

Шифр «КЕМПІНГОВІ ТУРИ»

**ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КЕМПІНГОВИХ
ТУРІВ НА ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК КРИВОРІЖЖЯ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДОРОЖЕЙ У ФОРМАТІ КЕМПІНГОВИХ ТУРІВ.....	5
1.1. Аналіз напрямів використання кемпінгів у туристичній діяльності...5	
1.2. Кемпінгові тури як складова туристичної сфери, особливості їх організації.....	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ КЕМПІНГОВИХ ТУРІВ КРИВОРІЖЖЯ.....	13
2.1. Розробка та економічне обґрунтування кемпінгового туру «Сонячна Таврія: від пустелі до моря».....	13
2.2. Місце турів Туристичного центру «Кривбастур» на туристичному ринку Криворіжжя та обґрунтування їх економічної ефективності.....	16
2.3. Соціологічне дослідження ставлення респондентів до організації кемпінгових турів із Кривого Рогу.....	21
2.4. Рекомендації щодо активізації кемпінгових турів на туристичному ринку.....	25
ВИСНОВКИ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	31
ДОДАТКИ.....	35

ВСТУП

Міжнародна пандемія COVID-19 кардинально змінила світові тенденції та реалії. Особливо ці зміни стали відчутними в економіці багатьох країн земної кулі. Безсумнівно, однією із галузей, що найбільше постраждала від пандемії, є міжнародний туризм. За даними ЮНВТО 2020 року, туристична індустрія втратила від 850 мільйонів до 1,1 мільярда туристів; у фінансовому еквіваленті було втрачено від 910 мільярдів до 1,2 трильйону доларів США експортних надходжень від туризму; окрім цього, від 100 до 120 мільйонів робочих місць наразі знаходяться у зоні ризику [21]. Нескінченні карантинні заходи та локдауни суттєво обмежили зовнішній туризм. У такій ситуації рушієм відновлення туристичної діяльності може повинен стати розвиток внутрішнього туризму. Продукування нових туристичних пропозицій всередині України має можливість стати каталізатором поживлення на туристичному ринку.

З огляду на це, Державне агентство розвитку туризму ініціювало масштабний проект «Мандруй Україною, мета якого – популяризувати серед співвітчизників внутрішній туризм. Ця ініціатива народилася в тісній кооперації держави, бізнесу, креативних індустрій та туризму [8].

Однак, об'єктивно оцінюючи вітчизняну інфраструктуру, очевидно, що співвідношення «ціна-якість» зовсім не стимулює формування вітчизняного туристичного продукту. На фоні панічних настроїв, спричинених коронакризою та обмежених економічних можливостей населення України, багато туристичних пропозицій виявилися не привабливими для споживача. На тлі даних тенденцій Голова Всеукраїнської асоціації туроператорів Ігор Голубаха відзначає, що трендом 2020 року стало те, що туристи «переселилися в намети» [29]. Тож **актуальність даного дослідження** полягає в тому, що організовані групові кемпінгові подорожі, які поєднують як пізнавальну екскурсійну програму, так і активну складову, практично не представлені на туристичному ринку України та не розглядаються як конкурентоспроможний туристичний продукт.

Об'єктом дослідження є кемпінгові тури як інноваційна форма організації туристичних подорожей.

Предмет дослідження – місце кемпінгових турів у структурі туризму, особливості їх організації та виведення на туристичний ринок на прикладі Криворізького регіону.

Теоретичною базою дослідження стали класичні праці щодо організації туристичних подорожей, представлені у напрацюваннях Любіцевої О.О. [17], Ткаченко Т.І. [31], Мальської М.П. [18], Сокол Т.Г., Гуменюка Г.М., Кіптенко В.К., Новікової В.І., Смірнова І.Г., Гуляєва В.Г. та інших. Проблематика включення кемпінгів до туристичної сфери активізувалася в останні роки і представлена в роботах Бунтової Н.В. [2], Давиденко І.В. [6], Ячнюк М.О. [34], Пащенко Г.В., Вершицького А.В., Рябева А.А., Баландіна І.С., Римар Ю. [33], Казакова В.Л., Пацюк В.С. [33], Мостепаненко Д.О., Єрко І.В. [32], Ключівського Ю. Серед іноземних фахівців, які різновекторно розглядали роль кемпінгів в туризмі, варто відзначити Е. Brooker, М. Joppe [34], С. Vidal-Abarca, R. Rodríguez, О. Wolf, К. Wojczuk, Т. Castella, J. Tewson [34]. В цілому досліджень, присвячених організації кемпінгових турів в науковій літературі обмаль, що також підтверджує необхідність даного дослідження.

Результати наукової роботи **впроваджено** у практику діяльності туристичного центру «Кривбастур» та при організації подорожей для членів профспілки ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» (довідки додаються).

Результати наукового дослідження опубліковано у Матеріалах VI міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 90-річчю дитячо-юнацького туризму в Україні «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України» (Київ – Кропивницький, 1-2 квітня 2020 р.) та прийнято до публікації в Матеріалах VII міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 70-річчю утворення Льотної академії «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України» (Кропивницький, 1-2 квітня 2021 р.).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДОРОЖЕЙ У ФОРМАТІ КЕМПІНГОВИХ ТУРІВ

1.1. Аналіз напрямів використання кемпінгів у туристичній діяльності

Виявлення напрямів залучення кемпінгів до туристичної сфери неможливо провести без першочергового з'ясування тлумачення терміну «кемпінг». Оскільки в дослідженні необхідно чітко оперувати цим поняттям, виникає потреба в пошуку чітких меж його практичного застосування. Насамперед, для більш широкого та загального розуміння «кемпінгу» можна звернутися до іншомовних аналогів цього поняття. Зокрема, в європейській літературі застосовуються такі категорії як:

- «de Campingplatz» (нім.), що позначає розмежовану територію, де можна переночувати з наметом або караваном [3];

- «camping» (англ.) може мати декілька забарвлень, а саме: проживання в таборі, кемпінг, знаходження в поході або діяльність, пов'язана з проживанням в наметах, караванах чи будинках на колесах;

- «campingsite» (анг.) – це територія, яка, як правило, поділяється на кілька місць, де люди можуть таборувати впродовж ночі, використовуючи намети, кемпери або каравани (британська англійська). В американській англійській мові термін «campsite» загалом означає територію, де людина, сім'я, група чи військова частина можуть поставити намет або припаркувати кемпер [36];

- «terrain de camping» (фр.) – благоустроєні засоби розміщення, що призначені для прийому наметів, караванів, пересувних будинків, для відпочинку та легких приміщень для відпочинку [38].

Наведені переклади «кемпінгу» з інших мов демонструють, що це поняття застосовується у широкому сенсі і не має чітких меж свого вживання. Втім, дослідивши туристичний ринок Європи і Північної Америки можна простежити зв'язок терміну «кемпінг» із засобом розміщення. У зазначених регіонах інтенсивного розвитку зазнав автотуризм та караванінг, що згодом сформувало

широку мережу кемпінгів в європейських та північноамериканських країнах. Більше того, в багатьох європейських країнах кемпінги мають навіть систему «зірок», яка ранжує «кемпінги» від найменш забезпечених інфраструктурою до «люксових». Наприклад, в Данії для розподілення зірок приймають до уваги наступні критерії: розмір та забезпечення пітчу (пітч – місце розміщення каравану, автобудинку, намету на території кемпінгу), наявність обслуговуючого персоналу, електропостачання, душові, пральні, дитячий майданчик, кухню, каналізаційну систему, кімнату відпочинку, телебачення, магазини, кафетерій та інше.

Загалом, кемпінг як засіб розміщення представляє собою цілу систему певних інфраструктурних елементів, які мають деякі технічні вимоги та характеристики. Територія кемпінгу розбита на ділянки (сектори), де передбачені місця для встановлення наметів, навісів, або є заздалегідь встановлені легкі будиночки збірно-розбірної конструкції. Також на цих ділянках, або на окремій частині території відведені місця для паркування автомобілів, причепів, мотоциклів чи інших транспортних засобів, на яких прибули подорожуючі. Крім цього, територія кемпінгу обов'язково повинна бути обладнана мінімальною інфраструктурою: водогоном, електричною мережею, місцями для приготування їжі, душовими, пральнями з необхідним обладнанням, туалетами, місцем утилізації відходів з пересувних будинків, адміністративними спорудами, медпунктом, магазинами з асортиментом найнеобхідніших туристичних товарів, естакадою для обслуговування транспортних засобів тощо. Зазвичай турист оплачує лише перебування на території кемпінгу, а всі побутові потреби, як-то: приготування їжі, облаштування спального місця, прання одягу, обслуговування транспорту тощо, здійснює власними автономними засобами. У зв'язку з цим вартість перебування в кемпінгу є невисокою і доступною для широкого кола мандрівників, які хочуть зменшити свої витрати для того, щоб мати змогу відвідати і побачити якомога більше цікавих місць. У середньому на одному кемпінгу знаходиться від 20 до

40 секторів – майданчиків для таборування. В Європі є і такі кемпінги, територія яких охоплює понад 1000 секторів [25].

Зараз загалом в даній галузі зайнято близько 170 тис. осіб. На 26 000 кемпінгів Європи припадає загалом 394 млн. ночівель. Тільки прибуток за ночівлі на кемпінг-майданчиках Європи становить 3,6 млрд. євро. До цієї суми додається дохід за харчування, розваги та екскурсійні програми, що становить 9 млрд. євро. У сукупності обіг кемпінгів Європи становить 12,6 млрд. євро [7].

Доцільність розвитку кемпінгів на теренах України можна пояснити низкою причин. По-перше, розміщення в подібному закладі відчутно дешевше, ніж у традиційних закладах на кшталт готелю. Наприклад, в Європі вартість проживання в наметі всередньому становить 5–12 євро з людини на добу, тоді як плата за розміщення трейлера складає 30–100 євро на добу [7]. По-друге, деякі дослідники вважають, що розбудова мережі кемпінгів виступає фундаментальним фактором розвитку автотуризму. Це може бути актуальним і для України після реалізації програми «Велике будівництво», яка потенційно в змозі надати нове дихання автотуризму. Тому розбудова кемпінгів повинна бути не тільки біля природних або культурних ресурсів, а також вздовж основних автомагістралей. По-третє, створення кемпінгової мережі відкриє можливості для розвитку «туру вихідного дня», коли українці просто зможуть виїхати за місто та набратися сил для продуктивної роботи протягом тижня. Очевидно, що створення системи таких закладів розміщення позитивно вплине на розвиток внутрішнього туризму, що в свою чергу сприятиме розвитку економіки.

Проаналізувавши ресурсний потенціал України для розбудови кемпінгів можна дійти висновку, що «кемпінг» у європейському значенні слова, тобто як повноцінний засіб розміщення з певними інфраструктурними елементами, тільки починає свій розвиток на туристичному просторі України. Так, за даними Української федерації кемпінгу, караванінгу і автотуризму, на території нашої держави є лише близько 30 кемпінгів, причому 12 з них – на території окупованого Криму. За іншими даними, в Україні існує близько 50 кемпінгів, що

також є надзвичайно мало для країни з такою кількістю населення, площею і туристично-рекреаційним потенціалом [25].

Багато туристів потенційно зацікавлені таким відпочинком, але не готові позбутися комфорту. У зв'язку із цим звичний відпочинок на природі – кемпінг – отримав дещо змінену форму і став називатися «глемпінг». Глемпінг (glamping) – це похідне слово від «гламур» і «кемпінг» – гламурний кемпінг, або розкішний кемпінг, що має комфортні умови готелю високого рівня і при цьому зберігає відчуття проживання наодинці з природою, без необхідності штучно від неї відгороджуватися для збереження природного середовища[6]. Основні риси глемпінгу: наявність комфортного, просторого засобу розміщення (намету-шатра, будиночку тощо); використання незвичайних для екотуризму та кемпінгу меблів: великих стільців, крісел, обідніх столів, зручних ліжок; умови для тимчасового проживання створюються із забезпеченням комфорту як для постійного життя.

Необхідні складники для організації глемпінгу: спеціальні намети і будиночки повинні відповідати екологічним стандартам, створюватися з використанням сучасних будівельних технологій; глемпінг-намети або шатри оснащуються сучасними інженерними системами, навіть передбачається наявність водопровідної системи, електрики і Wi-Fi; досить високі вимоги до елементів комфорту та оснащення наметів, наприклад можлива наявність ваз для квітів, килимків, картин тощо [6].

Повертаючись до тлумачення «кемпінгу» слід зауважити, що «кемпінг» у значенні засобу розміщення поширений, здебільшого, в західних країнах. Свідченням цього є класифікація засобів розміщення ЮНВТО, за якою кемпінги належать до колективних засобів розміщення (дод. А)

В українському туристичному просторі це поняття має і інші сенси. Звернемося до деяких трактувань. В Національному стандарті України про туристичні послуги ДСТУ 4527:2006Н під поняттям «кемпінг» розглядається засіб розміщення на огороженій території, де розміщення забезпечують у котеджах та (або) бунгало, та (або) надають місця для розташовування наметів,

караванів та караванів-будиночків, територія облаштована санітарно-технічними зручностями загального користування [9].

Ця дефініція абсолютно точно або наближено співпадає з європейською та американською. Втім, в українській мові під поняттям «кемпінг» також часто розуміють місце стоянки туристів у походах, експедиціях тощо. Такі біваци не оснащені переліченою раніше інфраструктурою і не можуть претендувати на «кемпінг» в європейському значенні слова. Але слід зазначити, що в англійській мові зустрічається вираз «wild camping», що саме і позначає імпровізовану стоянку туристів або альпіністів. Стоянки такого типу можна назвати ще «стихійним» кемпінгом. Дуже часто саме ця дефініція постає в голові українського туриста. Втім, і перше, і друге визначення «кемпінгу» стосується засобу(способу) розміщення. Тільки в першому випадку це ціла система інфраструктурних елементів, а в другому – імпровізована стоянка туристів на зручному місці, з мінімальним набором речей та за відсутності інфраструктури. Проте в Україні існує і «третій» тип кемпінгового розміщення. Це такі кемпінги, які не можуть називатися такими у європейському розумінні, але які мають певні зручності на кшталт водогону, магазину, стаціонарних наметів тощо.

У даному дослідженні важливо звернути увагу на ще одне тлумачення «кемпінгу». У цьому визначенні «кемпінг» набуває значення окремої форми туризму, в процесі якого туристи розміщуються у наметах, будинках на колесах, караванах. Тобто, перелічені вище засоби розміщення розглядаються у контексті туризму, а саме як одна із його форм. Умовно це можна назвати «кемпінговим туризмом». Таке визначення поняття «кемпінг» застосовується в пострадянських країнах, але у цьому випадку його наповнення більш широке: воно охоплює і діяльність, і засіб розміщення.

Отже, можемо констатувати, що термін «кемпінг» має декілька різних трактувань, а саме:

- 1) засіб розміщення під відкритим небом, що призначений для розташування караванів, автобудинків, мобільних будинків та який має певну інфраструктуру;

- 2) самостійно організований бівак туристів, альпіністів тощо (wildcamping);
- 3) форма туризму, пов'язана з проживанням в наметах, будинках на колесах або в мобільних будинках.

Додамо, що останні два визначення більше характерні для пострадянського простору, втім, спираючись саме на них в майбутньому можна отримати «кемпінг» західного взірця з розвинутим інфраструктурним забезпеченням та великою популярністю серед туристів.

Відштовхуючись від тлумачення «кемпінгу» як форми туризму, у контексті українського туристичного простору можна зазначити наступне:

- 1) Кемпінговий туризм – окрема ніша внутрішнього туризму, яка характеризується економічністю, ексклюзивністю, наближеністю до природи, особливими умовами формування логістики тощо;

- 2) Така форма туризму потребує певного інфраструктурного оновлення, в іншому випадку «кемпінг» буде залишатися неструктурованим та стихійним;

- 3) Кемпінговий туризм виступає складовою інших форм туризму: активного, екстремального, спортивного туризму тощо;

- 4) Зазначена форма туризму буде актуальною в коронакризовий період та в посткоронакризовий час у зв'язку з економічним падінням держави та зменшенням фінансового забезпечення населення України.

Розбудова кемпінгу з усіма інфраструктурними компонентами поки що неможлива в сучасній Україні, втім, розвиток кемпінгового туризму набуває неабиякої актуальності, і для цього є не тільки туристично-рекреаційний ресурс, але й інтерес туристів до даного виду відпочинку.

1.2. Кемпінгові тури як складова туристичної сфери, особливості їх організації

Намагаючись розробити туристичний продукт, що враховував всі реалії сьогодення та задовольняв туристичний попит, було зацентровано увагу на організації кемпінгових турів. Підтвердженням доцільності даного формату

відпочинку став компаративний аналіз сфери розміщення на українських курортах Херсонщини та за кордоном. За результатами, представленими в додатку А, очевидно, що вартість проживання в класичних колективних засобах розміщення України часто має ціну таку саму, або навіть вищу, ніж проживання в готелях Туреччини, Болгарії, Грузії тощо. Звісно можна знайти пропозиції, дешевші від зарубіжних, але дуже часто вони не характеризуються навіть мінімальним набором послуг чи сервісу європейського взірця. Так, зважаючи на бажання людей відпочивати в умовах карантинної ситуації та відсутність бюджетних закладів високого сервісного обслуговування, було запропоновано активні пізнавальні подорожі з проживанням у кемпінгах.

Місце кемпінгових турів у структурі туризму було зображено схематично та представлено в додатку В.

Для успішної розробки такого туристичного продукту необхідно зрозуміти принципи його створення, враховуючи специфіку та властивості кемпінгів.

При розрахунку вартості туристичної подорожі у форматі кемпінгового туру окрім традиційних основних витрат (транспорт, послуги супроводжуючого гіда, екскурсії, страхування), необхідно враховувати наступні специфічні витрати:

- послуги кемпінгового містечка;
- забезпечення груповим кемпінговим спорядженням (намети, тенти, спорядження для багаття);
- забезпечення індивідуальним кемпінговим спорядженням (спальні мішки та каремати).

В залежності від специфіки туру в основну вартість або факультативно можуть бути включені:

- атракції спортивного формату (катання на каяках, байдарках, катамаранах, рафтах, САП-дощі, скелелазіння);
- атракції пізнавального формату (майстер-класи мистецького спрямування, різноманітні дегустації);
- атракції розважального формату (тролей, стрільба з лука тощо) [24].

