	Місце для паркування (парковка)	100 грн / добу.
2.	Риболовля	150 грн чол. / день – щука, окунь, плотва
3.	Оренда човна	100 грн / день
4.	Оренда альтанки (мангал + дрова)	100 грн / год з компанії
5.	Дрова на одну закладку	100 грн
6.	Оренда м'яч волейбол	50 грн / год
7.	Йога на природі для всіх бажаючих	90.00 грн / з особи 30 хв хатха-йога. Час узгоджується з гостями, але не пізніше 17.00
8.	Майстер клас зі стендової стрільби	500 грн / год + вартість мішені (тарілочка) і патронів
9.	Прокат велосипедів (шт)	25 грн / год
10.	Стрільба з лука і пневмо рушниці	200 грн / год з компанії
11.	Екскурсія лісовими та водними стежками	250 грн / год з компанії
12.	Оренда 2-х місцевої намети + проживання	200 грн / з чол. / добу
13.	Японська бочка фурако	- 1000 грн / 3 години
14.	Баня	600 грн / 3 години (віник входить у вартість)
15.	Баня + послуги банщика + банний віник	850 грн / 3 години
16.	Сон на бджолиних вуликах	80 грн / год 400 грн / добу
17.	<b>ПРОЖИВАННЯ</b> 1. З 1 жовтня 2020 по 1 травня 2021 року – 2. Будинок у води (4-х місцевий) з 1 жовтня 2020 по 1 травня 2021 року 3. Діти до 5 років:	550 грн / добу / чол. 2200 грн / за добу безкоштовно

<b>Коробові хутори, готель “Carnaval Resort and Spa”</b> Коропове – село Зміївського й району, Харківська область		
1.	Велика парковка і зарядка для елеткрокарів	-
2.	Комфортабельні номери і котеджі, в яких зможе розміститися компанія від 2 до 50 чоловік	1700 на 2-х
3.	Прокат квадроциклів. У нашому гаражі є позашляховики для будь-якого віку: 4-7 років, 7-12 років і для дорослих, старше 16 років. Вся необхідна екіпіровка видається.	450 грн за год
4.	Прокат велосипедів	25 грн за год
5.	Два великих басейни: критий з гіркою, площею 25 метрів і річний 15-метровий.	безкоштовно для гостей готелю «Карнавал резорт»
6.	Банний комплекс	350 грн за год
7.	Пейнтбол і лазертаг	600 грн за год
8.	Ночівля в готелі	770 грн за ніч
<b>НПП «Гомільшанські ліси»</b>		
1.	Екскурсійний маршрут «Коропівське городище» (2,5 год)	35 грн
2.	Екскурсійний маршрут «Дубовий гай» (2,5 год)	35 грн
3.	Екскурсійний маршрут «Козача гора» (2 год)	30 грн
4.	Екскурсійний маршрут «Алано – болгарське городище біля с. Суха Гомільша» (7 год) –	50 грн
5.	Екскурсійний маршрут «Урочище Хомутки» (3,5 год)	35 грн
6.	Користування спеціально відведеним місцем для платного відпочинку (розбиття наметів, розкладання вогнищ, влаштування пікніків) з	15 грн за добу

	особи	
<b>ІНШЕ</b>		
1.	Послуги гίδα	500 грн за 8 год
2.	Квиток на фестиваль Івана Купала	200 грн
3.	Розбивання наметів	15 грн
4.	Оренда наметів	60 грн
5.	Оренда столу для харчування НПП	Від 50 – 250 грн
6.	Дорожня екскурсія по Ізюму	150 грн
7.	Оренда байдарки	450 грн за 2-х
8.	Планетарій	60 грн
9.	Музей НЛО	85 грн
10.	Політ на пароплані (5 хв)	300 грн
11.	Мастер-клас з польотів на пароплані + 10 спусків	2500 грн
12.	Відпочинок у Парку Горького за 8 гірок	400 грн
13.	Аквапарк	240 грн
14.	Квест кімната	250 грн за год
15.	Кінотеатр під відкритим небом	безкоштовно
16.	Фестиваль Тавале (30 квітня – 9 травня, 8-17 жовтня)	350 грн на 1 день

Додаток В

## Програми турів

Таблиця 3.3

Програма туру «Харків – це свято»

на 17 чоловік (5 – 6 червня)

