

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра організації авіаційних робіт та послуг

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ / Разумова К.М. /

« _____ » _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА (ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
«МАГІСТР»

Тема: Організація і технологія виконання екскурсійних польотів

Виконавець: Тимченко Валерія Юріївна

Керівник: Соловйова Олена Олександрівна

Консультант: Соловйова Олена Олександрівна

Нормоконтролер: Герасименко Ірина Миколаївна

Київ 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет транспорту менеджменту і логістики

Кафедра організації авіаційних робіт та послуг

Спеціальність 275 «Транспортні технології (на повітряному транспорті)»

Спеціалізація 275.04 «Транспортні технології (на повітряному транспорті)»

Освітньо-професійна програма «Організація авіаційних робіт і послуг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

/Разумова К.М./

«14» жовтня 2019 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи (проекту)

Тимченко Валерії Юріївни

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи (проекту) «Організація і технологія виконання екскурсійних польотів»

затверджена наказом ректора від «11» жовтня 2019 р. №2351/ст

2. Термін виконання роботи (проекту): з «14» жовтня 2019 р. по «29» грудня 2019 року та з 20 січня 2020 року по 09 лютого 2020 року.

3. Вихідні дані до роботи (проекту): виробничі та фінансово-економічні показники діяльності Товариства з обмеженою відповідальністю «Кий Авіа».

4. Зміст пояснювальної записки: Теоретичні основи організації екскурсійної діяльності як економічного вектору, аналіз ринку туристичних послуг в Україні та зарубіжний досвід виконання екскурсійних польотів, загальна характеристика діяльності ТОВ «Кий Авіа» та аналіз господарської діяльності ТОВ «КИЙАВІА», проектні пропозиції щодо організації продажу екскурсійних польотів.

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: статистика з продажу квитків, результати фінансової діяльності ТОВ «Кий Авіа», вибір маршрутів та типів ПС для виконання екскурсійних польотів, результати ефективності виконання проектних пропозицій для ТОВ «Кий Авіа».

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Збір та вивчення літературних джерел щодо діяльності компаній на ринку продажів транспортних послуг	14.10.19 – 31.10.19	виконано
2.	Написання та оформлення теоретичної частини дипломної роботи	01.11.19 – 21.11.19	виконано
3.	Аналіз господарської діяльності авіаційного підприємства ТОВ «Кий Авіа»	22.11.19 – 07.12.19	виконано
4.	Написання та оформлення аналітичної частини дипломної роботи	08.12.19 – 20.12.19	виконано
5.	Розробка проектних пропозицій щодо організації екскурсійних польотів	21.12.19 – 29.12.19	виконано
6.	Написання та оформлення проектної частини дипломної роботи	20.01.20 – 26.01.20	виконано
7.	Оформлення пояснювальної записки та підготовка презентації до захисту	27.01.20 – 09.02.20	виконано

7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1. Теоретична частина	Соловйова О.О.	14.10.19	21.11.19
2. Аналітична частина	Соловйова О.О.	22.11.19	20.12.19
3. Проектна частина	Соловйова О.О.	21.12.19	26.01.20

8. Дата видачі завдання: 14 жовтня 2019 року.

Керівник дипломної роботи (проекту) _____ /Соловйова О.О./

(підпис керівника)

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ /Тимченко В.Ю./

(підпис випускника)

(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи: «Організація і технологія виконання екскурсійних польотів»: 104 сторінки, 10 рисунків, 15 таблиць, 32 використаних джерела.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПРОДАЖ КВИТКІВ, РОЗРАХУНОК ЕФЕКТИВНОСТІ, КАНАЛИ ЗБУТУ, ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ТОВ «КИЙАВІА», ЕКСКУРСІЙНІ ПОЛЬОТИ.

Об'єктом дослідження є ефективність господарської діяльності ТОВ «КИЙАВІА»

Предметом дослідження є ефективність продажу авіаційних квитків при виконанні екскурсійних польотів.

Мета дипломної роботи: проведення аналізу діяльності ТОВ «КИЙАВІА» та розробка проектних пропозицій щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства за рахунок продажу екскурсійних польотів.

Методи дослідження: збір, обробка та аналіз інформації і статистичних даних. Проведення розрахунків на основі аналітичної інформації.

У теоретичній частині описано теоретичні основи поняття туризму та зарубіжний досвід виконання екскурсійних польотів.

Аналітична частина Аналітична частина проекту присвячена аналізу діяльності компанії «КИЙАВІА» та аналізу організації продажів квитків на ринку перевезень України.

У проектній частині проведені розрахунки вартості льотної години повітряних суден Robinson R22, Robinson R44 та Robinson R66, проведено розрахунки ефективності виконання екскурсійних польотів.

Матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати у навчальному процесі та у практичній діяльності авіаційних підприємств та організацій.

ЗМІСТ

	Стор.
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ	6
ВСТУП	7
1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА	12
1.1. Теоретичні основи організації екскурсійної діяльності як економічного вектору.....	13
1.2. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні	23
1.3. Особливості організації екскурсійних польотів	32
2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА	37
2.1. Характеристика діяльності ТОВ «КИЙ АВІА».....	38
2.2. Аналіз господарської та фінансової діяльності компанії «КИЙ АВІА».....	46
2.2.1. Аналіз фінансової діяльності.....	52
2.3. Формування системи менеджменту якості на прикладі туристичної компанії «КИЙ АВІА».....	54
3. ПРОЕКТНА ЧАСТИНА	64
3.1. Методичне забезпечення прийняття управлінських рішень щодо якості туристичних послуг.....	65
3.2. Проектні пропозиції щодо організації продажу авіаційних екскурсійних польотів в компанії «КИЙ АВІА».....	74
3.3. Визначення маршрутів екскурсійних польотів та вибір повітряних суден для їх виконання.....	78
3.4. Ефективність виконання авіаційних робіт з виконання екскурсійних польотів.....	83
ВИСНОВКИ	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	102

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ

ПС – повітряне судно

ПММ – паливно-мастильні матеріали

ФОП – фонд оплати праці

ІКАО – Міжнародна організація цивільної авіації;

IATA – Міжнародна асоціація повітряного транспорту;

МЗМ – максимальна злітна маса

ОПР – обслуговування повітряного руху

MTOW – maxtakeoffweight – максимально дозволена злітна маса

ООН – Організація об'єднаних націй

ВТО – Всесвітня туристська організація

IATA – Міжнародна асоціація повітряного транспорту

СУЯ – система управління якістю

СТІ – суб'єкти туристичної індустрії

СМЯ – система менеджменту якості

ЗГРЛС – загоризонтна радіолокаційна станція

ВСТУП

КАФЕДРА ОАРП				НАУ. 20. 12. 32. 001 ПЗ			
Виконала	Тимченко В.Ю.			ВСТУП	Літера	Арк.	Аркушів
Керівник	Соловйова О.О.				Д	7	5
Консульт.	Соловйова О.О.				275 ОР-204М		
Н. контр.	Герасименко І.М.						
Зав. каф.	Разумова К.М.						

Останнім часом проблемі розвитку туризму в місті приділяється все більше уваги. На особливому рахунку знаходяться міста-учасники, де відбуваються європейські фінальні чемпіонати з футболу, пісенні конкурси, таким є і місто Київ, яке також відвідує велика кількість туристів. Ось чому питання розвитку туризму і міста, їх взаємозв'язок та участь у взаєморозвитку є вкрай актуальними і полягають в основу даного дослідження.

«Місто-туризм», як і будь-яка соціосистема, прагне реалізувати свої інтереси через свої можливості, прагнучи зайняти стійку нішу у вигляді необхідності. «Місто-туризм», як функціональна підсистема, формує свою системну характеристику: ресурси, статус і живучість. Функціональний простір системи «Місто-туризм»: можливості – витрати: доступні ресурси; інтереси-доходи, ризики; необхідність – доходи, зменшення ризиків. Розвиток туризму в місті є вираженням інтересів перш за все - міста. Його стратегічною метою є збільшення припливу ресурсів, і, насамперед, фінансів. Інтереси системи обмежені внутрішніми можливостями, і крім того, «впираються» в інтереси вищих ступенів ієрархії соціального середовища, що формує необхідність. Якщо система нижчого ступеню ієрархії, змінюючи структуру, обходиться внутрішніми можливостями, не торкаючись інтересів вищих ступенів, то зміни вищими рівнями системи відразу не відчуються. При цьому реакція соціального середовища на ці зміни коли й з'являється, то не відразу. У випадку, якщо система на внутрішні перетворення вимагає додаткових зовнішніх ресурсів, то відразу підключаються підсистеми прийняття рішень більш високих ступенів соціального середовища. Їхні інтереси також характеризує різниця, між вектором доходів і ризиків відповідних систем більш високого рівня. Таким чином, проблеми розвитку туризму і міста є взаємозалежними та потребують більш поглибленого вивчення.

Туризм – це одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, яке підпорядковане об'єктивним законам розвитку суспільства. Як вид

людської діяльності та галузь економіки, туризм наразі активно розвивається.

Туризм – це різновид рекреації, один із видів активного відпочинку. Він відображає характерну тенденцію сучасності, коли перевага віддається у динамічному відпочинку, у процесі якого відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю. З економічного погляду - це особливий вид споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, що виділяються в самостійну галузь господарства.

У деяких країнах туризм став вагомою статтею доходів держави і належить до найперспективніших галузей національної економіки. В Україні він визнаний однією із галузей, що потребують пріоритетного розвитку.

У законі України «Про туризм» зазначено, що туризм - це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровлювальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

Існує ще інша версія, що туризм - це вид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.

Туризм можна класифікувати за різними показниками.

Так, залежно від виду туризм поділяють на:

- внутрішній або національний - подорожі у межах своєї країни;
- іноземний або міжнародний - подорожі поза межами країни.

За характером організації туризм поділяють на:

- плановий (організований);
- самодіяльний (неорганізований).

Щодо функцій туризму, то до них відносять:

а) функція відпочинку, пов'язана із задоволенням потреб відновлення фізичних і психічних сил;

б) оздоровча функція, пов'язана з покращенням стану здоров'я в

результаті туристичних виїздів, напр. до санаторіїв;

в) виховна функція, яка стосується сукупності впливів і діяльності, спрямованої на формування розвитку людини (туриста) в процесі туристичного виїзду;

г) економічна функція, яка виникає з факту, що туризм є, зокрема, чинником економічного розвитку територій туристичної рецепції;

д) навчальна функція (напр. пізнавальна, освітня), пов'язана з пізнаванням світу, набуванням досвіду;

е) функція охорони природи, яка виникає з охорони об'єктів природної спадщини для розвитку туризму (напр. національних парків) а також формування екологічної свідомості серед туристів;

є) політична функція, напр. через формування іміджу країни за кордоном;

ж) містоформуюча функція, що виникає з процесу туристичної урбанізації і розвитку міст;

з) етнічна функція, яка супроводжує приїзд осіб (емігрантів або їх нащадків) до країни предків.

У підсумку зауважимо, що туризм - це найдинамічніша галузь сфери послуг. Потреба у відпочинку стимулюється урбанізацією, науково-технічною революцією, загальним підвищенням життєвого рівня тощо.

У сучасних умовах широкого поширення набуває авіаційний спосіб здійснення екскурсійної діяльності, у різних його проявах в Україні.

Політ з пізнавальною метою і є екскурсійним, якщо брати за основу мету самого туризму, можна виділити такі види туризму: розважальний, екскурсійний, навчальний, військовий, екстремальний, та багато інших. Найбільш поширеною формою польотів, якою займаються сучасні українські фірми та авіакомпанії є самостійне керування повітряним судном, екскурсійні польоти та екстремальні польоти, проведення полювання з повітря.

На ринку авіаційних послуг широкого поширення набули екскурсійні та розважальні польоти на малих літаках та вертольотах на території великих міст та прилеглих територій з цікавими історичними та розважальними місцями. Це зумовлено збільшенням цікавості населення до такого виду послуг.

Актуальність дипломної роботи полягає у визначенні позитивних факторів від здійснення процесу екскурсійного польоту. Додатковими перевагами для споживачів таких послуг виступає наявність ексклюзивної пропозиції, на ринку нерегулярних польотів, з виконання польотів літаками салонного варіанту. Це забезпечує не тільки задоволення потреб в екскурсії, а й огляд визначних пам'яток в комфортабельному салоні літака. Тому удосконалення організації таких польотів набуває швидко зростаючого значення.

Особливості авіаційної екскурсійної послуги:

- виробляються і споживаються практично одночасно, не підлягають зберіганню, накопиченню, ґрунтуються на прямих контактах між туристичними підприємствами та авіакомпаніями;

- авіа туристичні послуги мають сезонний характер, тобто залежать від соціальних факторів та погодніх умов за порами року;

- споживання авіа туристичної послуги відбувається у країні-виробнику, тому з метою пошуку споживачів потрібна присутність за кордоном (пряма або через посередників).

Метою дипломної роботи є розробка маршрутів екскурсійних польотів, їх організації, вибір відповідного повітряного судна та визначення ефективності виконання цих польотів.

1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА

КАФЕДРА ОАРП				НАУ. 20. 12. 32. 100 ПЗ			
Виконала	Тимченко В.Ю.			1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА	Літера	Арк.	Аркушів
Керівник	Соловійова О.О.				Д	12	25
Консульт.	Соловійова О.О.				275 ОР-204М		
Н. контр.	Герасименко І.М.						
Зав. каф.	Разумова К.М.						

1.1. Теоретичні основи організації екскурсійної діяльності як економічного вектору

З точки зору економіки і менеджменту організація екскурсійної діяльності в сучасних умовах розвитку туристичної індустрії України націлена забезпечувати зростання інноваційно-інвестиційного потенціалу національної економіки. Організація екскурсійної діяльності як пріоритетний напрямок індустрії туризму формує у визначених межах економічну, науково-культурну, освітню, екологічну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки [1, 2, 3]. Сучасні цілі організації екскурсійної діяльності орієнтовані на удосконалення і розвиток в першу чергу внутрішнього та міжнародного туризму, що у свою чергу вимагає якості виробничих і управлінських процесів, які мають бути відображені у гармонізації стандартів із світовими вимогами, в першу чергу з ЄС.

Розвиток екскурсійної діяльності стимулює зайнятість, розвиток підприємництва, інвестицій в інфраструктуру і транспорт, збереження національної спадщини, а також розвиток стимулюючих факторів, які сприяють поліпшенню якості життя місцевого населення і гостей країни.

У зв'язку із зростанням обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму цей напрямок наукових і практичних досліджень отримав особливу увагу, що викликано різними причинами [4, 5, 6]. По-перше, підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому. По-друге, розширення цілей самого туризму, так відправляючись у туристичну подорож не завжди на перший план ставляться тільки рекреаційні цілі. Перебуваючи на відпочинку, сучасні споживачі туристичних послуг бажають також задовольнити й інтереси пізнання, освіти і духовного розвитку [7]. По-третє, пов'язане із тлумаченням самого поняття «туристичний продукт» як комплексу послуг надаваного туристові в ході подорожі. Відповідно до

рекомендацій Всесвітньої туристської організації (ВТО) даний комплекс повинен включати не менш, ніж три послуги у вільній комбінації. Згідно із Законом України «Про туризм», туристський продукт – це «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури відпочинку й розваг, реалізації сувенірної продукції й інше)» [12]. Зрозуміло, що типові туристські послуги представляють: розміщення, харчування й перевезення туристів. Але з огляду на історичний розвиток вітчизняного та міжнародного туризму, а також сучасної національної законодавчої бази екскурсії стають четвертою характерною туристською послугою, причому іноді граючи головну роль при виборі регіону подорожі. По-четверте, зростає пропозиція суто екскурсійних програм, тобто турів, основною метою яких є відвідування й знайомство з історичними, культурними та іншими визначними пам'ятками певного регіону. І відповідно сформувався окремий вид туризму – екскурсійний туризм.

Деякі дослідження [13] виділяють такі основні принципи формування конкурентоспроможного туристичного продукту: соціально-культурного спрямування, що передбачає врахування соціальних та культурних уподобань споживачів туристичної галузі, вивчення статистичної, анкетної та інформативної доступності при створенні туристичного екскурсійного маршруту; соціально-економічного спрямування, що передбачає мінімізацію собівартості туристичного продукту щодо задоволення туристичних потреб споживача туристичною екскурсійною послугою; цілеспрямованості, що передбачає врахування цілей споживача туристичної екскурсійної послуги та вивчення попиту на тематичні екскурсії на туристичному ринку; ефективності, що передбачає врахування специфіки дій по реалізації туристичної екскурсійної послуги з максимальним задоволенням уподобань

туриста, що веде до збільшення туристичних потоків; системності, що передбачає безперервний зв'язок при створенні нового конкурентного туристичного продукту, екскурсійної послуги між усіма інфраструктурними одиницями.

Організація екскурсійної діяльності в Україні у аспекті підвищення ефективності туристичної індустрії має великі перспективи, які можуть стати реальністю завдяки реформуванню та дотриманню організаційних, економічних, правових, культурних, освітніх, наукових, екологічних, інформаційних та стандартизаційних вимог шляхом інноваційного інвестування економіки.

У процесі вивчення соціально-економічного явища «організація екскурсійної діяльності» виникає потреба розгляду дефініцій: «організація», «екскурсія», «діяльність» [14]. Існує, також, поняття «організація», яке обґрунтовує наступним чином – «організація» (англ. organization) походить від давнього грецького слова «οργανον», латинського - «organon», яке означає знаряддя або інструмент. Від нього ж пішло поняття «орган», а потім, як похідні, «організм» і «організація». Виросла організація із людських потреб в кооперації зусиль для досягнення своїх особистих цілей у зв'язку з наявністю цілого ряду фізичних, біологічних, психологічних і соціальних обмежень. Нині поняття «організація» широко вживається, найчастіше воно означає: внутрішню упорядкованість, узгодженість взаємозалежних елементів цілого.

При розгляді поняття «суть екскурсії» необхідно мати на увазі обумовленість екскурсійного процесу об'єктивними вимогами [8, 9]. Кожна екскурсія представляє особливий процес діяльності, суть якого обумовлена конкретними закономірностями (тематичність, цілеспрямованість, наочність, емоційність, активність та ін.).

У «Тлумачному словнику живої великоруської мови» (т. 1- 4, 1863 - 1866) нашого видатного земляка В. І. Даля (літ. Псевдоним Козак Луганський) знаходимо визначення поняття «екскурсія» як «проходка, прогулка, виход на поиск чего, для собирания трав и пр.». Ці поняття

знайшли своє відображення у сучасному енциклопедичному словнику-довіднику з туризму, де зазначається: ЕКСКУРСІЯ – 1. Туристична послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів. 2. Процес наочного пізнання навколишнього світу: особливостей природи, сучасних та історичних ситуацій, елементів побуту, пам'яток певного міста чи регіону – заздалегідь обраних об'єктів, що визначаються на місці їхнього розташування. 3. Тематичний маршрут з метою відвідування визначних об'єктів і місцевостей [16] . Екскурсія має свої ознаки (елементи): тривалість проведення (від однієї академічної години до однієї доби); наявність екскурсантів (група чи індивідуально); наявність екскурсовода; показ екскурсійних об'єктів, первинність зорових вражень; пересування учасників екскурсії заздалегідь складеним маршрутом; цілеспрямованість показу об'єктів, розповіді екскурсовода; наявність певної теми. Екскурсія виконує функції інформування, розширення кругозору і пізнання, організації культурного дозвілля, відпочинку, спілкування. Вимоги, що висуваються до екскурсії: повнота й достовірність інформації; культурно-пізнавальна значущість і точність композиції й виконання екскурсії; задоволення естетичних, морально-психологічних потреб екскурсантів.

Екскурсія (від лат. *Excursio* – виїздка, мандрівка) – відвідання визначних об'єктів (пам'ятники культури, музеї, підприємства, місцевість), форма і метод набуття знань. Проводиться як для групи, так і індивідуально під керівництвом спеціаліста – екскурсовода. Екскурсії поділяються: за метою: на учбові (в т.ч. учбово-виробничі, з метою профорієнтації, обміну досвідом), культурно-освітні, наукові; за тематикою у відповідності зі змістом об'єктів; за місцем розміщення об'єктів – натурні і музейні; за складом учасників – для різних вікових категорій, спеціалістів різних профілів, туристів, учнів та ін. Екскурсія – важлива складова самореалізації людини. Вона забезпечує задоволення, як психологічних потреб людини (повага до себе, прагнення до знань та успіху), так і потреби самоутвердження і розвитку, що пов'язані з внутрішнім станом людини. Це найбільш високий критерій реалізації

особистого «я», для чого необхідний не тільки значний внутрішній потенціал, а й високий культурний рівень[16].

Науково-практичний підхід у дослідженні соціально-економічного явища – організація екскурсійної діяльності невід’ємно охоплює вивчення процесу діяльності як фактора розвитку, на нашу думку, вплив основних важелів на розвиток екскурсійних ресурсів і туристично-екскурсійного середовища доповнюється ще досить важливим фактором це діяльністю – рухом, поведінкою, практикою всіх учасників.

Відмічаємо, що організація екскурсійної діяльності розвивається відповідно загальних основних законів розвитку: синергії; самозбереження; розвитку; відповідності різноманітності системи, що управляє; різноманітності керованого об’єкта; об’єктивного закону пріоритету цілого над частиною; загального закону врахування системи потреб.