Необхідно зазначити, що в сучасних українських умовах, умовно можна «заселитися» у три різновиди кемпінгу:

1) кемпінги, які мають відповідну інфраструктуру та можуть надати цілий спектр послуг;

2) кемпінги, які не мають повної інфраструктури (Wi-Fi, пральні тощо), але є засобом розміщення на певній території (поширені в Україні);

3) «стихійні» кемпінги – імпровізовані біваци туристів, альпіністів, подорожуючих. Вони можуть бути з мінімальним забезпеченням (намети, тенти), або з певними зручностями (портативний душ, газовий пальник).

Основними проблемами в організації турів кемпінгового формату є:

1) відсутність кемпінгів у багатьох туристичних локаціях України;

2) невідповідність наявних кемпінгів міжнародним стандартам (відсутність оснащеного туалету, душу, умов для приготування їжі, джерела питної води, смітєбаків, обмежений доступ до користування електрикою, відсутність Wi-Fi);

3) відсутність зручних під'їздів до кемпінгу та облаштованих паркомісць;

3) невідповідність співвідношення «ціна/якість» у більшості наявних кемпінгів;

4) низький рівень поінформованості та низька культура сприйняття кемпінгового відпочинку [24].

Оскільки в Україні, на відміну від багатьох країн Європи, відсутній стандарт якості щодо кемпінгів, то організація та правові аспекти їх діяльності не врегульовані. Тож виникають труднощі при пошуку кемпінгу зі зручностями та певними послугами. Саме тому в практичній діяльності «Туристичного центру «Кривбастур», на базі якого розроблялися кемпінгові тури, зустрічалися кемпінги різних рівнів забезпечення: від оснащених інфраструктурою до «стихійних» стоянок. Однак головним новаторством літньому сезону 2020 р. було включення ночівель в кемпінгах до екскурсійних турів, а не лише програм зі спортивного та активного туризму як це було раніше.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ КЕМПІНГОВИХ ТУРІВ КРИВОРІЗЬКА

2.1. Розробка та економічне обґрунтування кемпінгового туру

«Сонячна Таврія: від пустелі до моря»

Намагаючись на практиці підкріпити теоретичні засади функціонування кемпінгових турів, було спрямовано зусилля на розробку туристичної пропозиції у форматі кемпінгового туру. Процес розробки туру ґрунтувався на дослідженні специфіки туристичного ринку Кривого Рогу та на врахуванні потреб і запитів споживачів. Була запропонована цікава форма відпочинку – пізнавальний тур з екскурсіями, який також включав відпочинок біля моря у наметах. Переїзди на маршруті відбувалися за допомогою орендованого автобусу. Наявний у автора досвід участі в організації та проведенні туристичного походу до Олешківських пісків ще в жовтні 2020 року, при розробці кемпінгового туру було вирішено орієнтуватися на вивчену ресурсну базу даного регіону. Тож ключовими об'єктами подорожі було обрано:

- Олешківські піски як найбільшу пустелю Європи та український аналог Сахари, з кучугурами, піщаними дюнами та ендемічною рослинністю;
- Центр етнографічного та зеленого туризму «Зелені Хутори Таврії». Єдиний в східній Європі комплекс, розташований на незайманій природі Таврійської лісостепової зони. Територія хуторів займає більше ста гектар [10];
- набережна м. Гола Пристань, де представлено низку монументальних скульптур та малих архітектурних форм.

При підборі варіанту розміщення було проведено аналіз кемпінгової бази Херсонської області. Було виявлено, що кемпінгів у цьому регіоні досить багато, втім, більшість з них зовсім не відповідають міжнародним стандартам для кемпінгів. Кемпінг «Примор'я», що було обрано як базовий для розміщення, розташований на території однойменного санаторію. Ключовими перевагами даного кемпінгу стали: розташування поряд з центром Залізного Порту та безпосередній вихід на пляж, можливість замовлення організованого харчування

в їдальні однойменного санаторію; наявність стаціонарного туалету; необмежений доступ до питної води.

Структуровано основну інформацію про тур представлено в таблиці 2.1.1.

Таблиця 2.1.1

Загальна характеристика туру «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»

Назва туру	«Сонячна Таврія: від пустелі до моря»
Форма туру	Кемпінговий
Клас туру	Внутрішній регіональний
Сезонність	Літній
Спосіб пересування	Мікроавтобус
Форма маршруту	Кільцевий
Тривалість	Уік-енд-тур
Екскурсійні пункти	Олешківські піски, Зелені Хутори Таврії, м. Гола Пристань
Проміжні зупиночні пункти	с. Мар'янське, с. Козацьке
Ночівля	Залізний Порт, кемпінг «Примор'я»
Харчування	Організоване – обід на базі комплексу «Зелені хутори Таврії» Додаткове – на базі санаторію «Примор'я»
Цільова група	Особи від 8 років і старше
Кількість учасників	Груповий 17-20 туристів на 1 супроводжуючого
Необхідне спорядження	Індивідуальне – спальний мішок, каремат, палатка Групове – казанок, тринога, газовий балон, горілка, тент
Протяжність маршруту	Кривий Ріг – Олешківські піски = 235,2 км Олешківські піски – Зелені Хутори Таврії = 31,5 км Зелені Хутори Таврії – Гола Пристань = 24,7 км Гола Пристань – Залізний Порт = 70 км Залізний Порт – Кривий Ріг = 317 км Загалом: 678,4 км
Загальний час в турі	З 23.00 першого дня до 22.30 третього дня. Загалом 47 годин 30 хвилин

Детальна програма туру представлена в додатку Г.

Вартість даного туру становила 1200 грн. з однієї особи, що є цілком прийнятною сумою для пересічного криворіжця. В додатку Д подано калькуляцію вартості даного туру.

Схему маршруту було представлено картографічно за допомогою сервісу «Google. Мої карти», даний додаток дозволяє не лише прокласти маршрут, розрахувати його протяжність, а й наповнити його фотоматеріалом (дод. Е).

Задля організації даних подорожей варто мати необхідне туристичне спорядження: намети, спальники, каремати, тент, інвентар для приготування їжі на вогнищі, тощо. Частково дане спорядження можна здавати в оренду і це може стати ще одним джерелом надходжень. Необхідні затрати щодо закупівлі даного спорядження та орієнтовний термін його окупності представлено в дод. Ж.

Даний тур було розроблено спеціально для Туристичного центру «Кривбастур» – це утворення, що в 2016 році було створене як громадська організація, а з 2017 року розпочалася економічна діяльність даного центру [32]. Офіційно з 1.07.2017 року оформлена як ФОП Казаков В.Л., однак на основі цивільно-правових угод туристів обслуговують й інші гіді. Основні напрями діяльності даної організації: екскурсії містом Криви Ріг, тури Україною та до Кривого Рогу, туристичні походи. З 2020 року організація почала практикувати кемпінгові тури як симбіоз екскурсій та активного відпочинку.

Початково тур для промоції на сторінці Туристичного центру «Кривбастур» було названо «Від пустелі до моря» (дод. З). Однак після того як тур почав користуватися активним попитом в представників ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», його назву було видозмінено на «Сонячна Таврія: від пустелі до моря». Автор двічі супроводжував представників промислового підприємства в тур, відгук про один з них було опубліковано на сайті профспілкової організації підприємства (дод. І).

Фотоматеріали з даного туру представлені в додатку К.

2.2. Місце турів Туристичного центру «Кривбастур» на туристичному ринку Криворіжжя та обґрунтування їх економічної ефективності

На туристичному ринку Кривого Рогу традиційно домінують туристичні фірми, що працюють виключно на продаж турів за кордон, аргументуючи це і значно вищими прибутками від даного виду діяльності, і куди кращими умовами та сервісом. Світова пандемія суттєво не змінила локальну структуру ринку, однак активізувала діяльність місцевих організацій, що пропагують внутрішній туризм, урізноманітнилися як географія, так і форми проведення даних турів.

У цьому дослідженні будемо прив'язуватися до туристичного ринку міста Кривий Ріг та «Туристичного центру «Кривбастур», на базі якого здійснювалися кемпінгові подорожі. Проаналізувавши діяльність наявних у місті Кривий Ріг турагенств і клубів активного туризму, що займаються кемпінговими виїздами, а саме: «Туристичний центр «Кривбастур» [32], «48 паралель» [34], «Рубікон» [33], «Командор» [32], було виявлено, що за теплий період 2020 року туристичні подорожі у форматі кемпінгових турів були досить популярними (дод. Л).

Наймасовішими і найбільш регулярними були виїзди, звісно, у морському напрямі, а саме: 1) «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»; 2) «Херсонський уїк-енд: від річки до моря»; 3) «Стародавня Таврія»; 4) «Кінбурн»; 5) «Українська Венеція»; 6) «До острова Березань»; 7) «Різноманітна Херсонщина». Бюджет таких виїздів стартував з 1100 грн.

Доволі популярними були поїздки в кемпінговому форматі до вже добре промоційованих туристичних об'єктів материкової частини України: «Буцький каньйон + Софіївський парк», «Мигійські пороги», «Трикрати». До цієї групи можна віднести і тур «Токівські водоспади», який є одним із найдешевших для відвідування, так як об'єкт розташований неподалік міста (до 70 км). Інші подорожі були організовані одноразово. Лідером як за географією подорожей, так і за кількістю обслугованих туристів є Туристичний центр «Кривбастур». Детальна статистика подорожей даної організації подана в додатку М. Ця

статистика ілюструє, що в 2020 році дана організація реалізувала 21 кемпінговий тур, в якому взяло участь 536 осіб.

Для більш докладного обґрунтування доцільності розробки та формування кемпінгових турів, було вирішено проаналізувати кемпінгові подорожі Туристичного центру «Кривбастур», а саме: 1) «Сонячна Таврія: від пустелі до моря» та 2) «Херсонський уїк-енд: від річки до моря». Вони є суміжними за своїм географічним спрямуванням. Однак на відміну від розробленого автором туру «Сонячна Таврія», другий тур має принципово інше наповнення. Включає оглядову екскурсію містом Херсон, прогулянку катером або ботами херсонськими плавнями та відвідування ландшафтного заказника «Станіславський», який відомий ще також як Херсонський Гранд-каньйон. Додатковою атракцією під час даного маршруту виступає катання на байдарках Дніпровсько-Бузьким лиманом. Ночівля відбувається у кемпінгу в с. Станіслав. Кемпінг був обраний через можливість орендування байдарок, проте слід зазначити, що в цьому місці він займає монополістичне становище. Цей тур тяжіє до активного та спортивного туризму, однак присутня і пізнавальна складова.

Обґрунтування економічної ефективності наведених кемпінгових турів здійснимо шляхом застосування матриці Бостонської Консалтингової Групи – інструменту для стратегічного аналізу і планування в маркетингу. Матриця створена засновником Бостонської консалтингової групи Брюсом Д. Хендерсеном [19]. Матриця БКГ – один з найбільш відомих методів класифікації напрямків діяльності компанії (виробництва продуктів, надання послуг тощо) за критерієм потенційної прибутковості. Тобто, це простий рейтинг продуктів фірми за критерієм прибутковості [19]. Переходячи до більш ґрунтовного та фундаментального аналізу шляхом матриці БКГ, слід зазначити деякі моменти. Насамперед, важлива конкретність та актуальність аналізу, тому вивчатися будуть продукти певного періоду, а саме турпродукти за липень та серпень 2020 року, оскільки туристичний ринок характеризується сезонним попитом та значною нестабільністю (зокрема, через COVID-19). Туристична пропозиція на ринку Кривого Рогу не є сталою, тому будемо брати досить

короткий часовий проміжок. Також важливим аспектом складання матриці БКГ буде визначення конкурента «Кривбастуру» на туристичному ринку Кривого Рогу. В якості такого конкурента розглядається туристична фірма «Меридіан», що також займається організацією турів вихідного дня, однак за класичним сценарієм з розміщенням в організованих закладах розміщення. Для аналізу методом складання матриці БКГ візьмемо 2 зазначених вище кемпінгових тура «Туристичного центру «Кривбастур»:

- 1) «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»;
- 2) «Херсонський уїк-енд».

В туристичній компанії «Турфірма «Меридіан» обираємо тури зі схожим географічним напрямком, але з розміщенням в готелях, хостелах тощо, а саме:

1) Тур «Таврійські мандри». В процесі подорожі туристи відвідують НПП «Олешківські піски» та Зелені Хутори Таврії. Ночівля у міні-готелі «Фортуна» в Лазурному;

2) Тур «Спадщина Фальц-Фейна». Подорож включає відвідування Асканії Нової та руїн палацу Фальц-Фейна в с. Новоолександрівка. Ночівля у міні-готелі Dynasty в Скадовську.

Туристичні продукти двох туристичних фірм співвідносяться за певними критеріями: 1) географічне спрямування – чорноморське узбережжя Херсонщини; 2) відносно рівна цінова політика продукту; 3) загальний сегмент ринку.

Насамперед, визначаємо зростання ринку запропонованих турів «Туристичного центру «Кривбастур». Для цього обчислюємо об'єм виторгу підприємства за липень та серпень 2020 року по аналізованим продуктам. Дані були отримані в процесі розробки поданих турів та після їх проведення.

1) Тур «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»: липень = 67 чоловік (13 дітей). Рахуємо суму виторгу з розумінням того, що дитячий квиток коштував 1100 гривень, а дорослий 1200 гривень.

$$13 * 1100 = 14300 \text{ грн.}$$

$$54 * 1200 = 64800 \text{ грн.}$$

Загальна сума виторгу за липень 79100 грн.

Серпень = 91 людина (19 дітей).

$$19 * 1100 = 20900 \text{ грн.}$$

$$72 * 1200 = 86400 \text{ грн.}$$

Загальна сума виторгу за серпень 107300 грн.

2) Тур «Херсонський уїк-енд»: липень = 64 людини. Рахуємо суму виторгу з розумінням того, що подорож коштує 1350 гривень.

$$64 * 1350 = 86400 \text{ грн.}$$

Серпень = 73 людини.

$$73 * 1350 = 98550 \text{ грн.}$$

Після здійснення цих операцій знаходимо темп зростання ринку. Темп зростання ринку = Загальний обсяг продажів на ринку в серпні / Загальний обсяг продажів на ринку за липень.

1) Тур «Сонячна Таврія: від пустелі до моря».

$$107300 / 79100 = 1,36.$$

2) Тур «Херсонський уїк-енд».

$$98550 / 86400 = 1,14.$$

Наступним важливим етапом складання матриці БКГ є визначення відносної частки ринку. Для цього потрібно мати інформацію щодо обсягу виторгу турфірми «Меридіан» [33]. Обсяг продажів на ринку цієї фірмою рахуємо за тим самим принципом (у серпні 2020):

1) Тур «Таврійські мандри» = 114600 грн.;

2) Тур «Спадщина Фальц-Фейна» = 119300 грн.

Розраховуємо відносну частку ринку продуктів «Кривбастуру» шляхом поділу виторгу «Кривбастуру» за серпень (по кожному продукту) на серпневий виторг «Меридіан».

1) Тур «Сонячна Таврія: від пустелі до моря» / Тур «Таврійські мандри» = $107300 / 114600 = 0,94$.

2) Тур «Херсонський уїк-енд» / Тур «Спадщина Фальц-Фейна» = $98550 / 119300 = 0,83$.

Всі розрахунки систематизовано та наведено в таблиці 2.2.1. та візуалізовано на матриці на рис. 2.2.1.

Проаналізувавши матрицю БКГ з кемпінговими турами «Туристичного центру «Кривбастур», можемо дійти висновку:

1) Тур «Сонячна Таврія: від пустелі до моря» знаходиться в позиції «Знаків питання». Цей тур займає меншу частку ринку, ніж подорож «Таврійські мандри» турфірми «Меридіан», але спостерігається суттєве збільшення обсягу реалізованої продукції. Це свідчить про перебування продукту в стадії зростання.

Таблиця 2.2.1

Темп зростання ринку та відносна частка ринку кемпінгових турів турфірми «Кривбастур»

Назва туру	Виторг за липень 2020 р.	Виторг за серпень 2020 р.	Виторг у конкурента за серпень 2020 р.	Темп зростання ринку	Відносна частка ринку
Сонячна Таврія: від пустелі до моря	79 100	107 300	114 600	1,36	0,94
Херсонський уїк-енд	86 400	98 550	119 300	1,14	0,83
Загалом	165 500	205 850	233 900	1,25	0,88

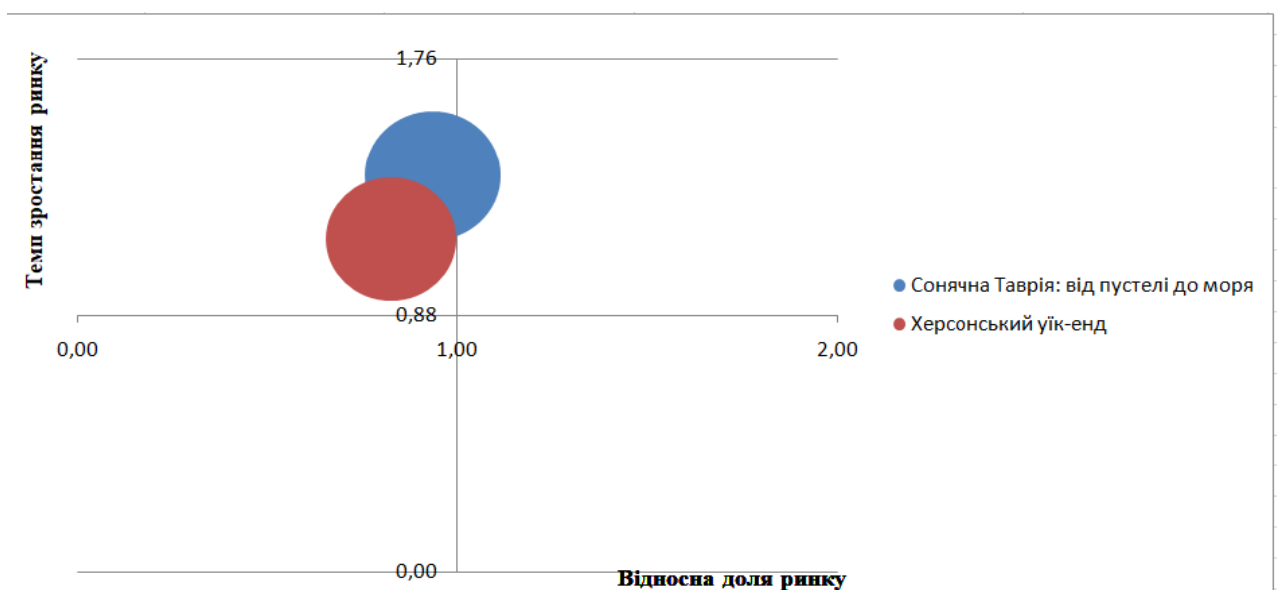


Рисунок 2.2.1. Матриця БКГ з позиціями кемпінгових турів «Кривбастуру»

2) Тур «Херсонський уїк-енд» перебуває також в позиції «Знаків питання». У нього слабкіша позиція на ринку в порівнянні з продуктом конкурента, проте зростання обсягу виторгу наштовхує на думку про перспективи цієї подорожі.