«LIGHT»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей» Відправлення до національного парку «Гомольшанські ліси»
	11: 00	Приїзд до НПП, розбивання наметів
	12:30	Знайомство з програмою туру та групою , спілкування один з одним. Спілкування через гру «Як тебе звати?» Перша людина має запитати сусіда «Як тебе звати?». Той називає своє ім'я разом з прикметником, що найкраще його характеризує, але водночас починається на ту саму букву, що ім'я – Дратівлива Даринка, Педантичний Павло і т.д. Чим більш специфічні прикметники, тим краще ім'я відкладаються у пам'яті, і тим веселіше відбувається знайомство. «Що нас об'єднує?» Ця гра допомагає більше дізнатись один про одного а також знайти точки перетину між учасниками. Люди діляться на невеличкі команди десь по 2-3 учасників. Завдання – першими знайти 5-10 унікальних речей, які вас об'єднують, крім очевидних (всі носять взуття або сплять вночі – це не рахується). Можна брати хобі, чи «всі пішли у школу з 7 років», знак зодіаку, що завгодно. В кінці всі діляться своїми знахідками з іншими командами та обирають найцікавіші факти.

## Продовження таблиці 3.3

	13:30	Пікнік , оренда столу до 20 чоловік
	14:30	Збори і підготовка до екскурсії пішохідного маршруту «Козача гора» Довжина пішохідного маршруту – 2 км., який триває 2 години. Змістом екскурсії є цікаві розповіді про знамениту «Козачу гору», її таємниці та легенди. Також розповідається про Зміївський козацький Миколаївський монастир і корінний дубовий ліс, який росте навколо Козачої гори. Особливий інтерес на маршруті викликає урочище «Провалля», де на невеличку галявину виходить сім доріг. Це місце, за легендою, може здійснювати найпотемніші бажання. Існує не багато місць, де гуляють сім вітрів та розбігаються у сторони сімох доріг. Навіть у казках частіше згадується лише три.
	16:30	Повернення до наметів, вільний час
	17:00	Початок фестивалю Івана Купала, святкування (квести, фудкорт, танці, перфоменси)
	22:00	Сон
День 2	10:00	Сніданок у ресторані від готелю «Карнавал Резорт»
	11:30	Продовження святкування Івана Купала
	18:00	Повернення до Харкова

Таблиця 3.4

Розрахунок вартості рентабельності туру  
Харків – це свято на 17 чоловік ( 5 -6 червня)  
«LIGHT»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Вїзд до НПП «Гомільшанські ліси»	10	10*17 = 170

## Продовження таблиці 3.4

2.	Перевезення по маршруту	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 8,82 з туриста	$25 * 6 = 150$ $150 / 17 = 8,82$ грн
3.	Екскурсії	30 грн	$30 * 17 = 510$
4.	Плата за оренду намету Та його розбивання Оренда столу для харчування	60 15 250 (15 грн з туриста)	$60 * 17 = 1020$ $15 * 17 = 255$
4.	Вартість страховки	60 грн	$60 * 17 = 1020$
5.	Витрати на гίδα або керівника групи	1000 грн 58 грн з туриста	$1000 / 17 = 58$ грн
6.	Фестиваль «Івана Купала» Купання на білому озері	200 безкоштовно	$200 * 17 = 3400$
7.	Собівартість туру	400 з 1 туриста	$400 * 17 = 6800$
8.	Послуги фірми	60 з 1 туриста	$60 * 17 = 1020$ грн
9.	НДС з послуг фірми 20%	12	
10.	Послуги фірми з НДС	72	
11.	Ціна туру	472	

Таблиця 3.5

Харків – це природа ( Поєднання з природою ) – на 8 чоловік  
(12 – 13 червня)  
«LIGHT»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей» Відправлення до бази відпочинку Коробові Хутора

## Продовження таблиці 3.5

	11: 30	Прибуття, інструктаж по безпеці Знайомство з програмою туру та групою , спілкування один з одним. Ігри « Як тебе звати», «Що нас об'єднує?»
	13:00	В кафе від готелю «Карнавал Резорт» ( 150 грн повноцінний обід) Підготовка до екскурсії
	15:00	Дорожня екскурсія по Ізюму
	16:30	Відправлення до бази відпочинку «Лісна заїмка»
	17:00	Прибуття
	17:15	Практикум з йоги на повітрі з інструктором
	18:15	Баня, фуршет за власний рахунок
	21:00	Відправлення до Харкова
	21:30	Прибуття до метро Історичний музей
	22:00	Сон

