

УДК 338.482.22

DOI: 10.31359/2312-3427-2019-2-415

**О.О. Меліх, д-р екон. наук, доцент**  
**Одеська національна академія харчових технологій**

**Т.Г. Меліх, канд. екон. наук, доцент**  
**Університет імені Альфреда Нобеля (Дніпро)**

**Д.С. Арчибісова, аспірант**

**Ю.О. Колодруб, студентка 5 курсу**

**Національний університет кораблебудування імені адмірала**  
**Макарова**

## **ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

*У статті проаналізовано сучасний туристичний ринок та актуальність послуг, які пропонують турагенства і туроператори. Було виявлено, що туристичний продукт в мінливих умовах економіки та переходу на індивідуалізм став змінюватися, а, отже, набув розвитку самоорганізований туризм. Незважаючи на те, що традиційні подорожжі, що містять заплановані пакети, все ще існують, інші види подорожей процвітають. Технологія відіграє значну роль у багатьох прогресах у сфері подорожей та туризму. Авторами досліджений вплив авторських турів на формування трендових видів туризму.*

***Ключові слова:** туризм, авторський тур, туристичний продукт, туристичні послуги*

**Постановка проблеми.** Туризм є галуззю економіки, що динамічно розвивається. Ринок туристичних послуг в Україні нині характеризується високим ступенем конкуренції. Сьогоднішній турист хоче бачити щось більше, ніж звичайний пакетний тур до найбільш популярних destinations. Використання нових інноваційних видів і форм туристичного продукту, розробка нових цікавих маршрутів – це ті вимоги, які висуває турист ХХІ століття. Так з'являється нове поняття – «авторські тури», основною перевагою яких є їх унікальність. На сьогоднішній день, туристи охоче обирають авторські тури. Проте недосконалість державного регулювання, недостача точного розуміння цього поняття та відсутність наукового підґрунтя зумовлює певні проблеми в цій галузі. Цим обумовлюється актуальність даної теми.

**Аналіз останніх досліджень.** Система заходів для формування туристичного продукту стала предметом дослідження таких вчених, як А.І. Балабанів, Ю.А. Шагінов, Н.Б. Гуденко, Є.Л. Файбусович, О.О. Любіцева. Проте поняття авторських турів в наукових дослідженнях не зустрічається.

**Формулювання цілей статті.** Дослідити причини виникнення авторських турів та особливості їх формування з метою вдосконалення туристичної галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Індустрія туризму, що відображає широку еволюцію суспільства, останніми роками помітно змінилася. Динаміка змінилася зі збільшенням наявного доходу, збільшення тривалості життя та технологічних розробок, що дозволяють клієнтам, які в буквальному сенсі мають можливість планувати та бронювати подорожі долонею. Але які конкретні тенденції найбільше впливають на рішення подорожуючих стрибнути в літак, стрибнути в машину або сісти на поїзд до наступного пункту призначення?

1. Зростаючий «апетит» до подорожей. По-перше, глобальне захоплення туризмом зростає і відображається на міжнародні туристичні приїзди 2018 року, які зросли на 6% внаслідок збільшення у всіх регіонах світу. Хороша новина для готельного і ресторанного бізнесу та інших туристичних підприємств полягає в тому, що цей ріст супроводжується зростаючим наміром витратити гроші, як на короткостроковий, так і на довгостроковий період.

2. Онлайн бронювання будь-яких послуг у будь-якому куточку світу. Зручність є важливим для сьогоденного споживача, і технології були великим фасилітатором у цій галузі. Незалежно від того, чи бронюєте безпосередньо у власника житла або через туристичну агенцію (ТА), простота бронювання є на перший план у споживача. Ті, хто бронює через ТА, вважають основною перевагою перегляд усіх доступних варіантів, що дозволяє їм знайти та забронювати найкращу нерухомість та ціну для своєї поїздки. Технологія створила безперебійний досвід бронювання клієнтів та всебічні інструменти дослідження, в результаті чого зростає культура зручності бронювання.

3. Експериментальний туризм. Економіка вражень зростає! Споживачі прагнуть не просто отримувати загальні повідомлення та послуги від брендів, вони хочуть збагатити та справжній досвід. У туристичній індустрії це означає відвідування нових місць та відкриття нових культур, мандрівники вважають це четвертим за впливом фактором свого рішення про відпочинок.