Матриця БКГ – це маркетинговий інструмент, який допомагає застосувати правильні стратегії щодо розвитку певних товарних одиниць економічного суб'єкта. Але у цьому дослідженні пропустимо рекомендації та стратегії, втім спробуємо проаналізувати ситуацію на ринку. Отже, можемо простежити, що «готельні» тури «Меридіану» все ще більш прибуткові, ніж кемпінгові тури туристичної фірми «Кривбастур», але оскільки обидва тури «Кривбастуру» лише вийшли на туристичний ринок у 2020 році і знаходяться в позиції «знаків питання» можемо констатувати, що при правильній та послідовній маркетинговій політиці підприємства в них є всі можливості стати «зіркою» ринку. Особливо це стосується туру «Сонячна Таврія: від пустелі до моря», який в порівнянні з минулим місяцем зріс на 36 % загального виторгу. Очевидно, що обидва запропонованих тури характеризуються сезонним попитом і пропонувати їх на туристичному ринку Кривого Рогу вже в вересні-жовтні буде не актуально. Проте, якщо звернути увагу на покращення та модернізацію туру, то на новий літній сезон 2021 року він може стати хітом на туристичному ринку Криворіжжя.

В цілому, в липні-серпні 2020 року спостерігалася позитивна тенденція щодо кемпінгових турів. Це свідчить, зокрема, про актуальність такої форми туризму в сучасному нестабільному туристичному просторі. Тому потрібно брати це до уваги та популяризувати кемпінгові тури, адже завдяки цьому відбуватиметься поживлення на туристичному ринку Кривого Рогу.

2.3. Соціологічне дослідження ставлення респондентів до організації кемпінгових турів із Криворіжжя

Внутрішній туристичний ринок короткотривалих подорожей відрізняється значною пропозицією різноманітних туристичних продуктів, підтвердженням чого є зростаюча чисельність туристичних організацій, як правило, клубного

формату, що пропонують тури Україною. Однак турів, які б поєднували змістовну екскурсійну програму та ночівлі в кемпінговому форматі, обмаль. Задля того, щоб проаналізувати перспективність подальшого розвитку даного формату відпочинку та врахувати всі його недоліки було проведено соціологічне опитування.

Дане опитування проводилося у форматі заповнення електронної google-форми. Опитування проводилося у мережі Facebook на платформі групи «Кривбастур» – туристичний центр Кривого Рогу. Дана група нараховує понад 11 тис. учасників. У групі було розміщено оголошення з проханням пройти опитування і учасники групи за бажанням його проходили. Питання анкети подані в додатку Н. Участь в анкетуванні прийняли 130 респондентів.

Згідно результатів соціологічного аналізу, домінуюча частка опитаних 71,5% – жінки, що обумовлене значним домінуванням жінок серед учасників групи, що, власне, підкріплене загальноукраїнською статистикою, за якою жінки домінують на переважній більшості екскурсій.

За віковою структурою більшість опитаних є дорослими людьми віком старше 25 років із домінуванням сегменту 36-45 років (38,5%). Рівно половина опитаних є активною та подорожує декілька разів на рік (50%). При цьому для абсолютної більшості (59,2%) основним мотивом подорожі є пізнання, 34,6% мотивом подорожі обрали відпочинок.

При виборі туристичної подорожі 51,2% орієнтуються на насиченість екскурсійної програми, тоді як лише 16,5% – на ціну; кваліфікація гіда, надійність туристичного обслуговування, комфортність умов мають другорядне значення (менше 10% на кожну). Що, власне, й підтвердило концепцію кемпінгових турів як симбіозу відпочинку та пізнання.

Щодо оптимального розміру групи думки розділилися практично порівну серед прибічників груп до 10 осіб (29,2%), 10-20 осіб (36,9%), а також тих, для кого розмір групи не має принципового значення (31,5%).

У кемпінгових турах серед опитаних брали участь лише 56 осіб (43,4%), тоді як взяти участь в такому турі хотіли б 74,8% респондентів (95 опитаних).

Серед тих, хто брав участь у турах Туристичного центру «Кривбастур», більшість відвідували тур «Сонячна Таврія: від пустелі до моря» (58,9%), що повністю відповідає статистиці даної організації. При цьому на питання, що спонукали обрати відвіданий тур, 43,1% респондентів зазначили варіант «екскурсійна програма туру», 31,9% – «нестандартний формат відпочинку, 11,1% – «можливість відпочити біля водойми».

В анкеті було запропоновано оцінити рівень послуг, що надавалися в кемпінговому турі за 5-бальною шкалою. На основі отриманих балів за відповіді було здійснено узагальнену бальну оцінку (табл. 1). Загалом якість послуг була оцінена доволі позитивно. Найвищий бал було отримано за якість туристичного супроводу – 4,79, найнижчий – за рівень кемпінгу – 3,93.

Таблиця 2.2.1

Бальна оцінка якості наданих в кемпінговому турі послуг

Критерії оцінки	Оцінка					Сумарний бал	Середній бал
	«5»	«4»	«3»	«2»	«1»		
Якість туристичного супроводу	49	2	5	0	0	268	4,79
Насиченість екскурсійної програми	44	5	6	1	0	260	4,64
Транспортне обслуговування	37	10	7	2	0	250	4,46
Рівень кемпінгу	25	11	13	5	2	220	3,93
Харчування, включене до основної програми туру	32	11	11	1	1	240	4,29
Використання додаткових атракцій	25	17	9	3	2	228	4,07

Серед того, що туристи б рекомендували покращити в кемпінгових турах: включити до туру харчування, приготоване на вогнищі (52,4%), впровадити анімаційну програму (16%), наситити екскурсійну програму (22,2%), покращити умови проживання в кемпінгу (19%). Зокрема, як додаткові атракції до даного формату турів рекомендують включити катання на водних плавзасобах (35,3%), квадроциклах (15,6%), майстер-класи (13,2), спортивні атракції та скелелазіння (по 11,8%).

Серед маршрутів, які найбільше цікавлять потенційних туристів: «Українська Венеція» (60,2%), «Українські Мальдіви» (53,9%) та «Чумацький шлях» (45,3%). На нашу думку, така географія пов'язана з тим, що більшість

об'єктів даних маршрутів (Вилкове, о. Джарилгач, Рожеве озеро) уже декілька років активно рекламуються у різноманітних медіаресурсах.

В цілому респонденти мають широкий спектр зайнятості, четверта частина опитаних (25,6%) не зазначила вид діяльності, вказавши інше, також значний сегмент опитаних є працівниками промислових підприємств (22,5%) та представляють освіту, науку, культуру (19,4%).

Абсолютна більшість респондентів має вищу освіту (79,1%). Щодо рівня доходів, то майже половина респондентів мають дохід 5000-8000 грн. (47,5%), практично однакова частина мають дохід до 5000 грн. (18,3%), та від 8000 до 12000 грн. (20%).

Детальна інформація за кожним із запитань представлена у вигляді діаграм в додатку О. Загалом, дана інформація свідчить про позитивне налаштування респондентів до кемпінгового туризму.

Отримавши всі результати та систематизувавши відповіді, було окреслено портрет туриста, що брав участь в кемпінгових турах. До уваги приймалися лише відповіді тих 56 респондентів, які були в кемпінгових турах. Складові даного портрету представлені в додатку П.

В цілому варто зазначити, що за гендерною ознакою серед «кемпінгових» туристів домінують жінки 58,9% проти 41,1% у чоловіків. Це дещо йде в розріз з класичним образом туриста, який користується кемпінгами, однак цілком відображає реальну картину по контингенту подорожуючих у теплий сезон 2020 року. До того ж, традиційно у Кривому Розі більшість чоловіків працюють у закладах важкої індустрії, для якої характерне безперервне виробництво. Тому не завжди вихідні дні за календарем поєднуються з вільними від роботи днями у представників промислових підприємств.

Дві третини опитаних у віці від 25 до 45 років. Абсолютна більшість має вищу освіту. Половина опитаних зайняті або в промисловому виробництві, або є працівниками освіти, культури, та науки. Рівень доходів у цієї групи туристів середній – майже половина вказали межі 5000-8000 грн. В той же час, понад 80% опитаних подорожують декілька разів на рік. Основним мотивом подорожі є

пізнання (76,8%), а головними стимулами вибору саме кемпінгового туру є насичена екскурсійна програма (43,6%) та нестандартний формат відпочинку (30,9%). В той же сам, суттєвих вимог до розміру групи ці туристи не висувають, хоча і віддають перевагу відпочинку в групі розміром 10-20 осіб (39,3%).

Тож, аналіз споживчих вподобань населення свідчить про формування сприятливого ставлення до відпочинку у формі кемпінгових турів та можливе формування потужного ринкового сегменту подібного спрямування.

Наразі ведеться розробка нових кемпінгових турів, які будуть запропоновані на туристичному ринку міста в 2021 році. Загалом, туристичний ринок Кривого Рогу стає все більш заповнений пропозиціями подібного формату. Зокрема, ведеться окрема робота щодо організації кемпінгових турів для робітників металургійного підприємства-гіганту «ArcelorMittal Kryvyi Rih». Доцільність створення кемпінгових турів та просування такої форми туризму підкреслюється зацікавленістю криворізького туриста в кемпінговому відпочинку, про що свідчить кількість вже створених турів тільки за 2020 рік.

2.4. Рекомендації щодо активізації кемпінгових турів на туристичному ринку

Спираючись на соціологічне опитування, складений профіль туриста, економічну ефективність, яка продемонстрована в матриці БКГ, та на власний досвід розробки і супроводу груп під час кемпінгових турів, можна дійти висновку, що розвиток кемпінгових турів на Криворіжжі є актуальним та характеризується зростаючими темпами. Очевидно, що пропозиція такого формату відпочинку знайде свого споживача в новому туристичному сезоні 2021 року. Тому є потреба в розробці рекомендацій щодо покращення таких подорожей. Важливою стороною складання таких рекомендацій є практична складова, саме тому, будемо прив'язуватися до туристичного ринку Криворізького регіону. Але перш, ніж розробляти дорожню карту розвитку кемпінгових турів, необхідно проаналізувати їх становище на ринку турпослуг.

Так, за підсумками дослідження було складено SWOT-аналіз (табл. 2.4.1), який чітко демонструє сильні та слабкі сторони розвитку кемпінгових турів на Криворіжжі, можливості та загрози в разі продовження активного розвитку цієї форми подорожей.

Окрім цього, було зроблено спробу виділити переваги від впровадження на ринок кемпінгових турів для різних бенефіціарів: туристів, ТЦ «Кривбастур», кемпінгів як складової туристичного бізнесу, а також самої туристичної дестинації (дод. Р.).

Очевидно, що кемпінговий відпочинок на теренах України характеризується суттєвими недоліками, які потребують дослідження. Задля розвитку та активного становлення кемпінгового туризму, необхідно вирішити низку завдань:

Організаційно-правові: створення системи державного регулювання кемпінгових закладів розміщення; розробка чітких вимог щодо технічного забезпечення кемпінгів, бажано адаптація міжнародного стандарту якості щодо кемпінгів; сприяння проведенню реклами у ЗМІ та мережі Internet, популяризація культури відпочинку у кемпінгах; залучення позитивного досвіду різних країн у сфері становлення такої форми туризму; формування теоретичних базисів кемпінгового відпочинку тощо.

Соціально-економічні: підготовка гідів; підготовка та перепідготовка спеціалістів для забезпечення туристичної індустрії кваліфікованим кадровим потенціалом; підготовка інвестиційного паспорту кемпінгів; упровадження економічного механізму надання платних туристичних послуг якісного асортименту.

Інженерно-технічні: створення нових сучасних кемпінгів з високим рівнем сервісу; забезпечення транспортної доступності до багатьох дестинацій; забезпечення необхідних вимог до безпеки та комфорту туристів в кемпінгах; забезпечення туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури; покращення рівня надаваних послуг вже існуючих кемпінгів; будівництво розгалуженої системи автомагістралей, які сприятимуть розвитку автотуризму.

SWOT-аналіз розвитку кемпінгового туризму на туристичному ринку**Криворіжжя***(розроблено автором)*

<i>(S) Сильні сторони</i>	<i>(W) Слабкі сторони</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Низька капіталоємність створення даної послуги 2. Невелика ціна даних турів для туристів; 3. Наявність споживчого попиту на кемпінгові тури; 4. Наявність широких можливостей для створення кемпінгової бази; 5. Ексклюзивність кемпінгового формату відпочинку; 6. Можливість включення до кемпінгових турів різноманітних атракцій. 7. Позитивний досвід апробації даних турів; 8. Менш суттєва логістична прив'язка (якщо самоорганізований кемпінг); 9. Поступове зростання прибутковості таких турів. 10. Менша вірогідність зараження вірусами, ніж при проживанні в місцях скупчення людей 11. Вільна ніша кемпінгових турів, які поєднують екскурсійну програму з ночівлею в наметах 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Практично повна відсутність кемпінгів що відповідають міжнародним стандартам 2. Відсутність в Україні затверджених стандартів щодо організації кемпінгів. 3. Недостатній рівень забезпечення інфраструктурою наявних кемпінгів; 4. Відсутність сформованої кемпінгової культури відпочинку; 5. Менш комфортні умови розміщення, ніж в організованих закладах; 6. Низька поінформованість населення про кемпінгові тури відносно традиційних форм відпочинку; 7. Все ще незадовільний стан доріг за багатьма напрямками. 8. Складність залучати до кемпінгових турів з насиченою екскурсійною програмою сім'ї з маленькими дітьми.
<i>(O) Можливості</i>	<i>(T) Загрози</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвинення соціальної та туристичної інфраструктури (зокрема, в рамках проекту «Велике будівництво»); 2. Поступове формування культури кемпінгового відпочинку; 3. Пожвавлення в кемпінговому секторі призведе до зростання потоків внутрішніх туристів; 4. Створення додаткових робочих місць; 5. Використання світового досвіду в процесі становлення кемпінгового туризму; 6. Можливість розробляти кемпінгові тури без прив'язки до наявної інфраструктури; 7. Удосконалення законодавчої бази; 8. Створення креативних та оригінальних кемпінгів. 9. Продукування нових пропозицій на туристичному ринку Кривого Рогу, що урізноманітнить пропозицію кемпінгового відпочинку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Карантинні заходи та обмеження щодо пересування територією України; 2. Недосконалість законодавчої бази, яка стосується регулювання кемпінгових закладів розміщення; 3. Сезонність такого формату відпочинку; 4. Конкурування з «готельними» турами, які поки що більш популярні. 5. Нестача кваліфікованих кадрів для обслуговування даного формату турів. 6. Переманювання туристів конкурентами.

Також, виходячи з результатів соціологічного опитування, проведеного з клієнтською базою Туристичного центру «Кривбастур», можна запропонувати наступні заходи щодо розвитку кемпінгових турів:

- 1) насичення кемпінгових турів різноманітними екскурсійними об'єктами;
- 2) включення до кемпінгових турів різноманітних додаткових атракцій (катання на водних плавзасобах, катання на квадроциклах, спортивні заходи, майстер-класи, скелелазіння тощо);
- 3) покращення транспортного сервісу – велике значення у цьому питанні має стан доріг, а також комфортність автобусу або іншого транспортного засобу;
- 4) включення до основної програми туру харчування у польових умовах (приготоване на вогнищі або за допомогою іншого інвентаря);
- 5) спроба залучення нових сегментів споживачів (зокрема, молоді) шляхом диверсифікації маркетингової комунікації. Орієнтація на молодь може бути актуальною через порівняно низьку вартість кемпінгових подорожей.

Тож відпочинок в форматі кемпінгових турів має значний потенціал, особливо з огляду на перманентні карантинні заходи. Адже за результатами численних аналітичних досліджень здійснених як ЮНВТО, так й іншими міжнародними консалтинговими та туристичними організаціями, світ буде «карантинити» ще найближчі 2-3 роки [33]. Тому особливий акцент треба зробити на розвитку внутрішнього туризму та урізноманітненні його видів та форм. Кемпінгові подорожі являються чудовою альтернативою традиційному відпочинку, потребують мінімального бюджету від споживачів, на відміну від готелів перебування в кемпінгах не сприяє скупченню людей, а також відпочинок у наметах чудова можливість для містян побути на лоні природи.

ВИСНОВКИ

Здійснивши ґрунтовний аналіз доцільності впровадження кемпінгових турів на туристичний ринок Криворіжжя, було зроблено наступні висновки:

Поняття «кемпінг» розглядається в декількох сенсах: як засіб розміщення, як форма туризму або стоянка туристів чи альпіністів. На відміну від більшості європейських країн в Україні поки відсутній стандарт щодо облаштування кемпінгів.

На базі «Туристичного центру «Кривбастур» була розроблена та запропонована нова для ринку Криворіжжя форма туризму – кемпінгові тури, що поєднують насичену екскурсійну програму з проживанням у кемпінгах.

При розрахунку вартості туристичної подорожі у форматі кемпінгового туру окрім традиційних основних витрат (транспорт, послуги супроводжуючого гіда, екскурсії, страхування), необхідно враховувати специфічні витрати: послуги кемпінгового містечка; забезпечення груповим та індивідуальним кемпінговим спорядженням (спальні мішки, каремати намети, тенти, тощо).

Основними проблемами в організації турів кемпінгового формату є: відсутність кемпінгів у багатьох туристичних локаціях України; невідповідність наявних кемпінгів міжнародним стандартам; відсутність зручних під'їздів до кемпінгу; невідповідність співвідношення «ціна/якість»; у більшості наявних кемпінгів; низька культура кемпінгового відпочинку у населення.

У процесі дослідження було розроблено та апробовано дводенний груповий кемпінговий тур пізнавального спрямування, що включав відвідування НПП «Олешківські піски», історико-розважального комплексу «Зелені Хутори Таврії», набережної м. Гола Пристань, проживання в кемпінгу «Примор'я» у Залізному Порті. Було розраховано вартість даного туру та визначено вартість придбання необхідного інвентаря для турів подібного формату.

На туристичному ринку Криворіжжя організацією кемпінгових турів у 2020 році займалися 4 організації, які запропонували на ринок 16 кемпінгових маршрутів. За допомогою методики «бостонської матриці» було виявлено, що

кемпінгові тури починають конкурувати з класичними турами з проживанням в стаціонарних закладах розміщення.

Послідовне дослідження такої форми туризму на базі Туристичного центру «Кривбастур» призвело до формування туристичних пропозицій, якими вже скористалися чимало туристів. Аналіз кемпінгових турів цієї фірми методом матриці БКГ чітко вказав на економічну доцільність кемпінгових подорожей.