Розвиток та організація екскурсійної діяльності в Україні підтримується і регулюється на національному рівні. Уряд схвалив 16 березня 2017 року Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [17]. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який у визначених межах передбачає удосконалення та розвиток екскурсійного обслуговування. Одним із основних напрямків реалізації Стратегії в аспекті екскурсійної діяльності є впровадження

міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як організація роботи гідів-перекладачів та екскурсоводів.

Проблеми організації екскурсійної діяльності в Україні викликають професійний інтерес у міжнародних експертів, науковців, представників влади та туристичного бізнесу. На II Міжнародній науковій конференції з питань розвитку туризму, що відбулася 23 листопада 2016 року за сприяння Торгово-промислової палати України було проаналізовано сучасний стан екскурсійної діяльності та світовий досвід у питаннях регулювання екскурсійної діяльності. У свою чергу, представники туристичної галузі провідних європейських країн: Іспанії, Великобританії, Швейцарії, Франції, Литви, Польщі, Угорщини презентували перед учасниками конференції концепції регулювання екскурсійної діяльності своїх держав [18].

Проаналізувавши представлені концепції учасників конференції можна зробити висновки, що управління екскурсійною діяльністю в Україні повинно бути ефективним і включати в себе: вдосконалення нормативної бази, а саме – визначення таких понять, як «гід», «екскурсовод» тощо; розробку певних вимог до організації та здійснення екскурсійної діяльності;

введення механізму ліцензування екскурсійної діяльності, сертифікація; запровадження стажування для майбутніх гідів та екскурсоводів після успішного закінчення курсів; створення кваліфікаційних комісій, які матимуть у своєму складі фахівців та експертів у галузі туризму.

Екскурсійна діяльність є пріоритетним напрямком в індустрії туризму України, відповідно до Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки, фахівці зазначають, що в економічному відношенні екскурсія є найбільш рентабельною (11-12 %) складовою столичного туристичного продукту [19].

Одним із найактуальніших питань організації екскурсійної діяльності є удосконалення організаційно-економічного механізму з використанням передового досвіду провідних країн-лідерів світу туристичної індустрії, враховуючи туристичний потенціал України. Оскільки, туристична сфера

пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави [17]. Якщо врахувати ефективну інтеграцію індустрії туризму з іншими галузями національної економіки, наприклад, з агропромисловим комплексом, то ми очікуємо синергетичний ефект від розвитку різних видів туризму, що беззаперечно пов'язані з екскурсійною діяльністю.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Також зазначимо, що Україна знаходиться між двома великими туристичними ринками ЄС і Росія. А вихід українських виробників товарів і послуг національного господарства на ринок Китаю активізує роботу «Шовкового шляху», який є надзвичайно важливим транспортним коридором, який дасть можливість Україні стати європейським туристичним транспортно-логістичним хабом (туристично-транспортним вузлом). Змінюючи пріоритети в транспортно-логістичній сфері національної економіки ми отримуємо можливість нарощувати туристичний потенціал у напрямку розвитку туристичного коридору який буде проходити через два моря: Чорне і Каспійське. Це нові можливості на туристичному ринку, система поромів і залізниць маршрутом Україна – Грузія – Азербайджан – Казахстан – Китай. Для учасників галузевого ринку є перспектива не тільки організувати та реалізувати туристичний продукт в кінцевих точках, а й по всьому шляху, в ті країни, які Україна відкрила для експорту. Тобто це розумне використання логістичної можливості – продавати туристичні

послуги в тих країнах, які знаходяться на шляху до Китаю. Якщо враховувати, що перевезення вантажу цим маршрутом складає 10-12 діб, то туристичний круїз цим маршрутом може бути орієнтований на 14-16 діб. Переконливим фактом є те, що жоден із цих туристичних продуктів не може бути повноцінно реалізованим без організації екскурсійної діяльності. Враховуючи, що на національному рівні активізується робота над продовженням «Шовкового шляху», який би з'єднав Чорне з Балтійським морем. Україна може стати туристично-транзитним хабом, який з'єднає не тільки Захід і Схід, але й Південь і Північ.

Організація екскурсійної діяльності як пріоритетний напрямок індустрії туризму в Україні потребує чіткого державного регулювання. Враховуючи поступальні кроки в напрямку світової інтеграції, державне регулювання економіки туризму в Україні націлене на ефективну роботу в першу чергу в напрямку розвитку внутрішнього туризму та європейської інтеграції.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є: забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав. Безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань [12].

Враховуючи інтеграційні процеси національної економіки в усіх галузях народного господарства, Україні необхідно діяти відповідно до міжнародних тенденцій розвитку в тому числі і розвитку туризму.

Незважаючи на багато проблем, з якими зіткнулась Європа в 2016 році, туризм в черговий раз продемонстрував виняткову міцність і пружність, посилюючи свій внесок в економічне зростання, створення робочих місць і соціального благополуччя в країнах Європейського Союзу (ЄС-28). Туризм сьогодні є одним з ключових елементів стратегії ЄС і України в напрямку інклюзивного зростання.

Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй затвердила прийняття 2017 року Міжнародним роком сталого розвитку туризму. У резолюції, що прийнято 4 грудня 2016 року, визнається важливість міжнародного туризму, а також висловлюється надія, що оголошення 2017 року Міжнародним роком сталого розвитку туризму сприятиме кращому взаєморозумінню між народами в усьому світі, внаслідок чого буде підвищено поінформованість про велику спадщину різних цивілізацій і в забезпеченні кращого розуміння цінностей, притаманних різним культурам, сприяючи тим самим зміцненню миру в усьому світі. Проголошені резолюцією ООН основні напрямки розвитку туризму можуть бути реалізовані у аспекті інклюзивного зростання економіки [20]. Відповідно до туристичної політики ВТО модель інклюзивного розвитку є сприятливим середовищем для розвитку доступного туризму, створенню робочих місць у цій індустрії, розвитку торгівлі, що створює сприятливий клімат для розвитку організації екскурсійної діяльності за економічним вектором.

Модель інклюзивного розвитку є найбільш прийнятною і для України у сенсі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки та економіки туризму, зокрема, рівномірного підвищення добробуту усіх громадян.

Інклюзія полягає у адаптації системи до потреб людини. У ній всі зацікавлені сторони повинні брати активну участь для отримання позитивного результату при рівних можливостях. У рамках інклюзивної моделі люди адаптуються, змінюються, враховуючи і задовольняючи потреби кожного члена суспільства. Концепція інклюзивного розвитку передбачає, що кожен суб'єкт економіки є важливим, унікальним, цінним для суспільства і має можливості, щоб задовольнити свої потреби [11].

Ефективна організація екскурсійної діяльності на мікрорівні має бути відображена у розширенні та вдосконаленні екскурсій для туристів, формуванні мережі заміських екскурсій, розробці комплексної програми екскурсій для школярів і студентів, організації екскурсійно-інформаційних

пунктів, організації та проведенні науково-практичних конференцій, цільових семінарів з екскурсійно-методичної проблематики; координації діяльності та підтримці громадських об'єднань екскурсійних працівників, організації конкурсів на проведення найкращої екскурсії, розробці інноваційних екскурсійних маршрутів. Вагомий вплив на ефективність екскурсійної діяльності має організація роботи гідів, гідів-перекладачів, екскурсіводів їх підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації, атестація, тому що саме людський фактор відіграє вирішальну роль у розвитку комунікацій, що є передумовою ефективності туристичної індустрії.

Оцінюючи соціально-економічне середовище в якому розвивається індустрія туризму в цілому, відмічаємо, що є ознаки формування платформи для ефективно організації екскурсійної діяльності, що націлена відповідати визначеним перспективам та розробленим рекомендаціям щодо підвищення ефективності організації екскурсійної діяльності з урахуванням вимог суттєвої активізації впровадження інновацій і стандартів інформаційного суспільства як мотиватора розвитку економічних відносин.

Економічна ефективність організації екскурсійної діяльності як пріоритетної сфери індустрії туризму повинна формуватись на таких компонентах: розширення співробітництва та нарощування потенціалу в області екскурсійної діяльності; оцінка ринкових тенденцій організації екскурсійної діяльності; активізація вагомості впливу екскурсійної діяльності на розвиток культурного внутрішнього та міжнародного туризму; сприяння організації екскурсійної діяльності розвитку стійкого, відповідального, доступного і етичного туризму.

Досліджуючи проблеми організації екскурсійної діяльності в Україні виявлено вагомий прояв впливу економічних, правових, організаційних, освітніх, культурних, наукових, навчально-методичних процесів на її розвиток з урахуванням національних, європейських та світових тенденцій розвитку туристичної індустрії.

Світова економічна інтеграція туристичної індустрії України потребує чіткого дотримання законів ринкової економіки, зокрема, в системі реалізації екскурсійної діяльності за рахунок адаптації учасників ринку екскурсійних послуг до міжнародних вимог та вимог ЄС щодо якості та безпеки.

Перераховані вище чинники розвитку організації екскурсійної діяльності займають вагоме місце серед головних факторів соціально-економічного поступу туризму. Представники влади, бізнесу, освіти, культури, охорони здоров'я і довкілля та інші зацікавлені та відповідальні організації повинні працювати разом, щоб гарантувати продовження розвитку екскурсійної діяльності та зростання її вкладу в поступальному русі суспільства за рахунок інновацій, співпраці і диференційованого підходу до розвитку туризму. Тому, в Україні потрібно створювати умови для реалізації і функціонування нових моделей розвитку, що сприятимуть активізації використання туристичного потенціалу нашої держави.

Ефективна організація екскурсійної діяльності є складовою інклюзивного зростання економіки туризму та розвитку суспільства, вона є багатофакторним і багаторівневим процесом, основою її є економіка максимальної зайнятості і взаємодія усіх суб'єктів.

1.2. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні

Ринок туристичних послуг можна розглядати як відкриту систему, що багатьма каналами (виробничо-технологічний, ресурсний, кадровий, інформаційний, фінансовий тощо) пов'язана з ринками вищих рангів (ринок послуг і світовий ринок) та з господарським комплексом певної території як з соціально-економічною системою вищого порядку, складовою якої є. Туристична послуга завдяки своїй специфіці обумовлює комплексуючий характер туристичної діяльності та забезпечує

мультиплікаційний ефект, який дозволяє визначити зв'язки та міру інтегрованості туризму в національну та світогосподарську системи. Такими системоутворюючими одиницями ринку виступають споживач та виробник туристичної послуги, різноманітні зв'язки та відносини між якими формують ринкові структури попиту та пропозиції. За своїми типологічними ознаками національні туристичні ринки можна розділити на чотири типи: високоінтенсивні, стабілізовані, реформовані, акумулюючі. Ознаками цих типів виступають такі характеристики, як тип соціально-економічного розвитку країни, рівень сформованості ринкових структур, рівень розвитку індустрії туризму, інтенсивність участі у світовому туристичному процесі, експорт-імпорт туристичних послуг. Туристичний ринок України відноситься до реформованого типу національного туристичного ринку, який характеризує країни перехідного типу, що формують ринкові структури і де переважає міжнародний туризм імпортного спрямування, які переважно постачають туристів. Також крім переваги ринку міжнародного туризму, у країнах перехідного типу спостерігається відновлення ринку внутрішнього туризму. Ці типологічні особливості необхідно враховувати під час прогнозування розвитку туристичної діяльності та двосторонньої співпраці України з іншими країнами - суб'єктами регіонального та глобального ринків.

В Законі України «Про туризм», який було прийнято 15 вересня 1995 р., записано, що ліцензуванню на здійснення туристичної діяльності підлягають туристичні агентства, бюро подорожей, екскурсійні бюро, бюро по прийому туристів, туристичні оператори, готелі, мотелі, кемпінги, туристичні комплекси і бази, інші юридичні особи незалежно від форм власності і фізичні особи, які здійснюють туристичну діяльність, передбачену їх статутами чи положеннями [12]. На сьогоднішній день питання ліцензування туристичної діяльності регулюються Законом України «Про ліцензування окремих видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р. № 1775-III, який набрав чинності з 21 жовтня 2000 року. У відповідності зі змінами цього

Закону у жовтні 2010 р. ліцензуванню підлягає лише туроператорська діяльність. З четвертого серпня 2011 р. органом ліцензування визнано Державне агентство України з туризму та курортів.

З 2012 р. діяльність туроператорів та турагентів аналізується Державною службою туризму і курортів (дані за формою №1-ТУР). Кількість підприємств, що надавали туристичні послуги в Україні, протягом 2012 - 2016 рр. зросла на 70,8% (2828 підприємств у 2012 р., 4829 підприємств - у 2016 р.). Протягом 2012-2014 рр. було обслуговано 6,89 млн. туристів. У цей період спостерігається зростання внутрішнього туризму (на 131,18%) та в'їзного туризму (на 15,53%) (табл. 1.1). Обсяг в'їзного туризму у 2013 р. зріс на 53,14%, у 2014 р. зменшився на 40,73% , а у 2015 р. зріс на 126,13% у порівнянні з 2012 р[23].

Таблиця 1.1

Статистичні дані кількості туристів України за 2012 – 2018 роки

Показники	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість в'їзних туристів, тис. осіб	322,4	299,1	372,5	372,8	282,3	335,8	343,5
Кількість виїзних туристів, тис. осіб	566,9	868,2	336,0	1282,0	913,6	1295,6	1395,3
Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	932,3	1039,1	2155,3	1386,9	1094,2	649,3	604,7

У 2015-2018 рр. було обслуговано 9,96 млн. туристів, але відбувається спад обсягів туристичних потоків у 2015 р. та їх стабілізація у наступні роки. Це зменшення кількості обслугованих туристів можна пояснити:

а) підвищенням валютних курсів (євро та долар), що призвело до підвищення вартості путівок у гривні;

б) світовою економічною кризою, яка змінила ставлення українців до відпочинку;

в) подіями на сході України.

Динаміка туристичних потоків в Україні за 2012 – 2018 роки представлена на рисунку 1.1.

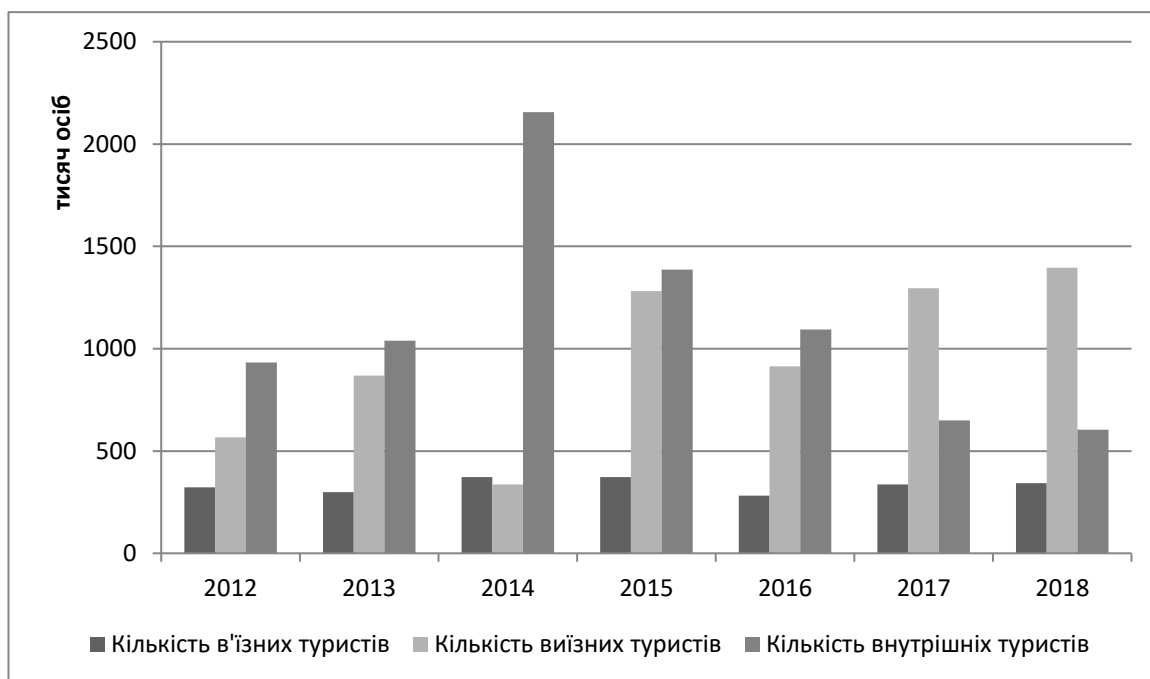


Рис. 1.1. Динаміка туристичних потоків в Україні за 2012 – 2018 роки

Окремою частиною комплексу туристичних послуг є екскурсійна діяльність. Екскурсія – це методично продуманий показ визначних місць, пам'яток історії та культури, що базується на аналізі побачених об'єктів та розповіді про події, які пов'язані з ними. Тривалість екскурсії може складати від академічної години (45хв.) до доби. Короткострокові тури (від 1 до 3-4 днів) називають маршрутами вихідного дня й вони можуть містити у собі кілька екскурсій різної тривалості. Протягом 2012-2015 рр. суб'єктами туристичної діяльності в Україні було обслуговано 8,3 млн. екскурсантів, у

2015 році. кількість екскурсантів зросла на 41,1% у порівнянні з 2012 р. (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Динаміка потоку екскурсантів в Україні за 2012-2018 рр.

Кількість екскурсантів, осіб						
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1704562	1768790	2393064	2405809	1909360	1953497	1322941

У 2016 р. було обслуговано 1,9 млн. екскурсантів, що на 20,8% менше ніж у 2015 р. У 2017 р. відбулося зростання кількості екскурсантів на 2,3% у порівнянні з 2016 р., а у 2018 р. - зменшення на 32, 28% у порівнянні з 2017 р.

Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності в Україні, протягом 2014-2018 рр. зростає та становить у 2018 р. 9,388 млрд. грн., що у 3,4 рази більше ніж у 2014 р. (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Динаміка обсягу наданих послуг туроператорами та турагентами в Україні за 2014-2018 рр.

Обсяг наданих послуг, тис. грн.				
2014	2015	2016	2017	2018
2759754,00	3785522,00	5455997,39	8052272,56	9387813,96

Зменшення обсягів наданих послуг не спостерігається в жодному з регіонів. Платежі до бюджету суб'єктів туристичної діяльності в Україні протягом 2014-2018 рр. зросли на 84,3% (з 112,9 млн. грн. у 2014 р. до 208,2 млн. грн. у 2018 р.). У 2018 р. платежі до бюджету зменшились на 6% або на 11,7 млн. грн. у порівнянні з 2017 р. й становили 196,5 млн. грн. Таке скорочення платежів до бюджету можна пояснити збільшенням кількості приватних підприємств та фізичних осіб, які знаходяться на єдиному податку.

В цілому в роботі туристичної галузі України можна виділити такі проблеми, які стримують її розвиток:

а) відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном;

б) відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;

в) податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;

г) недоліки в системі регіонального управління;

д) необхідність передачі частки повноважень органам місцевого самоврядування.

Крім загальнодержавних (Кабінет Міністрів України, Державне агентство України з туризму та курортів), органами управління у сфері туризму є також районні, обласні державні адміністрації, виконавчі органи місцевих рад. Відповідно до ст. 26 Закону України «Про місцеві державні адміністрації», ст. 44 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» районні, обласні держадміністрації забезпечують розвиток туризму у відповідних районах та областях. А також, у відповідності зі ст. 11 Закону України «Про туризм» місцеві державні адміністрації мають повноваження зі сприяння туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури; здійснення соціальної реклами туристичних ресурсів, утворення відповідних інформаційних центрів; сприяння дитячому та молодіжному туризму; залучення підприємств, установ і організацій, розташованих на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах. Для цього необхідно здійснювати аналіз попиту та пропозицій на туристичні послуги у регіоні та методів ціноутворення на ці послуги. Під час такого аналізу необхідно враховувати вплив на рівень попиту та пропозиції туристичних послуг соціально-економічних, демографічних, соціально-психологічних, ресурсно-екологічних та політичних факторів.

Рівень концентрації постачальників послуг впливає на поведінку фірм на ринку: чим вищий рівень концентрації, тим більше фірми залежать одна від одної. Результат самостійного вибору фірмою обсягу надання послуг та їх ціноутворення обмежується реакцією у відповідь наявних на ринку конкурентів. Специфічною особливістю ринку туристичних послуг є процеси банкрутства та поглинань, особливо під час економічної кризи, а також високий рівень комерційних ризиків операцій на ринку подорожей. Концентрація виробництва у туристичній сфері може бути внутрішньою та зовнішньою. В першому випадку укрупнення відбувається за рахунок внутрішнього зростання фірми. У другому випадку - за рахунок співпраці та об'єднання кількох фірм. Розглядають три форми об'єднань: інтеграція, диверсифікація, конгломерація. У туризмі широке розповсюдження отримали вертикально орієнтовані маркетингові канали, ініціатива створення яких належить крупним туроператорам, що створюють власну агентську мережу. Диверсифікація (об'єднання фірм, що різняться функціонально та технологічно) на туристичному ринку відбувається найчастіше з боку представників інших сфер економіки, що пояснюється комплексним характером туристичного продукту та низькими бар'єрами входу до ринку подорожей. Прикладом конгломерації може бути об'єднання туристичної компанії зі страховою компанією або банком.