4. «Доступна розкіш». Технологія не лише зробила бронювання подорожей менш напруженим процесом, але й зруйнувала традиційний ринок та дав можливість власникам туристичного бізнесу «торгувати» доступними цінами. Це демократизація розкоші, і вона дала можливість споживачам вирішувати, коли на розкішні варіанти варто витратити додаткові кошти. У туризмі це можна побачити у підйомі гламурних, дешевих перевізників та їхніх бізнес-моделей, що полягають у персоналізованому/ексклюзивному наданню послуг (наприклад, диско-буси).

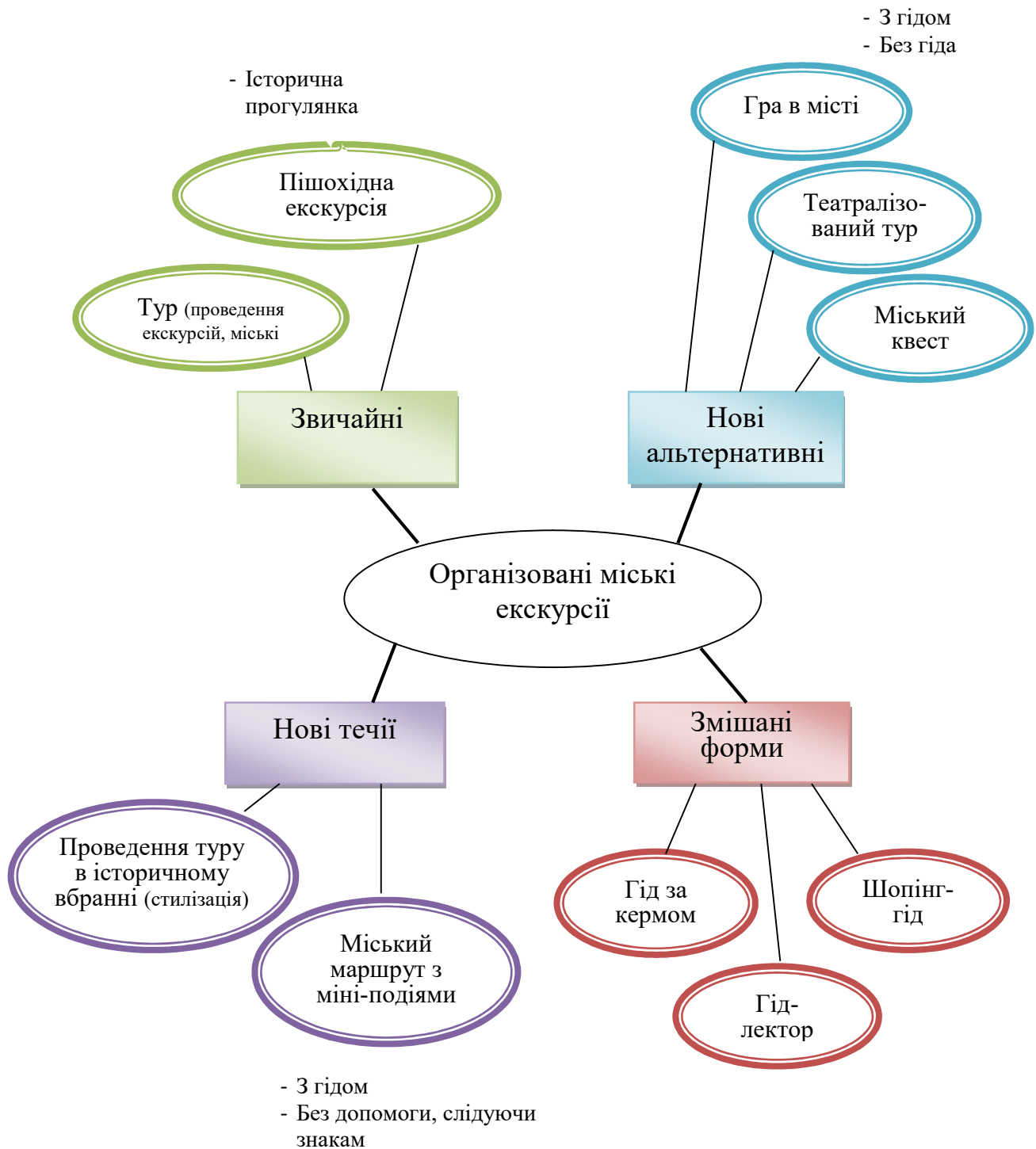
5. Персоналізація. Мандрівники не задовольняються просто планувати та бронювати відпочинок для себе, вони також хочуть випробувати локації у своєму власному темпі. Отже, відпочинок, який вони купують, повинні бути гнучкими та з урахуванням їх бажань. Все ще залишається довіра до туристичних агентів та туроператорів, але туристи хочуть обміну досвідом, які відповідають персональним, індивідуальним потребам.