На платформі «Google Forms» було здійснено соціологічне опитування з метою визначення перспектив розвитку кемпінгових турів та подальшої їх оптимізації. За результатами цього опитування був складений профіль туриста та розроблені рекомендації щодо покращення та модернізації кемпінгових турів.

Також було обґрунтовано доцільність розвитку кемпінгового відпочинку для різних бенефіціарів туристичного ринку: туристів, турфірм, туристичних дестинацій та власне для самих кемпінгів.

На найближчу перспективу оптимізувати кемпінгові тури можливо за рахунок: їх насичення різноманітними екскурсійними об'єктами; включення до кемпінгових турів різноманітних додаткових атракцій; включення до основної програми туру харчування у польових умовах; залучення нових сегментів споживачів.

За результатами дослідження можна констатувати, що кемпінгові тури мають достатній потенціал, щоб стати альтернативою традиційному відпочинку у складний коронакризовий час. У контексті сьогоденної України кемпінгові подорожі можуть виступити каталізатором поживлення внутрішнього туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брюс Д. Хендерсен. Продуктовий портфель // BCG Review. — 2008.
2. Бунтова Н. В. Міжнародний досвід розвитку ринку гостинності у форматі кемпінг-послуг та його значення для України / Н. В. Бунтова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – Вип. 13(1). – С. 36-39. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_13%281%29__10
3. Визначення поняття «der Campingplatz» / Verbformen – URL: <https://www.verbformen.ru/sklonienie/sushhestvitelnye/Campingplatz.htm>
4. Глемпінг – гламурный кемпінг. – URL: <http://ecovoice.ru/blog/ecotourism/4819.html>
5. Гуда Андрій, Пацюк Вікторія. Перспективи Олешківських піскі щодо розвитку різних видів туризму // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України», присвяченої 90-річчю дитячо-юнацького туризму в Україні // Збірник наукових праць. – Київ - Кропивницький. – ЛА НАУ, 2020. – С. 139-150.
6. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму //Науковий вісний Міжнародного гуманітарного університету – URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/26-1-2017/4.pdf>
7. Дані Європейської Федерації Організацій Кемпінгів та Асоціацій Холідей Парків – URL: <https://www.efcohp.eu>
8. Держтуризм розпочав масштабний проєкт "Мандруй Україною" – URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3044450-derzturizm-rozpocav-masstabnij-proekt-mandruj-ukrainou.html>
9. ДСТУ 4527:2006 Національний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. – URL: <https://hihostels.com.ua/sites/default/files/hostely/dstu4527.pdf>
10. Зелені Хутори Таврії. *Офіційний сайт* – URL: <http://hutora.com.ua>

11. Кемпинги и кемпстоянки / Автокемпер – URL: <https://autocamper.ru/node/200>
12. Кемпінг: комфортний відпочинок з родиною / Gorgany – URL: <https://www.gorgany.com/pro/camping/>
13. Классификация кемпингов / Автокемпер – URL: <https://autocamper.ru/node/183>
14. Командор – клуб подорожей. *Сторінка в соцмережі* – URL: <https://www.facebook.com/komandorclub>
15. Кривбастур – туристичний центр Кривого Рогу. *Сторінка в соцмережі* – URL: <https://www.facebook.com/groups/1159974054043605>
16. Куди поїхати на кемпінг в Україні?[Електронний ресурс] – URL: <https://viking.com.ua/blog/kudi-poyihati-na-kemping-v-ukrayini>
17. Любіцева О.О. Методика розробки турів. – Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
18. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
19. Матриця БКГ / Вікіпедія – URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Матриця_БКГ#cite_note-1
20. Міжнародний досвід розвитку ринку гостинності у форматі кемпінг-послуг та його значення для України – URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/10.pdf
21. Міжнародний туризм та covid-19 – URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>
22. Мостепаненко Д.О., Єрко І.В. Кемпінги в Україні – URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/18704/3/kempinh.pdf>
23. Новикова В.І., Фролова К.В. Класифікація засобів розміщення та їх використання у туристській діяльності // Збірник тез Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції "Актуальні проблеми розвитку підприємств в умовах нестабільної економіки" (м. Кіровоград, 15 грудня 2015 р.). Кіровоград: КОД, 2015. С.120-122.

24. Пацюк В.С., Казаков В.Л. Досвід організації подорожей Україною у форматі кемпінгових турів // Туризм у XXI столітті: виклики та реагування [Матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. – К.,2020. – С.103-106.

25. Римар Ю. Кемпінгова інфраструктура в контексті сталого розвитку / Ю. Римар // Сталий розвиток – стан та перспективи : матеріали міжнародного наукового симпозиуму SDEV'2018, Львів-Славське, Україна, 28 лютого-3 березня 2018 року. – Львів : Панорама, 2018. – С. 328-330.

26. Розетка – інтернет-магазин – URL: <https://rozetka.com.ua/ua/>

27. Рубикон-Актив *Сторінка в соцмережі* – URL: <https://www.facebook.com/groups/723446588044439>

28. Система інтернет-бронювання booking.com – URL: <https://www.booking.com/index.ru.html>

29. Солонина Є. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? – URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>

30. Структуризация услуг кемпингов для автотуристов в АР Крым / А.В. Вершицкий, Е.Р. Вершицкая // Культура народов Причерноморья. – 2011. – № 197, Т. 1. – С. 43-45.

31. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. – Монографія К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463 с.

32. Туристична компанія «Тур фірма Меридіан». *Сторінка в соцмережі* – URL: <https://www.facebook.com/-%D0%A2%D0%A3%D0%A0-%D0%A4%D0%86%D0%A0%D0%9C%D0%90-%D0%9C%D0%95%D0%A0%D0%98%D0%94%D0%86%D0%90%D0%9D-770691673033628>

33. Что такое кемпинг. О видах и особенностях / Спорт. Марафон – URL: <https://sport-marafon.ru/article/kemping/chto-takoe-kemping-o-vidakh-i-osobennostyakh/>

34. Ячнюк М. О. Караванінг як один із перспективних напрямів розвитку туризму / М. О. Ячнюк // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки. - 2012. - № 18. - С. 175-178. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnug_2012_18_32

35. «48 параллель» Клуб активного отдыха: экскурсии, походы, сплавы, погружения Сторінка в соцмережі – URL:
<https://www.facebook.com/groups/2125971574300072>

36. Campsite / Graph Search – URL:
<https://graphsearch.epfl.ch/concept/228043/Campsite>

37. Edward Brooker, Marion Joppe. Trends in camping and outdoor hospitality — An international review. Journal of Outdoor Recreation and Tourism 3-4. - 2013. - P. 1-6.

38. Exploitation d'un terrain de camping – URL:
<https://www.ardennes.cci.fr/pdf/tourisme/2a-exploitation-camping.pdf>

39. Vidal-Abarca C., Rodríguez R., Wolf O., Wojczuk K., Castella T., Tewson J. Revision of European Ecolabel Criteria for Tourist Accommodation and Camp Site Services. Final criteria proposal; EUR 28127 EN; doi:10.2791/30096

ДОДАТКИ

Додаток А

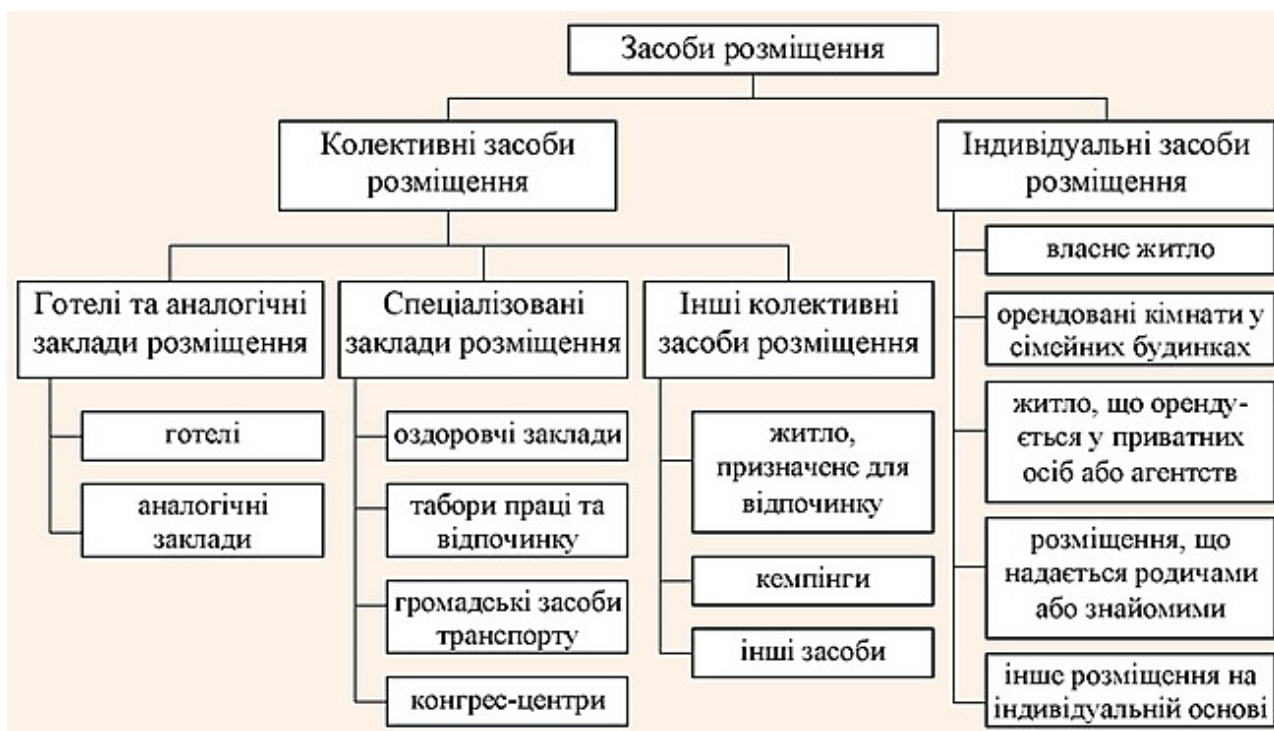


Рис. А.1. Класифікація засобів розміщення (за рекомендаціями ЮНВТО) [23]

Порівняльний аналіз цінової політики закладів Херсонщини та закордонних закладів розміщення (здійснено автором)

Фільтри, які використовувалися при пошуку розміщення

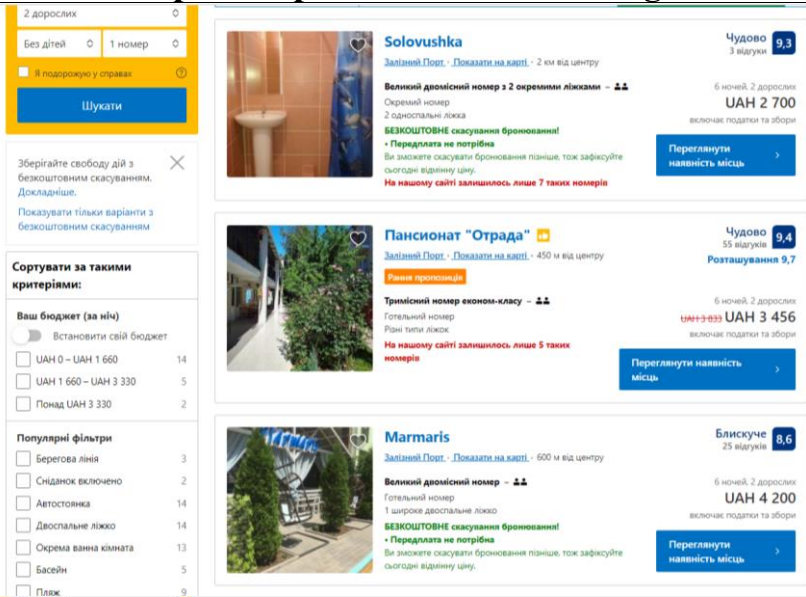
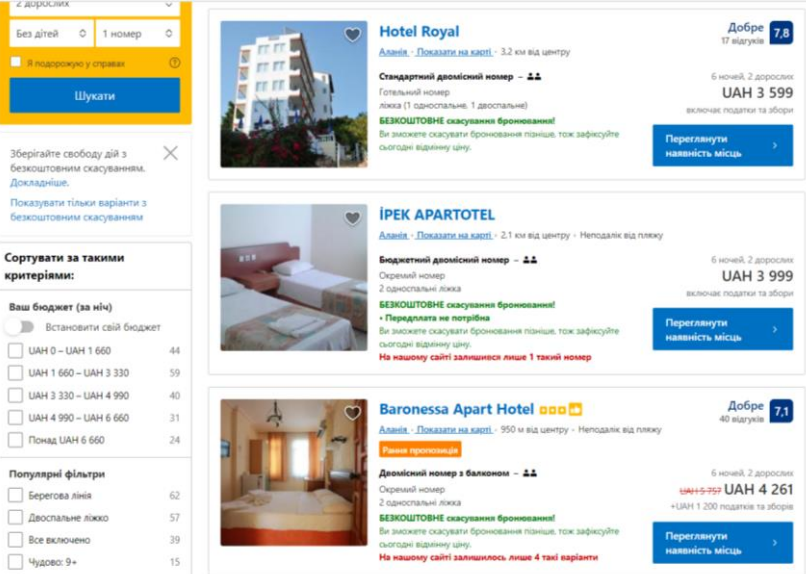
Дати – 1-7 липня (6 ночей)

Кількість осіб – 2 дорослих

Тип житла – готелі, курортні готелі, бази відпочинку

Зручності – власна ванна кімната

Можливість безкоштовного скасування бронювання

Країна	Курорт	Варіанти розміщення в booking.com
Україна	Залізний Порт	
Туреччина	Аланья	

<p>Болгарія</p>	<p>Бургас</p>	<p>2 дорослих</p> <p>Без дітей 1 номер</p> <p>Я подорожую у справах</p> <p>Шукати</p> <p>Зберігайте свободу дій з безкоштовним скасуванням. Докладніше. Показувати тільки варіанти з безкоштовним скасуванням</p> <p>Сортувати за такими критеріями:</p> <p>Ваш бюджет (за ніч)</p> <p>Встановити свій бюджет</p> <ul style="list-style-type: none"> Ціан 0 – Ціан 1 690 46 Ціан 1 690 – Ціан 3 380 22 Ціан 3 380 – Ціан 5 080 9 Ціан 5 080 – Ціан 6 770 3 Понад Ціан 6 770 1 <p>Популярні фільтри</p> <ul style="list-style-type: none"> Сніданок включено 19 Чудово: 9+ 15 Автостоянка 47 	<p>Наші рекомендації Приватні помешкання й апартаменти повністю Ціна (спершу найнижча)</p> <div data-bbox="845 197 1452 376"> <p>Къща, пред хълма зад плажа до правият път</p> <p>Sarafovo, Бургас - Показати на карті - 9 км від центру - Берегова лінія</p> <p>Берегова лінія</p> <p>Двомісний номер із балконом та видом на море - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>1 широке двоспальне ліжко</p> <p>Ціна: UAH 2 533 (включає податки та збори)</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div> <div data-bbox="845 398 1452 577"> <p>Hotel Varly Bryag ★★</p> <p>Бургас - Показати на карті - 7 км від центру</p> <p>Бюджетний номер з двома окремими ліжками - Оцінка за відгуками 6,4 (61 відгук)</p> <p>2 односпальні ліжка</p> <p>Ціна: UAH 2 807 (включає податки та збори)</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div> <div data-bbox="845 600 1452 757"> <p>House bedroom 2</p> <p>Burgas Center, Бургас - Показати на карті - 350 м від центру</p> <p>Берегова лінія</p> <p>Близькуче 8,8 (8 відгуків)</p> <p>Двомісний номер з 2 двоспальними ліжками - Розташування 9,4</p> <p>4 двоюрні ліжка</p> <p>Ціна: UAH 3 119 (включає податки та збори)</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div>
<p>Кіпр</p>	<p>Ларнака</p>	<p>Без дітей 1 номер</p> <p>Я подорожую у справах</p> <p>Шукати</p> <p>Зберігайте свободу дій з безкоштовним скасуванням. Докладніше. Показувати тільки варіанти з безкоштовним скасуванням</p> <p>Сортувати за такими критеріями:</p> <p>Ваш бюджет (за ніч)</p> <p>Встановити свій бюджет</p> <ul style="list-style-type: none"> Ціан 0 – Ціан 1 690 19 Ціан 1 690 – Ціан 3 380 48 Ціан 3 380 – Ціан 5 080 33 Ціан 5 080 – Ціан 6 770 20 Понад Ціан 6 770 15 <p>Популярні фільтри</p> <ul style="list-style-type: none"> Сніданок включено 34 Безкоштовне скасування бронювання 69 	<div data-bbox="845 779 1452 981"> <p>Independent Bedroom with private wc+ shower Чудово 9,0 (3 відгуки)</p> <p>Ларнака - Показати на карті - 3,9 км від центру</p> <p>Двомісний номер - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>1 широке двоспальне ліжко</p> <p>Ціна: UAH 4 575 (+Ціан 678 податків та зборів)</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div> <div data-bbox="845 1003 1452 1205"> <p>Alkaeos Holiday Rooms & Apartments Чудово 9,1 (71 відгук)</p> <p>Ларнака - Показати на карті - 1,4 км від центру - Неподальк від пляжу</p> <p>За 1,4 км від пляжу</p> <p>Стандартний номер Твін зі спільною ванною кімнатою - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>2 односпальні ліжка</p> <p>Ціна: UAH 6 085 (+Ціан 1 017 податків та зборів)</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div> <div data-bbox="845 1227 1452 1344"> <p>Past or Trail 2 Близькуче 8,6 (14 відгуків)</p> <p>Larnaca City Centre, Ларнака - Показати на карті - 450 м від центру</p> <p>Неподальк від пляжу</p> <p>Розташування 9,3</p> <p>За 600 м від пляжу</p> <p>Великий двомісний номер - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>1 двоспальне ліжко</p> <p>Ціна: UAH 6 100 (включає податки та збори)</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> </div>
<p>Грузія</p>	<p>Батумі</p>	<p>Без дітей 1 номер</p> <p>Я подорожую у справах</p> <p>Шукати</p> <p>Зберігайте свободу дій з безкоштовним скасуванням. Докладніше. Показувати тільки варіанти з безкоштовним скасуванням</p> <p>Сортувати за такими критеріями:</p> <p>Ваш бюджет (за ніч)</p> <p>Встановити свій бюджет</p> <ul style="list-style-type: none"> Ціан 0 – Ціан 1 690 128 Ціан 1 690 – Ціан 3 380 64 Ціан 3 380 – Ціан 5 080 31 Ціан 5 080 – Ціан 6 770 12 Понад Ціан 6 770 10 <p>Популярні фільтри</p> <ul style="list-style-type: none"> Сніданок включено 55 Берегова лінія 86 Безкоштовне скасування бронювання 158 Вид на море 92 Пляж 104 	<div data-bbox="845 1361 1452 1585"> <p>Sunny Apartment in Orbi Plaza with Sea view Відмінно 9,6 (5 відгуків)</p> <p>New Boulevard, Батумі - Показати на карті - 3 км від центру</p> <p>Берегова лінія</p> <p>Розташування 9,5</p> <p>Апартаменти з балконом - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>Апартаменти повністю • 1 спальня • 1 ванна кімната • 33л^т ліжка (1 диван-ліжко, 1 широке двоспальне)</p> <p>Ціна: UAH 1 942 (+Ціан 338 податків та зборів)</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання! Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилося всього 1 варіант за такою ціною</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div> <div data-bbox="845 1608 1452 1832"> <p>Capsule hotel Lion</p> <p>Батумі - Показати на карті - 850 м від центру - Неподальк від пляжу</p> <p>За 1,3 км від пляжу</p> <p>Двомісний номер із власною ванною кімнатою - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>1 двоспальне ліжко</p> <p>Ціна: UAH 2 538 (включає податки та збори)</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>Передплата не потрібна</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилося всього 1 варіант за такою ціною</p> <p>Переглянути наявність місць</p> </div> <div data-bbox="845 1854 1452 1964"> <p>Maxim Mini Hotel ★★ Дуже добре 8,5 (96 відгуків)</p> <p>Батумі - Показати на карті - 850 м від центру</p> <p>Неподальк від пляжу</p> <p>Розташування 9,3</p> <p>За 1,2 км від пляжу</p> <p>Номер Твін з душем - 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>ліжка (1 односпальне, 1 двоспальне)</p> <p>Ціна: UAH 2 538</p> </div>