Кількість туроператорів та турагентів в Україні протягом 2017-2018 рр. зросла на 26% (з 3833 підприємства у 2017 році. до 4829 підприємств - у 2018 році). Найбільша кількість підприємств, що надають туристичні послуги, знаходиться у Київській області, та Харківській області. Тому з географічних причин, в даній роботі статистичні дані м. Києва було об'єднано зі статистичними даними Київської області. Для аналізу концентрації підприємств на ринку туристичних послуг використано індекс Херфіндаля-Хіршмана ННІ:

$$HHI = \sum_{i=1}^n q_i^2 \quad (1.1)$$

де q_i - частка обсягу наданих туристичних послуг; n - кількість підприємств, що надають туристичні послуги.

Індекс приймає значення від 0 у ідеальному випадку досконалої конкуренції до 1 - в умовах монополії однієї фірми. Перевагою індексу є можливість швидко реагувати на перерозподіл часток між фірмами, що діють на ринку. Значення індексу Херфіндаля-Хіршмана прямо пов'язано з показником дисперсії часток фірм на ринку, тому:

$$HHI = ns^2 + \frac{1}{n} \quad (1.2)$$

де n - кількість підприємств, що надають туристичні послуги;

$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (q_i - \bar{q})^2}{n} \quad - \text{показник дисперсії часток фірми на ринку;}$$

$$\bar{q} = \frac{1}{n} \quad - \text{середня частка фірми на ринку.}$$

Приведена формула (1.2) дозволяє розмежувати вплив на індекс Херфіндаля-Хіршмана кількості фірм на ринку та розподілу ринку між ними. Якщо всі фірми контролюють однакову частку, показник дисперсії дорівнює нулю та значення індексу Херфіндаля-Хіршмана зворотно пропорційне кількості фірм на ринку. При незмінній кількості фірм на ринку чим більше відрізняються їх частки, тим більше значення індексу.

Проаналізуємо рівень концентрації підприємств сфери туристичних послуг у регіонах України (табл. 1.4).

Найбільші значення частки обсягу наданих послуг належить туроператорам та турагентам Київської області. Значення індексу Херфіндаля-Хіршмана змінюється протягом 2017 – 2018 років від 0,39 до

0,56, тобто ринок туристичних послуг можна віднести до помірно концентрованого.

Таблиця 1.4

Динаміка концентрації підприємств сфери туристичних послуг України

Найменування області	2017		2018	
	Кількість підприємств, що надавали послуги, од.	Частка обсягу наданих послуг	Кількість підприємств, що надавали послуги, од.	Частка обсягу наданих послуг
Вінницька	50	0,002	54	0,001
Волинська	48	0,004	65	0,003
Дніпропетровська	231	0,05	355	0,031
Житомирська	37	0,002	61	0,001
Закарпатська	49	0,005	65	0,003
Запорізька	125	0,012	154	0,007
Івано-франківська	63	0,01	91	0,006
Київська	1102	0,597	1293	0,742
Кропивницька	28	0,003	47	0,002
Львівська	156	0,023	175	0,014
Миколаївська	59	0,007	79	0,004
Одеська	191	0,023	212	0,014
Полтавська	95	0,009	138	0,006
Рівненська	60	0,004	83	0,003
Сумська	59	0,003	88	0,002
Тернопільська	53	0,003	80	0,002
Харківська	302	0,019	386	0,012
Херсонська	55	0,005	76	0,003
Хмельницька	64	0,006	92	0,003
Черкаська	70	0,004	70	0,002
Чернігівська	46	0,003	55	0,002
Чернівецька	72	0,005	68	0,003

Подальшому зростанню кількості учасників ринку сприяло скасування на законодавчому рівні у листопаді 2010 році ліцензування турагентської діяльності, що дозволяє розвиток індивідуальної підприємницької діяльності у туристичній сфері. Також на стан ринку туристичних послуг впливають різні характеристики, які представлені на рисунку 1.2.

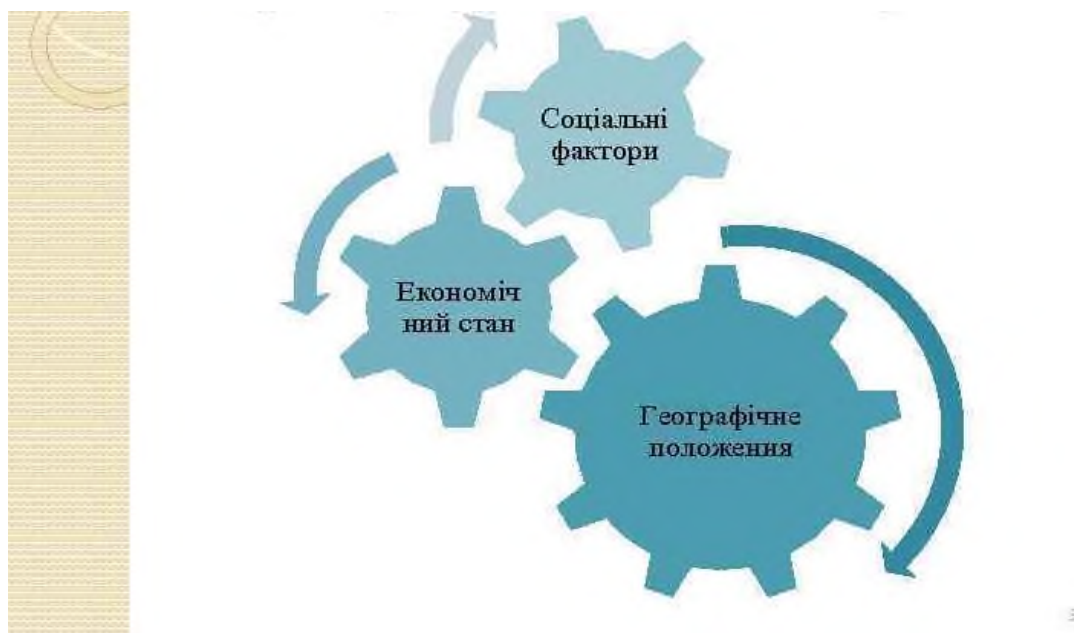


Рис. 1.2. Характеристики, від яких залежить стан ринку туристичних послуг

Таким чином, ринок туристичних послуг України збереже помірно концентрований стан й учасники ринку (туроператори та турагенти) продовжать боротьбу за лояльність споживачів до постачальника послуги.

1.3. Особливості організації екскурсійних польотів

Для кращого розуміння всіх особливостей організації, необхідно визначити які авіаційні роботи та послуги існують згідно з класифікацією ІКАО. В Україні виконують десять видів робіт, з них окремо виділяють екскурсійні польоти в межах міста та польоти в салонному варіанті. Наразі

різними організаціями та фірмами пропонуються такий вид послуг з переважанням однієї характеристики над іншою.

Тому вважаємо, що такий вид робіт є конкурентно спроможним та користується попитом. Питання організації таких польотів потребує вагомих навичок та вмінь для здійснення такої діяльності в межах діючого законодавства.

Вони мають ознаки як і в перевезеннях пасажирів, це маршрут, тривалість, страхування, тарифну політику та варіанти розрахунків.

Досить важливим для такого змішаного виду робіт є вибір повітряного судна для виконання таких польотів. Оскільки, до них висувуються специфічні вимоги такі як стовщена конструкція, для забезпечення більшої шумоізоляції та безпеки польоту, комфортабельний салон для задоволення потреб вибагливих пасажирів, встановлення допоміжних механізмів таких як держакі, різних органайзерів, системи підсвічування, покриття підлоги. Ще одним не менш важливим параметром є наявність дверей та їх розміщення.

Такі повітряні судна мають мати невеликі розміри, забезпечувати перевезення заданої кількості пасажирів та бути економічно вигідними в використанні та технічному обслуговуванні.

Для таких цілей використовуватимемо малу авіацію, до легких літаків відносяться літаки з кількістю посадкових місць не більше 9 (виключаючи місця пілотів), з максимальною злітною вагою не більше 5700 кг. Легкі літаки підрозділяються на три категорії: нормальна - літаки, призначені для не-акробатичного застосування, багатоцільова - літаки, призначені для обмеженого акробатичного застосування, акробатична - літаки, призначені для виконання пілотажу без будь-яких обмежень з маневрування [24].

Існує ще одна категорія легких літаків, так звана перехідна категорія. До неї віднесли літаки вагою до 8960 кг з кількістю посадкових місць не більше 19 (виключаючи місця пілотів), які мають не менше двох гвинтових двигунів. Маневри для цієї категорії літаків аналогічні маневрам для нормальної категорії.

Літаки з злітною вагою до 750 кг і з одним посадочним місцем, виключаючи пілота, відносяться до категорії дуже легких літаків. Їх льотна придатність регламентується європейськими нормами льотної придатності JAR-VLA, які використовуються для сертифікації таких літаків в країнах Співдружності (СНД).

Вертольоти з злітною вагою вважаються надлегкими до 1000 кг, легкими з злітною вагою від 1000 до 4500 кг, середніми вертольоти з злітною вагою від 4500 до 13000 кг та важкими вертольоти з злітною вагою понад 13000 кг.

Легкі і середні вертольоти становлять понад 70% світового вертолітного парку. За останні п'ять років парк легких вертольотів в світі виріс в шість разів. Легкі вертольоти (злітною масою до 3,5 тонн) ідеальні для патрулювання трубопроводів, ліній електропередач, доріг, ведення екологічного моніторингу, перевезення малих партій вантажів, пошти, бізнес-польотів, для навчання і тренування пілотів, для поліції та спецслужб, та проведення екскурсійних польотів.

Повна лібералізація ринку авіаперевезень між Україною та ЄС і, відповідно, відкриття взаємного доступу на ринок - це суть угоди, допуск без експлуатаційних обмежень частини парку сертифікованих в Україні повітряних суден української реєстрації (розробки України та СРСР) на ринок в рамках Угоди про Спільний авіаційний простір.

Закордонний досвід екскурсійних польотів вказує на державну підтримку, яка спрямована на підвищення економічної доступності розширення сфер виконуваних робіт авіакомпаніям.

Стан закордонного ринку авіаційних послуг з виконання екскурсійних польотів розглянемо на прикладі Сполучених Штатів Америки.

У США розглянемо правила для приміської та комерційної авіації на прикладі вимог до свідоцтв, перед польотного брифінгу, умов аварійної посадки, умов збереження контрактів, обмеження по часу польоту, а також необхідні документи від учасників екскурсійних польотів. Ці правила

запропоновані Федеральним управлінням цивільної авіації, що регулюють всю авіаційну діяльність в США. Федеральні управління цивільної авіації є частиною Кодексу федеральних правил [25]. Правила для приміської та комерційної авіації є набагато жорсткішими, ніж ті, що для авіації загального призначення, тому необхідні конкретна підготовка і стандарти.

Відповідно до Федеральних авіаційних правил визначаються вимоги до повітряних суден, відповідно до яких кожен власник сертифіката має право на використання принаймні одного повітряного судна, який відповідає вимогам хоча б одного виду діяльності уповноваженого в експлуатаційних специфікаціях власника сертифіката. Літак управляється сертифікованими пілотами, які наймаються власником сертифікату.

Перед кожним злетом кожен пілот в команді повітряного судна, що перевозять пасажирів, повинні забезпечити, щоб всі пасажирі були проінформовані в усній формі про: використання ременів безпеки, розміщення спинки сидіння у вертикальному положенні до зльоту і посадки, місце і засіб для відкривання дверей і аварійних виходів входу пасажирів, місцезнаходження рятувального обладнання, місце і експлуатацію вогнегасників [25].

Політ за межі відстані від берегової лінії, що визначається, як площа землі, що прилягає до води океан, море, озеро, ставок, річка, або приливної басейну, який знаходиться вище позначки рівня води, при якій вертоліт міг би благополучно приземлитися, та не включає в себе земельні ділянки, які непридатні для посадки, такі як вертикальні скелі або водна ділянка. У цьому випадку здійснюється аварійний вихід з вертольотів при вимушеній посадці на воду з використанням рятувальних плотів та інших засобів, якщо це може бути застосовано.

Для повітряних суден, сертифікованих для перевезення 19 пасажирів або менше, усне повідомлення має бути дано пілотом в команді, складі екіпажу, або іншою кваліфікованою особою, яка призначена власником сертифікату і схвалена адміністратором.

Збереження контрактів і поправок, відповідно до яких кожен комерційний оператор, який проводить внутрішньодержавні операції за винагороду або операції по найму, повинен зберігати копію кожного письмового договору, за яким він надає послуги в якості комерційного оператора, протягом не менше одного року після дати виконання контракту. Обмеження за часом польоту і вимоги до власника сертифікату, що може призначити політ екіпажу і час польоту обмежується тільки тоді, якщо загальний час польоту комерційного рейсу не буде перевищувати 500 годин протягом будь-якого календарного кварталу, 800 годин в будь-яких двох послідовних календарних кварталах, 1400 годин протягом будь-якого календарного року.

На всі польоти потрібно пред'явити посвідчення особи (паспорт, водійські права). Ціни на екскурсійні польоти включають збір за приземлення, пасажирський збір і паливний збір. В даний час паливний збір становить \$20 з людини і включений в ціну. Сума збору залежить від ринкової ціни на паливо і може бути змінена компанією без попереднього повідомлення. Пасажири, вагою понад 130 кг в вертольотах типу ECO-Star і понад 120 кг в вертольотах типу A-Star, оплачують 2 місця в салоні вертольота. При цьому сумарна вага всіх пасажирів на борту не повинна перевищувати 567 кг.

Для кращого розуміння всіх особливостей організації, необхідно визначити які авіаційні роботи та послуги існують згідно з класифікацією ІКАО. В Україні виконують десять видів робіт, з них окремо виділяють екскурсійні польоти в межах міста та польоти в салонному варіанті. Наразі різними організаціями та фірмами пропонується такий вид послуг з різними конкурентними перевагами.

Тому можна зробити висновок, що такий вид робіт є конкурентно спроможним та користується попитом. Питання організації таких польотів потребує вагомих навичок та вмінь для здійснення такої діяльності в межах діючого законодавства.

2. АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА

КАФЕДРА ОАРП				НАУ. 20. 12. 32. 200 ПЗ			
Виконала	Тимченко В.Ю.			2.АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА	Літера	Арк.	Аркушів
Керівник	Соловійова О.О.				Д	37	27
Консульт.	Соловійова О.О.				275 ОР-204М		
Н. контр.	Герасименко І.М.						
Зав. каф.	Разумова К.М.						

2.1. Характеристика діяльності ТОВ «КИЙ АВІА»

«КИЙ АВІА» – лідируюча українська компанія на ринку продажів транспортних і туристичних послуг. У 1996 році однією з перших в Україні пройшла акредитацію в ІАТА (Міжнародна асоціація повітряного транспорту), у 2001 році отримала сертифікат Державного департаменту авіаційного транспорту України, має ліцензію Державного агентства України з туризму та курортів на право здійснення тур операторської діяльності. Професіоналізм, індивідуальний підхід до кожного клієнта, надійність та відповідальність – ті цінності, на яких ґрунтується робота «КИЙ АВІА». І саме вони стали основою бездоганної репутації компанії, що більше 20 років, забезпечуючи сервіс найвищої якості, впевнено йде тільки вперед [26].

Останні роки були насичені подіями, що стрімко змінювали світ, країну та людей. Гідно приймаючи виклики нового часу, компанія «КИЙ АВІА» також змінювалась та йшла вперед, розвиваючи та вдосконалюючи свою діяльність.

Історично склалося так, що в своїй діяльності компанія орієнтувалася на реалізацію авіаквитків і в цьому досягла великих успіхів. Але сьогодні, розуміючи потребу кожного мандрівника в існуванні надійної туристичної компанії, «КИЙ АВІА» активно розвиває інші тревел-послуги:

- пакетні та індивідуальні тури;
- бронювання готелів;
- організацію корпоративних заходів;
- візову підтримку;
- продаж залізничних та автобусних квитків по Україні та Європі;
- страхування та інші послуги, що тісно пов'язані з подорожами.

Партнери компанії – професіонали з великої літери, перевірені часом.

ПрАТ «КИЙ АВІА» є засновником, акціонером інших суб'єктів господарювання, що наведено в таблиці 2.1 [27].

Відомості про участь ПрАТ «КИЙ АВІА» в інших юридичних особах

№ з/п	Назва підприємства	Код за ЄДРПОУ	Місцезнаходження	Доля ПрАТ «КИЙ АВІА», %
1.	ТОВ «Чарівна подорож»	24100249	04070, м. Київ, вул. Ільїнська, 18	70
2.	ДП «Турагентство КИЙ АВІА»	24916560	01135, м.Київ, пр.Перемоги, 2	100
3.	ДП «КИЙ АВІА ТЕКС»	30212710	07850, Київська обл., Бородянський р-н, с.м.т. Клавдієво-Тарасове, вул. Генерала Небогатова, 44	100
4.	ТОВ «КИЙ АВІА Експрес»	30370439	01001, м. Київ, вул. Станіславського, 3	21,82
5.	ПАТ СК «КИЙ АВІА Гарант»	30383799	01001, м. Київ, вул. Мала Житомирська, 7	66,076
6.	ТОВ «КИЙ АВІА» м.Івано-Франківськ	30474812	76018, Івано-Франківська обл., м. Івано-Франківськ, вул. Січових Стрільців, 10/2	20
7.	ТОВ «КИЙ АВІА» м.Тернопіль	30903379	46001, Тернопільська обл., м. Тернопіль, вул. Руська, 11	20
8.	ТОВ «КИЙ АВІА Закарпаття»	31624656	88018, Закарпатська обл., м. Ужгород, вул. Л. Толстого, 33	20
9.	ТОВ «Туристична фірма «Авіатур»	21497542	01135, м. Київ, вул. Златоустівська, 2/4	65,62
10.	АО «КИЙ АВІА Крим»	25146006	95050, АРК, м. Сімферопіль, вул. Київська, 133	31,581
11.	Иностранное унитарное предприятие «КИЙ АВІА» г. Минск	19061198	Республіка Білорусь, м. Мінськ, вул. К. Маркса, буд. 25, каб. 39	100
12.	ТОВ « ТОВ «ТІКЕТС. ЮЕЙ»	36027535	79039, Львівська обл., м.Львів, вул. Шевченка, 111А	51

Клієнти компанії можуть бути впевнені в наданні якісних туристичних послуг, що, в свою чергу, є невід’ємною частиною місії «КИЙ АВІА». Місія «КИЙ АВІА» - надавати клієнтам найбільш повне та якісне обслуговування з усіх видів транспортних, туристичних і супутніх послуг. Для її втілення фахівці компанії постійно розробляють та запроваджують низку нових сервісів та послуг.

Пріоритетні цінності, на яких ґрунтується робота «КИЙ АВІА» - увага до людей, надійність та відповідальність. Над цим працюють усі структурні підрозділи компанії, виконуючи наступні задачі:

- розробка поточних і перспективних планів економічного розвитку АПС;
- удосконалювання методики планування і системи показників господарської діяльності підприємства й оцінки ефективності виробництва і продуктивності праці;
- удосконалювання форм і систем оплати праці;
- координація роботи підрозділів КАПС із питань забезпечення виконання планових завдань;
- вивчення ринку перевезень, визначення попиту, його обсягу, розробка методів розширення продажів;
- збір комерційної інформації і статистичних даних для підготовки звітів і підготовки рекомендацій директоратові продажів;
- аналіз і вивчення політики АК практично у всіх галузях діяльності;
- вивчення договірної політики АК і інших агентств;
- розробка і укладання комерційних угод з АК і іншими юридичними особами;
- розробка і проведення рекламно-інформаційної роботи;
- ведення статистичної звітності й обліку за виробничими показниками;
- проведення аналізу виробничо-господарської діяльності.

Організаційна структура «КИЙ АВІА» представлена в таблиці 2.2.

Організаційна структура ПрАТ «КІЙ АВІА»

Генеральний директор	Генеральний директор	Кирик Валентин Валерійович
Комерційний директор	Комерційний директор	Цирюк Юлія Віталіївна
МІСЕ	Директор департаменту МІСЕ	Кирий Марина Сергіївна
Департамент по роботі з корпоративними клієнтами	Директор департаменту	Пономар Анастасія Олександрівна
Відділ обслуговування інфраструктури	Начальник відділу	Іщенко Віктор Миколайович
Директор з управління персоналом	Директор з управління персоналом	Бурмістр Наталія Віталіївна
Відділ розвитку комерційних систем	Начальник відділу	Чердовських Ярослав Ігорович
Група аналітики	Керівник групи	Єршова Олена Ярославівна
Заст.генерального директора з юридично-правових питань	Заст.генерального директора з юридично-правових питань	Чикиндюк Світлана Григорівна
Відділ договорів, маркетингу та реклами	Начальник відділу	Лаврова Єлизавета Вікторівна
Департамент продажів	Директор департаменту	Довгаль Вікторія Іванівна
Відділ технологічної підтримки	Начальник відділу	Цветашова Ірина Олексіївна
Операторський центр	Начальник Операторського центру	Тодорашко Алевтина Вікторівна
Група внутрішнього і в'їзного туризму	Керівник групи	Кучальська Інна Володимирівна
Група виїзного туризму	Керівник групи	Антоненко Ігор Володимирович
Директор фінансовий	Директор фінансовий	Мосякова Тетяна Олегівна
Група розрахунків з корпоративними клієнтами	Керівник групи	БолтівецьКрістіна Вікторівна
ТОВ КІЙ АВІА КАРГО	Директор Заступник директора	Гринько Костянтин Васильович Ковальов Сергій

Більше 400 працівників «КІЙ АВІА» забезпечують індивідуальний підхід до потреб клієнтів та займаються пошуком оптимальних рішень, які дозволяють в найкоротший термін реалізувати їх побажання щодо організації перевезень, туризму та відпочинку. Наші агенти з продажу туристичних послуг постійно підвищують кваліфікацію і здобувають нові знання, вивчаючи туристичні маршрути та курорти, щоб формувати найкращі пропозиції.