Таблиця 3.6

Розрахунок вартості рентабельності туру  
Харків – це природа на 8 чоловік (12 – 13 червня)

## «LIGHT»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Перевезення по маршруту	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 46 грн з туриста	$25 * 15(\text{км}) = 375$ $375 / 8 = 46$
2.	Баня  Практикум з йоги	1000 грн (2 год) 125 з туриста 90	$(1000 + 720 + 1200) = 2920$

	Екскурсія	150	
3.	Вартість страховки	60 грн	$60 \cdot 8 = 480$
4.	Витрати на гіда або керівника групи	500 грн 62 грн з туриста	$5000/8 = 62$ грн
5.	Собівартість туру	533 з 1 туриста	$400 \cdot 8 = 12\,376$
6.	Послуги фірми	80 з 1 туриста	$80 \cdot 8 = 640$
7.	НДС з послуг фірми 20%	16	
8.	Послуги фірми з НДС	96	
9.	Ціна туру	629	

Таблиця 3.7

Програма туру вихідного дня 19 – 20 червня

«Похід на байдарках » Харків – це подорож

Тур на 8 чоловік

«*LIGHT*»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей» Відправлення до станції Гінеївка Знайомство з програмою туру та групою , спілкування один з одним.
	11: 00	Прибуття, підготовка до сплаву на байдарках
	11:30	Початок сплаву, милуємося красою пейзажів
	12:30	Зупинка на відпочинок на Зміївському пляжі, купання, самостійний обід
	15:00	Відправлення до бази відпочинку «Коробові хутори»
	19:30	Прибуття до бази відпочинку, розбивання намету, вечеря, вільний час
	22:00	Сон
День 2	10:00	Сніданок у готелі
	11:30	Відпочинок на Білому озері
	12:00	Підготовка та вирушення на байдарках до с.Черкаський Бишкін
	15:00	Прибуття, обід, збирання речей та повернення до Харкова

	16:30	Приїзд до Харкова
--	-------	-------------------

Таблиця 3.8

Розрахунок вартості рентабельності туру  
«Похід на байдарках » Харків – це подорож

Тур на 8 чоловік

«LIGHT»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Перевезення по маршруту (їжі, одягу)	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 63 грн з туриста	$25 * 20 \text{ (л)} = 500$ $500 / 8 = 63$
2.	Оренда байдарки  Оренда намету Місця для намету Відпочинок на озері	450 (за своє місце в байдарці) 60 15	7200 за 4(для 2-х) байдарки
3.	Вартість страховки	60 грн	$60 * 8 = 480$
4.	Витрати на гίδα або керівника групи	500 грн 62 грн з туриста	$500 / 8 = 62 \text{ грн}$
5.	Собівартість туру	710 з 1 туриста	$710 * 8 = 5\,680$
6.	Послуги фірми	107 з 1 туриста	$107 * 8 = 865$
7.	НДС з послуг фірми 20%	20	
8.	Послуги фірми з НДС	127	
9.	Ціна туру	837	

Таблиця 3.9

Програма туру вихідного дня 26/ 27 червня на 10 чоловік

Харків – це свобода

«LIGHT»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей»
	10: 30	Прибуття до Планетарію, екскурсія
	11:30	Відправлення до Музею Космології та Уфології (НЛО), екскурсія
	12:30	Вирушення до метро Істор музей
	13:00	Знайомство з українською кухнею Харчування у ресторані « Пузата хата» ( не вкл у вартість туру)
	14:00	Відправлення до с. Черкаська Лозова
	15:30	Прибуття та підготовка до польоту на пароплані
	16:10	Політ на пароплані з інструктором (300 грн 5 хв )
	17:00	Вирушення додому

Таблиця 3.10

Розрахунок вартості рентабельності туру

Програма туру вихідного дня 26/ 27 червня на 10 чоловік

Харків – це свобода

«LIGHT»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Перевезення по маршруту (їжі, одягу)	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 25 грн з туриста	$25 * 10 (л) = 250$ $250 / 10 = 25$
2.	Екскурсії Політ на пароплані	145 300	1450 3000