<p>Україна</p>	<p>Генічеськ</p>	<p>Без дітей 1 номер</p> <p>Я подорожую у справах</p> <p>Шукати</p> <p>Зберігайте свободу дій з безкоштовним скасуванням. Докладніше. Показувати тільки варіанти з безкоштовним скасуванням</p> <p>Сортувати за такими критеріями:</p> <p>Ваш бюджет (за ніч)</p> <p>Встановити свій бюджет</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 0 – ЦАН 1 690 25</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 1 690 – ЦАН 3 380 9</p> <p><input type="checkbox"/> Понад ЦАН 3 380 1</p> <p>Популярні фільтри</p> <p><input type="checkbox"/> Берегова лінія 12</p> <p><input type="checkbox"/> Окrema ванна кімната 17</p> <p><input type="checkbox"/> Кухня/міні-кухня 14</p> <p><input type="checkbox"/> Кондиціонер 23</p> <p><input type="checkbox"/> Безкоштовне скасування бронювання 24</p> <p><input type="checkbox"/> Базилік 14</p>	<p>Мини-пансионат «Камелія»</p> <p>Генічеськ · Показати на карті · 450 м від центру</p> <p>Бюджетний номер з двома окремими ліжками – 2 односпальні ліжка</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>• Передплата не потрібна</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилося всього 2 варіанти за такою ціною</p> <p>Відмінно 9,8 5 відгуків</p> <p>Розташування 9,5 6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 1 920 включає податки та збори</p> <p>Переглянути наявність місць</p> <hr/> <p>Hotel Nariman ★★</p> <p>Генічеськ · Показати на карті · 600 м від центру · Берегова лінія</p> <p>Берегова лінія</p> <p>Дуже добре 8,1 112 відгуків</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 4 170 включає податки та збори</p> <p>Переглянути наявність місць</p> <hr/> <p>Gostynyi dvorik Nikol</p> <p>Генічеськ · Показати на карті · 1 км від центру</p> <p>Бюджетний номер з двома окремими ліжками – 1 доросле ліжко</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>• Передплата не потрібна</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилося всього 1 варіант за такою ціною</p> <p>Чудово 9,0 19 відгуків</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 4 260 включає податки та збори</p> <p>Переглянути наявність місць</p>
<p>Україна</p>	<p>Щасливцеве</p>	<p>Дата заїзду: четвер, 1 липня 2021</p> <p>Дата виїзду: середа, 7 липня 2021</p> <p>Термін перебування: 6 ночей</p> <p>2 дорослих</p> <p>Без дітей 1 номер</p> <p>Я подорожую у справах</p> <p>Шукати</p> <p>Сортувати за такими критеріями:</p> <p>Ваш бюджет (за ніч)</p> <p>Встановити свій бюджет</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 300</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 7 000+</p> <p>Популярні фільтри</p> <p><input type="checkbox"/> Берегова лінія 12</p> <p><input type="checkbox"/> Сніданок включено 2</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Безкоштовне скасування бронювання</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Окrema ванна кімната 9</p>	<p>гостевой дом ул.Мира 93</p> <p>Щасливцеве · Показати на карті · 100 м від центру</p> <p>Семейні напівлюкс – 1 ліжка (2 односпальні, 1 доросла)</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>• Передплата не потрібна</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилося лише 1 такий номер</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 3 900 включає податки та збори</p> <p>Переглянути наявність місць</p> <hr/> <p>КОКС</p> <p>Щасливцеве · Показати на карті · 3 км від центру</p> <p>Триімний номер з балконом – 1 ліжка (1 односпальне, 1 доросла)</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>• Передплата не потрібна</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>Чудово 9,4 17 відгуків</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 5 400 включає податки та збори</p> <p>Переглянути наявність місць</p> <hr/> <p>Отель Парадиз ★★</p> <p>Щасливцеве · Показати на карті · 1,1 км від центру</p> <p>Двомісний номер Делюкс з балконом – 1 особливе широке доросле ліжко</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилось лише 4 такі номери</p> <p>Блискуче 8,8 122 відгуків</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 5 700 включає податки та збори</p> <p>Переглянути наявність місць</p>
<p>Єгипет</p>	<p>Хургада</p>	<p>Без дітей 1 номер</p> <p>Я подорожую у справах</p> <p>Шукати</p> <p>Зберігайте свободу дій з безкоштовним скасуванням. Докладніше. Показувати тільки варіанти з безкоштовним скасуванням</p> <p>Сортувати за такими критеріями:</p> <p>Ваш бюджет (за ніч)</p> <p>Встановити свій бюджет</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 0 – ЦАН 1 690 51</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 1 690 – ЦАН 3 380 68</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 3 380 – ЦАН 5 080 58</p> <p><input type="checkbox"/> ЦАН 5 080 – ЦАН 6 770 38</p> <p><input type="checkbox"/> Понад ЦАН 6 770 35</p> <p>Популярні фільтри</p> <p><input type="checkbox"/> Все включено 66</p> <p><input type="checkbox"/> Берегова лінія 72</p> <p><input type="checkbox"/> Чудово: 9+ 24</p> <p><input type="checkbox"/> Безкоштовне скасування бронювання 122</p>	<p>Charbel ★★</p> <p>Хургада · Показати на карті · 6 км від центру</p> <p>Неподалік від пляжу</p> <p>За 400 м від пляжу</p> <p>Номер-студіо з двома спальними ліжками розміру "queen-size" – 1 широке доросле ліжко</p> <p>БЕЗКОШТОВНЕ скасування бронювання!</p> <p>• Передплата не потрібна</p> <p>Ви зможете скасувати бронювання пізніше, тож зафіксуйте сьогодні відмінну ціну.</p> <p>На нашому сайті залишилося всього 3 варіанти за такою ціною</p> <p>Дуже добре 8,0 216 відгуків</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 3 017 Може стягуватися додаткова плата</p> <p>Переглянути наявність місць</p> <hr/> <p>غرفة فندقية</p> <p>Al Mamsha El Seyah, Хургада · Показати на карті · 7 км від центру</p> <p>Неподалік від пляжу</p> <p>За 650 м від пляжу</p> <p>Намет – 1 ліжка (2 односпальні, 1 диван-ліжко)</p> <p>На нашому сайті залишилося всього 1 варіант за такою ціною</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 3 017 Може стягуватися додаткова плата</p> <p>Переглянути наявність місць</p> <hr/> <p>Canary Hotel</p> <p>Хургада · Показати на карті · 1,9 км від центру</p> <p>Неподалік від пляжу</p> <p>За 1,1 км від пляжу</p> <p>Сніданок включено</p> <p>Двомісний номер із власною ванною кімнатою – 2 односпальні ліжка</p> <p>Дуже добре 8,2 308 відгуків</p> <p>6 ночей, 2 дорослих</p> <p>UAH 3 269 Може стягуватися додаткова плата</p>

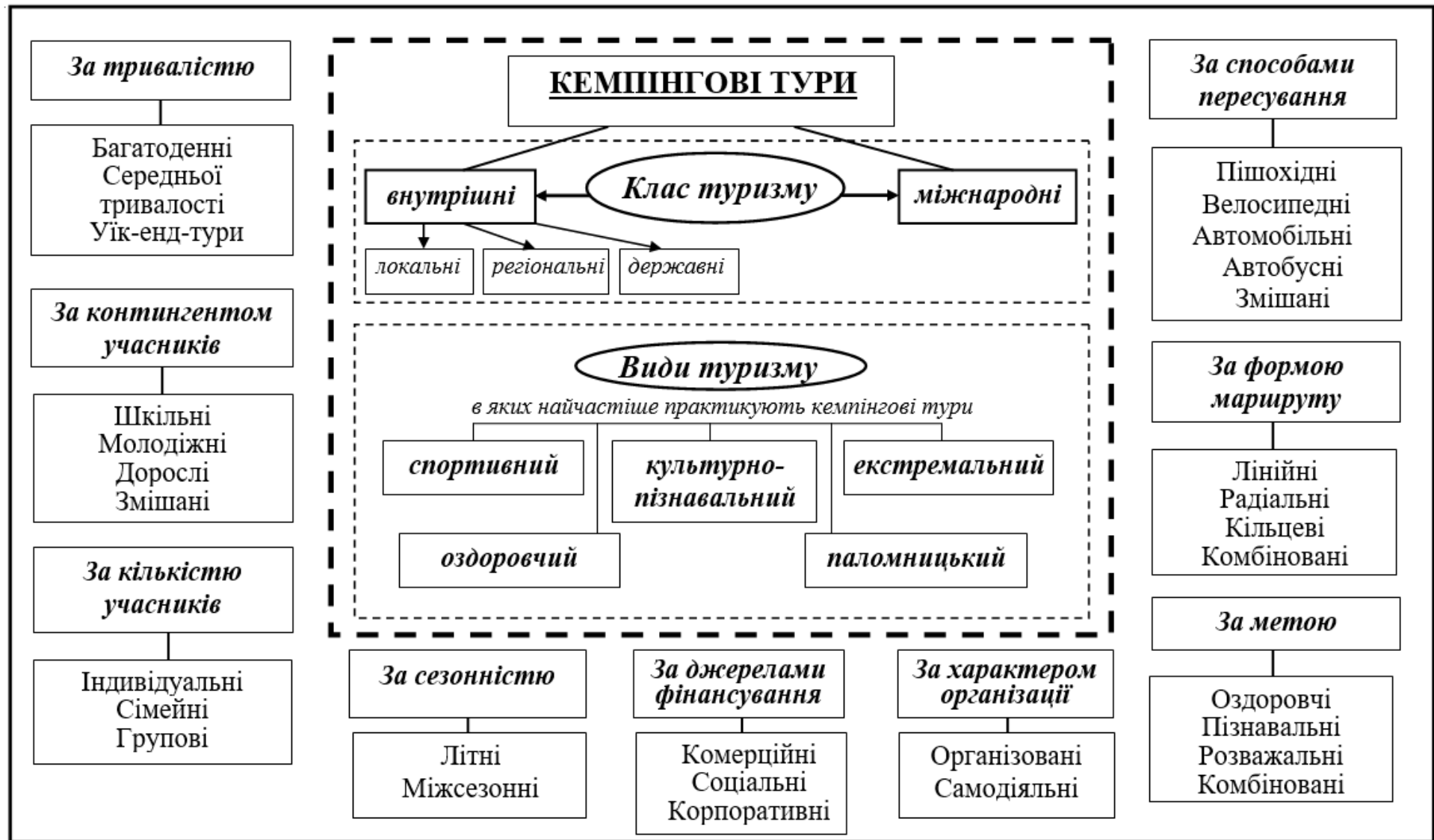


Рис. В.1. Кемпінгові тури у структурі туризму
(розроблено автором)

Програма авторського дводенного туру
«Сонячна Таврія: від пустелі до моря»
(розроблено автором)

Етапи туру	Орієнтовний графік	Кілометраж, км
Виїзд		
Збір групи. Посадка в автобус	22.45-23.00	
Виїзд на маршрут	23.00	
Переїзд Кривий Ріг – с. Мар'янське	23.00-00.45	64
I день		
Санітарна зупинка в с. Мар'янське	00.45-01.00	
Переїзд с. Мар'янське – с. Козацьке	01.00-03.35	104
Санітарна зупинка в с. Козацьке	03.35-03.50	
Переїзд с. Козацьке – с. Раденське	03.50.-05.00	67,2
Зустріч сходу Сонця на піщаній Козачо-Лагерській арені та фотосесія	05.00-07.00	
Сніданок (особистий тортмолок) та відпочинок	07.00-08.00	
Екскурсія екологічною стежкою НПП «Олешківські піски»	08.00-10.00	
Переїзд до історико-розважального комплексу «Зелені хутори Таврії»	10.00-10.50	31,5
Екскурсія територією комплексу	11.00-12.30	
Обід	12.30-13.30	
Вільний час в комплексі / майстер-класи	13.30-14.30	
Переїзд до міста Гола Пристань	14.30-15.00	24,7
Прогулянка набережною м. Гола Пристань	15.00-15.45	
Переїзд до кемпінгу курорту Залізний Порт	15.45-16.30	70

Облаштування наметового містечка	16.30-17.15
Вільний час	17.15-18.30
Вечеря (за бажанням)	18.30-19.30
Вільний час	з 19.30

II день

Сніданок	8.00-9.00	
Відпочинок на березі моря	9.00-14.00	
Обід	14.00-15.00	
Збір наметового містечка	15.00-15.30	
Збір та виїзд на зворотній шлях	15.30-15.45	
Переїзд Залізний Порт – с. Козацьке	15.45-17.40	149
Санітарна зупинка в с. Козацьке	17.40-18.00	
Переїзд с. Козацьке - с. Мар'янське	18.00-21.00	104
Санітарна зупинка в с. Мар'янське	21.00-21.15	
Переїзд с. Мар'янське – Кривий Ріг	21.15-22.30	64
Прибуття в м. Кривий Ріг	22.30	
Разом	47 годин 30 хв.	678,4 км

*в залежності від часу світанку, час виїзду буде коригуватися

**Калькуляція дводенного туру
«Сонячна Таврія: від пустелі до моря»
у 2020 році
(для групи 17 дорослих)**

<i>Стаття витрат</i>	<i>Ціна</i>	<i>Вартість для групи, грн.</i>
Витрати на групу		
Транспортні послуги	11 грн./км (морський напрям)	7500
Послуги супроводжуючого гіда	1200 грн./1 день	2400
Паркування в кемпінгу	100 грн./1 транспортний засіб.	100
Амортизація туристичного спорядження	800 грн.	800
<i>Загалом групові витрати</i>		<i>10800</i>
Індивідуальні витрати		
Вхідні квитки до НПП «Олешківські піски»	41,6 грн./доросл. 20,8 грн./дит.	707,2
Екскурсія до ІРК «Зелені Хутори Таврії»	100 грн./1 доросл. 80 грн./дит.	1700
Обід на території ІРК «Зелені Хутори Таврії»	110 грн./доросл. 90 грн./дит.	18700
Страховання	2,8 грн з особи/день 8,4 грн/3 дні (виїзд о 23.00)	47,6.
Місце в кемпінгу	30 грн./1 ос	510
<i>Індивідуальні витрати на 1 особу</i>		<i>4930</i>
	-дорослий - дитячий	290 грн. 229,2 грн.
Собівартість туру (для групи 17 осіб)		15730
на 1 особу		925,3
Прибуток туристичної фірми		3700
Податки	5%	(15730+3700)*0,05=971,5
ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ ТУРУ		20401,5
Вартість на 1 особу		1200,1