6. Відповідальний та екологічний туризм. Зростаюча свідомість та екообізнаність туристів дав ще один напрям сучасних турів та підвищувати знання щодо екологічних, соціальних та економічних наслідків подорожей.

Проаналізувавши сучасний ринок екскурсійних турів, можна побачити, що більшість туроператорів роблять класичні екскурсійні тури популярними і достатньо відомими місцями. Варіації в таких випадках досягаються, в основному, шляхом вибору розміщення, програми харчування, а також, в деяких випадках, додаванням 1-2 невеликих об'єктів показу в програму [1]. І ці маршрути починають набридати туристам, тому вони шукають нові маршрути. Так з'явилося досить нове поняття в галузі туризму – авторський тур.

У зв'язку з відсутністю досліджень на тему авторських турів, загальноприйнятого визначення цього поняття ще немає. Тому, перш за все, охарактеризуємо поняття туру як туристичного продукту. О. Любіцева визначає термін «тур» як програму, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, складена з урахуванням індивідуальних побажань, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні [2].

Тому, авторські тури — це протилежність звичним туристичними путівкам. Головною особливістю та відмінністю авторського туру те, що це унікальний туристичний продукт. Його не мають права використовувати інші туроператори.



**Рис. 1. Найпопулярніші види екскурсійних послуг (складено авторами)**

Із зміною вподобань щодо видів туризму також розширилося різноманіття пропонованих екскурсій по містах, і відвідувачі вже звикли до широкого спектру нових варіантів. Через це екскурсоводи, що давно працюють на ринку туристичних послуг, зокрема ті, хто здобув свою

професійну кваліфікацію багато років тому, стикаються з необхідністю вдосконалити свої пропозиції та адаптувати їх до нових вимог. Тому авторами виділено такі напрями авторського організованого туризму (рис. 1).

Для створення авторського туру необхідно знайти раніше невідомі масовим туристам місця. Це можуть бути ландшафтні, природні пам'ятки (наприклад, печера, озеро, каньйон та ін.), історичні об'єкти (садиби, церкви, археологічні об'єкти), нові об'єкти показу (приватні або малі регіональні музеї) тощо.

У такі тури можуть включатися і відомі відвідувані об'єкти, але як доповнення до основної, авторської, ідеї і контенту. В цілому, якщо в певному регіоні тур відрізняється на 60-70% від базових маршрутів по набору об'єктів, то його можна назвати авторським [1].

Таким чином, з кожним роком все більше людей довіряють свій відпочинок гідам, які пропонують авторські тури. Але тут постає ряд проблем:

1. Неправильне розуміння поняття «Авторські тури». Так, багато людей вважають, що авторський тур – це маршрут, що може бути складений будь-якою людиною або «більш досвідченим туристом». В мережі Інтернет поширені ненаукові статті, які популяризують авторські тури, вказуючи, що це «тур, розроблений більш досвідченим туристом без участі туроператора» [3]. І з цього випливає наступна проблема.

2. Тіньовий туризм. Згідно Закону України «Про туризм» розробляти та продавати тури можуть лише туроператори. А порушенням законодавства в галузі туризму є провадження туроператорської діяльності без отримання відповідної ліцензії [4].

Проте останнім часом в мережі Інтернеті один за одним з'являються сайти і групи в соціальних мережах, що пропонують різного роду авторські тур продукти – причому не тільки пішохідні екскурсії, скажімо, по окремих містах. Тут і повноцінні багатоденні автобусні, залізничні тури, і навіть групові виїзди за кордон [3, 5].