Для зручності клієнтів компанія «КІЙ АВІА» створила розгалужену мережу офісів продажу з єдиними стандартами обслуговування – 50 відділень у 32 містах України. Послуги компанії доступні клієнтам в усіх обласних центрах і містах з населенням понад 100 000 осіб.

Продаж туристичних послуг – один з провідних напрямків діяльності компанії «КІЙ АВІА», яка є надійним провідником у світ якісного відпочинку. Компанія співпрацює тільки з перевіреними туроператорами, а саме:

- **AnexTour** (Турція, Єгипет, Домінікана, Іспанія, Тайланд, Туніс, Болгарія);
- **Kompas** (ОАЕ, Турція, Єгипет, Тайланд, Шрі Ланка);
- **CoralTravel** (Турція, Єгипет, Іспанія, ОАЕ, Греція, Екзотика);
- **TUI** (Єгипет, Турція, Іспанія, ОАЕ, Чорногорія, Греція, Кипр, Хорватія, Італія);
- **TezTour** (Єгипет, Турція, Мальдіви, Бали, Домінікана, Куба, Греція, Кипр, Італія);
- **TPG** (Єгипет, Турція, Занзібар);
- **JoinUp** (Єгипет, Турція, Андорра, В'єтнам, Китай, Грузія, Катар, Чорногорія, Франція, Іспанія, Італія, Болгарія);
- **PegasTouristik** (Єгипет, Турція, Туніс, Іспанія);
- **ALF** (Чорногорія, Хорватія, Албанія, Шрі Ланка, Словачія, Болгарія, Португалія).

Популярністю серед клієнтів компанії користуються подорожі за кордон, а особливо – морські курорти. Туреччина, Єгипет, Греція – ті напрямки, які вже давно стали звичними для українців. Тим, хто хоче поєднати пляжний відпочинок з пізнавальними екскурсіями, «КИЙ АВІА» пропонує цікаві тури до Італії, Грузії, Ізраїлю, Хорватії та Чорногорії. Набирає обертів вигідний та надзвичайно захоплюючий варіант відпочинку – автобусні тури Європою. Тим, хто віддає перевагу елітному відпочинку та першокласному сервісу, пропонуються тури на розкішні острови Карибського басейну та Індійського океану, а також до екзотичних куточків країн Африки, Південної Америки та Австралії.

Для прихильників гірськолижного спорту компанія організовує тури на відомі зимові курорти України, а також до Польщі, Австрії, Словаччини, Франції та Швейцарії.

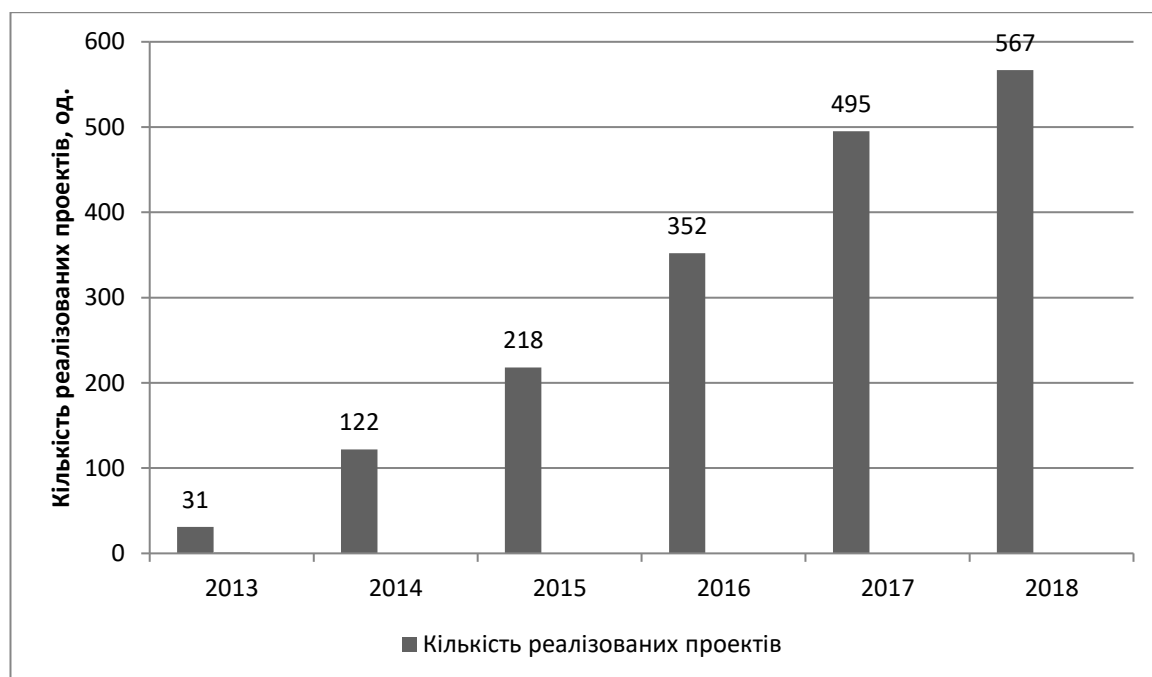
Для іноземних гостей і тих, хто прагне відкривати для себе нові місця на Батьківщині, пропонується широкий вибір турів по Україні у мальовничих місцях Карпат та Закарпаття, курорти Азовського та Чорного морів, тури вихідного дня в різні куточки України.

Компанія «КИЙ АВІА» є лідером у сфері надання комплексного корпоративного обслуговування, до послуг якого входить:

- бронювання готелів в Україні та за кордоном;
- бронювання авіаційних, залізничних та автобусних квитків;
- організація трансферів;
- послуги перекладачів;
- страхування;
- візова підтримка;
- участь у виставках, конференціях.

Корпоративне обслуговування – найбільш ефективне рішення для оптимізації бізнес-процесів, а саме: економія часу, раціональне використання грошових коштів, контроль за дотриманням тревел-політики .

На новий рівень розвитку вийшов сегмент M.I.C.E., який компанія «КИЙ АВІА» започаткувала у 2013 році. За цей час проведено майже 1800 заходів по всій Україні та закордоном. Клієнтами «КИЙ АВІА» з організації ділових заходів є найбільші українські промислові холдинги, міжнародні організації, урядові структури, фінансові та банківські установи. Динаміка кількості реалізованих проєктів M.I.C.E. представлена на рисунку 2.1.



2.1. Динаміка кількості реалізованих проєктів M.I.C.E.

M.I.C.E. – це Meetings (заходи), Incentives (заохочувальні поїздки для співробітників, клієнтів та партнерів), Conferences (організація та участь у конференціях), Events (організація та участь в корпоративних заходах).

Ділові заходи – невід’ємна частина життя бізнес-структур. Конференції дають можливість компаніям навчити своїх співробітників сучасним технологіям, розповісти партнерам і клієнтам про нові продукти та послуги. Організація заохочувальних поїздок – найкращий спосіб висловити свою вдячність співробітникам та партнерам за добре виконану роботу. А корпоративні заходи дозволяють здружитись колективу та поспілкуватись з потенційними клієнтами у неформальній обстановці.

Серед послуг компанії в сегменті M.I.C.E.:

- розробка програми та концепції заходу;
- вибір оптимального місця проведення;
- організаційна логістика;
- технічне забезпечення заходу;
- декор локації;
- підбір кейтеринга;
- організація трансферу та поселення в найкращих готелях;
- підбір артистів та розважальної програми;
- проведення квестів, екскурсій та вечірок
- підготовка фото- та відеозвітів.

Серед багатьох пропозицій «КИЙ АВІА» пропонує організацію навчання за кордоном, забезпечуючи:

- консультаційні послуги з питань різних видів навчання за кордоном;
- пошук та підбір навчальних закладів на запит клієнта (курси, школи, бакалаврати, магістратури);
- підготовку та переклад документів для отримання студентської візи;
- супровід та нагляд під час навчання за кордоном;
- організацію групових та індивідуальних навчальних турів;
- організацію навчальної практики та індивідуальних занять

Освіта за кордоном вважається однією з найкращих інвестицій. Належне навчання і як результат – диплом найвищої якості, отриманий в іноземному виші. Співпраця з низкою іноземних навчальних закладів дозволяє компанії бути надійним провідником українських абітурієнтів на шляху до отримання бажаної освіти в Польщі, в університетах Чехії в університетах прикладних наук Голландії.

Отже, для «КИЙ АВІА» немає кордонів, вона готова реалізувати будь-яку ідею клієнта щодо організації ділового заходу.

2.2. Аналіз господарської та фінансової діяльності компанії «КИЙ АВІА»

Основною діяльністю компанії «КИЙ АВІА» є продаж і бронювання повітряних перевезень, що у даний момент складає 80% доходів концерну, а також здійснюється продаж залізничних та автобусних квитків.

Розглянемо, які фактори, що залежать безпосередньо від агентства, впливають на величину обсягу продажів перевезень.

1. Професійність персоналу. Співробітники компан – найкращі фахівці, які можуть надати експертні поради щодо маршруту подорожі, переваг чи недоліків авіакомпаній та аеропортів транзиту. Це допомагає зробити подорож приємною та зручною.

2. Відповідальність та надійність. У будь-яких ситуаціях «КИЙ АВІА» вигідно вирізняється наданням повної підтримки після продажу послуг клієнтам. Їх обов'язок – не тільки оформити авіаквитки чи інші послуги, але й повністю супроводжувати клієнтів під час подорожі, надавати необхідні консультації та інформаційну підтримку під час використання придбаних послуг.

3. Повний спектр послуг. В одному місці клієнти отримують всю необхідну інформацію щодо замовлення не тільки авіаквитків, але й будь-яких додаткових послуг (місця в літаку, харчування тощо) або комплексну пропозицію.

4. Конкурентоспроможні ціни. Завдяки великій кількості партнерів та найбільшому в Україні портфолію послуг, ми надаємо найкращі пропозиції клієнтам згідно їх запитів.

5. Інноваційність. «КИЙ АВІА» постійно впроваджує нові технологічні рішення з продажу авіаційних і туристичних послуг.

Серед послуг компанії – квитки на рейси традиційних та low-cost авіакомпаній, підбір оптимальних маршрутів та цін на авіаквитки, VIP-сервіс

в аеропортах, участь у бонусних програмах авіакомпаній, організація бізнес-рейсів по Україні.

«КИЙ АВІА» пропонує унікальну послугу – оформлення паперових залізничних квитків для подорожі по Європі. Фахівці компанії підберуть зручний маршрут поїздки, який відповідатиме запитам клієнта. Поєднання авіаперельоту і подорожі залізничним транспортом – гарантія максимального комфорту, економія часу та коштів, можливість якнайкраще побачити країну.

Купуючи паперові квитки європейських залізничних перевізників в «КИЙ АВІА» клієнт отримує:

- повний доступ до наявності вільних місць у поїздах в режимі реального часу;
- можливість забронювати і оплатити квиток в національній валюті;
- можливість отримати свій квиток в паперовому вигляді на оригінальному бланку, не витрачаючи додаткові кошти на його доставку;
- економію коштів, гнучку побудову маршрутів;
- професійну консультацію про правила застосування тарифів, умови повернення квитків, перевезення багажу тощо;
- прямий доступ до бронювання послуг європейських залізничних доріг в Австрії, Хорватії, Чехії, Данії, Фінляндії, Франції, Німеччині, Угорщині, Італії, Нідерландах, Польщі, Португалії, Словенії, Швейцарії та інших країнах;
- залізничне сполучення між основними європейськими містами: Амстердам, Берлін, Барселона, Берн, Будапешт, Прага, Женева, Гельсінкі, Лісабон, Ніцца, Брюссель, Відень та інші.

У «КИЙ АВІА» також можна придбати залізничні квитки на високошвидкісні поїзди, що сполучають найбільші міста Європи: Trenitalia, Thello, EuroNight, Northland Rail, Thalys, ICE, Renfe-SNCF, British Rail, Eurostar, Renfe [26].

Компанія також намагається відшукати оптимальний варіант подорожі в залежності від бюджету і пропонує обрати для поїздки автобусний транспорт.

Переваги автобусного транспорту полягають у наступному:

1. Кількість автобусних станцій (як в Україні, так і за кордоном) значно перевищує кількість залізничних станцій та аеропортів, що дає можливість прибути безпосередньо до пункту призначення.

2. Вартість автобусних квитків нижча, ніж залізничних або авіаційних. Крім того, у вартість автобусного квитка завжди включено безкоштовне перевезення валізи, що також є важливим для більшості подорожуючих.

3. Рівень комфорту в сучасних автобусах стрімко зростає:

– в салонах встановлені відкидні крісла, які не створюють перешкод для сусідів;

– відстань між кріслами – як у бізнес-класі літака;

– більшість перевізників пропонують пасажиром безкоштовний wi-fi, індивідуальні розетки, туалет, послуги стюарда, гарячий чай чи каву в асортименті.

4. Подорож автобусом дає можливість насолодитись чудовими краєвидами під час поїздки.

Також часто автобусний транспорт використовується як допоміжний при здійсненні подорожей літаком або залізницею. Пасажир приїздить автобусом до аеропорту вильоту, здійснює переліт і з аеропоту прильоту переїздить автобусом до місця призначення. Найчастіше така потреба виникає під час подорожей за кордоном, коли не завжди є можливість і час на пошук потрібного транспорту та каси для придбання проїзних документів, а вартість поїздки на таксі перевищує вартість автобусного квитка в рази.

Купуючи автобусні квитки в офісах «КИЙ АВІА», можна отримати широкий спектр додаткових послуг та можливість використання найбільш зручної форми оплати.

Продаж квитків здійснюється через мережу пунктів продажу агентства, тому рівень реалізації залежить від кількості пунктів та їх розміщення, а також від організації рекламної кампанії. Кількість проданих квитків компанії за 2018 – 2019 роки та за офісами представлено в таблиці 2.3.

Кількість проданих квитків компанії «КІЙ АВІА» за 2018 – 2019 роки

Офіс	Кількість проданих авіаційних квитків, од.		Кількість проданих залізничних квитків, од.		Кількість проданих Автобусних Квитків, од.		Всього проданих Квитків, тис.од.	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Пр.Перемоги	27696	28104	1479	1264	936	2258	30,1	31,6
Дмитріївська	9012	9120	787	684	1332	1594	11,1	11,4
Городецького	14184	12660	1064	950	840	505	16,1	14,1
Бориспіль	4560	2652	23	20	132	13	4,7	2,7
Харківське шосе	9060	5616	28	421	1020	611	10,1	6,6
ОПЖД	-	-	2466	2108	852	1262	3,3	3,4
ОЦ	2772	2652	223	199	564	345	3,6	3,2
Донецька ф-я	1092	960	61	73	528	146	1,7	1,2
Львівська д-ція	9300	8784	649	658	2604	2378	12,6	11,8
Ужгород	816	732	92	55	168	80	1,1	0,9
Біла Церква	1548	1428	64	107	1488	1448	3,1	3,0
Вінниця	2088	2232	96	169	996	651	3,2	3,1
Дніпро	6468	5184	418	387	720	345	7,6	5,9
Житомир	4800	3792	79	284	1656	1195	6,5	5,3
Запоріжжя	5808	5568	467	417	2340	1833	8,6	7,8
Івано-Франківськ	2280	2496	246	187	336	239	2,9	2,9
Кременчук	960	1501	179	112	1320	824	2,5	2,4
Кривий Ріг	1428	1284	99	96	1272	624	2,8	2,0
Кропивницький	1224	1068	63	81	1380	1142	2,7	2,3
Луцк	1596	1344	182	101	1860	1647	3,6	3,1
Миколаїв	2712	2820	295	211	816	425	3,8	3,4
Одеса	3336	3960	386	297	804	359	4,5	4,6
Полтава	2364	2511	235	188	696	478	3,3	3,2

Закінчення таблиці 2.3

Рівне	2076	1992	18	149	1320	1461	3,4	3,6
Севєродонецьк	816	408	45	31	24	80	0,9	0,5
Суми	1740	1648	233	123	1920	1408	3,9	3,2
Харків	3602	2405	117	180	708	332	4,4	2,9
Херсон	4080	3481	203	261	1140	1010	5,4	4,8
Хмельницький	936	638	72	48	480	306	1,5	1,0
Черкаси	2028	2352	168	176	1344	824	3,5	3,3
Чернігів	2796	2896	288	217	1116	1050	4,2	4,2
Чернівці	3552	2737	201	205	336	133	4,1	3,1
Всього, тис. од.	136,7	125,0	11,0	10,5	33,1	27,0	180,8	162,5

Проаналізувавши дані таблиці 2.3, бачимо, що майже по всіх офісах відбувається падіння загальної кількості продажу квитків. Якщо брати продаж авіаційних квитків, то збільшення обсягів продажу у 2019 році відбулося у таких офісах: Проспект Перемоги (м. Київ), Дмитрівська (м. Київ), Вінниця, Івано-Франківськ, Кременчук, Миколаїв, Одеса, Полтава, Черкаси, Чернігів. Найбільше падіння продажу відбулося у офісах: Севєродонецьк – 50%, Бориспіль – 42% та Харківське Шосе – 38%, у інших офісах падіння продажу авіаквитків склало від 6% до 30%.

Аналіз продажу залізничних квитків показав збільшення продажу у 12-ти офісах із 32, за якими проводився аналіз. Найбільше зростання продажу залізничних квитків від 79 од. у 2018 році до 284 од. у 2019 році, що склало понад 300%. Падіння продажу за іншими офісами відбулося в межах від 8% до 46%.

Продаж автобусних квитків теж зазнав падіння у 2019 році, тільки у п'ятих офісах відбулося підвищення продажу, особливо високе підвищення відбулося в офісі пр. Перемоги – на 140%. У інших офісах зменшення кількості продажу коливалось в межах від 15% до 90%.

Узагальнені показники кількості продажу квитків зведені у таблицю 2.4

Таблиця 2.4

**Загальні показники кількості проданих квитків «КІЙ АВІА»
за 2018 – 2019 роки**

Показники	2018	2019	2019/2018, %
Кількість проданих авіаційних квитків, тис. од.	136,7	125,0	– 8,6
Кількість проданих залізничних квитків, тис. од.	11,0	10,5	– 5,1
Кількість проданих Автобусних квитків, тис. од.	33,1	27,0	– 18,3
Всього, тис. од.	180,8	162,5	– 10,1

Загальні показники проданих квитків, які наведені у таблиці 2.4 та на рисунку 2.2, показують зменшення продажу туристичних квитків у 2019 році на 10, 1%, найбільше зменшення показало продаж автобусних квитків на 18,3%, найменше зменшення – 5,1% приходить на кількість продажів залізничних квитків.

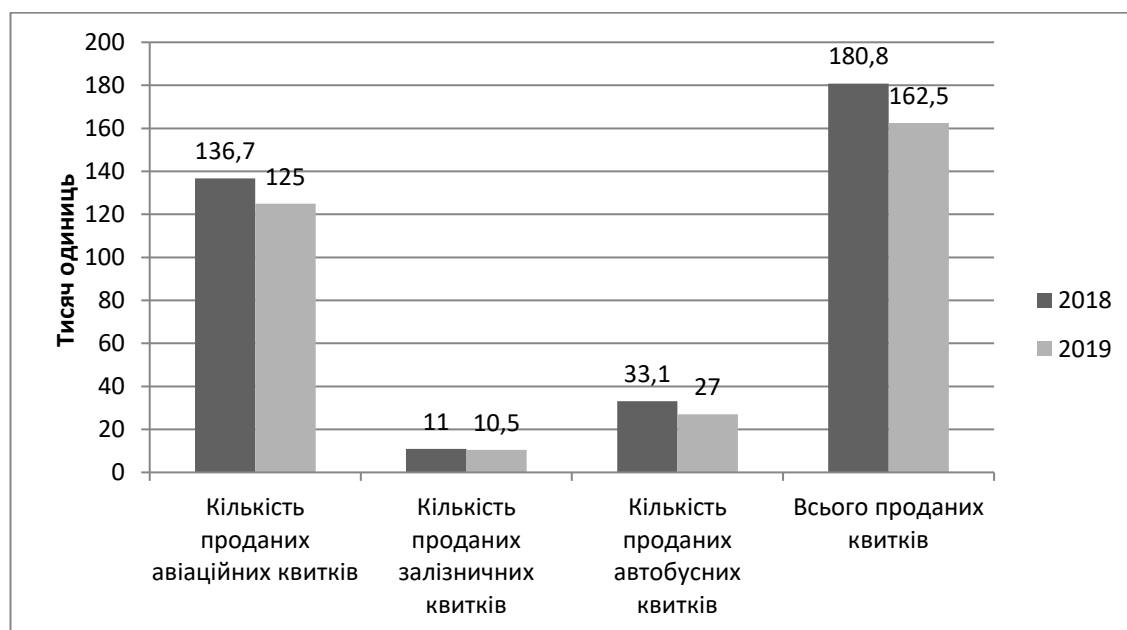


Рис. 2.2. Кількість проданих квитків «КІЙ АВІА» за видами перевезень

З рисунку 2.2 яскраво видно, що найбільший продаж квитків відбувається саме на авіаційні перевезення, майже 80% від загальної кількості продажу.