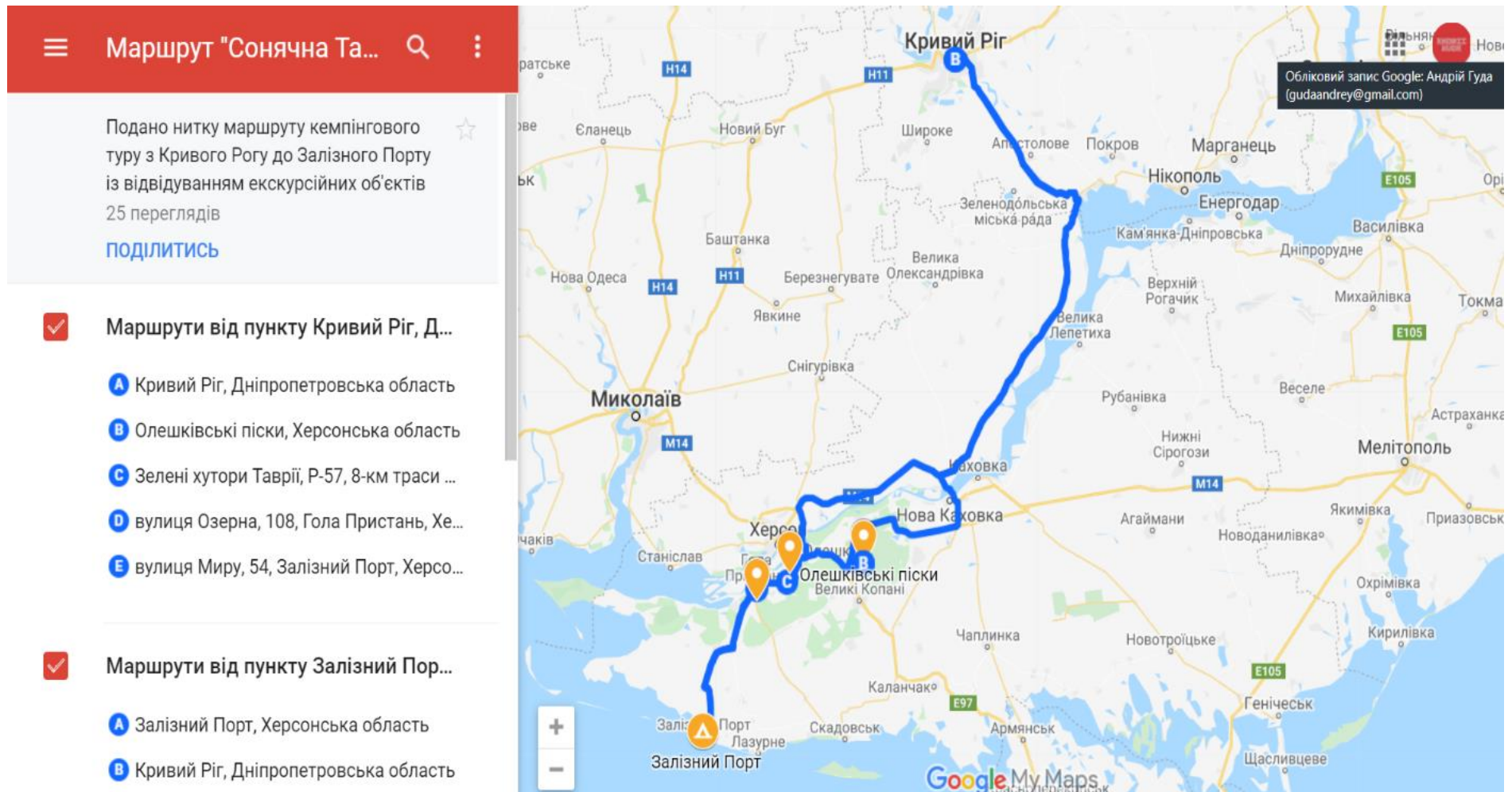
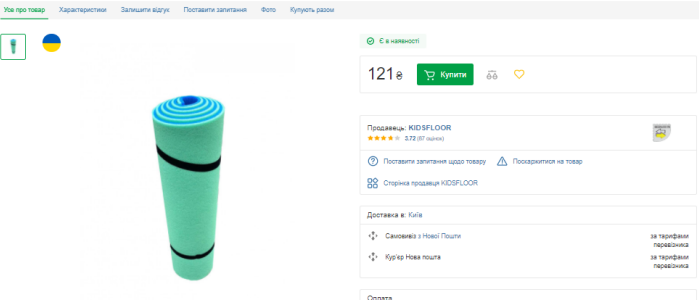
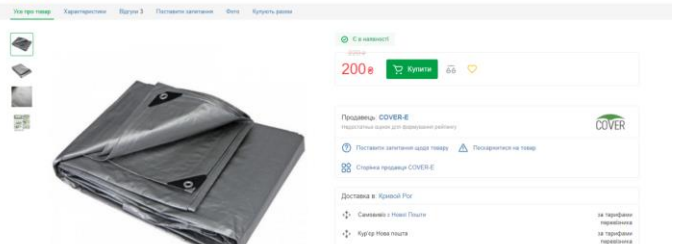
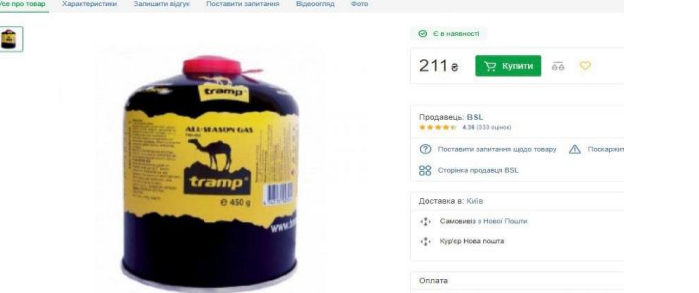
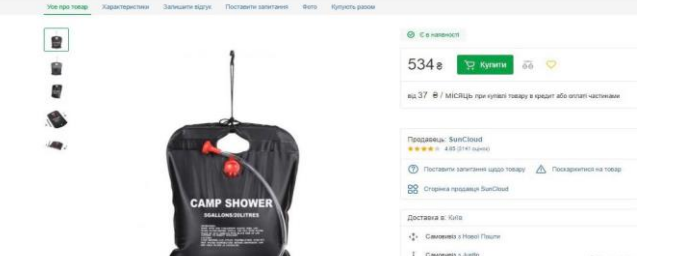
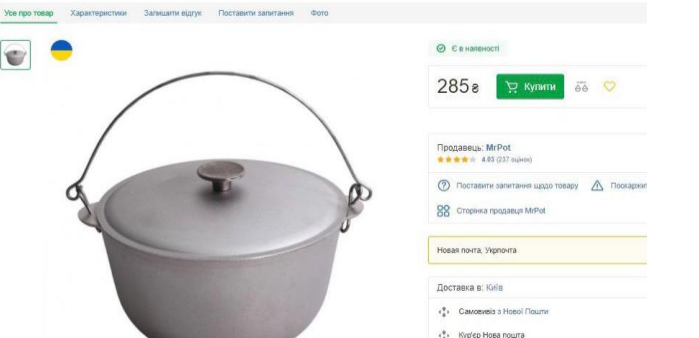


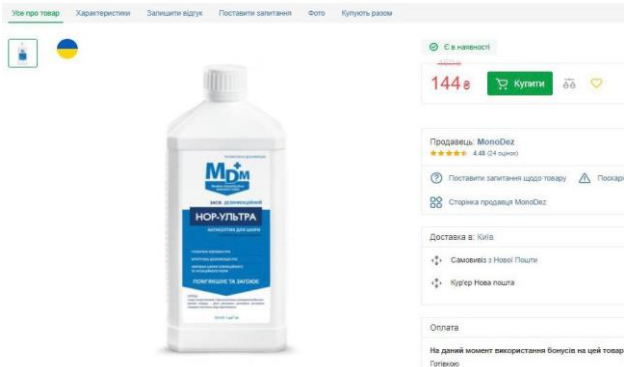
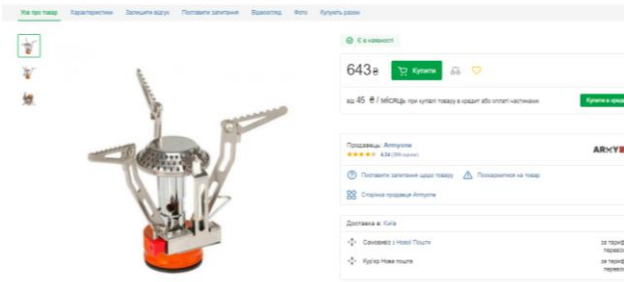
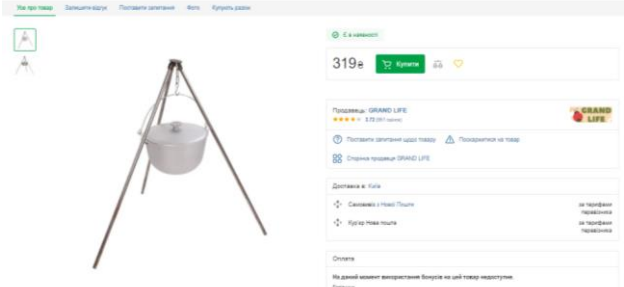
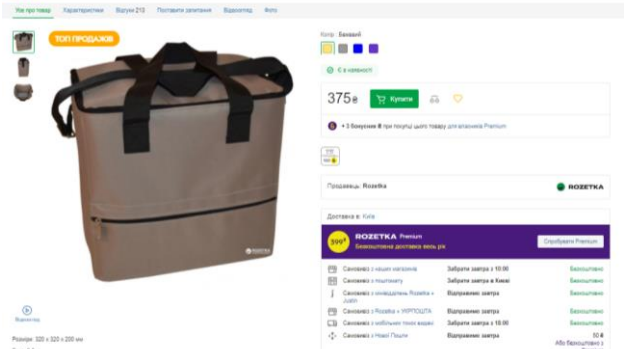
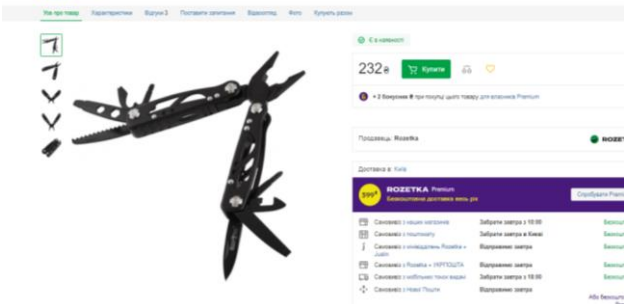
Рис. Е.1. Схема авторського туру «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»

<https://www.google.com/maps/d/u/2/edit?mid=1mjEu7wR6TDkQgqP2g2DOLC0DfUPYyWk9&ll=47.19340065687624%2C32.90479230925777&z=7>

Таблиця Ж1. Інвентар, який необхідно закупити для організації кемпінгових турів (здійснено автором за [26])

Туристичне спорядження	Опис спорядження та вартість	Необхідна кількість	Необхідна сума для закупівлі, грн.
Палатка 2-місна	<p>Намет Redcliffs на 2 особи</p> <p>Основна інформація Характеристики Наявність товару в магазинах Написати відгук про товар</p> <p>АКЦІЯ 20%</p> <p>В наявності</p> <p>±692 -326.40 грн</p> <p>1 305.60 грн/шт.</p> <p>КУПИТИ У бажання</p> <p>Ваш магазин: Тернопіль, вул. Текстильна, 28-Ч</p> <p>Самовивіз недоступний</p> <p>Вибрати в інших магазинах</p> <p>Кур'єром (Тернопіль) від 110 грн відправляємо 15.02</p>	7	9139,2
Палатка 3-місна	<p>Намет 3-місний Penguin Scout Green (PNG 132)</p> <p>Усе про товар Характеристики Записати відгук Поставити запитання Фото</p> <p>С в наявності</p> <p>3 164 ₴ КУПИТИ</p> <p>Продавець: PF кріп</p> <p>★★★★★ 3.85 (81 оцінка)</p> <p>Поставити запитання щодо товару Показати</p> <p>Сторінка продавця PF кріп</p> <p>Доставка в: Київ</p> <p>Самовивіз з Нової Пошти</p> <p>Кур'єр Нова пошта</p> <p>Оплата</p> <p>На даний момент використання бонусів на цей товар недоступно</p>	2	6328
Спальний мішок літній	<p>Спальний мішок STENSON 210 x 75 см от 10оС до +15оС (R17787) Темно-синий</p> <p>Усе про товар Характеристики Записати відгук Поставити запитання Фото</p> <p>С в наявності</p> <p>378 ₴ КУПИТИ</p> <p>Продавець: MIRON</p> <p>★★★★★ 3.78 (61 оцінка)</p> <p>Поставити запитання щодо товару Пошукати на товар</p> <p>Сторінка продавця MIRON</p> <p>Доставка в: Кривий Ріг</p> <p>Самовивіз з Нової Пошти</p> <p>Кур'єр Нова пошта</p>	14	6426
Спальний мішок демісезонний	<p>Спальний мішок Tent and Bag Blanket Comfort 300 Dark Grey (80714)</p> <p>★★★★★ 7 відгуків</p> <p>Усе про товар Характеристики Відгуки 7 Поставити запитання Фото Купувати разом</p> <p>ТОП ПРОДАЖІВ</p> <p>С в наявності</p> <p>559 ₴ КУПИТИ</p> <p>від 32 ₴ / MIRON при купівлі товару в кредит або оплаті частями</p> <p>+ 6 бонусних ₴ при покупці цього товару для власників Репліки</p> <p>Продавець: Rozetka</p> <p>Доставка в: Кривий Ріг</p> <p>ROZETKA Premium</p>	6	3354

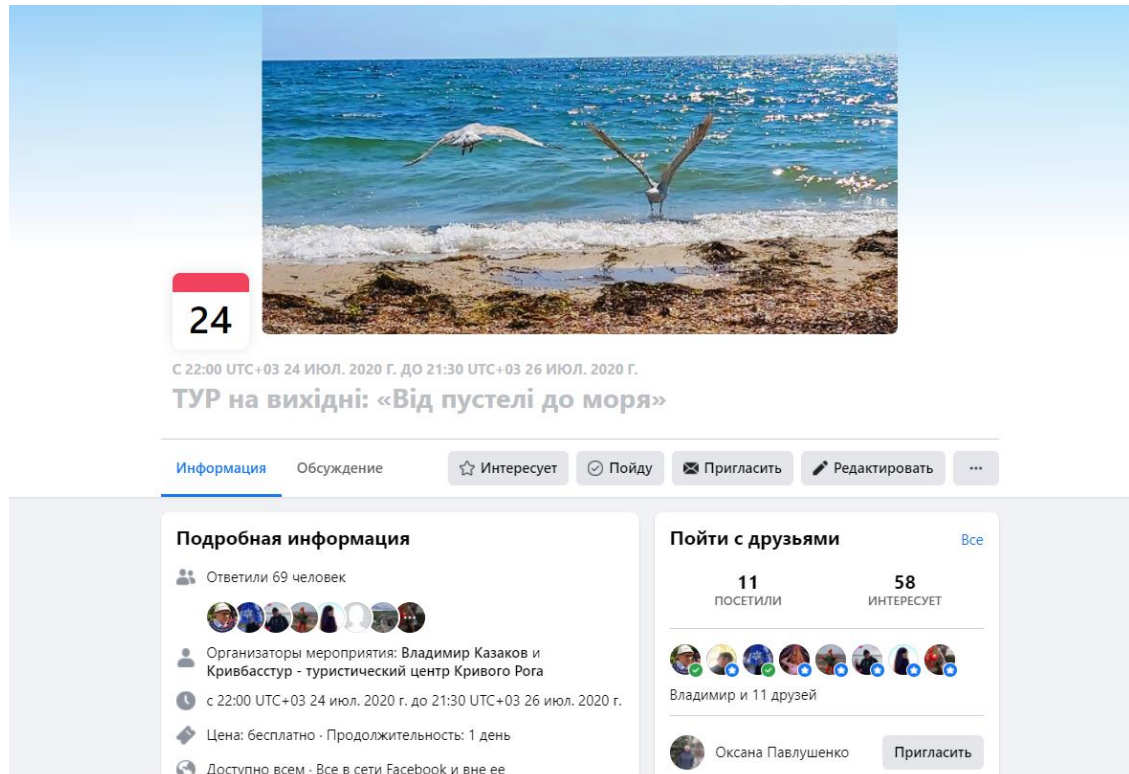
<p>Каремат туристичний</p>	<p>Каремат туристичний, синьо-зелений, т. 8 мм, розмір 60x180 см, виробник Україна, TERMOIZOL®</p> 	20	2420
<p>Тент від дощу та сонця</p>	<p>Тент водостійкий, шільний 2x3м(+5%) сонцезащитний, COVER 160 г/м2, універсальний, сріблястий (TS-16023)</p> 	2	400
<p>Газовий балон</p>	<p>Балон газовий Tramp 450 TRG-002 AE-371</p> 	2	422
<p>Портативний душ</p>	<p>Портативний переносний душ SUNROZ Camp Shower для дачі та кемпінгу 20 л</p> 	1	534
<p>Ємність для води</p>	<p>Казан похідний Біол 7л d28 см h19,8 см литий алюміній (K0700т)</p> 	2	570

<p>Антисептик</p>	<p>Антисептик для рук МДМ НОР-Ультра 1л</p> 	<p>2</p>	<p>288</p>
<p>Пальник туристичний</p>	<p>Пальник компактний з п'ятма еспідралом Tramp TRG-044</p> 	<p>2</p>	<p>1286</p>
<p>Тринога</p>	<p>Тринога для казана туристичного Біол А330 1 м</p> 	<p>2</p>	<p>638</p>
<p>Термосумка</p>	<p>Термосумка Champion 320 x 320 x 200 мм 20 л Бежева (A00261)</p> 	<p>1</p>	<p>375</p>
<p>РАЗОМ</p>	<p>Мультигал Grand Way 11 в 1 (3024)</p> 	<p>1</p>	<p>232</p>
<p>РАЗОМ</p>			<p>32 412</p>

Таблиця Ж2. Розрахунок рентабельності прокату туристичного спорядження

Туристичне спорядження	Закупівельна вартість, грн.	Вартість прокату на 1 ночівлю	Самоокупність (необхідна кількість ночей в турах, щоб повернути вартість спорядження)
Спальник літній	378	50	8
Спальник демісезонний	559	50	11
Каремат	121	25	5
Палатка 2-місна	1305	80	17
Палатка 3-місна	3164	100	32

Інформація про кемпінговий тур «Від пустелі до моря» у мережі Facebook



The image shows a screenshot of a Facebook event page. At the top, there is a large image of two seagulls on a beach with waves in the background. Below the image is a calendar icon with the number '24'. The event title is 'ТУР на вихідні: «Від пустелі до моря»'. The dates are 'с 22:00 UTC+03 24 ІЮЛ. 2020 Г. ДО 21:30 UTC+03 26 ІЮЛ. 2020 Г.'. Below the title, there are buttons for 'Інформація', 'Обсуждение', '☆ Интересует', '🕒 Пойду', '✉ Пригласить', '✎ Редактировать', and '⋮'. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Подробная информация' and contains: 'Ответили 69 человек' with a row of profile pictures; 'Организаторы мероприятия: Владимир Казаков и Кривбастур - туристический центр Кривого Рога'; 'с 22:00 UTC+03 24 июл. 2020 г. до 21:30 UTC+03 26 июл. 2020 г.'; 'Цена: бесплатно · Продолжительность: 1 день'; and 'Доступно всем · Все в сети Facebook и вне ее'. The right column is titled 'Пойти с друзьями' and shows '11 ПОСЕТИЛИ' and '58 ИНТЕРЕСУЕТ'. Below this, there is a row of profile pictures and the text 'Владимир и 11 друзей'. At the bottom of the right column, there is a profile picture of 'Оксана Павлушенко' and a 'Пригласить' button.

Детальна інформація за посиланням:

<https://www.facebook.com/events/2739949796276718/>

Інформація представлена на сайті Первинної організації профспілки ПАТ

«АрселорМіттал Кривий Ріг», щодо даної подорожі

<https://www.amkrprof.org.ua/actions/dlinnye-vykhodnye-bolshie-puteshestviya?fbclid=IwAR0gETaLcu4gjrRUVvbjidsXPUrpuBR3OD75fVqClkxNZ-QxQR7gWGyJE7s>

https://www.amkrprof.org.ua/actions/dlinnye-vykhodnye-bolshie-puteshestviya?fbclid=IwAR0gETaLcu4gjrRUVvbjidsXPUrpuBR3OD75fVqClkxNZ-QxQR7gWGyJE7s



ГОЛОВНА НОВИНИ - ДІЯЛЬНІСТЬ - МЕДІААРХІВ - ДОКУМЕНТИ ПРО НАС - ЗВОРТНІЙ ЗВ'ЯЗОК -

ДІЯЛЬНІСТЬ

28 серпня 2020 118 МОЛОДЬ, КУЛЬТУРА, СПОРТ

Длинные выходные – большие путешествия!