Через недосконалість законодавства та нормативно-правової бази такі компанії не зареєстровані в реєстрі туроператорів, але формально займаються туроператорською діяльністю.

3. Відсутній захист авторських прав. Як зазначалося вище, особливістю авторських турів є їх новизна та унікальність. Проте в Україні законом ніяк не регулюються авторські права на тури. Тому часто нові маршрути копіюються іншими туроператорами і перестають бути унікальними.



Рис. 2. Етапи розробки авторського туру

Розробка туру – це складна багатоетапна процедура, яка вимагає досить високої кваліфікації та є основним елементом технології туристського обслуговування. Для підвищення якості авторських турів пропонується впровадження методичного підходу до створення авторського туру. Розроблений алгоритм поетапного виконання дій з розробки туристичного маршруту представлений на рис. 1. Алгоритм складається з двох блоків. В першому блоці розміщена складна процедура проектування маршруту. Другий блок присвячений організаційним питанням, які передбачають оформлення документації та розрахунок витрат проекту: – витрати на обслуговування екскурсійної послуги (маршруту); – витрати на організацію та оформлення документації.

Як бачимо, розробка нового авторського туру передбачає здійснення комплексу дій. В першому блоці описаний ряд дій, які дають спростити розробку маршруту завдяки формалізованій моделі. Другий блок містить етапи, що слугують для вирішення організаційних питань оформлення документації, завершення схеми маршруту та контроль за реалізацією туристичного продукту. Розроблений алгоритм дій дає змогу вирішити складні маркетингові, організаційні та розрахункові задачі, які ставляться під час формування нитки туристичного маршруту.

Результатом планування туру є сам туристичний продукт, що відповідає наступним вимогам:

1. Обґрунтованість (тур відповідає певній меті: відпочинок, відпочинок + лікування, пізнавальність і т.п.); надійність і безпека (тур повинен бути складений так, щоб давати туристам час на сон, відпочинок, харчування, відновлення життєвих сил, а також, щоб його просування і продаж не був пов'язаний з небезпекою для життя, здоров'я та майна туристів);
2. цілісність (туристичний маршрут повинен бути сформований так, щоб в ході його реалізації не виникали незаплановані нестиківки);
3. простота в експлуатації (ясність і максимальна повнота інформації про планований тур, нескладність процедур в бронюванні і реалізації туру);
4. гнучкість і здібність до модифікації (чим більше перспектив для модифікації туристичного продукту – розширення готельної бази, переліку і якості пропонованих екскурсій, можливості харчування і додаткових турпродуктів туристам, – тим меншою стає можливість швидкого морального старіння турпродукту і витіснення його з ринку конкурентними пропозиціями);

5. привабливість (турпродукт повинен задовольняти потреби певного кола споживачів – фокус-групи) [6].

Отже, туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ століття, тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. За даними статистики Всесвітньої організації туризму, на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% усіх податкових надходжень. Туристична діяльність безпосередньо впливає на близько 40 галузей економіки і 10-15% працездатного населення будь-якої країни: це ціла галузь, яка об'єднує навколо себе багато супутніх галузей, таких як пасажирські перевезення (авіа, авто та морські), сфера побутових послуг (готелі, ресторани, пральні, розважальні заклади тощо), сувеніри та багато інших [9, 10, 11].

**Висновки із цього дослідження.** Сьогодні туризм є перспективною галуззю, що стрімко розвивається. Проте з кожним роком турист стає все вибагливішим, тому з'явилося нове поняття авторських турів – унікальних туристичних продуктів. Зараз ця тема науковцями майже не розглядається, тому в статті було запропоновано визначення поняття авторського туру. Виявлено, що в даній області існує ряд проблем, серед яких неправильне розуміння поняття, тіньовий туризм та повна відсутність авторських прав в галузі туризму. Також було запропоновано методологію створення авторської екскурсії.