Також слід відмітити те, що продаж квитків залежить ще від сезонності перевезень, адже саме в осінньо-зимовий період спостерігається спад кількості перевезень.

Розглядаючи співвідношення у відсотках внутрішніх рейсів і міжнародних, спостерігається тенденція зростання кількості перевезень саме по території країни, що свідчить про розвиток внутрішніх перевезень в Україні, у 2018 році співвідношення внутрішніх рейсів до міжнародних склало 44% до 56% .

Отже компанії «КИЙ АВІА» необхідно створювати нові туристичні продукти, спрямовані на розвиток внутрішнього туризму

2.2.1. Аналіз фінансової діяльності

Доходи «КИЙ АВІА» формуються як сервісний збір від продажу всіх видів перевезень. Розмір сервісного збору залежить від умов агентської угоди, яку компанія підписує з перевізниками.

За продаж перевезень на внутрішні повітряні лінії «КИЙ АВІА» отримує в середньому 20 дол.. За продаж перевезень у міжнародних напрямках «КИЙ АВІА» отримує 30-40 дол..

Базовий сервісний збір являє собою плату за надані агентом послуги і йде на покриття витрат агентів на організацію продажу перевезень. Бонусні комісійні заохочують досягнення агентом визначених зобов'язань і виплачуються у вигляді відсотка (у залежності від обсягів продажів або темпам росту продажів) або фіксованої суми (в залежності від темпів росту продажів або по показниках лояльності агента).

У цілому динаміку фінансових показників «КІЙ АВІА» за 2018 – 2019 роки представлено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Основні фінансові показники діяльності компанії «КІЙ АВІА»
за 2017-2018 роки (млн. грн)**

Показники	Доходи		Витрати		Прибуток	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Від проданих авіаційних квитків	70,8	69,66	49,56	48,76	21,24	20,9
Від проданих залізничних квитків	5,28	4,38	3,96	3,29	1,32	1,1
Від проданих Автобусних квитків	2,07	2,13	1,66	1,7	0,41	0,43
Від бронювання готелів	17,63	14,81	13,22	11,1	4,41	3,71
Від кількості оформлених страховок	1,61	1,41	1,45	1,27	0,16	0,14
Всього	97,39	92,39	69,85	66,12	27,54	26,28

Наглядно порівняння доходів, витрат та балансового прибутку можемо спостерігати на рисунку 2.3.

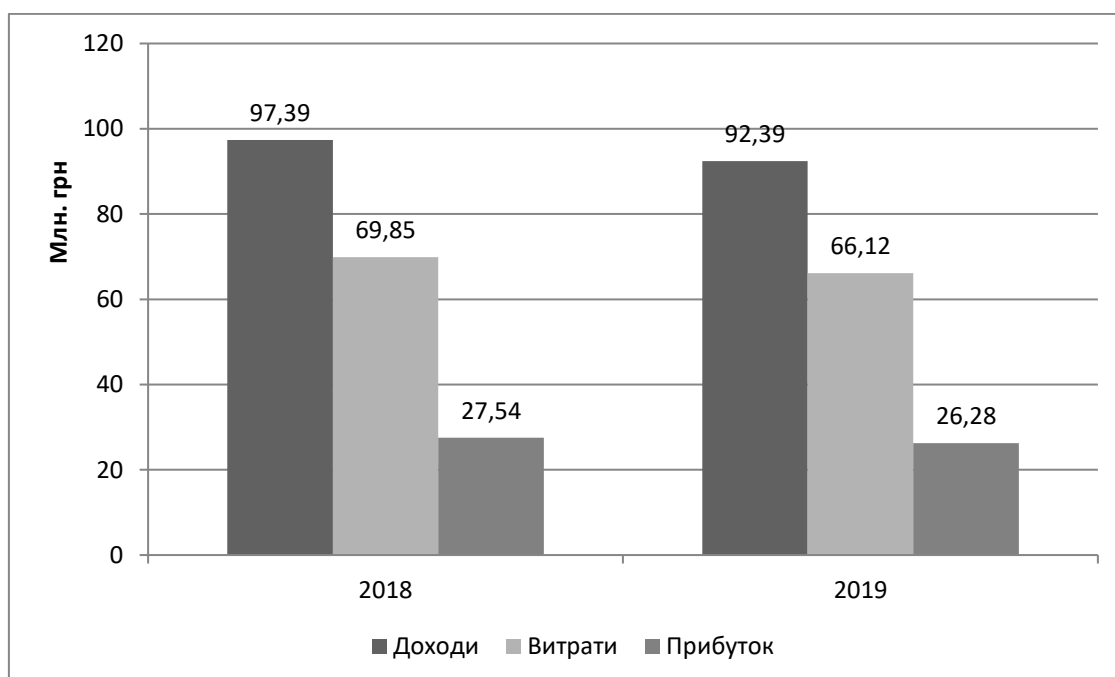


Рис. 2.3. Фінансові показники діяльності «КІЙ АВІА» за 2018 – 2019 роки

Бачимо, що у 2019 році дохід компанії зменшився майже за всіма показниками, окрім доходів від автобусних перевезень. Лівову частку прибутку компанії складає прибуток саме з продажу авіаперевезень, майже в 4 рази більше прибутку, ніж від усіх інших видів діяльності компанії «КІЙ АВІА». Таке зменшення доходів відбулося внаслідок зменшення кількості проданих квитків за всіма видами перевезень, також на це все вплинула політична та економічна ситуація в Україні і світі.

Аналіз фінансових показників діяльності «КІЙ АВІА» на ринку продажу авіаперевезень, показує, що ця агенція знаходиться на досить гарному рівні, має високій рівень рентабельності. Такого результату удалося досягти за рахунок розширення кількості пропонованих маршрутів перевезень і за рахунок збільшення видів послуг, а також завдяки розвитку міжнародних перевезень. Але зараз на ринку продажу авіаперевезень зростає конкуренція збоку інших агенцій. Тому для зміцнення свого положення на ринку, компанії необхідно збільшувати обсяги продажу, залучення більшої кількості пасажирів, розширювати види послуг, спрямованих на різну клієнтуру, розвивати передові технології продажу перевезень.

2.3. Формування системи менеджменту якості на прикладі туристичної компанії «КІЙ АВІА»

«КІЙ АВІА» дотримується системи менеджменту якості щодо обслуговування туристичних клієнтів для якомога більшого приваблення міжнародних туристів. Процес трансформації економічної системи в цілому і в туризмі зокрема, який відбувається зараз в Україні, супроводжується проявом низки проблем. Вирішення більшості з них зумовить суттєві позитивні зміни та зрушення. Разом з тим, вирішення проблем при визначеному пріоритеті макроекономічних вимог потребує також і значних

змін на мікроекономічному рівні. Динамізм сучасного економічного розвитку України та активізація сфери туристичних послуг зумовлюють необхідність розробки та впровадження системи управління якістю (далі СУЯ) як обов'язкової складової стратегії розвитку як туризму в цілому, так і на рівні його окремих підприємств [28].

Імідж України на світовому ринку залежить в тому числі від якості туристичного продукту (послуг), що їх пропонують туристичні підприємства (фірми). Якість діяльності (обслуговування) залежить від професіоналізму, кваліфікації, досвіду персоналу туристичних підприємств (фірм).

Для того щоб перетворити Україну на туристичну державу світового рівня, необхідно забезпечити координацію діяльності галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг. Це - готельне господарство, транспорт, торгівля, зв'язок тощо.

Також важливим мотивом прибуття іноземних туристів в Україну є природні ресурси та історико-культурна спадщина нашої держави. Вартість природних ресурсів та історико-культурних пам'яток залежить від їх доступності та якісних характеристик. В залежності від ступеню доступності цих ресурсів та їх експлуатації з метою туризму вони набудуть для України велике економічне значення.

Якість туристичної діяльності підприємств (фірм) підтверджується перевіркою на відповідність встановленим стандартам, правилам, показникам, вимогам для встановлення відповідного класу обслуговування. Якщо якість готельної послуги легко перевіряється на відповідність встановленим вимогам, то якість екскурсійної послуги або якість послуги туристичних агентств перевіряються дуже важко. Оскільки туристичні послуги складають значну частину споживаних населенням послуг і мають специфічний соціально - оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, пізнання історичних і культурних цінностей та інше, тобто туризм акумулює в собі економічні, соціальні, гуманітарні, виховні та естетичні складові.

Проблема якості обслуговування в міжнародному туризмі є однією з найактуальніших у розвитку туристичної галузі. Якість обслуговування впливає на структуру споживчого попиту і є важливим чинником в конкурентній боротьбі на туристичному ринку в сучасних умовах господарювання. Туристи, які задоволені обслуговуванням в готелях, ресторанах, екскурсійних бюро, туристичних фірмах, стають їх активними пропагандистами. Якість обслуговування в кінцевому випадку - важливий чинник підвищення економічної ефективності туризму. На якість обслуговування впливають такі фактори, як комплексність послуг і товарів, їх направленість на конкретного споживача, своєчасність їх надання.

Критерій якості визначається через систему показників, що оцінюють різні види діяльності з обслуговування туристів. Наприклад, для готелів це - чистота номерів, відповідність номерів класу обслуговування, відсутність претензій та інше; для оцінки якості екскурсійного обслуговування велике значення має обізнаність, повнота і достовірність інформації, оптимальність маршруту, культура мови, кваліфікація екскурсоводів, транспортне забезпечення. Якість туру визначає запрограмований і анімаційний підхід, диференціацію турів і відповідності з вимогами тієї чи іншої групи споживачів.

У світовій практиці нагромаджений досвід впровадження ефективних систем управління якістю туристичних послуг. Що обумовлює необхідність узагальнення цього досвіду, його творчого використання з урахуванням специфічних особливостей української економіки та українського менталітету.

Підґрунтям для коректного визначення системи менеджменту в туризмі є основи теорії систем. Система – це впорядкована сукупність елементів, між якими є або може бути створено тісний взаємозв'язок.

До систем управління висувають такі вимоги: детермінованість елементів, динамічність, наявність у системі керівного та контролюючого параметрів, як мінімум одного каналу зворотного зв'язку.

До основних компонентів системи зараховують структуру, підсистеми, елементи, взаємовідношення елементів.

Практичне призначення такої системи визначає діяльність із задоволення попиту на туристичні послуги, результатами якого є здійснення подорожі туристом і задоволення пов'язаних з цим потреб.

Процес реалізації туристичної послуги в широкому розумінні (створення, пропозиція, продаж, надання, споживання) відбувається на основі раціонального поєднання в часі й просторі засобів, умов і самого процесу виробничо-обслуговуючої діяльності в туризмі. Як об'єкт управління процес виробничо-обслуговуючої діяльності і надання послуг системний і розвивається динамічно.

Елементи такої системи (регіони, організації, туристичні підприємства) тісно взаємопов'язані й взаємозалежні, вимагають чіткої та цілеспрямованої взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем організацій у їх класичному розумінні в менеджменті.

Групи людей, організовані волею керівництва для досягнення певних цілей, називаються формальними організаціями. Їх ознаками є наявність більш як двох осіб, цілі, спільна праця задля досягнення такої мети. Відношення в таких організаціях регулюються різноманітними нормативними документами: законами, постановами, наказами, розпорядженнями тощо. Стосунки і зв'язки між працівниками організації визначаються у посадових інструкціях.

Стихійно утворена група людей, які вступають у регулярну взаємодію для досягнення певної цілі, визнається неформальною групою (організацією). Стосунки між членами такої групи формуються на основі особистих симпатій, спільності поглядів, інтересів і реалізуються без посилянь на обов'язки, узгодження ролей тощо.

У менеджменті туризму однаково важливо вивчати обидва аспекти організаційних відношень, оскільки вся туристична діяльність зосереджена на взаємодії персоналу організації зі споживачем послуги. Отже, проблеми у

формальній, а особливо неформальній, структурі відношень відображаються на ефективності роботи туристичних менеджерів.

Іноді в основі створення комерційної організації лежать дружба та інтереси, які в подальшому трансформуються у бізнес-відносини і суттєво впливають на формування організаційної структури управління.

Товариські стосунки як основа бізнесу (підбір помічників, заступників керівництва) – дуже поширена практика в діяльності туристичних підприємств в Україні. З одного боку, це дає змогу підвищити ефективність управління і знизити ризик проникнення у бізнес сторонніх людей. Але, з іншого боку, товариські стосунки часто заважають розвитку бізнесу, оскільки керівник, нехтуючи рівнем професіоналізму колег, при підборі персоналу надає перевагу особистим відносинам, не оцінює об'єктивно кандидата, що в подальшому позначається на якості його роботи.

Домінування неформальних груп над формальними може спричинити порушення виконавчої дисципліни, комунікаційного процесу і власні зловживання. Втім, неформальні групи можуть і сприятливо впливати на діяльність організації – зумовлювати колективну творчість, виявляти ініціативність тощо.

Завданням менеджера є спрямування потенціалу неформальних груп у потрібному напрямі і мінімізація їх негативного впливу. Важливим аспектом у цьому випадку є знання ознак неформальної групи і володіння інструментами управління ними:

- наявність соціального контролю над членами (неписані норми й правила) потребує постійного моніторингу менеджментом організації;

- спротив змінам, інноваціям, які сприймаються як загроза існуванню групи або небезпека зміни її структури, потребує від менеджера організації акуратних дій з виявлення погляду групи та її впливу на певні керівні рішення і дії;

- наявність неформального лідера, авторитет якого визнається групою, передбачає, що з ним слід рахуватися формальному керівництву організації.

Взаємодія у групі ґрунтується на законах людської психіки і має відповідну мотивацію:

- спілкування – обмін інформацією з колегами, обговорення організаційних, особистих та інших проблем;
- взаємодопомога – надання підтримки працівникам не тільки у професійних, а й особистих питаннях;
- захист – об'єднання як засіб протидії тиску формальної структури;
- почуття належності – потреба в соціальних контактах, яка часто не реалізується у професійному житті працівників;
- інтереси, симпатія – виявлення у колеги споріднених інтересів, звичок, сила його харизматичного впливу.

У сфері туризму мотивацією для об'єднання у неформальні групи може бути:

- професійний статус учасників, коли турагенти об'єднуються з турагентами, туроператори – з туроператорами, адміністратори готелів – з адміністраторами тощо. Іноді туроператори і турагенти об'єднуються у неформальні групи з метою підвищення ефективності роботи з певними клієнтами, наприклад, спортсменами, шанувальниками екзотики і пригод тощо. В основі стосунків лежить потреба в обміні досвідом і підвищенні професійного рівня;
- локалізація за місцем роботи, коли менеджери офісів формують певну неформальну групу в межах будинку, де вони контактують;
- зв'язок на основі здобуття освіти в одному навчальному закладі або спільної діяльності на попередньому місці роботи.

Для ефективного управління з урахуванням функціонування неформальних груп необхідно:

- виявити лідера й встановити з ним оптимальні стосунки, зацікавити його для взаємодії і спільної роботи;
- узгодити цілі і мотиви членів неформальної групи з цілями формальної організації;

– постійно здійснювати моніторинг відносин у неформальній групі та не намагатися її знищити;

– провести збори членів колективу з метою інформування та пояснення цілей і завдань організації, а також визначення ролі кожного працівника в їх досягненні;

– залучити неформального лідера до участі у вирішенні організаційних проблем і завдань;

– створити ініціативні групи, які здатні акумулювати та реалізовувати пропозиції членів трудового колективу з удосконалення діяльності організації;

– провести спортивні і культурно-масові заходи, які зміцнюють неформальні стосунки в організації і формують корпоративну культуру.

Ієрархічно система менеджменту туризму складається з керуючої (суб'єкта) і керованої (об'єкта) підсистем, а також сукупності необхідних внутрішніх і зовнішніх зв'язків.

Суб'єктом системи менеджменту в туризмі є учасник туристичного заходу, або турист, який шукає можливості задоволення своїх потреб шляхом отримання специфічних туристичних послуг, що надаються об'єктом туризму.

Об'єктом системи менеджменту, як керованої підсистеми, є провідний, визначальний складник системи, за допомогою якого виникають відношення управління. Об'єктом туристичної діяльності є все, що може стати для суб'єкта туризму (туриста) метою подорожі.

Об'єкт і суб'єкт тісно пов'язані між собою. Вони взаємодіють як підсистеми однієї системи управління й не можуть функціонувати автономно, адже в такому випадку керуюча підсистема працювала б без результатів, а керована була б дезорганізована. Тому суб'єкт і об'єкт поза системою менеджменту можуть розглядатися лише умовно.

Менеджмент як професійна діяльність передбачає як суб'єкта цієї діяльності спеціаліста менеджера, а як об'єкта -- господарську діяльність турфірми, виробничо-обслуговуючу туристичну діяльність. У процесі

реалізації менеджменту виявляються специфічні відношення між суб'єктом і об'єктом управління. Такі управлінські відношення є складною соціальною системою зв'язків між людьми.

Як самостійний вид професійної діяльності менеджмент у туризмі реалізується в умовах провідного впливу такого інструменту управління як ринок, що означає:

- орієнтацію турфірми на попит і потреби ринку, на запит конкретних споживачів і наявну кон'юнктуру ринку туристичних послуг, що користуються попитом і можуть принести очікуваний прибуток;

- постійне намагання підвищувати якість туристичних послуг і досягати максимального задоволення споживачів;

- господарську самостійність турфірм (турагентів і туроператорів), яка забезпечує їм свободу прийняття рішень;

- постійну корекцію цілей залежно від кон'юнктури ринку;

- виявлення кінцевого результату діяльності турфірми або її господарськи самостійних підрозділів;

- необхідність використання сучасних інформаційних технологій та досягнень науково-технічного прогресу для прийняття обґрунтованих і оптимальних управлінських рішень.

Очевидно, що менеджмент у туризмі є відкритою системою, на яку впливають численні фактори – природні, кліматичні, економічні і соціальні, національні і релігійні тощо. Зовнішнім оточенням системи туризму є економічне, екологічне, технологічне, політичне, соціальне і міжнародне середовища. Перераховані сфери мають значний вплив на туризм. Водночас внутрішні процеси в туризмі суттєво залежать від зовнішнього середовища і впливають на нього.

Економічними факторами, які позитивно впливають на туризм, є зростання реального доходу, рівномірний розподіл доходів, стабільний курс валют, вигідна кон'юнктурна ситуація тощо. Негативно впливають на туризм економічні кризові явища, зниження темпів розвитку промисловості,

нестабільна ситуація на валютному ринку, несприятливі конкурентні умови. Основні економічні функції туризму: виробничо-обслуговуюча, забезпечення зайнятості населення, накопичення доходу, зменшення територіальних відмінностей розвитку, гармонізація платіжного балансу.

Туризм, як і будь-який інший вид діяльності людини, тісно пов'язаний із природним середовищем. На сучасному етапі значна увага приділяється питанням завдання шкоди навколишньому середовищу, що виникає в результаті неконтрольованої або необґрунтовано обтяжливої для природних ландшафтів туристичної діяльності. Для управління туристичними потоками з метою збереження екологічної рівноваги використовують інструментарій візитного менеджменту. Його основу визначають нормативи навантаження на різноманітні природні, а також антропогенні комплекси в процесі реалізації туристичної діяльності. Втім, на перешкоді запровадження ідеальних стандартів навантажень стають економічні інтереси. Збереженню рівноваги між природним середовищем, відпочинком і економічним відтворенням може сприяти розвиток «м'якого туризму» на засадах стійкого розвитку (в природничому і соціальному сенсі) як пріоритету державної політики.

З соціокультурного погляду туризм може відігравати у суспільстві як позитивну, так і негативну роль. Наприклад, можливі сприяння взаємному порозумінню між народами, культурне збагачення, поштовх до економічного розвитку регіону; водночас розвиток туризму може завдавати шкоди регіону – «розчиняти» самобутню національну культуру, негативно впливати на традиційні норми та цінності тощо. У зв'язку з цим важливо дотримуватися балансу між кількістю туристів та їх допустимою нормою, а також зважати на тип туристів, прийнятний для цього регіону.

Ставлення держави до туристичного бізнесу відображається у конкретних рішеннях щодо оподаткування, орендних ставок, туристичної ренти, встановлення або не встановлення пільг, валютного регулювання, інвестиційного режиму у сфері туризму. Для розвитку туризму особливо

важливими є фактор політичної стабільності, позитивний імідж держави, сприятливий візовий і митний режими, безпека. Наявність таких сприятливих умов може забезпечити тільки держава. Значний вплив мають також окремі органи державного управління, які формують економічну, соціальну політику, політику пасажирських перевезень і дозвілля. Стратегічне значення має визначеність державної політики у сфері туризму в конкретних і обґрунтованих програмах розвитку галузі.