На минувших выходных состоялись четыре экскурсионные поездки, организованные для работников предприятия и членов их семей профсоюзным комитетом ПО ПМГУ ПАО «АрселорМіттал Кривий Ріг», в которых приняло участие в общей сложности около 160 человек.

Две экскурсии были проведены в рамках Клуба выходного дня. Одна из них включала в себя осмотр достопримечательностей Одессы, отдых у моря и посещение Белгорода-Днестровского. Во время второй туристы прогулялись по Умани и ландшафтному дендропарку «Софиевка».

Ещё две группы арселоровцев посетили туры активного отдыха. В туре под названием «Солнечная Таврия» любители путешествий побывали в Олешковских песках, на Зелёных хуторах, прошлись по набережной Голой Пристані и отдохнули на побережье Чёрного моря в Железном Порту, а тур на Кинбурнскую косу был всецело посвящен знакомству с этим уникальным заповедным местом.

«Вместе профинфо» опросила нескольких участников поездок о впечатлениях от насыщенного отдыха вдали от дома.



Денис Брик (КХП, инженер) отдыхал с семьёй в туре активного отдыха «Солнечная Таврия». Первый день тура был экскурсионным, после чего группа отправилась на море и там два дня арселоровцы отдыхали, купались и загорали, а вечером гуляли по набережной. Денис Брик отметил, что эмоцией от поездки – масса, всё понравилось, но особенно – Зелёные хутора Таврии: «Дочка прошла по всем доступным локациям. Там же был и обед. На Хуторах хотелось бы провести больше времени». Зелёные хутора – это развлекательный комплекс в этностиле. На его территории находится множество хуторов, где можно знакомиться с кузнечным и гончарным ремеслом, гутництвом, ткачеством, бисероплетением, валянием из шерсти, свечным делом, мыловарением, побывать на стрелковом и пушечном дворах, посетить конный двор и покататься на лошадях, порисовать, сделать оберег или куклу-мотанку, на казацком хуторе – узнать историю денег Украины и собственноручно выковать монету и многое другое.

ОГОЛОШЕННЯ

29 січня 2021

«Вместе профинфо» №03 – читайте в номере!

[Докладніше >](#)

31 грудня 2020

Основные итоги работы Первичной организации профсоюза металлургов и горняков Украины ПАО «АрселорМіттал Кривий Ріг» в 2020 году

[Докладніше >](#)

29 жовтня 2020

«Вместе профинфо» №40 – читайте в номере

[Докладніше >](#)

22 жовтня 2020

«Вместе профинфо» №39 – читайте в номере

[Докладніше >](#)

16 жовтня 2020

«Вместе профинфо» №38 – читайте в номере

[Докладніше >](#)

[Всі оголошення](#)



Архів новин

< Лютий 2021 >

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

Молодь. Культура.

Спорт

Події та заходи

Охорона праці

Правова допомога

Фото з кемпінгових турів «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»

Рис. К1. Туристи в Олешківських пісках



Рис. К2. Туристи під час екскурсії до Зелених Хуторів Таврії



Рис. К3. Туристи на набережній м. Гола Пристань



Рис. К4. Кемпінг «Примор'я» у Залізному Порті – місце для ночівлі туристів під час туру

Кемпінгові тури туристичних організацій м. Кривий Ріг

(систематизовано автором за [14, 15, 27, 35])


№	Назва туру	Об'єкти відвідування	Місце ночівлі	Організатори туру
1	«Сонячна Таврія: від пустелі до моря»	НПП «Олешківські піски», центр етнографічного та зеленого туризму «Зелені Хутори Таврії», оглядова екскурсія набережною м. Гола Пристань.	кемпінг «Примор'я» у Залізному Порті	Туристичний центр «Кривбастур»
2	«Херсонський уїк-енд»	Оглядова екскурсія містом Херсон, прогулянка катером або ботами херсонськими плавнями, ландшафтний заказник «Станіславський», катання на байдарках Дніпровсько-Бузьким лиманом.	Кемпінг у селі Станіслав	Туристичний центр «Кривбастур»
3	«Стародавня Таврія»	Заповідник «Кам'яна Могила», цілющі джерела с. Терпіння, місто Мелітополь, етнографічний музей «Кале», узбережжя Азовського моря.	кемпінг на Федотовій косі в с. Кирилівка	Туристичний центр «Кривбастур»
4	«Кінбурн»	Місто Очаків, радіальні прогулянки-екскурсії на мис Кінбурнської коси, Геродотів ліс, до Ягорлицької затоки.	кемпінг «Катран»	Туристичний центр «Кривбастур», Туристичний клуб «Рубікон»
5	«Українська Венеція»	Пішохідна прогулянка м. Вилкове, прогулянка на човнах по каналам, 0-й кілометр, старий порт, старообрядницька церква.	кемпінг в с. Приморське	Туристичний клуб «Рубікон»
6	«До острова Березань»	Національний історико-археологічний заповідник «Ольвія», острів Березань	кемпінг в с. Рибаківка	Туристичний клуб «Рубікон»
7	«Різноманітна Херсонщина»	Місто Херсон, Гола Пристань, купання в гарячому джерелі	кемпінг в Залізному Порті	Туристичний клуб «Рубікон»
8	«Буцький каньйон + Софіївський парк»	Буцький каньйон та Софіївський парк у Черкаській області.	Самоорганізований кемпінг поблизу каньйону	Туристичний клуб «Рубікон»
9	«Мигійські пороги»	Посплавляння на рафтах, катамаранах та скелелазіння	кемпінг «Протичанська скеля»	Туристичний клуб «Рубікон»
10	«Трикрати»	Актовський, Арбузинський та Петропавлівський каньйони	Самоорганізований кемпінг	Туристичний клуб «Рубікон»,

				Туристичний центр «Кривбастур»
11	«Токівські водоспади»	Токівські водоспади, Токівський гранітний кар'єр, каньйон р. Кам'янка	Самоорганізований кемпінг	Клуб активного відпочинку «48 паралель», Туристичний центр «Кривбастур»
12	«Замки України: спадщина Терещенко»	с. Стара Котельня, с. Андрушівка, м. Бердичів, с. Турчинівка, с. Червоне	кемпінг в с. Дениші	Клуб подорожей «Командор»
13	«Замки України: Житомирщина»	Замок «Радомисль», історичні пам'ятки Коростишева та Коростишівського каньйону, палац Н. Ф. Терещенко, чоловічий монастир в Тригир'ї, оглядова екскурсія Житомиром + Музей космонавтики, скелелазіння та сплави на байдарках річкою Тетерів, різноманітні майстер-класи	кемпінг в с. Дениші	Клуб подорожей «Командор»
14	«Моя невідома Донеччина»	Білокузьминівські крейдяні гори, екскурсія до соляної шахти у Соледарі, катання на САП-дошці підземними озерами Іванградського рудника	самоорганізований кемпінг поблизу старовинного Іванградського рудника	Туристичний центр «Кривбастур»
15	«Чорний ліс та Чорне озеро»	Чорний ліс та Чорне озеро у Кіровоградській області.	Самоорганізований кемпінг	Клуб активного відпочинку «48 паралель»
16	«Берегами річки Боковенька»	Урочище «Білі Кошари» та підвали колишнього однойменного хутора і виправно-трудового табору післявоєнних часів; Христофорівський водоспад; долина Боковеньки тощо.	Самоорганізований кемпінг	Клуб активного відпочинку «48 паралель»

**Подорожі в форматі кемпінгових турів
Туристичного центру «Кривбастур» в 2020 році**

№	Назва туру	Дати	Кількість учасників
		Червень	88
1	«Балка Кобильна та козацькі села», с. Шестірня. Відкриття турсезону	5-6.06.2020	32
2	«Трикрати»	20-21.06.2020	17
3	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	26-27.06.2020	20
4	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	27-28.06.2020	19
		Липень	147
5	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	4-5.07.2020	30
6	«Токівські водоспади»	4-5.0.2020	16
7	«Від пустелі до моря»/ «Сонячна Таврія»	11-12.07.2020	16
8	«Від пустелі до моря» «Сонячна Таврія»	18-19.07.2020	17
9	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	18-19.07.2020	34
10	«Від пустелі до моря» / «Сонячна Таврія»	24-26.07.2020	34
		Серпень	250
11	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	1-2.08.2020	17
12	«Стародавня Таврія», Кирилівка	7-9.08.2020	25
13	«Від пустелі до моря» / «Сонячна Таврія»	14-16.08.2020	49
14	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	14-16.08.2020	29
15	«Кінбурн»	21-24.08.2020	32
16	«Від пустелі до моря» / «Сонячна Таврія»	21-24.08.2020	42
17	«Моя невідома Донеччина»	22-24.08.2020	9
18	«Стародавня Таврія», Кирилівка	28-30.08.2020	20
19	«Херсонський уїк-енд: від річки до моря»	28-30.08.2020	27
		Вересень	51
20	«Херсонщина: від річки до моря»	4-6.09.2020	20
21	«Кінбурн»	10-13.09.2020	31
РАЗОМ			536

Вигляд анкети у Google-forms



Кемпінговий туризм

Шановні туристи!
Заповніть, будь ласка, питання анкети. Отримані дані будуть використані в процесі наукового дослідження щодо перспектив розвитку кемпінгових турів, а також задля покращення подальшої організації подорожей подібного формату!
Заздалегідь дякуємо за витрачений час та Ваші відповіді!

*** Обязательно**

Адрес электронной почты *

Ваш адрес эл. почты _____

1. Ваша стать: *

чоловіча

жіноча

2. Ваш вік

18-25 роки

26-35 років

36-45 років

46-60 років

понад 60 років

3. Як часто Ви подорожуєте:

- один раз на рік
- двічі на рік
- декілька разів за теплий сезон
- декілька разів за холодний сезон
- декілька разів на рік

4. Основним мотивом більшості Ваших подорожей є:

- відпочинок
- пізнання
- розваги
- нові знайомства
- інше

5. При виборі туристичної подорожі Ви в першу чергу орієнтуєтеся на:

- комфортність умов
- ціну
- надійність туристичного обслуговування
- кваліфікацію гіда
- насиченість екскурсійної програми
- Другое: _____

6. Під час групових подорожей, який розмір групи є для Вас оптимальним?

- до 10 осіб
- 10-20 осіб
- понад 20 осіб
- не принципово

7. Чи приймали Ви участь у кемпінгових турах, організованих туристичним центром "Кривбастур"

Якщо Ваш варіант "Так", дайте, будь ласка, відповідь на питання 8-13, якщо "Ні", то переходьте до питання 14

- так
- ні

8. В якому кемпінговому турі, організованому туристичним центром "Кривбастур", Ви брали участь

- "Кобильна Балка"
- "Стародавня Таврія" (Кам'яна Могила, Кирилівка)
- "Херсонський уїк-енд: від річки до моря" (Херсон, Станіславські кручі)
- "Сонячна Таврія: від пустелі до моря" (Олешківські піски, Зелені Хутори Таврії, Гола Пристань)
- Кінбурн

9. Ви подорожували

- самотійно
- з членами родини
- з друзями

10. Що Вас спонукало обрати дану подорож?

- вартість
- можливість відпочити біля водойми
- нестандартний формат відпочинку
- пошук нових знайомств
- екскурсійна програма туру
- можливість ночівлі в наметі
- Другое: _____

11. Оцініть, будь ласка, за шкалою від 1 до 5

	1	2	3	4	5
якість туристичного супроводу	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
насиченість екскурсійної програми	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
транспортне обслуговування	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
рівень кемпінгу	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
харчування, включене до основної програми туру	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
використання додаткових атракцій	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Які додаткові атракції Ви б рекомендували включити до кемпінгового туру?

- катання на водних плавзасобах (байдарки, рафти, каное)
- катання на квадроциклах
- спортивні атракції
- різноманітні майстер-класи
- скелелазіння
- Другое: _____

13. Що б Ви рекомендували покращити в організації кемпінгових турів

- якість туристичного супроводу
- транспортні засоби, що використовувалися для переїзду
- оновити туристичне спорядження
- включити харчування, приготоване на вогнищі до програми туру
- умови проживання в кемпінгу
- наситити екскурсійну програму
- включити анімаційну програму
- Другое: _____

14. Чи хотіли Ви б взяти участь в кемпінговому турі?

- так
- скоріше так
- скоріше ні
- ні

15. В якому кемпінговому турі Ви б хотіли прийняти участь у новому туристичному сезоні?

- "Стародавня Таврія" (Кам'яна Могила, Кирилівка)
- "Українські Мальдіви" (острів Джарилгач)
- "Херсонський уїк-енд: від річки до моря" (Херсон, Станіславські кручі)
- "Сонячна Таврія: від пустелі до моря" (Олешківські піски, Зелені Хутори Таврії, Гола Пристань)
- Кінбурн
- "Самарський ліс" (Троїцький собор у Новомосковську, Самарська пустинь, Мавринський майдан)
- "Трикрати" (Актовський, Арбузинський та Петропавлівський каньйони)
- Чумацький шлях (Асканія Нова, Рожеве озеро, Арабатська стрілка)
- Античне Причорномор'я (острів Березань, Ольвія, Рибаківка)
- Українська Венеція (Вилкове, Одеса)
- Бесарабські мандри (Білгород-Дністровський, Шабо)
- Корсунь-Шевченківський + Буцький каньйон

16. Вкажіть сферу Вашої діяльності

- державний службовець
- освіта, наука, культура
- медицина та медичне обслуговування
- працівник промислового підприємства
- підприємець
- студент
- безробітний
- пенсіонер
- інше

17. Ваша освіта

- вища
- неповна вища
- середня спеціальна
- середня

18. Який дохід на одного мешканця Вашої родини на місяць?

- до 5000 грн.
- 5000-8000 грн.
- 8000-12000 грн.
- 12000-15000 грн.
- понад 15000 грн.

Отправить мне копию ответов

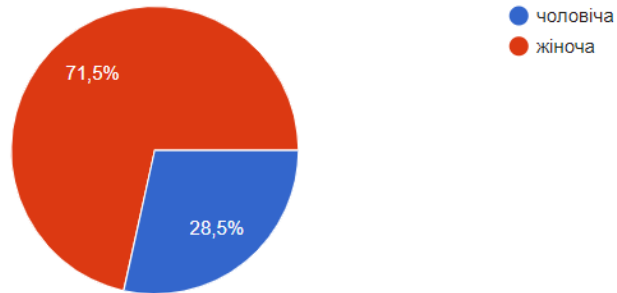
Отправить

Додаток О

Результати опитування щодо кемпінгового туризму (130 респондентів)

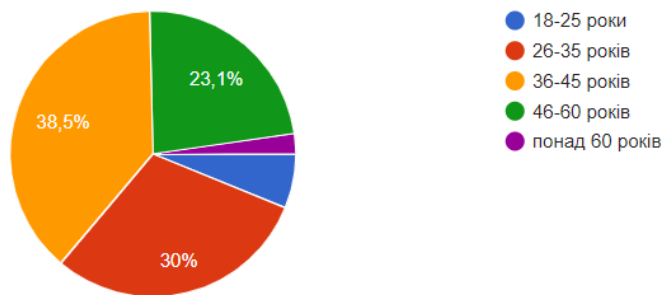
1. Ваша стать:

130 ответов



2. Ваш вік

130 ответов



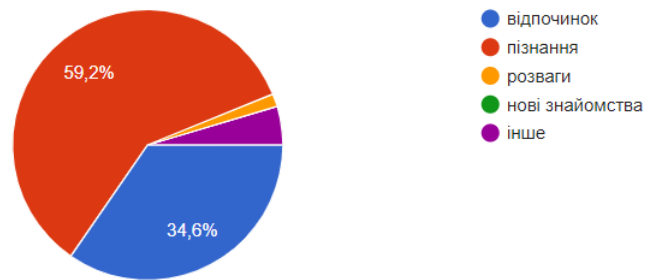
3. Як часто Ви подорожуєте:

130 ответов



4. Основним мотивом більшості Ваших подорожей є:

130 ответов



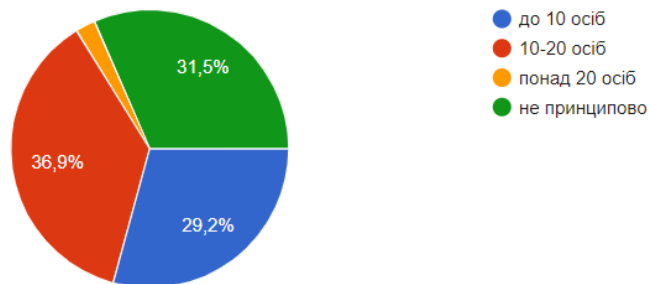
5. При виборі туристичної подорожі Ви в першу чергу орієнтуєтеся на:

127 ответов



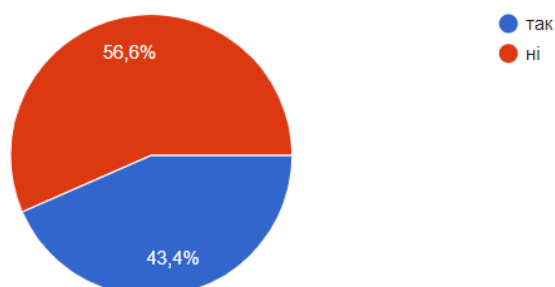
6. Під час групових подорожей, який розмір групи є для Вас оптимальним?

130 ответов



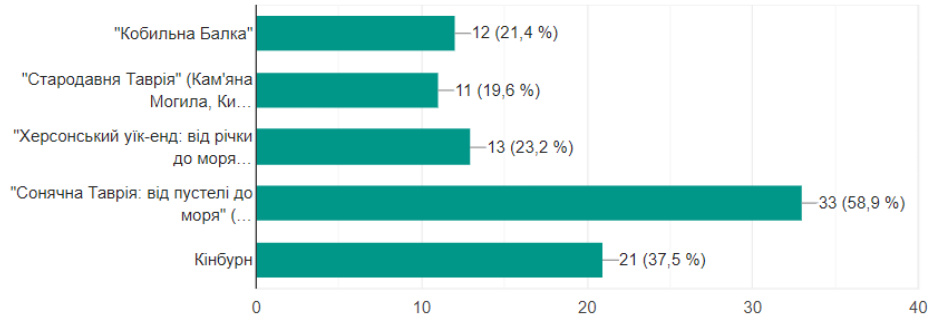
7. Чи приймали Ви участь у кемпінгових турах, організованих туристичним центром "Кривбастур"?