## Продовження таблиці 3.10

3.	Вартість страховки	60 грн	60*10= 600
4.	Собівартість туру	530 з 1 туриста	530*10 = 5 300
5.	Послуги фірми	80 з 1 туриста	80*10= 800
6.	НДС з послуг фірми 20%	16	
7.	Послуги фірми з НДС	96	
8.	Ціна туру	626	

Таблиця 3.11

Липень

Тур вихідного дня Харків по-європейськи ( 3 -4 липня)

На 17 чоловік

«LIGHT»

День	Година	Захід
День 1	11:00	Зустріч біля метро Історичний музей Відправлення до Кіцевської пустелі (Сахара)
	12:00	Прибуття та підготовка до катання на квадроциклах, практикум з водіння квадроциклів, катання по пустелі ( 450 грн за год )
	14:30	Прибуття до готелю «Карнавал резорт», обід
	15:00	Відправлення до бази відпочинку Гомольшанські ліси (Слобожанська Швейцарія)
	15:30	Прибуття та підготовка до походу на коропівське городище (35 грн з людини за 3 год) Екскурсійний маршрут «Коропівське городище» Цей пішохідний маршрут має довжину 6 км тривалістю 2 години 50 хвилин. Змістом екскурсії є «Нагірна та заплавна діброва правого берега річки Сіверський Донець, 715 – річний дуб, та Коропівське городище скіфського, аланського і слов'янського періодів».
	16:30	Вирушення в похід
	18:30	Розкладання намету, риболовля
	20:30	Вечеря

## Продовження таблиці 3.11

	22:00	Сон
День 2	10:00	Сніданок
	11:00	Збирання речей та відправлення до Харківського Діснейленду
	11:40	Відправлення до Парку Горького – Діснейленд (Париж )
	12:30	Прибуття до Парку Горького Відпочинок – 450 грн за 8 «гірок» з людини
	15:30	Відправлення додому, м Історичний музей

Таблиця 3.12

Розрахунок вартості рентабельності туру  
Тур вихідного дня Харків по-європейськи ( 3 -4 липня)  
На 17 чоловік  
«LIGHT»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Перевезення по маршруту (їжі, одягу)	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 15 грн з туриста	$25 * 15(\text{л}) = 375$ $375 / 17 = 22$
2.	Оренда квадроциклу Поход на коропівське городище Оренда намету Розбивання намету Відпочинок у парку Горького (8 гірок)	450 грн 35 грн 60 грн 15 грн 450 грн	$450 * 17 = 7650$ $35 * 17 = 595$ $60 * 17 = 1020$ $15 * 17 = 255$ $450 * 17 = 7650$

## Продовження таблиці 3.12

3.	Вартість страховки	60 грн	$60 \cdot 17 = 1020$
4.	Витрати на гίδα або керівника групи	500 29 з туриста	$500/17=29$
5.	Собівартість туру	1085 з 1 туриста	$1085 \cdot 17 = 18\ 445$
6.	Послуги фірми	163 з 1 туриста	$163 \cdot 17 = 2\ 771$
7.	НДС з послуг фірми 20%	33	
8.	Послуги фірми з НДС	195	
9.	Ціна туру	1305	

Таблиця 3.13

Тур вихідного дня  
Харків молодіжний ( 10/11 липня) на 15 чоловік  
«LIGHT»

День	Година	Захід
День 1	11:00	Зустріч туристів біля метро Історичний музей Вирушення до Планетарію Знайомство один з одним
	11:30	Прибуття до Планетарію, екскурсія
	12:30	Відправлення до аквапарку у Харкові
	13:00	Прибуття до аквапарку та відпочинок, харчування
	17:00	Відвідування квест-кімнати « Ізоляція»
	18:30	Винна дегустація 600 грн за від 8 – 15 чоловік
	20:30	Відправлення туристів до парку Горького Кіно під відкритим небом
	22:00	Повернення до Істор. музею

Таблиця 3.14

Розрахунок вартості рентабельності туру  
Тур вихідного дня  
Харків молодіжний ( 10/11 липня) на 15 чоловік  
«LIGHT»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Перевезення по маршруту (їжі, одягу)	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 17 грн з туриста	$25 * 10 (\text{л}) = 250$ $250 / 15 = 17$
2.	Екскурсія по Планетарію Аквапарк Квест-кімната Винна дегустація	60 240 250 40	$60 * 15 = 900$ $240 * 15 = 3600$ $250 * 15 = 3750$ $40 * 15 = 600$
3.	Вартість страховки	60 грн	$60 * 15 = 900$
4.	Собівартість туру	670 з 1 туриста	$670 * 15 = 10\ 500$
5.	Послуги фірми	100 з 1 туриста	$100 * 15 = 1\ 500$
6.	НДС з послуг фірми 20%	20	
7.	Послуги фірми з НДС	120	
8.	Ціна туру	790	