Основні технології, які забезпечують розвиток туризму -- це транспорт, готельне і ресторанне обладнання та інноваційні технологічні прийоми, інформаційно-комунікаційні технології. Технічний і технологічний прогреси розширюють можливості туристичних організацій, створюючи умови для появи нових послуг і товарів. Розвиток транспортних засобів підвищує мобільність туристів, готельна і ресторанна техніка спрощує і стандартизує роботу обслуговуючого персоналу, комп'ютерні технології дають змогу швидко обробляти і передавати великі обсяги інформації, полегшують вирішення багатьох проблем, які стосуються подорожей і відпочинку. Інформаційні потужності Інтернету дозволяють реалізувати попит і пропозицію в режимі реального часу і забезпечують можливості віртуального кібер-подорожування.

Більшість вітчизняних турфірм працюють на зарубіжних ринках, тому їм необхідно враховувати особливості цих ринків. Міжнародне середовище -- найскладніше з погляду врахування його особливостей в управлінні туризмом, адже вимагає уваги до специфічних соціокультурних, економічних, політичних, природно-географічних, історичних, релігійних факторів, законодавства і державного регулювання. Щоб мати успіх у туристичному бізнесі, не достатньо тільки професійної організації виробничо-обслуговуючої діяльності і реалізації турпродукту, необхідні також відповідні знання міжнародних правових норм і правил, практики міжнародного туристичного менеджменту і маркетингу, кон'юнктури зарубіжних туристичних ринків.

3. ПРОЕКТНА ЧАСТИНА

КАФЕДРА ОАРП				НАУ. 20. 12. 32. 300 ПЗ			
Виконала	Тимченко В.Ю..			3. ПРОЕКТНА ЧАСТИНА	Літера	Арк.	Аркушів
Керівник	Соловійова О.О.				Д	64	35
Консульт.	Соловійова О.О.				275 ОР-204М		
Н. контр.	Герасименко І.М.						
Зав. каф.	Разумова К.М.						

3.1. Методичне забезпечення прийняття управлінських рішень щодо якості туристичних послуг

Сучасний період становлення ринкових відносин в Україні характеризується розвитком економічних реформ, загостренням конкуренції, що обумовлює необхідність підвищення якісних характеристик продукції, в тому числі і якості послуг в туризмі. Це викликано тим, що туризм є однією з галузей світового господарства, яка динамічно розвивається і посідає друге місце після комп'ютерної та електронної промисловості, випереджаючи такі галузі, як нафтопереробка й автомобілебудування. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації, середні темпи розвитку туризму в 2-3 рази перевищують середньорічні темпи зростання національної економіки в цілому. Для багатьох країн іноземний, тобто в'їзний, туризм перетворився на основне або, принаймні, в істотне джерело доходів від експорту [28].

В той же час Україна, незважаючи на свій високий рекреаційний, історичний, культурний і духовний потенціал, наявність величезних екологічно чистих географічних районів, займає незначне місце на світовому туристичному ринку. Вклад від туризму в національний валовий внутрішній продукт на порядок нижче світових розвинених країн, частка експорту туристичних послуг незначна.

Теоретико-методологічне обґрунтування механізму підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства на основі впровадження інноваційної концепції управління якістю і розробка практичного інструментарію, що забезпечує це управління.

Якість послуги визначається вимогами статті 12 Закону України «Про захист прав споживачів», згідно з яким «Продавець (виготівник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві товар (роботу, послугу), який за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також

інформації про товар (роботу, послугу), що надається продавцем (виготівником, виконавцем)».

Згідно з міжнародними стандартами, будь-яка система, спрямована на забезпечення якості сервісних послуг, повинна відповідати комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог.

Одним із первинних принципів створення концепції управління якістю у сфері туризму є коректне визначення суті якості туристичного продукту (послуги). Стосовно сфери туризму правомірним є наступне формулювання: якість туристичного обслуговування – це сукупність властивостей туристичних послуг, процесів і умов комплексного обслуговування із задоволення обумовлених або передбачуваних потреб туристів під час їхнього відпочинку, подорожей та інших складових туристичного продукту. Забезпечення якості продукту є сукупністю планованих і системних заходів, що створюють необхідні умови для виконання кожного етапу концепції якості.

Найчастіше на підприємствах індустрії туризму використовуються тільки елементи системи управління якістю, але відсутній системний підхід. Для створення системи менеджменту якості потрібно стратегічне рішення керівництва. На розробку та впровадження системи менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії впливають стратегічні цілі підприємства, ситуація на ринку, потреби споживачів у наданні якісних послуг та інші специфічні чинники.

Під системою якості розуміється сукупність організаційної структури, відповідальності, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю в організації. Основною метою системи менеджменту якості в туристичних фірмах є забезпечення якості роботи і безперервного контролю процесу надання послуг.

Якість туристичних послуг характеризується сукупністю взаємопов'язаних показників: призначення, естетичності, комфортності,

технологічності, надійності, уніфікованості, ексклюзивності, екологічності, безпечності і тому подібне.

Показники призначення туристичної продукції характеризують її функціональні властивості, для виконання яких вона призначена, і обумовлюють сферу її застосування. Це одна з основних складових оцінки діяльності туристичної організації. Дані індикатори показують ступінь відповідності запропонованої послуги очікуванням споживачів. Зокрема, це показники споживчої ефективності, склад запропонованого продукту, певний набір кількісних показників: тривалість поїздки, тривалість маршруту, розподіл часу всередині поїздки тощо. У даній групі показників туристичні фірми не можуть конкурувати між собою. При появі успішного продукту (за зовнішніми характеристиками) інші організації оперативно переймають пропозицію. Отже, дані показники конкретизують сегмент пропозиції на ринку. Можна сказати, що відповідність турпродукту вимогам показників призначення не є предметом конкуренції. Це необхідна умова для початку конкуренції, тобто виведення виробників у дане конкурентне середовище. Яка позиція фірми буде у цьому середовищі - визначають інші показники якості продукту.

Естетичні показники характеризують цінність пропонованої послуги і включають наступні компоненти: гармонійність, цілісність охоплення туристичної програми, відповідність соціальним очікуванням, рівень майстерності обслуговуючого персоналу. Естетичні показники загалом можна віднести до соціальних характеристик, які виражають цінність запропонованої послуги. Даний набір показників носить істотну частку суб'єктивної оцінки, але є важливим доповненням до збалансованої системи показників. Серед представлених показників найважливішими є два напрямки: раціональність складу послуги і виразність інформаційної складової. У першому напрямку розкривається властивість функціональної відповідності та цілісності сприйняття запропонованої програми. Другий напрямок показників визначається різними елементами самого туристичного

продукту: оригінальністю, відповідністю первинної інформації. Дані показники якості мають першорядне значення в забезпеченні конкурентоспроможності турпродукту. Їх практично неможливо перейняти в іншого виробника. Визначення цих показників вимагає професійних маркетингових досліджень, ретельної і послідовної роботи щодо підвищення рівня їх реалізації у конкретному туристичному продукті. Реалізація естетичних показників якості базується на високій виконавчій і технологічній дисципліні обслуговуючого персоналу та на професійній кваліфікації та майстерності.

До показників комфортності відносяться антропометричні, фізіологічні, психологічні, гігієнічні та інші показники, які мають велике значення для споживачів. Вимоги за даними показниками висуваються до складу туристичного продукту, його функціональних характеристик, до елементів комфортності транспортних засобів, обладнання та інтер'єру готелів, ресторанів тощо. Антропометричні показники характеризують відповідність обладнання, інтер'єру, приміщень анатомічним та віковим особливостям тіла людини. Фізіологічні та психологічні показники туристичної послуги пов'язані здебільшого з якістю екскурсій, їх тривалістю і матеріальним забезпеченням бази відпочинку та інших потреб туристів. Дуже часто фахівці обґрунтовують конкурентність свого турпродукту наявністю додаткових екскурсій, не враховуючи при цьому збільшення фізичного і психологічного навантаження на туриста.

Досконалість технологічного виконання послуги є найважливішим параметром якості. На досконалість технології впливає передусім професіоналізм фахівців, внутрішня культура організації, філософія бізнесу та інші фактори. Технологічний рівень виконання не можна безпосередньо перейняти в іншого виробника, його можна покращити, в тому числі шляхом вивчення досвіду роботи інших фірм.

Показники надійності характеризують надійність роботи туристичної фірми, надійність реалізації турпослуг у тому обсязі, на тому рівні і в ті

терміни, які були обумовлені при укладенні угоди, надійність технічних та інших засобів, що використовуються при реалізації туристичних послуг. Відповідно, оцінка показників може виражатися поняттями «високий», «середній», «низький». Можливим є застосування статистичних методів з оцінкою ймовірності настання непередбаченої події. В цьому випадку туристичні організації можуть використовувати інструменти страхування для нівелювання власних ризиків і фінансових наслідків. Показники надійності не можна протиставляти іншим характеристикам якості, бо без реалізації надійності всі інші показники якості обслуговування втрачають свій сенс. Водночас, надійність стає повноцінним показником якості лише в поєднанні з іншими характеристиками обслуговування.

Показники уніфікованості та ексклюзивності характеризують ступінь використання в конкретному туристичному продукті стандартизованих, уніфікованих, оригінальних вихідних послуг. Ці показники дозволяють визначити ступінь конструктивної однаковості кінцевої послуги.

До стандартизованих належать послуги, які здійснюються за міжнародними, державними і галузевими стандартами. До уніфікованих належать послуги, які надаються за стандартами підприємства і використовуються не менш, ніж у двох туристичних програмах, або фірма отримує їх в готовому вигляді як комплектуючі, вихідні послуги, що надаються серійно. Показники уніфікованості свідчать про високу якість туристичного продукту, налагодженості виробничого процесу реалізації послуги, ефективності виробничої системи фірми.

До ексклюзивних відносяться послуги, що пропонуються тільки для даного туристичного продукту. Показники ексклюзивності важливі для певного сегмента туристичних послуг. У разі складання індивідуальної туристичної програми дані показники стануть одними з основних при рішенні клієнта щодо купівлі пропонованої послуги. Ексклюзивність характерна для сегмента високовартісних туристичних програм, які не

вписуються в рамки стандартної пропозиції. Показники ексклюзивності відображають унікальність, індивідуальність даного туристичного продукту.

Показники всіх встановлених груп якості туристичної послуги забезпечуються персоналом різних фірм, які об'єднують свої зусилля в кінцевому продукті, на наступних етапах її життєвого циклу: маркетингові дослідження, розробка нової туристичної послуги, технологічна підготовка виробництва, виробництво (комплектація) послуги, контроль, просування і продаж на ринку та обслуговування споживача.

Динамічний розвиток сфери туризму в сучасних умовах гостро ставить низку нових проблем, інноваційне розв'язання яких дозволить національному туризму забезпечити стаке економічне зростання, а туристичним підприємствам - стати конкурентоспроможними на світовому ринку.

З активізацією євроінтеграційних процесів спостерігається постійне загострення конкуренції між туристичними підприємствами. Тому на сучасному етапі розвитку туристичної галузі постає питання формування системи менеджменту якості підприємства.

Надання споживачам високоякісних туристичних послуг на внутрішньому та міжнародному ринках має сприяти формуванню іміджу України, як країни з унікальними туристичними можливостями.

Надання туристичних послуг супроводжується захистом прав та інтересів споживачів, що якісна туристична послуга дає можливість задовольнити потреби споживача.

Для формування моделі системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії потрібно вирішити такі завдання: визначити структурні елементи системи менеджменту якості на підприємствах туристичної індустрії; сформувати основні завдання політики якості туристичних послуг; обґрунтувати основні елементи зовнішнього та внутрішнього аудиту якості надання туристичних послуг.

Найчастіше на підприємствах індустрії туризму використовуються тільки елементи системи управління якістю, але відсутній системний підхід.

Для створення системи менеджменту якості потрібно стратегічне рішення керівництва. На розробку та впровадження системи менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії (СТІ) впливають стратегічні цілі підприємства, ситуація на ринку, потреби споживачів у наданні якісних послуг та інші специфічні чинники.

Під системою якості розуміється сукупність організаційної структури, відповідальності, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва якістю в організації. Система якості призначена для впровадження в туристичних фірмах з метою забезпечення якості роботи і безперервного контролю процесу надання послуг.

Для забезпечення необхідного рівня якості потрібні не тільки зацікавлені, кваліфіковані працівники, відповідна матеріальна база, а й добре налагоджена система менеджменту якості (СМЯ). Саме на цьому побудований успіх багатьох підприємств туризму. Але одного прагнення забезпечити якість послуг та обслуговування недостатньо -- потрібно дуже грамотно підходити до СМЯ, оскільки від цього залежить враження клієнтів про фірму. Це дуже важливо для підвищення іміджу підприємства і, відповідно, залучення нових клієнтів. Тому саме на таких підприємствах дуже важливе, навіть головне значення набуває якість сервісу, управління якістю обслуговування, менеджмент якості.

До елементів менеджменту якості суб'єктів туристичної індустрії належать формування політики та моделі якості; системи зовнішнього та внутрішнього аудиту.

До зовнішнього аудиту в менеджменті якості належать управлінські дії, спрямовані на забезпечення відповідності суб'єктів туристичної індустрії ліцензійним вимогам України та міжнародним стандартам.

Під ліцензуванням розуміють видачу, переоформлення та анулювання ліцензій, видачу дублікатів ліцензій, контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов і т. д. У процесі ліцензування передбачено певні ліцензійні умови та вимоги до ліцензіатів, що й передбачає контроль за якістю послуг.

В Україні ліцензійні вимоги до СТІ визначені законами України «Про ліцензування певних видів діяльності», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності», іншими законодавчими та нормативними актами.

Найефективніше запитам ринку споживача відповідає ідеологія системи Загального управління якістю – TQM (Total Quality management), яка включає в себе загальне управління якістю, забезпечення якості, політику якості, планування якості, поліпшення якості. Для того щоб реалізувати TQM на підприємстві, необхідно здійснити багато різних перетворень, які торкнуться не тільки процесів управління, а й менталітету, ставлення до всього, що відбувається, з боку всіх без винятку працівників. Технологією системи TQM є міжнародні стандарти ISO серії 9000.

Стандарти ISO серії 9000 роблять акцент на постійний моніторинг організацією запитів і очікувань споживачів на їх повне задоволення. Проте міжнародні стандарти ISO серії 9000 не встановлюють перелік критеріїв та показників якості, процедури і методи їх оцінювання, а також нормативні значення показників якості туристичних послуг.

Підходи до систем менеджменту якості, наведені в стандартах ISO 9000 і моделі якості, засновані на загальних принципах. Обидва ці підходи:

- дають можливість СТІ виявляти свої сильні та слабкі сторони;
- містять положення щодо оцінювання порівняно із загальними моделями;
- забезпечують основу для постійного поліпшення;
- включають способи зовнішнього визнання.

Різниця між підходами систем менеджменту якості серії ISO 9000 та моделями якості полягає у сфері їх застосування. Стандарти серії ISO 9000 містять вимоги до СМЯ і рекомендації щодо поліпшення діяльності, оцінювання систем управління якістю та встановлюють виконання цих вимог. Моделі якості містять критерії, що дають можливість проводити порівняльну оцінку діяльності СТІ, і це може бути застосовано до всіх зацікавлених

сторін. Критерії оцінки в моделях якості забезпечують підприємству основу для порівняння її діяльності з діяльністю інших підприємств.

Крім зовнішнього аудиту з боку органів державної влади, Державного агентства України з туризму та курортів і міжнародних організацій, менеджмент якості СТІ передбачає впровадження системи внутрішнього аудиту. Аудит якості – систематична і незалежна оцінка якості компанії, яка може підрозділятися на аудит: системи якості; процесу; сервісу; продукту Ці елементи менеджменту якості на підприємствах туристичної індустрії безпосередньо впливають на якість туристичної послуги.

Туристичні послуги є комплексним поняттям, до якого належать послуги з розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів (відвідувачів). Якість туристичної послуги характеризується сукупністю складових якості всіх послуг, що надаються, та культурою обслуговування туристів.

Управлінням якістю туристичних послуг є процес, що включає виявлення характеру та обсягу потреб клієнтів, оцінку фактичного рівня з якості туристичної послуги, розробку, вибір і реалізацію заходів щодо забезпечення та контролю запланованого рівня якості.

Якісні послуги можливі за умови створення в кожній організації туризму системи управління якістю, яка складається з менеджменту якості підприємства, та комплексним управлінням якістю туристичної послуги.

Система менеджменту у сфері якості туристичних послуг має бути спрямована на реалізацію таких основних завдань: безперервне підвищення якості послуги з метою максимального задоволення споживача з точки зору професійних стандартів, етики та філософії культури обслуговування, врахування вимог суспільства, ефективність надання послуги.

В умовах все більш розширеного процесу глобалізації виробники туристичних послуг не можуть зупинятися на досягнутому рівні якості.

3. 2. Проектні пропозиції щодо організації продажу авіаційних екскурсійних польотів в компанії «КИЙ АВІА»

В аналітичній частині доведено зменшення продажу туристичних послуг у 2019 році у порівнянні з 2018 роком на 10%. Це означає, що компанії «КИЙ АВІА» слід вжити заходів для підвищення ефективності діяльності. Тому в проектній частині запропоновано здійснювати продаж екскурсійних польотів в м. Києві та в прилеглих територіях, де є багато цікавих місцевостей з багатим історичним минулим. Пропонуються оглядові екскурсії на вертольотах.

Оглядові екскурсії, як правило, багатотемні. Не випадково їх називають багатоплановими. У них використовується історичний і сучасний матеріал. Будується така екскурсія на показі всіляких об'єктів (пам'ятників історії й культури, будинків і споруд, природних об'єктів, місць знаменитих подій, елементів благоустрою міста, промислових і сільськогосподарських підприємств і т.д.) Це дає загальне уявлення про місто, край, регіон, державу в цілому. Хронологічні рамки такої екскурсії – час існування міста/туристичного центру з першої згадки про нього досьогодення і на майбутнє – перспективи розвитку. В оглядових екскурсіях події викладаються крупним планом. Це дає загальне уявлення про місто, край, область, державу в цілому. Хронологічні рамки такої екскурсії – від часу заснування міста (першої документальної згадки про нього) до сьогоденішнього дня з обов'язковим оглядом перспектив подальшого розвитку. Оглядові екскурсії мають свої особливості. На відміну від тематичних, формулювання теми в оглядових екскурсіях пов'язане із певною складністю. Незалежно від місця, де їх готують і проводять, оглядові екскурсії практично подібні між собою, насамперед за своєю структурою. У кожній із них висвітлюється декілька підтем (історія міста, стисла характеристика промисловості, науки, культури, освіти тощо). У той же час в

оглядових екскурсій є свої відмінні риси, які пояснюються тими особливостями в історичному розвитку, що властиві визначеному місту, області, краю. Наприклад, військово-історична підтема є присутньою в оглядових екскурсіях тих міст і областей, на території яких відбувалися військові бої. Літературні підтеми включаються в оглядові екскурсії міст, пов'язаних із життям і діяльністю письменників, поетів.

Захоплююча екскурсія на вертольоті – незабутня пригода для тих, хто хоче випробувати відчуття польоту і насолодитися прекрасними видами Запоріжжя і острова Хортиця. Вертолітна екскурсія – це унікальний шанс поглянути на землю з висоти пташиного польоту, насолодитися красою пейзажів, ландшафтів річки Дніпро та історичних місць Запорізького краю.

Авіакомпанія «Мотор Січ» здійснює вертолітні екскурсії за наступним маршрутом: Аеродром (Запоріжжя) - Запорізька ГЕС - о. Хортиця (по Дніпру навколо острова, плавні) - Аеродром (Запоріжжя). Мінімальна тривалість екскурсії - 20 хвилин. Максимальна кількість пасажирів - 6 чоловік, екскурсія здійснюється на вертольоті МІ-2.

У Києві пропонується оглядовий політ містом, під час якого можна побачити музей ВВВ, Києво-Печерську лавру, Маріїнський парк, Хрещатик та інші стандартні туристичні принади Києва — найдешевший та коштуватиме [29]. Краєвид з висоти польоту зображено на рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Краєвид м. Києва з висоти польоту

Місце широкого розголосу, резиденція колишнього президента України вже кілька років приваблює туристів. Більшість їдуть в Межигір'я, щоб оцінити кричущу розкіш, помітну в кожній деталі. Вартість багатств сумнозвісного гаранта важко уявити. Одна територія Межигір'я в 140 га має нечувану ціну, включаючи житлові і господарські будівлі, тенісні корти, причали для яхт, мисливські угіддя, паркову зону, власний зоопарк і багато іншого. Обійти все це за один день - неможливо, а ось облетіти - так. Саме тому серед невеликих компаній постійним інтересом користується вертолітний тур до Межигір'я, що підтверджують залишені відгуки. Тривалість і маршрут польоту в Межигір'ї [29].

В Україні чимало місць, здатних змагатися красою зі світовими пам'ятками. Однією з таких красот вважається дивовижна Спасо-Преображенська церква на воді, притулок на крихітному острівці посеред безкраїх вод Дніпра. Дістатися до дивного храму можна тільки вплав або замовивши вертоліт.

Храм на воді, що привертає тисячі туристів, будувався як звичайна сільська церква для села Гусинці Переяславського повіту Полтавської губернії. Вартість будівництва повністю оплатив місцевий пан, звівши святилище в 1822 році.

Щедрість поміщика дозволила використовувати для зведення Спасо-Преображенської церкви міцні цеглини, зміцнюючи кладку розчином з додаванням гусячих яєць. Святиня справно приймала прихожан до 1972 року, поки, при створенні Канівського водосховища, село Гусинці не зникло під водою. Від колись мальовничого села залишилось тільки кілька острівців, на одному з яких до цих пір красується самотня церква на воді.