129 ответов



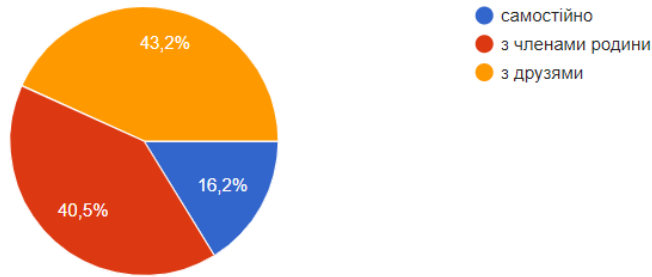
8. В якому кемпінговому турі, організованому туристичним центром "Кривбастур", Ви брали участь

56 ответов



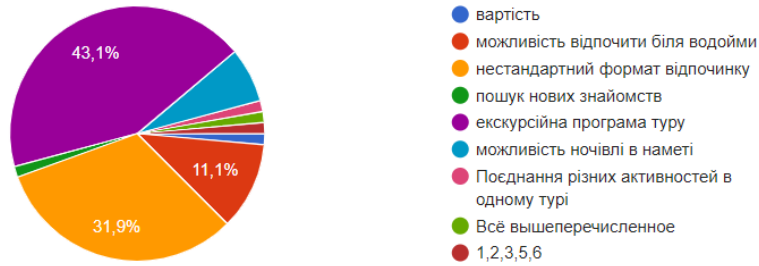
9. Ви подорожували

74 ответа

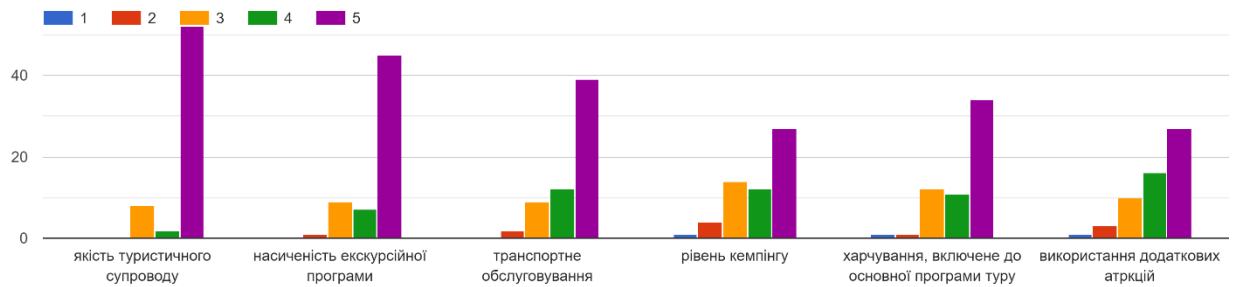


10. Що Вас спонукало обрати дану подорож?

72 ответа

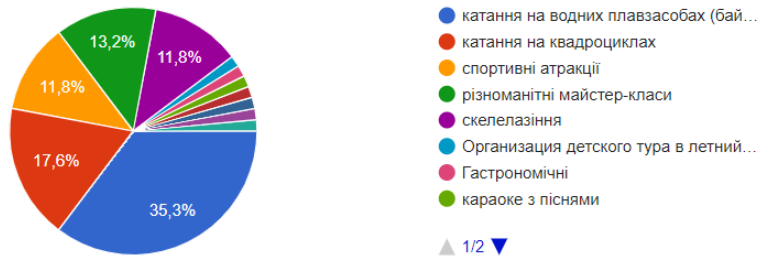


11. Оцініть, будь ласка, за шкалою від 1 до 5

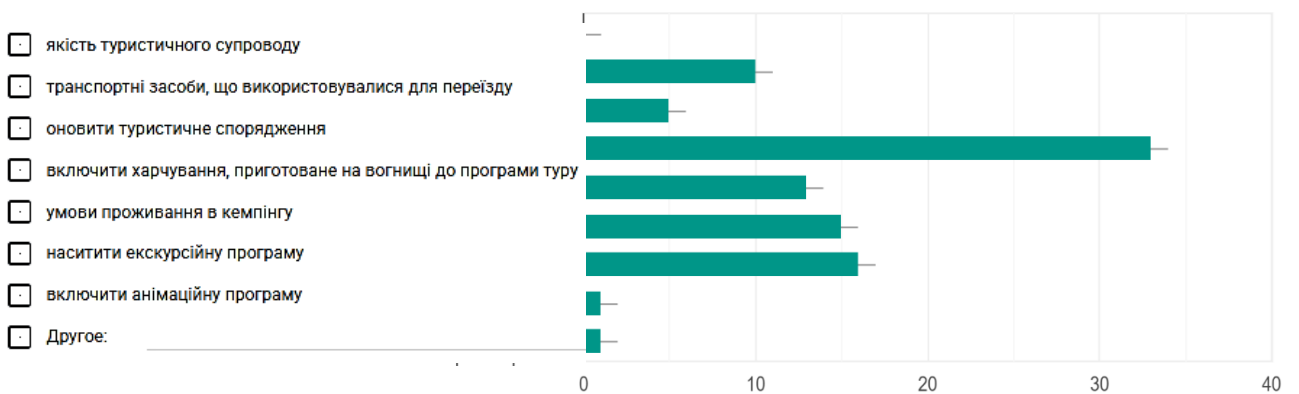


12. Які додаткові атракції Ви б рекомендували включити до кемпінгового туру?

68 ответов

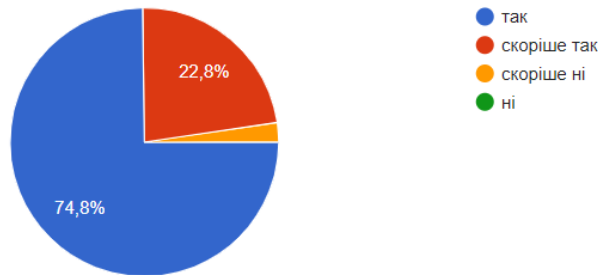


13. Що б Ви рекомендували покращити в організації кемпінгових турів



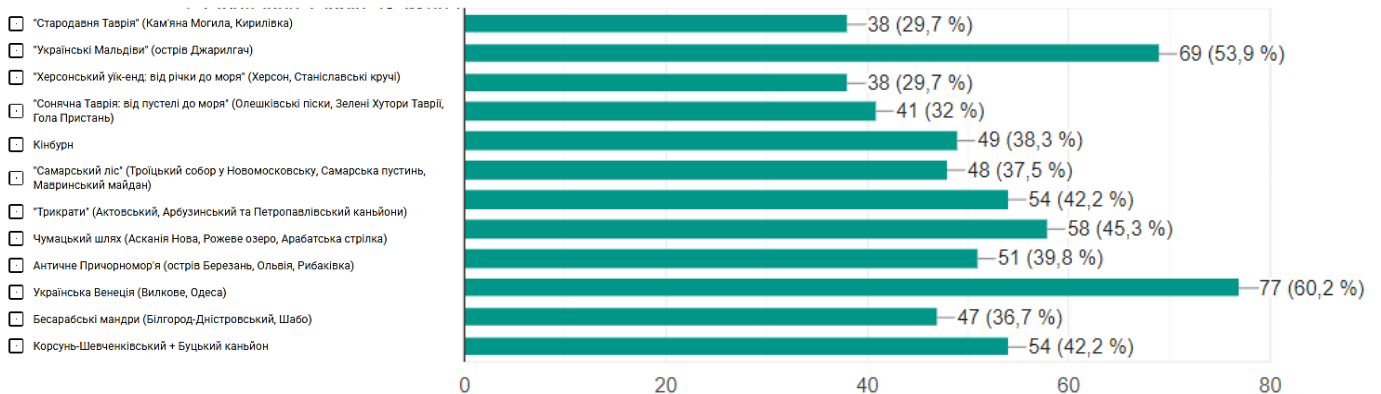
14. Чи хотіли Ви б взяти участь в кемпінговому турі?

127 ответов



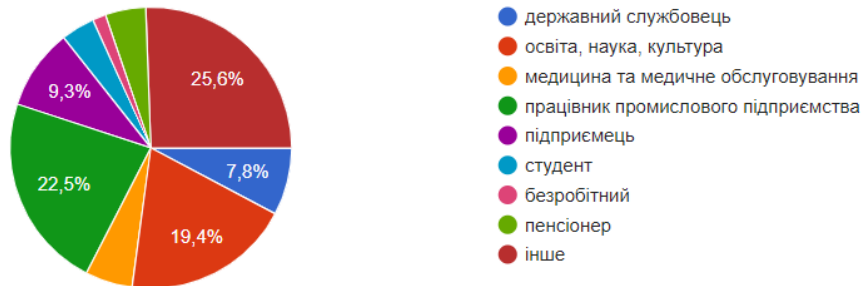
15. В якому кемпінговому турі Ви б хотіли прийняти участь у новому туристичному сезоні?

128 ответов



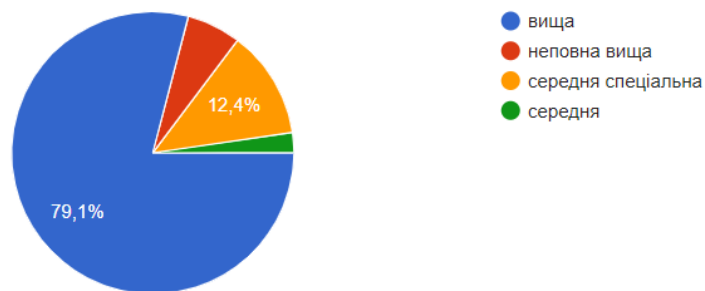
16. Вкажіть сферу Вашої діяльності

129 ответов



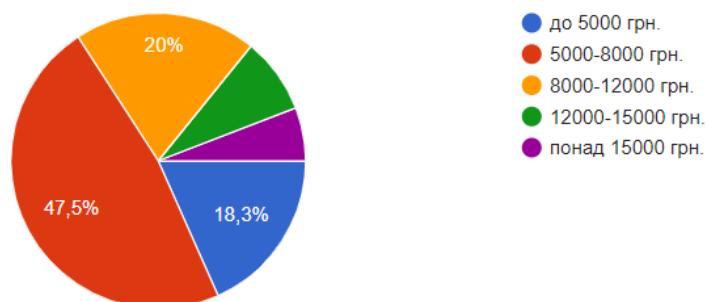
17. Ваша освіта

129 ответов



18. Який дохід на одного мешканця Вашої родини на місяць?

120 ответов



**ПРОФІЛЬ ТУРИСТА,
що брав участь в кемпінгових турах**

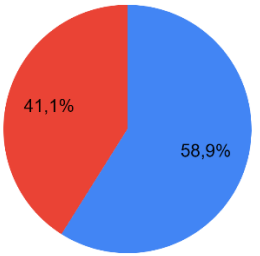
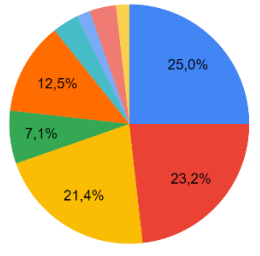
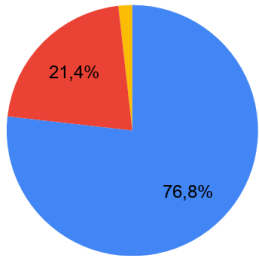
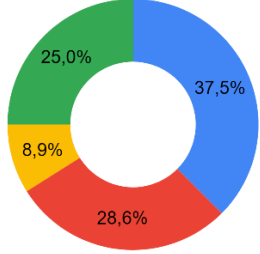
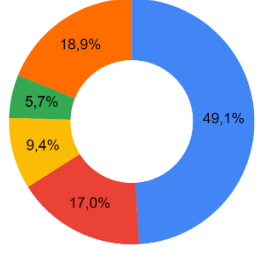
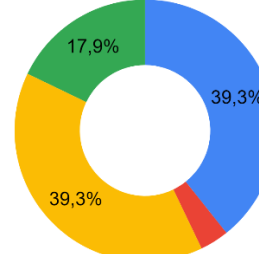
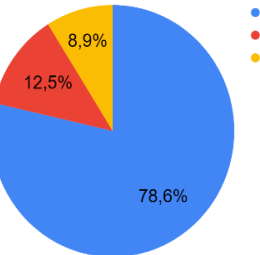
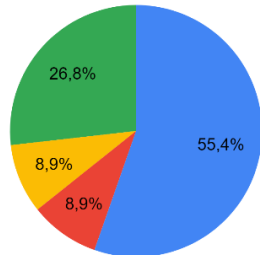
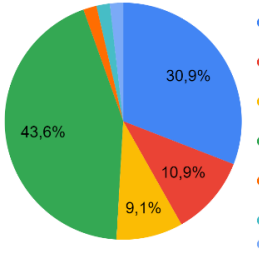
<i>Демографічні показники</i>		<i>Соціально-економічні показники</i>		<i>Мотиваційні показники</i>	
стать	 <ul style="list-style-type: none"> жіноча чоловіча 	сфера зайнятості	 <ul style="list-style-type: none"> освіта, наука, культура працівник промислового підпр... інше студент державний службовець безробітний пенсіонер медицина та медич... 	загальний мотив подорожі	 <ul style="list-style-type: none"> пізнання відпочинок інше
вік	 <ul style="list-style-type: none"> 36-45 років 26-35 років 18-25 роки 46-60 років 	рівень доходів	 <ul style="list-style-type: none"> 5000-8000 грн. до 5000 грн. 12000-15000 грн. понад 15000 грн. 8000-12000 грн. 	оптимальний розмір групи	 <ul style="list-style-type: none"> 10-20 осіб понад 20 осіб не принципово до 10 осіб
освіта	 <ul style="list-style-type: none"> вища неповна вища середня спеціальна 	частота подорожей	 <ul style="list-style-type: none"> декілька разів на рік один раз на рік двічі на рік декілька разів за теплий сезон 	фактор вибору кемпінгового туру	 <ul style="list-style-type: none"> нестандартний формат відпочинку відпочинок біля водойми можливість ночівлі в наметі екскурсійна програма туру поєднання різних активностей все перераховане



Рис. Р1. Переваги від розвитку кемпінгових турів для різних бенефіціарів
(розроблено автором)

АНОТАЦІЯ

Перезавантаження планети, спровоковане коронакризою, хоча й завдало туристичній сфері нищівного удару, однак не знищило бажання подорожувати. На тлі цього активізувався розвиток внутрішнього туризму. Втім, не зважаючи на величезний туристично-рекреаційний потенціал, туризм України потерпає від застарілої інфраструктури, слабкої політики держави в галузі туризму та ставлення до туризму як до другорядної галузі господарства. Тож постала необхідність пошуку нових форм організації туристичної діяльності, прийнятних в нинішніх реаліях. Однією з таких перспективних форм є організація кемпінгових турів. Підтвердженням цього є те, що: в багатьох країнах світу відпочинок у кемпінгах є дуже популярним та користується підвищеним попитом; розміщення в кемпінгах на свіжому повітрі суттєво знижує ймовірність зараження різного роду вірусними захворюваннями; подібні тури розраховані на широкий сегмент туристів як за мотиваційними ознаками, так і за майновими статками. До того ж, коронакриза надала шанс для перезавантаження внутрішнього туризму, виведення на туристичний ринок нових туристичних продуктів, зокрема кемпінгових турів, сприятиме розширенню ринку як за рахунок інноваційної пропозиції, так і за рахунок залучення додаткових споживачів.

Метою даного дослідження є розробка теоретичних засад та прикладних рекомендацій щодо виявлення можливостей та перспектив розвитку кемпінгових турів на прикладі туристичного ринку Криворіжжя.

Реалізація даної мети потребувала вирішення низки **завдань**:

- дослідити та вдосконалити теоретичні засади організації кемпінгових турів і проаналізувати їх місце в структурі туристичної діяльності;
- розробити кемпінговий тур та обґрунтувати його економічну ефективність на наявному туристичному ринку Криворіжжя;
- провести соціологічне опитування з метою виявлення ставлення туристів до перспектив впровадження кемпінгових турів на туристичний ринок;
- на основі здійсненого SWOT-аналізу надати рекомендації щодо подальшої організації кемпінгових турів.

Наукова новизна дослідження полягає у наступному:

- систематизовано інформацію про специфіку розвитку кемпінгових турів, яка поки поверхово представлена в наукових джерелах;
- графічно представлено місце кемпінгових турів у структурі туристичної діяльності;
- розроблено та апробовано кемпінговий тур «Сонячна Таврія: від пустелі до моря»;
- здійснено соціологічне опитування щодо виявлено ставлення туристів до впроваджених кемпінгових турів та перспектив їх подальшої розробки;
- виявлені сильні та слабкі сторони кемпінгових турів, проаналізовані можливості та загрози щодо їх розвитку;
- проаналізовано ринок кемпінгових подорожей Криворіжжя, що знаходиться лише на етапі зародження;

- шляхом використання методики бостонської матриці здійснене економічне обґрунтування турів Туристичного центру «Кривбастур».

Практичне значення роботи: розроблений у процесі дослідження тур апробований в практиці діяльності туристичної фірми «Кривбастур» та при організації подорожей працівників ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». Використовуючи отримані в результаті соціологічного опитування результати, доцільно розробити нові тури кемпінгового формату. Розвиток кемпінгових турів сприятиме активізації діяльності малого бізнесу та залученню до подорожей різних прошарків населення.

У процесі виконання досліджень використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні **методи: теоретичного узагальнення** – для висвітлення теоретичних аспектів організації кемпінгових турів, їх сутності, та місця в структурі туризму шляхом дослідження наукових та літературних джерел із використанням елементів *аналізу, синтезу*; системний та комплексний аналізи – для розкриття кемпінгових турів як багатогранного явища; *методи описової (дескриптивної) статистики* (для оброблення та аналізування статистичних даних про кількість туристів, обслугованих туристичним центром «Кривбастур»; зведення та аналізування відповідей респондентів); *метод соціологічного опитування* (для збору інформації щодо ставлення туристів до перспектив розвитку кемпінгових турів, а також задля покращення подальшої організації подорожей подібного формату); *картографічний* (для представлення схеми розробленого туристичного маршруту); *компаративний аналіз* (для порівняння діяльності різних туристичних організацій міста Кривий Ріг); *метод логічного, графічного та табличного відображення даних* (для наочного подання результатів дослідження та формулювання висновків); *метод SWOT-аналізу* (для виділення сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз включення кемпінгових турів до ринку туристичних послуг); *бальної оцінки* (для оцінки якостей наданих в кемпінговому турі послуг); *бостонської матриці* (для обґрунтування економічної ефективності кемпінгових турів) тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань) та додатків

Ключові слова: внутрішній туризм, кемпінг, кемпінгові тури, форми туризму, туристичний ринок, туристичний центр «Кривбастур».