Таблиця 3.15

Червень ( Програма туру вихідного дня 5- 6 червня )  
Харків – це свято (Святкування Івана Купала) – на 17 чоловік  
«VIP»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей» Відправлення до національного парку «Гомольшанські ліси»
	11: 00	Заїзд до готелю «Карнавал Резорт »
	12:30	Знайомство з програмою туру та групою , спілкування один з одним. <i>Спілкування через гру «Як тебе звати?»</i> Перша людина має запитати сусіда «Як тебе звати?». Той називає своє ім'я разом з прикметником, що найкраще його характеризує, але одночас починається на ту саму букву, що ім'я – Дратівлива Даринка, Педантичний Павло і т.д. Чим більш специфічні прикметники, тим краще ім'я відкладаються у пам'яті, і тим веселіше відбувається знайомство. <i>«Що нас об'єднує?»</i> Ця гра допомагає більше дізнатись один про одного а також знайти точки перетину між учасниками. Люди діляться на невеличкі команди десь по 2-3 учасників. Завдання – першими знайти 5-10 унікальних речей, які вас об'єднують, крім очевидних (всі носять взуття або сплять вночі – це не рахується). Можна брати хобі, чи «всі пішли у школу з 7 років», знак зодіаку, що завгодно. В кінці всі діляться своїми знахідками з іншими командами та обирають найцікавіші факти.
	13:30	Обід в готелі
	14:30	Катання на квадроциклі на Козачу гору + екскурсія
	16:00	Повернення до готелю, вільний час
	17:00	Початок фестивалю Івана Купала, святкування (квести, фудкорт, танці, перфоменси)

## Продовження таблиці 3.15

	22:00	Сон
День 2	10:00	Сніданок у готелі
	11:30	Від'їзд на екскурсію
	12:00	Екскурсія по екологічним тропам Коробові Хутора, спілкування з тваринами
	14: 30	Повернення до парку «Гомільшанські ліси», вільний час, самостійний обід
	15:30	Гра в пейнтбол або купання на Білому озері ( безкоштовно)
	17:00	Продовження святкування Івана Купала
	19:00	Повернення до готелю
	21:00	Прибуття до Харкова

Таблиця 3.16

Розрахунок вартості рентабельності туру  
Харків – це свято на 17 чоловік ( 5 -6 червня)  
«VIP»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Проживання за 1 добу в готелі «Карнавал Резорт»	450	$450 * 17 = 7650$
2.	Перевезення по маршруту	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 8,82 з туриста	$25 * 6 = 150$ $150 / 17 = 8,82$ грн
3.	Екскурсії	110	$110 * 17 = 1870$
4.	Вартість страховки	60 грн	$60 * 17 = 1020$
5.	Витрати на гіда або керівника групи	1000 грн 58 грн з туриста	$1000 / 17 = 58$ грн

## Продовження таблиці 3.16

6.	Фестиваль «Івана Купала»	200	800*17 = 13 600
	Гра в пейнтбол	600	
	Купання на білому озері	безкоштовно	
7	В'їзд автобуса	15 грн	15*17=255
8.	Собівартість туру	1502 з 1 туриста	1502*17 = 25 534
9.	Послуги фірми	225 з 1 туриста	225*17= 3825 грн
10.	НДС з послуг фірми 20%	45	
11.	Послуги фірми з НДС	270	
12.	Ціна туру	1770	

Таблиця 3.17

Харків – це природа на 17 чоловік (12 – 13 червня)