На щастя, за 10 років до створення водосховища проводився капітальний ремонт церковної споруди. Старання голови сільради дозволили храму боротися з весняними паводками і іншими ударами стихії аж до 2011 року, коли стараннями УПЦ була проведена реставрація. Ціну ремонту після 40-річного руйнування оплатили з пожертвувань. Тепер дивовижна святиня

близько Ржищева стала місцем проведення екскурсій, прогулянок на вертольоті, заслуживши теплі відгуки від туристів (рис. 3.2).

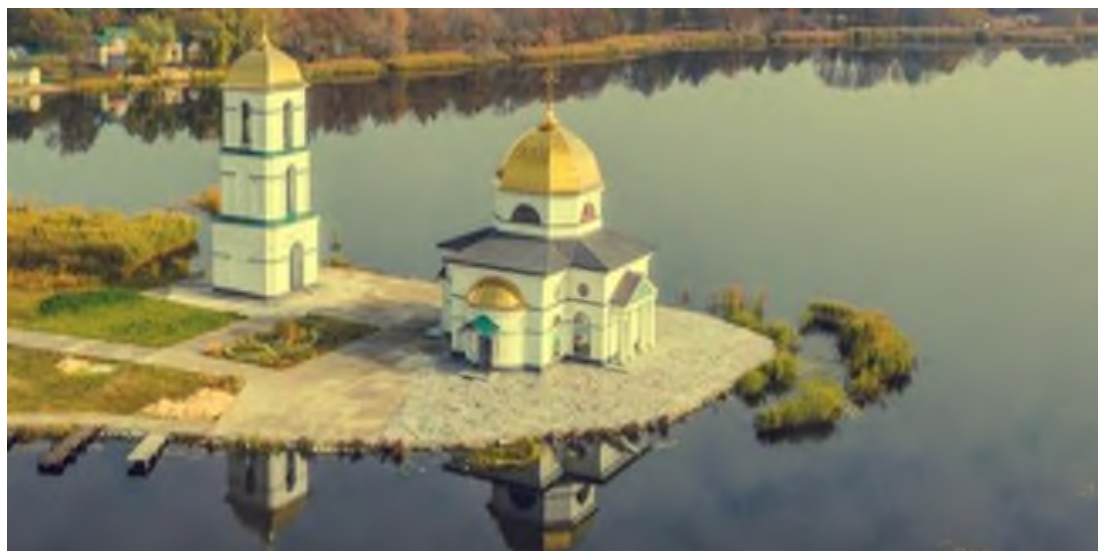


Рис. 3.2. Преображенська церква на воді

Унікальне місце – зона відчуження. Чорнобильська катастрофа сколихнула весь світ, за лічені дні перетворивши процвітаючі міста і села в зону відчуження, що таїть реальну небезпеку для людини. Позбавлені людської турботи, Чорнобиль і Прип'ять поступово поступалися натиску природи, непомітно змінюючи своє обличчя [30].

Сьогодні область відчуження відкрита для відвідування туристами (через контрольно-пропускний пункт), але місця підвищеного рівня радіації розкидані тут так хаотично, що піша або автомобільна подорож може бути небезпечною. Крім того, туристи зобов'язані подорожувати в компанії місцевого гіда, відвідуючи чітко обмежений список місць.

Чудові краєвиди з висоти не можуть залишити байдужими. Побачивши їх, хочеться запам'ятати назавжди, тому пасажиром можна вести фото- або відеозйомку, що ніяк не впливають на ціну вертолітного туру.

У даній роботі пропонується компанії «КИЙ АВІА» здійснювати продаж екскурсійних польотів за вищевказаними туристичними напрямками.

3.3. Визначення маршрутів екскурсійних польотів та вибір повітряних суден для їх виконання

Для підвищення ефективності надання туристичних послуг компанії «КИЙ АВІА» пропонується здійснювати організацію екскурсійних польотів за маршрутами, близькими до Київського регіону.

При замовленні екскурсії клієнтам надається гарантія на політ з відкритою датою на 1 місяць. Організація польоту вимагає підготовки, тому виліт необхідно погоджувати заздалегідь. Найближча можлива дата і час проведення польоту уточнюються з менеджерами авіакомпанії, оскільки реалізація програми польоту залежить від погодних умов. При сильному вітрі і рясних опадах, а також вночі екскурсії з метою безпеки не проводяться, в такому випадку політ переноситься на іншу дату.

1. Маршрут польоту в Межигір'я представлений на рисунку 3.3. Тур з Києва до резиденції колишнього президента і назад займає близько 30 хвилин, а тому коштує недорого. Така розвага підходить кожному: від школяра до літньої пари [31].

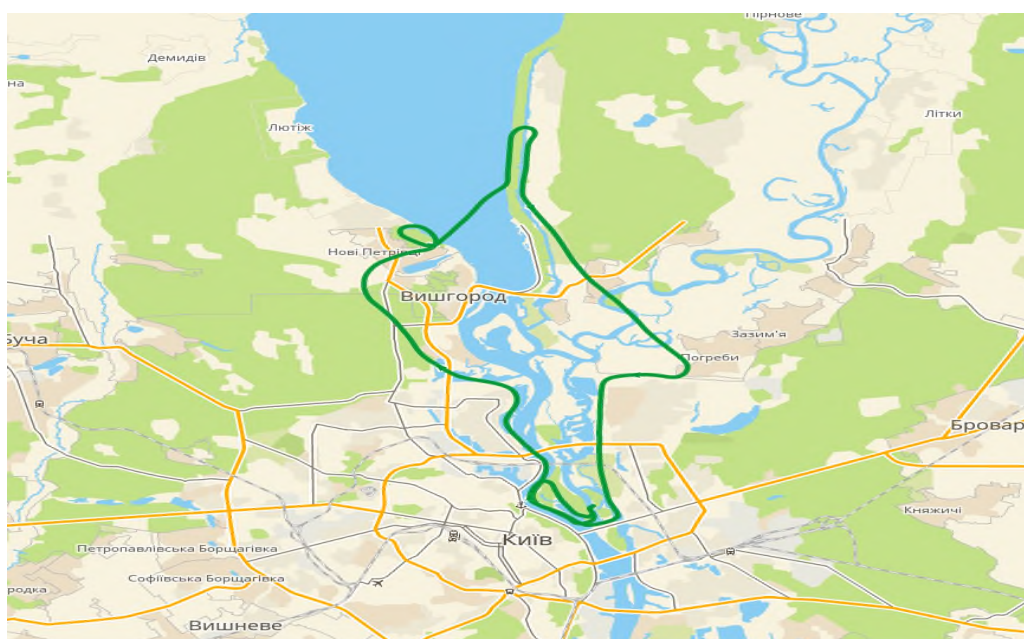


Рис. 3.3. Маршрут екскурсійного польоту до резиденції Межигір'я

Під час цього польоту можна помилуватися такими краєвидами:

- Трухановим островом;
- Дніпром;
- Набережним шосе;
- Аркою дружби народів;
- Пішохідним мостом через Дніпро;
- Вул. Набережно-Хрещатицькою;
- Гаванським та Південним мостом;
- Парком та островом Муромець;
- Оболонською набережною;
- Київською ГЕС;
- м. Вишгородом;
- територією Межигір'я, що включає національний парк, резиденцію, поле для гольфу і мальовничу пристань Galleon.

Чудові краєвиди з висоти не можуть залишити байдужими. Побачивши їх, хочеться запам'ятати назавжди, тому пасажиром можна вести фото- або відеозйомку, що ніяк не впливають на ціну вертолітного туру.

2. Маршрут польоту «Церква на воді». Схема маршруту представлена на рисунку 3.4.

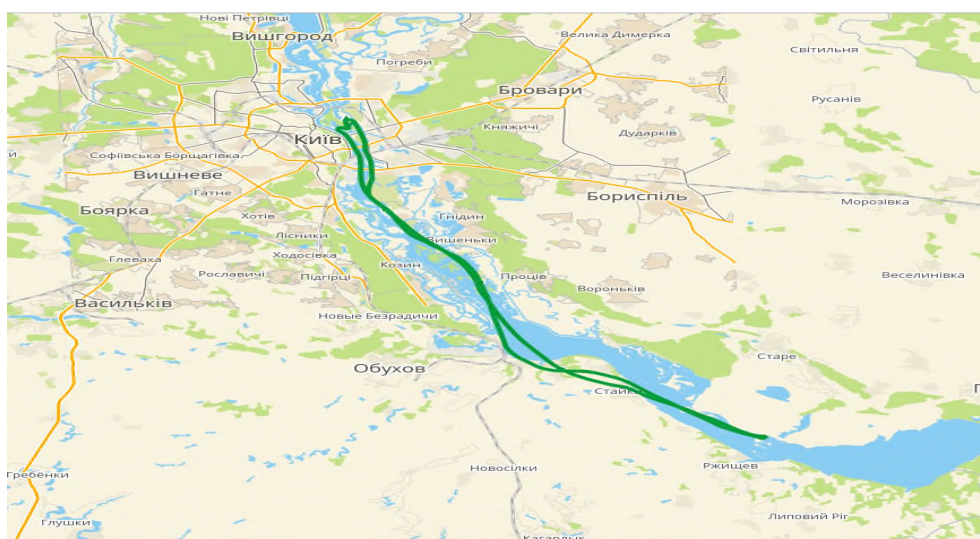


Рис. 3.4. Схема екскурсійного польоту «Церква на воді»

Недорогий політ займає близько години, яка буде витрачена на споглядання мальовничих краєвидів Києва та України.

Під час туру можна побачити не тільки мальовничі пейзажі з повітря, але і скористатися чудовою можливістю прогулятися по території острова. Вертоліт буде приземлений біля самої церкви, і у екскурсантів буде 10 хвилин, щоб помилуватися видами, оцінити велич старовинного архітектурного ансамблю, сфотографуватися на пам'ять у дивного храму на воді, щоб відобразити неймовірні відчуття від відвідування місця.

Замовивши політ на вертольоті, окрім чарівних краєвидів Києва, туристи можуть помилуватися і краєвидами області, що розкриваються у всій красі:

- Річкою Десенкою;
- Мостом метро;
- Києво-Печерською лаврою;
- Мостом Патона;
- Конча Заспою;
- Гольф клубом «Козин»;
- м. Українка;
- Княжим шпилем;
- Спасо-Преображенським храмом
- Ландшафтним заповідником «Бориспільські острови».

В Україні чимало місць, здатних змагатися красою зі світовими пам'ятками. Однією з таких красот вважається дивовижна Спасо-Преображенська церква на воді, притулок на крихітному острівці посеред безкраїх вод Дніпра. Дістатися до дивного храму можна тільки вплав або замовивши вертоліт.

3. Екскурсійний політ до Чорнобиля і Прип'яті. Схема маршруту представлена на рисунку 3.5.

Індивідуальна програма починається в Києві. Політ займає близько 2 годин і дозволяє побачити, окрім Києва:

- Славутич;

- евакуйовані села;
- Прип'ять;
- ЗГРЛС Чорнобиль-2;
- охолоджувальний ставок ЧАЕС;
- саму електростанцію;
- Чорнобиль.

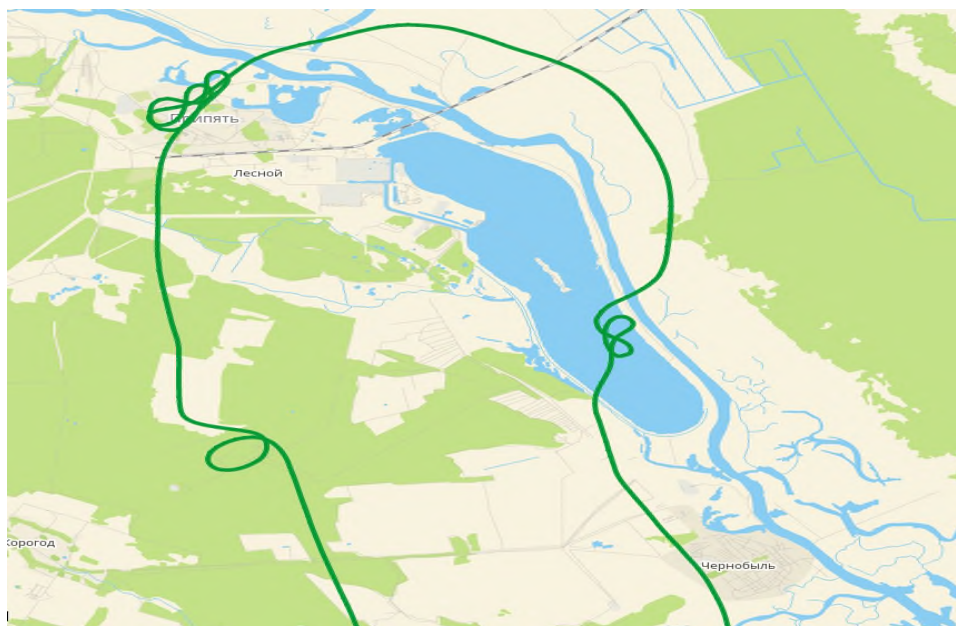


Рис. 3.5. Схема маршруту екскурсійного польоту до Чорнобиля і Прип'яті

Для прогулянки обов'язково запасатися лічильником Гейгера, досить надіти закритий одяг, що відповідає вимогам безпечного перебування в Чорнобилі і Прип'яті. Також необхідно взяти воду і фотоапарат.

Види, які відкриваються з висоти 200 - 300 метрів залишають незабутні враження. За час польоту можна побачити м.Славутич, занедбані села, стада диких тварин на заповідних територіях, антени Чорнобиль-2, місто Прип'ять, Чорнобильську атомну електростанцію, місто Чорнобиль.

Далі необхідно зробити вибір типу вертольоту, який би підходив до виконання певного екскурсійного польоту (табл. 3.1).

Типи вертольотів для здійснення екскурсійних польотів

Модель	Країна	Потужність, к.с.	Максимальна злітна маса, кг	Максимальна швидкість, км/г	Дальність польоту, км	Ціна, тисяч дол. США
<u>Skyline SL-231</u> 	Україна	1 x 210	882	209	600	195
<u>Robinson R44</u> 	Італія	1 x 260	1089	240	650	447,3
<u>DF Helicopters DF334</u> 	Італія	1 x 115	500	150	300	н/д
<u>CH-7 Kompress Charlie</u> 	Італія	1 x 115	450	190	480	115 (ціна набору)
<u>Robinson R22</u> 	США	1 x 131	635	190	385	258
<u>Rotorway A600 Talon</u> 	США	1 x 167	680	185	320	98 (ціна набору)
<u>Sikorsky S-300</u> 	США	1 x 190	930	176	325	350
<u>Eagle Helicycle</u> 	США	1 x 150	386	177	257	38.5
<u>Robinson R66</u> 	США	1 x 270	1225	259	601	835,3

Розглянувши представлені типи вертольотів та їх характеристики, для обраних турів більш за все підходять вертольоти Robinson R22, Robinson R44 та Robinson R66. Тип вертольоту буде обраний залежно від кількості осіб, бажаючих здійснити екскурсійний політ.

Дані повітряні судна пропонується взяти в оренду в компанії Heliclab, яка є в Україні єдиним підприємством що об'єднує пілотів-власників бортів. Таким чином, вертоліт надається в оренду разом з пілотом [31].

3.4. Ефективність виконання авіаційних робіт з виконання екскурсійних польотів

Для визначення ефективності виконання екскурсійних польотів за визначеними маршрутами необхідно провести розрахунки собівартості льотної години та вартості виконання рейсових польотів з урахуванням рентабельності компанії «КИЙ АВІА». Технічні характеристики обраних типів повітряних суден наведені у таблиці 3.2.

Проведемо розрахунки складової собівартості льотної години вертольотів Robinson R22, Robinson R44 та Robinson R66.

Вертольоти серії Robinson – це легкі багатоцільові комерційні вертольоти компанії «Robinson Helicopter», США. Остання модифікація – це Robinson R66, який став першим газотурбінним продуктом компанії і розширив асортимент своєї продукції, що дало можливість конкурувати з більш потужними вертольотами фірми Bell Helicopter і Eurocopter. Більша частина конструкції R66 заснована на більш ранній моделі R44. Після льотних випробувань та проходження сертифікації компанія почала приймати замовлення на R66 у лютому 2010 року, а серійне виробництво почалось у 2011 році.

Для розрахунків використовуємо наступні вихідні дані (таблиця 3.2):

Вихідні дані

Показник	Robinson R22	Robinson R44	Robinson R66
Вартість повітряного судна, тис. дол.	258	447,3	835,3
Річний наліт, год	100	200	300
Екіпаж + пас., чол.	1+1	1+3	1+4
Злітна маса, кг	635	1089	1225
Крейсерська швидкість, км/год	175	210	230
Практична дальність польоту при максимальному комерційному завантаженні, км	385	650	600
Годинна витрата палива у крейсерському режимі, л/год	34	57	87
Запас палива, л	72	120	285

Розрахунок льотної години за методикою АСМІ ($C_{\text{лг}}^{\text{АСМІ}}$) складається з наступних чотирьох кроків [32]:

1) А – (aircraft), розрахунок амортизаційних відрахувань розраховується за формулою 3.1. Даний показник можна визначити по фактичному нальоту годин у рік (T_r) і нормі амортизації, розрахованої з ресурсу літака. Цей показник приймаємо в розрахунку на 10 років експлуатації 4% амортизаційних відрахувань від початкової вартості ПС.

$$A = \frac{0,04B_{\text{пс}}}{T_r}, \quad (3.1)$$

Де $B_{\text{пс}}$ – вартість повітряного судна; T_r – річний наліт годин

Для вертольоту Robinson R22 амортизаційні відрахування складуть:

$$A = \frac{0,04 \cdot 258000}{100} = 103,2 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R44 амортизаційні відрахування складуть:

$$A = \frac{0,04 \cdot 447300}{200} = 89,5 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R66 амортизаційні відрахування складуть:

$$A = \frac{0,04 \cdot 835300}{300} = 111,4 \text{ дол/год}$$

2) С – (crew), потреба в персоналі і рівень витрат на заробітну плату льотного й інженерно-технічного складу.

Виплати на відрядження у розрахунку на годину річного нальоту визначаються за формулою:

$$C_1 = \frac{n \cdot 365 \cdot 25\$}{T_r}, \quad (3.2)$$

де n – кількість членів екіпажа; 365 – передбачувана кількість діб у році, у якому будуть здійснюватись виплати на відрядження; 25\$ – ставка оплати відрядження на одну людину.

Для вертольоту Robinson R22 C_1 складе:

$$C_1 = \frac{1 \cdot 365 \cdot 25\$}{100} = 91,3 \text{ дол/год}$$

Для літака вертольоту Robinson R44 C_1 складе:

$$C_1 = \frac{1 \cdot 365 \cdot 25\$}{200} = 45,6 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R66 C_1 складе:

$$C_1 = \frac{1 \cdot 365 \cdot 25\$}{300} = 30,4 \text{ дол/год}$$

Фонд оплати праці на льотний склад і інженерно-технічний персонал, задіяний в обслуговуванні даного ПС, розрахуємо за формулою 3.3, виходячи із середньої заробітної плати члена екіпажа 1000\$ без розбивки на посади в середньому за рік і приведемо до однієї години річного нальоту:

$$C_2 = \frac{n \cdot 12 \text{ міс.} \cdot 1000\$}{T_{\Gamma}}, \quad (3.3)$$

де 12 міс. – кількість місяців у році; 1000\$ – середня заробітна плата члена екіпажа.

Для вертольоту Robinson R22 C_2 складе:

$$C_2 = \frac{1 \cdot 12 \cdot 1000}{100} = 120 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R44 C_2 складе:

$$C_2 = \frac{2 \cdot 12 \cdot 1000}{200} = 60 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R66 C_2 складе:

$$C_2 = \frac{1 \cdot 12 \cdot 1000}{300} = 40 \text{ дол/год}$$

Отже, загальну суму можна визначити за формулою:

$$C = C_1 + C_2 \quad (3.4)$$

Для вертольоту Robinson R22 C складе:

$$C = 91,3 + 120 = 211,3 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R44 C складе:

$$C = 45,6 + 60 = 105,6 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R66 C складе:

$$C = 30,4 + 40 = 70,4 \text{ дол/год}$$

3) M – (maintenance), витрати, пов'язані з технічним обслуговуванням даного ПС, що приходить на 1 год льотного часу. Для визначення даного показника необхідно прорахувати трудомісткість процесу технічного обслуговування, виходячи з умов проектного ресурсу по планеру і по двигунах.

Оскільки таку інформацію зібрати досить важко, необхідно звернутися до існуючої практики експлуатації ПС, згідно якої M складає третину від A . Тому, необхідні витрати можна розрахувати за формулою:

$$M = \frac{A}{3} \quad (3.5)$$

Для вертольоту Robinson R22 M складе:

$$M = \frac{103,2}{3} = 51,6 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R44 M складе:

$$M = \frac{89,5}{3} = 29,8 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R66 M складе:

$$M = \frac{111,4}{3} = 37,1 \text{ дол/год}$$

4) I – (insurance), сума всіх видів страховок, що приходяться на одну льотну годину розраховується за формулою 3.6.