#### **Бібліографічний список.**

1. Авторские туры, плагиат и «теневой туризм»: проблемы и решения // Ассоциация туроператоров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/45229.html>
2. Любіцева О.О. Методика розробки турів: Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
3. Авторские туры – как способ зарабатывать в путешествии // Life trip [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://life-trip.ru/avtorskie-tury-kak-sposob-zarabatyvat-v-puteshestvii/>
4. Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/print>
5. Авторские туры: плюсы, минусы, нюансы // Сам себе Колумб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sam-sebe-columb.com/2017/08/avtorskie-tury-plyusy-minusy-nyuansy.html>



6. Лук'янов В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: Навчальний посібник / Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. / Друге видання, перероблене і доповнене. – К.: КондорВидавництво, 2012. – 336 с.

7. Горшкова Л.О. Теоретичні аспекти обслуговування туристичного продукту // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. -2017. – №20. – с. 292-296 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/58.pdf>

8. Смирнов І.Г.: Навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/1584072041415/logistika/logistika\\_turizmu](https://pidruchniki.com/1584072041415/logistika/logistika_turizmu)

9. Іртищева І.О. Організація туристичних кластерів як ефективний засіб управління туристичним бізнесом / Д.С. Войт, І.О. Іртищева, Ю.А. Левенець // Вісник ХНАУ. Збірник наукових праць. Вип. 1. – Харків, ХНАУ. – 2016. – С. 300–308.

10. Іртищева І.О. Стратегічні орієнтири інвестиційно-інноваційного розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону / Д.С. Войт, І.О. Іртищева // Міжнародна науково-практична конференція [Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу], (15-17 жовтня 2015 р., м. Тернопіль). – ТНТУ імені Івана Пулюя, 2015. – С. 27-29.

11. Іртищева І.О. Інвестиційна трансформація туристично-рекреаційного комплексу регіону / Д.С. Войт, І.О. Іртищева // IV Міжнародна науково-практична конференція [Структурні трансформації національних економік в глобальному вимірі], (6 листопада 2015 р., м. Миколаїв). – МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2015. – С. 90-92.

**Мелих О.О., Мелих Т.Г., Арчибисова Д.С., Колодруб Ю.А. Особенности создания туристического продукта в современных условиях.** В статье проанализированы современный туристический рынок и актуальность услуг, которые предлагают турагенства и туроператоры. Было обнаружено, что туристический продукт в меняющихся условиях экономики и перехода на индивидуализм стал меняться, а, следовательно, получил развитие самоорганизованный туризм. Несмотря на то, что традиционные путешествия, содержащие запланированы пакеты, все еще существуют, другие виды путешествий процветают. Технология играет значительную роль во многих прогрессу в сфере путешествий и туризма.

Авторами досліджено вплив авторських турів на формування трендових видів туризму.

**Ключевые слова:** туризм, авторский тур, туристический продукт, туристические услуги

**Melikh O., Melikh T., Archybisova D., Kolodrub Y. The features of tourist product creation in modern conditions.** The article analyzes the modern tourist market and the relevance of the services offered by travel agencies and tour operators. It was found that the tourism product began to change in the changing economy and the transition to individualism, and therefore, self-organized tourism began to develop. Although traditional trips that contain scheduled packages still exist, other types of travel are thriving. Technology plays a significant role in the development of travel and tourism. The authors have analyzed the influence of author tours on the formation of trendy types of tourism.

With the change in preferences for types of tourism, the variety of proposed city tours has expanded, and visitors are already accustomed to a wide variety of new options. Because of this, guides who have long been working in the tourist services market, particularly those who have acquired their professional qualifications many years ago, are faced with the need to refine their offerings and adapt them to new requirements.

To create an author tour, you need to find previously unknown for mass tourists places. These can be landscapes, natural attractions (such as a cave, lake, canyon, etc.), historic objects (estates, churches, archeological objects), new display objects (private or small regional museums), etc.

Such tours may include well-known sites, but in addition to basic, authorial ideas and content. In general, if in a certain region the tour differs by 60-70% from the basic routes on a set of objects, then it can be called “author”.

Today, tourism is a promising, booming industry. However, every year the tourist becomes more demanding, so a new concept has emerged - author tour as a unique tourist product. Now this topic is hardly explored by scientists, so the article suggested the definition of the author tour. It is revealed that there are a number of problems in this area, including misunderstanding of the concept, shadow tourism and complete lack of copyright in the tourism industry. A methodology for authoring an excursion was also proposed.

**Keywords:** tourism, author tour, tourist product, tourist services.

*Стаття надійшла до редакції: 13.04.2019 р.*