«VIP»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей» Відправлення на дорожню екскурсію в Ізюм Знайомство з програмою туру та групою , спілкування один з одним. Ігри « Як тебе звати», «Що нас об'єднує?»
	11: 40	Дорожня екскурсія по Ізюму
	12:40	Вільний час, самостійний обід, поряд є столова «Затишок»
	14:00	Зустріч біля столової «Затишок» Від'їзд до НПП «Гомільшанські ліси»
	15:00	Прибуття до НПП, підготовка до екскурсійного маршруту (похід) «Дубовий гай» ( триває 2.5 год, 35 грн з людини ) Маршрут розраховано на 2,5 години, його довжина 2,5 км. Ми запропонуємо вам відправитися на екскурсію до незайманих кутків природи, в храм під відкритим небом, де природа зачаровує погляд людини, а гармонія і краса відновлює сили та здоров'я.
	15:30	Початок екскурсії

## Продовження таблиці 3.17

	18:00	Повернення та вечеря в ресторані від готелю «Карнавал Резорт» (150-200 грн, не входить у вартість туру)
	19:30	Відправлення до Мелових гір
	20:30	Прибуття до Мелових гір Розбивання палатки, підготовка до ночівлі (15 грн з людини)
	21:30	Самостійний перекус Спілкування один з одним
	22:00	Сон
День 2	10:00	Самостійний сніданок, складання речей.
	12:30	Відправлення до Української оборонної лінії (Ізюм)
	13:00	Прибуття до Української оборонної лінії Екскурсія по фортецям
	14:30	Прибуття до готелю «Карнавал резорт» Оренда квадроциклів (1 год – 450 грн ) Прокат квадроциклів по українській оборонній лінії
	15:30	Повернення квадроциклів, повернення додому, м. Історичний музей

Таблиця 3.18

## Розрахунок вартості рентабельності туру

Харків – це природа на 17 чоловік (12 – 13 червня)

«VIP»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	В'їзд до НПП «Гомільшанські ліси»	10	$10 \cdot 17 = 170$
2.	Перевезення по маршруту	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 15 грн з туриста	$25 \cdot 10 = 250$ $250 / 17 = 15$
3.	Екскурсії	120 грн	$120 \cdot 17 = 2040$

## Продовження таблиці 3.18

4.	Плата за оренду намету Та його розбивання	60 15	$60*17 = 1020$ $15*17= 255$
5.	Вартість страховки	60 грн	$60*17= 1020$
6.	Витрати на гίδα або керівника групи	1000 грн 58 грн з туриста	$1000/17 = 58$ грн
7.	Оренда квадроциклів	450	$450*17 = 7650$
8.	Собівартість туру	728 з 1 туриста	$728*17 = 12\ 376$
9.	Послуги фірми	110 з 1 туриста	$110*17= 1870$
10.	НДС з послуг фірми 20%	22	
11.	Послуги фірми з НДС	132	
12.	Ціна туру	860	

Таблиця 3.19

Харків – це свобода на 10 чоловік  
26 – 27 червня  
«VIP»

День	Година	Захід
День 1	10:00	Зустріч туристів біля метро «Історичний музей» Відправлення до с. Черкаська Лозова
	11:00	Прибуття та підготовка до мастер – класу політ на пароплані (2 години ), отримання сертифікату
	13:00	Польоти на пароплані (10 спусків, приблизно 1.5 години)
	15:30	Вирушення до Планетарію , зупинка біля кафе для обіду
	16:00	Прибуття, екскурсія по планетарію та музею по НЛО
	18:30	Повернення додому, виїзд до м. «Історичний музей»

Таблиця 3.20

Розрахунок вартості рентабельності туру  
Програма туру вихідного дня 26/ 27 червня на 10 чоловік  
Харків – це свобода  
«VIP»

№ п/п	Начислення на тур прямих та перемінних витрат	Вартість, грн	Розрахунки
1.	Перевезення по маршруту (їжі, одягу)	6 л на 100 км (автобус на 17 чоловік «Мерседес Спринтер») Дизельне топливо – 25 грн за літр 15 грн з туриста	$25 * 6(\text{л}) = 150$ $150/10 = 15$
2.	Екскурсії Майстер – клас політ на пароплані + 10 спусків	145 2500	$145 * 10 = 1450$ $2500 * 10 = 25\ 000$
3.	Вартість страховки	60 грн	$60 * 10 = 600$
4.	Собівартість туру	2720 з 1 туриста	$2720 * 10 = 27\ 200$
5.	Послуги фірми	408 з 1 туриста	$408 * 10 = 4\ 080$
6.	НДС з послуг фірми 20%	82	
7.	Послуги фірми з НДС	490	
8.	Ціна туру	3210	