Розмір страхових платежів візьмемо 3% від первісної вартості ПС:

$$I = \frac{0,03V_{\text{пс}}}{T_r} \quad (3.6)$$

Для вертольоту Robinson R22 сума всіх видів страховок складе:

$$I = \frac{0,03 \cdot 258000}{100} = 77,4 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R44 сума всіх видів страховок складе:

$$I = \frac{0,03 \cdot 447300}{200} = 67,1 \text{ дол/год}$$

Для вертольоту Robinson R66 сума всіх видів страховок складе:

$$I = \frac{0,03 \cdot 835300}{300} = 83,5 \text{ дол/год}$$

Таким чином, АСМІ визначаємо за формулою:

$$C_{\text{лг}}^{\text{АСМІ}} = A + C + M + I \quad (3.7)$$

Розрахунок складової собівартості льотної години за методикою АСМІ для вертольотів Robinson R22, Robinson R44 та Robinson R66 показаний у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Розрахунок складової собівартості льотної години за методикою АСМІ, дол/год

ПС	A	C	M	I	$C_{\text{лг}}^{\text{АСМІ}}$
Robinson R22	103,2	211,3	51,6	77,4	443,5
Robinson R44	89,5	105,6	29,8	67,1	292
Robinson R66	111,4	70,4	37,1	83,5	302,4

Крім показника собівартості, отриманого за методикою АСМІ, при розрахунку собівартості об'єму робіт необхідно враховувати наступні показники:

Авіаційне пальне

Враховуючи, що ціна авіаційного пального становить 1,1 дол./літр, прорахуємо ціну на пальне для обраних типів ПС за наступною формулою:

$$C_{нал} = C_{п.кг} \times Q, \quad (3.8)$$

де $C_{п.кг}$ – ціна палива за 1 л; Q – годинна витрата палива

Для вертольоту Robinson R22 ціна пального складе:

$$C_{нал} = 1,1 \times 34 = 37,4 \text{ дол/ год}$$

Для вертольоту Robinson R44 ціна пального складе:

$$C_{нал} = 1,1 \times 57 = 62,7 \text{ дол/ год}$$

Для вертольоту Robinson R66 ціна пального складе:

$$C_{нал} = 1,1 \times 87 = 95,7 \text{ дол/ год}$$

Відрахування до пенсійного фонду складають 22%, прорахуємо витрати на виплату цих відрахувань:

$$C_{ЄСВ} = C \times 0,22 \quad (3.9)$$

Для вертольоту Robinson R22 відрахування ЄСВ складе:

$$C_{ЄСВ} = 211,3 \times 0,22 = 46,49 \text{ дол/ год}$$

Для вертольоту Robinson R44 відрахування ЄСВ складе:

$$C_{ЄСВ} = 105,6 \times 0,22 = 23,23 \text{ дол/ год}$$

Для вертольоту Robinson R66 відрахування ЄСВ складе:

$$C_{\text{ЄСВ}} = 70,4 \times 0,22 = 15,49 \text{ дол/год}$$

Розрахунок повної собівартості та вартості льотної години для обраних вертольотів представлений у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Собівартість та вартість льотної години для обраних вертольотів

Показники	Robinson R22, дол	Robinson R44, дол	Robinson R66, дол
Собівартість $B_{\text{лг}}^{\text{АСМП}}$	443,5	292	302,4
Авіаційне пальне Б 92	37,4	62,7	95,7
Відрахування Єдиного соціального внеску до Пенсійного фонду	46,49	23,23	15,49
Орендна плата	400	600	800
Всього витрат	927,4	977,9	1213,6
Рентабельність, 15%	139,1	146,7	182,0
Ціна льотної години, без ПДВ	1066,5	1124,6	1395,6
ПДВ 20 %	213,3	224,9	279,1
Ціна льотної години з ПДВ	1279,8	1349,5	1674,7

Розрахуємо аеронавігаційні і аеропортові збори.

Розмір плати (R) за послуги з аеронавігаційного обслуговування ПС у повітряному просторі, пов'язане із забезпеченням організації повітряного руху (ОПР) на маршруті, визначається залежно від максимально дозволеної злітної маси (MTOW) ПС, указаній у сертифікаті експлуатанта, ортодромічної відстані та одиничної ставки плати (T), за формулою:

$$R = T \cdot N, \tag{3.10}$$

де R – розмір плати за послуги з ОПР на маршруті; T – одинична ставка плати за послуги з ОПР на маршруті; N – кількість одиниць обслуговування для польоту.

Для кожного конкретного польоту кількість одиниць обслуговування (N) розраховується за формулою:

$$N = d \cdot p, \quad (3.11)$$

де d – коефіцієнт відстані для ПП України; p – ваговий коефіцієнт для відповідного ПС.

Коефіцієнт відстані (d) визначається діленням на сто (100) ортодромічної відстані. Ваговий коефіцієнт (p) визначається як квадратний корінь із частки від ділення на п'ятдесят (50) максимальної злітної маси ПС, вказаної у сертифікаті експлуатанта, свідоцтві льотної придатності, інструкції з льотної експлуатації чи іншому офіційному документі, за формулою:

$$p = \sqrt{\frac{W}{50}}, \quad (3.12)$$

де W – максимальна злітна маса ПС (MTOW).

Одинична ставка плати (T) за послуги з ОПР на маршруті встановлюється у розмірі 37,26 EUR (1 EUR = 1,18\$).

Для вертольоту Robinson R22 ваговий коефіцієнт складе:

$$p = \sqrt{\frac{0,635}{50}} = 0,113$$

Для вертольоту Robinson R44 ваговий коефіцієнт складе:

$$p = \sqrt{\frac{1,089}{50}} = 0,148$$

Для вертольоту Robinson R66 ваговий коефіцієнт складе:

$$p = \sqrt{\frac{1,225}{50}} = 0,157$$

Для розрахунку N (кількість одиниць обслуговування для польоту) візьмемо середню відстань 3-х екскурсійних польотів, яка складає 103 км.

Для вертольоту Robinson R22 N складе:

$$N = \frac{103}{100} \cdot 0,113 = 0,116$$

Для вертольоту Robinson R44 N складе:

$$N = \frac{103}{100} \cdot 0,148 = 0,152$$

Для вертольоту Robinson R66 N складе:

$$N = \frac{103}{100} \cdot 0,157 = 0,162$$

Тепер розрахуємо розмір плати за послуги з ОПР на маршруті R.

Для вертольоту Robinson R22 розмір плати R складе:

$$R = 37,26\text{EUR} \cdot 0,116 = 31,48\text{EUR} = 5,1\$$$

Для вертольоту Robinson R44 розмір плати R складе:

$$R = 37,26\text{EUR} \cdot 0,152 = 5,66\text{EUR} = 6,68\$$$

Для вертольоту Robinson R66 розмір плати R складе:

$$R = 37,26\text{EUR} \cdot 0,162 = 6,04\text{EUR} = 7,11\$$$

Розмір плати за послуги з ОПР на підході та в районі аеродрому (r) визначається залежно від МТОВ ПС, вказаної у сертифікаті експлуатанта, свідоцтві льотної придатності, інструкції з льотної експлуатації чи іншому офіційному документі, та одиничної ставки плати (t) за формулою:

$$r = t \cdot W \quad (3.13)$$

де r – розмір плати за послуги з ОПР на підході та в районі аеродрому;

t – одинична ставка плати за послуги з ОПР на підході та в районі аеродрому.

Одинична ставка плати (t) за послуги з ОПР на підході та в районі аеродрому встановлюється у розмірі 5,88 EUR.

Для вертольоту Robinson R22 розмір r складе:

$$r = 5,88\text{EUR} \cdot 0,635 = 3,73\text{EUR} = 4,4\$$$

Для вертольоту Robinson R44 розмір r складе:

$$r = 5,88\text{EUR} \cdot 1,089 = 6,4\text{EUR} = 7,6\$$$

Для вертольоту Robinson R66 розмір r складе:

$$r = 5,88\text{EUR} \cdot 1,225 = 7,2\text{EUR} = 8,5\$$$

Загальна сума аеронавігаційних зборів на маршруті розраховується за формулою:

$$C_{\text{ан}} = R + r \quad (3.14)$$

Для вертольоту Robinson R22 розмір $C_{\text{ан}}$ складе:

$$C_{\text{ан}} = 5,1 + 4,4 = 9,5\$$$

Для вертольоту Robinson R44 розмір $C_{\text{ан}}$ складе:

$$C_{\text{ан}} = 6,68 + 7,6 = 14,28\$$$

Для вертольоту Robinson R66 розмір $C_{\text{ан}}$ складе:

$$C_{\text{ан}} = 7,11 + 8,5 = 15,61\$$$

Збір на зліт-посадку ПС для внутрішніх сполучень установлюється у розмірі 1,05\$ США за кожен тону максимальної злітної маси ПС. Сума аеропортових зборів знаходиться за формулою:

$$C_{\text{ап}} = W \cdot 1,05\$ \quad (3.15)$$

Для вертольоту Robinson R22 розмір $C_{\text{ап}}$ складе:

$$C_{\text{ап}} = 0,635 \cdot 1,05 = 0,67\$$$

Для вертольоту Robinson R44 розмір $C_{\text{ап}}$ складе:

$$C_{\text{ап}} = 1,089 \cdot 1,05 = 1,14\$$$

Для вертольоту Robinson R66 розмір $C_{\text{ап}}$ складе:

$$C_{\text{ап}} = 1,225 \cdot 1,05 = 1,29\$$$

Далі необхідно розрахувати тривалість виконання екскурсійних польотів для кожного типу повітряного судна за нижче наведеною формулою:

$$t_p = \frac{L}{V}, \quad (3.16)$$

де t_p – тривалість польоту, год; L – довжина маршруту, км; V – крейсерська швидкість, км/год.

При розрахунку тривалості польоту необхідно враховувати відстань туди і у зворотньому напрямку. Отже відстані за обраними маршрутами туди і у зворотньому напрямку будуть такими:

– маршрут від Гідропарку до Межигір'я складатиме: $28 \text{ км} \times 2 = 56 \text{ км}$;

– маршрут від Гідропарку до с. Гусинці (Церква на воді) складатиме: $77 \text{ км} \times 2 = 154 \text{ км}$;

– маршрут від Гідропарку до Прип'яті і Чорнобиля складатиме:

$204 \text{ км} \times 2 = 408 \text{ км}$.

Всі отримані результати розрахунків виконання екскурсійних польотів занесемо до таблиці 3.5.

Результати отриманих розрахунків виконання екскурсійних польотів

Маршрут польоту	Robinson R22	Robinson R44	Robinson R66
Тривалість маршруту, год			
Гідропарк – Межигір'я – Гідропарк	0,32	0,27	0,24
Гідропарк – с. Гусинці – Гідропарк	0,88	0,73	0,67
Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк	2,33	1,94	1,77
Собівартість виконання 1 екскурсійного польоту за маршрутами, дол			
Гідропарк – Межигір'я – Гідропарк	307,0	279,5	308,2
Гідропарк – с. Гусинці – Гідропарк	826,3	729,3	830,0
Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк	2171,0	1912,5	2165,0
Всього за маршрутами	3304,3	2921,3	3303,2
Вартість виконання 1 екскурсійного польоту за маршрутами, дол			
Гідропарк – Межигір'я – Гідропарк	351,5	319,1	351,8
Гідропарк – с. Гусинці – Гідропарк	948,8	836,4	952,0
Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк	2495,1	2197,1	2487,1
Всього за маршрутами	3795,4	3352,6	3790,9
Прибуток від виконання 1 екскурсійного польоту за маршрутами, дол			
Гідропарк – Межигір'я – Гідропарк	44,5	39,6	43,6
Гідропарк – с. Гусинці – Гідропарк	122,5	107,1	122
Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк	324,1	284,6	322,1
Всього за маршрутами	491,1	431,3	487,7

Дивлячись, на результати розрахунків виконання екскурсійних польотів, можемо зробити висновок, що найбільший прибуток отриманий від виконання маршрутів вертольотом Robinson R22, але він може перевозити тільки одного пасажера, а це може дозволити собі заможна людина. Вертоліт Robinson R44 може перевозити 3-х пасажирів, що дасть можливість отримати екскурсійний політ втричі дешевше, так, самий вартісний маршрут Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк буде коштувати для одного пасажера 732 дол. Що стосується виконання польотів вертольотом Robinson R66, то вартість цього ж маршруту розділиться на чотири пасажера і буде складати майже 622 дол.

Отже можемо припустити, що вертольотом Robinson R22 будуть здійснюватися по одному польоту на місяць за 3-ма визначеними маршрутами, для вертольоту Robinson R44 можемо припустити виконання польотів два рази на місяць, а вертольотом Robinson R66 можливе виконання три рази на місяць, особливо це може приваблювати іноземних туристів.

Зважаючи на ці припущення порахуємо очікуваний фінансовий результат за рік, який може отримати компанія «КИЙ АВІА» від виконання екскурсійних польотів. Розрахунки наведено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Очікувані фінансові результати «КИЙ АВІА» на 2020 рік від виконання екскурсійних польотів

Показники	Robinson R22	Robinson R44	Robinson R66
Доходи, тис. дол	45,54	80,46	136,47
Витрати, тис. дол	39,65	70,11	118,92
Балансов. прибуток, тис. дол	5,89	10,35	17,55
Чистий прибуток, тис. дол	4,83	8,49	14,39

Підсумовуючи фінансові результати в таблиці 3.6, можемо зробити висновки, що проектні пропозиції мають сенс і компанія «КИЙ АВІА» отримає загальний очікуваний чистий прибуток у сумі 27,71 тис. дол.

ВИСНОВКИ

КАФЕДРА ОАРП				НАУ. 20. 12. 32. 002 ПЗ			
Виконала	Тимченко В.Ю.			ВИСНОВКИ	Літера	Арк.	Аркушів
Керівник	Соловйова О.О.				Д	99	3
Консульт.	Соловйова О.О.				275 ОР-204М		
Н. контр.	Герасименко І.М.						
Зав. каф.	Разумова К.М.						

У роботі було запропоновано підвищення ефективності діяльності компанії «КИЙ АВІА» за рахунок впровадження продажу екскурсійних польотів.

У теоретичній частині описано теоретичні основи організації екскурсійної діяльності як економічного вектору, також проведено аналіз ринку туристичних послуг в Україні і розглянуто особливості організації екскурсійних польотів.

У аналітичній частині описана діяльність ТОВ «КИЙ АВІА», представлена організаційна структура компанії, приведені її дочірні підприємства. Також наведені статистичні дані агентства з продажу квитків на перевезення різними видами транспорту. Зроблено аналіз фінансової діяльності, зокрема доходи, прибутки та витрати за останні п'ять років, за отриманими результатами побудовані графіки.

В аналітичній частині доведено зменшення продажу туристичних послуг у 2019 році у порівнянні з 2018 роком на 10%. Це означає, що компанії «КИЙ АВІА» слід вжити заходів для підвищення ефективності діяльності. Тому в проектній частині запропоновано здійснювати продаж екскурсійних польотів в м. Києві та в прилеглих територіях, де є багато цікавих місцевостей з багатим історичним минулим. Пропонуються оглядові екскурсії на вертольотах.

У проектній частині запропоновано здійснювати екскурсійні польоти за 3-ма маршрутами: Гідропарк – Межигір'я – Гідропарк; Гідропарк – с. Гусинці – Гідропарк; Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк

Розглянувши представлені типи вертольотів та їх характеристики, для обраних турів було обрано вертольоти Robinson R22, Robinson R44 та Robinson R66. Тип вертольоту обраний залежно від кількості осіб, бажаючих здійснити екскурсійний політ. Дані повітряні судна запропоновано взяти в оренду в компанії Heliclab, яка є в Україні єдиним підприємством що об'єднує пілотів-власників бортів. Таким чином, вертоліт надається в оренду разом з пілотом.

Для визначення ефективності виконання екскурсійних польотів за визначеними маршрутами було проведено розрахунки собівартості льотної години та вартості виконання рейсових польотів з урахуванням рентабельності компанії «КИЙ АВІА».

За результатами розрахунків виконання екскурсійних польотів, можемо зробити висновок, що найбільший прибуток отриманий від виконання маршрутів вертольотом Robinson R22, але він може перевозити тільки одного пасажирів, а це може дозволити собі заможна людина. Вертоліт Robinson R44 може перевозити 3-х пасажирів, що дасть можливість отримати екскурсійний політ втричі дешевше, так, самий вартісний маршрут Гідропарк – Прип'ять – Чорнобиль – Гідропарк буде коштувати для одного пасажирів 732 дол. Що стосується виконання польотів вертольотом Robinson R66, то вартість цього ж маршруту розділиться на чотири пасажирів і буде складати майже 622 дол.

Для отримання річного доходу було зроблено припущення, що вертольотом Robinson R22 будуть здійснюватися по одному польоту на місяць за 3-ма визначеними маршрутами, для вертольоту Robinson R44 можемо припустити виконання польотів два рази на місяць, а вертольотом Robinson R66 можливе виконання три рази на місяць, особливо це може приваблювати іноземних туристів.

Зважаючи на ці припущення було пораховано очікуваний фінансовий результат за рік, який може отримати компанія «КИЙ АВІА» від виконання екскурсійних польотів. Підсумовуючи фінансові результати, зроблено висновки, що проектні пропозиції мають сенс і компанія «КИЙ АВІА» отримала загальний очікуваний чистий прибуток у сумі 27,71 тис. дол.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. – 2-ге, перероб. і доп. – К.: Альтерпрес РА, 2012. – 444 с.
2. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
3. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навчальний посібник / О. О. Любіцева. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
4. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навч.-методичний посібник / С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2011. – 216 с.
5. Нездоймінов С. Г. Навчальний курс з підготовки фахівців туристичного супроводу: методичні та інформаційні матеріали з курсу підготовки екскурсоводів та гідів-перекладачів / С. Г. Нездоймінов, Я. Г. Фуки // Укл. С. Г. Нездоймінов, Я. Г. Фуки – Одеса: ОДЕУ, Ротапринт, 2011. – 135 с.
6. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності / Т.Г.Сокол; за заг.ред. Орлова В.Ф. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
7. Альтгайм Л. Б. Основи музейної та екскурсійної діяльності. Курс лекцій / Л. Б. Альтгайм. – Тернопіль: Тернопільський нац. пед. університет ім. В. Гнатюка, 2007. – 113 с.
8. Чагайда І. М. Екскурсознавство: Навчальний посібник / І. М. Чагайда, С. В. Грибанова – К: ІТФПУ, 2004 – 240 с.
9. Зінченко В. А. Екскурсологія як туризмологічна наука / В. А.Зінченко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С.211-223.

10. Федорченко В. К., Костюкова О. М., Дьорова Т. А., Олексійко М. М. Історія екскурсійної діяльності в Україні: Навчальний посібник. – К.: Кондор. – 2004. – 166 с.

11. Базилюк А. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку / А. В. Базилюк, О. В. Жулин // Економіка та управління на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 19-29. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua | UJRN| eut 2015 15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2015_15)

12. Про туризм: Закон України № 124-VIII від 15.01.2015, // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 14, ст. 3. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>

13. Компанець К. А. Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій). Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Національний транспортний університет Міністерства освіти і науки України. – 2015. – 20 с.

14. Завадський Й. С. Менеджмент: Підруч. для студ. екон.. спец. вищ. навч. закл. України (III і IV рівнів акредитації): У 3. т. Т. 1 / Й. С. Завадський; Європейський ун. т. - 3 – є вид. – К.: Вид.-во Європ. ун-ту, 2002. – 537 с.

15. Мілашовська О. І., Удовенко А. М. Роль і місце екскурсійної діяльності у розвитку релігійного туризму на Закарпатті / Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.16 С. 124-129.

16. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник- довідник з туризму. - К., 2006.

17. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. Електронний ресурс [Режим доступу]: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>

18. II Міжнародна конференція з питань розвитку туризму [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://ubc.eu.com/events/past-events/713>

19. Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки. Рішення Київської міської ради від 11.02.2016 № 91/91 [Електронний ресурс] / Режим доступу:<http://kmr.gov.ua/uk/rishenya>
20. ООН оголосила 2017 рік міжнародним роком сталого розвитку туризму [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb>
21. Дудь А.П. Інновації в туризмі. *Научний вестник МГИИТ*. 2011. № 4. С. 22-26
22. Мальська М. П. *Туристичний бізнес: теорія та практика* К.: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
23. Очеретін Д. В. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні. Проблеми системного підходу в економіці. К : зб. наук. праць – 2012. - №2.
24. Наказ Державної авіаційної адміністрації № 416 від 13.06.08 р. «Тимчасові правила виконання польотів авіації загального призначення».
25. *Aeronautical Information Manual. Official Guide to Basic Flight Information and ATC Procedures.* – U. S. Department of Transportation, Federal Aviation Administration. – 2012. – February, 9.
26. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kiyavia.com/about>
27. Річна інформація емітента цінних паперів (річний звіт) за 2018 рік
28. Формування системи менеджменту якості на прикладі туристичної компанії ПАТ «КИЙ АВІА» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.allbest.ru/>
29. Екскурсія на вертольоті [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.helitour.com.ua/ua/ekskursiya-na-gelikopteri/>
30. Полет на вертолеті в Прип'ять і Чернобыль [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.helitour.com.ua/tour-chernobyl/>
31. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.heliclub.ua>
32. Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті, затвердженими наказом Міністерства транспорту України від 05.02.2001 за №65.