

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У СФЕРІ ВЕЛОТУРИЗМУ

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконав: студент IV курсу
спеціальності: 242. Туризм
освітньо-професійної
програми «Туризм»
Гунько Данило Павлович

Керівник: доц. Макієнко О. А.
Рецензент: проф. Мохненко А. С.

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Велотуризм як складова активного туризму	5
1.1. Велотуризм: сутність, ознаки, класифікація	5
1.2. Умови та стан розвитку велотуризму в Україні	14
РОЗДІЛ 2. Механізми формування турпродукту у велотуризмі	22
2.1. Основні етапи створення велотуру	22
2.2. Особливості сервісного забезпечення велотуру	30
РОЗДІЛ 3. Велоквест як інноваційний туристичний продукт (на прикладі велоквесту «Таємниці херсонських велетнів»)	37
3.1. Проектування велоквесту	37
3.2. Економічне обґрунтування велоквесту	42
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	
Додаток А. Маршрут велоквесту «Таємниці херсонських велетнів»	52
Додаток Б. Технологічна карта велоквесту «Таємниці херсонських велетнів»	53

ВСТУП

Актуальність теми. Останнім часом велотуризм популяризується як спосіб проведення дозвілля. Підвищення його популярності пов'язане з модою на здоровий спосіб життя, адже велотуризм є одним з найбільш екологічних і найбільш корисних для здоров'я видів туризму. У той же час велосипедний туризм дає можливість швидше пересуватися у просторі, ніж, наприклад, під час піших походів. Велосипедний туризм дозволяє повноцінно відпочити на природі, дає можливість завжди перебувати у добрій спортивній формі. Велотуризм дозволяє побачити нові ландшафти, відвідати атрактивні об'єкти.

Характеризуючи ступінь наукової розробки проблематики активного туризму в Херсонській області, слід урахувати, що ця тема майже не аналізувалася у науковій літературі. При вивченні джерел та літератури відзначається недостатня кількість якісних досліджень з цієї тематики. Тому в даній кваліфікаційній роботі робиться спроба вирішити актуальне науково-практичне завдання – визначити механізми організації велосипедного туру (на прикладі Херсонської області).

Метою роботи є розкриття особливостей формування туристичного продукту у велотуризмі.

Для реалізації мети роботи ставляться наступні **завдання**:

1. Визначити сутність та ознаки велосипедного туризму;
2. Проаналізувати наявні класифікації велосипедного туризму;
3. Охарактеризувати умови та стан розвитку велотуризму в Україні, його організаційні особливості;
4. Визначити основні етапи формування турпродукту у велосипедному туризмі.

5. Проаналізувати особливості сервісного забезпечення велосипедного туризму;

6. Розробити проєкт інноваційного продукту у велотуризмі, обрахувати його вартість.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є велотуризм як різновид спортивно-оздоровчого туризму.

Предметом дослідження є механізм формування велосипедного туру.

При вивченні теми використовувалися такі **методи дослідження**:

- аналіз інформаційної бази проблеми (метод наукового аналізу);
- узагальнення і синтез отриманих даних (метод наукового синтезу та узагальнення);
- методи опису та порівняння;
- статистичний метод;
- економіко-математичні методи тощо.

Практичне значення роботи. Отримані в ході дослідження результати можуть бути використані при розробці програм розвитку туризму, спортивно-оздоровчих заходів в регіоні, складанні мережі маршрутів спортивно-оздоровчого туризму, формуванні інноваційного туристичного продукту в роботі туристичних фірм та організацій. Зокрема, готовим до реалізації є спроектований велоквест «Таємниці херсонських велетнів».

Основні висновки роботи були апробовані під час IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти» (Херсон, 16-18 жовтня 2019 р.), за підсумками якої тези доповіді «Особливості формування туристичного продукту у велотуризмі» опубліковано в збірнику матеріалів конференції (Херсон, 2019, с. 427-428) та на туристичному інформаційному порталі tourlib.net.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів та шести підрозділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування). Загальний обсяг роботи складає 54 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ВЕЛОТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Велотуризм: сутність, ознаки, класифікація

Велотуризм являє собою важливу складову туристичної індустрії. Він покликаний зміцнити здоров'я, розвинути фізичні, моральні, вольові й інтелектуальні можливості людини шляхом залучення її до участі у спортивних та оздоровчих походах різної категорії складності, самостійних туристичних подорожах, прогулянках активного спрямування.

Існує декілька визначень велотуризму. Спробуємо проаналізувати зміст найважливіших серед них.

В «Енциклопедії туризму» під велотуризмом розуміється «один з видів туризму, в якому велосипед служить головним або єдиним засобом пересування» [39].

А. Дурович вважає, що «велосипедний туризм – це туристські подорожі в різноманітному природному середовищі, які характеризуються способом пересування на велосипеді» [15].

Згідно з туристичним термінологічним словником за редакцією І. Зоріна, «велосипедний туризм – це спортивний вид туризму, що передбачає певні фізичні навантаження з використанням велосипеда як засобу пересування переважно на територіях з унікальним ландшафтом та збереженим природним середовищем» [16].

У «Торгово-економічному словнику» за редакцією С. Бабуріна наведено таке визначення: «велосипедний туризм – це вид подорожі, пов'язаний з пересуванням по маршруту на велосипеді і здійснюється людиною в рекреаційних та спортивних цілях» [5].

I. Пірожник вважає, що «велосипедний туризм – це форма подорожей за маршрутами невисоких категорій складності, переважно в мало змінюваному природному середовищі, з використанням велосипеда як засобу пересування» [26].

Згідно У. Шлеплера, «велосипедний туризм – це туризм з використанням активної подорожі на велосипеді. Має переважний розвиток на територіях, що зберегли свої унікальні ландшафти» [37].

Проаналізувавши ці визначення, можемо зазначити, що всі вони мають такі спільні риси: використання велосипеда як основного засобу пересування, перебування на відкритому природному середовищі та підвищені фізичні навантаження. Але не всі дослідники вважають, що велотуризм може розвиватися на територіях з унікальними природними ландшафтами.

Враховуючи вищезазначене, можемо вивести власне визначення велосипедного туризму. Велосипедний туризм – це вид туризму, що характеризується використанням велосипеда як основного засобу пересування, здійснюється у різноманітному природному середовищі та характеризується активним способом пересування по маршруту з витратою фізичних сил туриста.

Для велосипедного туризму як складової оздоровчого туризму досягнення спортивних результатів не є головною метою, через це він може бути більш масовим та доступним для різних верств населення [2].

Головним пріоритетом велосипедного туризму є залучення людей до корисного та раціонального проведення дозвілля, забезпечення оптимального використання туристичних ресурсів, турбота про безпеку туристів, захист прав туристів, їх інтересів та майна [1].

Метою велотуризму є:

- поліпшення самопочуття, відновлення сил, покращення медичних та фізіологічних даних шляхом зміни форм діяльності, дозування рухів, раціонального харчування;

- поліпшення загальної і спеціальної фізичної підготовки;
- розвиток витривалості, спритності, сили, рівноваги;
- формування практичних навичок подолання перешкод;
- оволодіння технікою пересування на велосипеді;
- розширення знань з краєзнавства, географії, історії, етнографії і культури;
- освоєння теоретичних засад створення та проведення велосипедних турів, розробки маршрутів, планування роботи туристичних груп;
- набуття досвіду, пов'язаного з участю у велопоходах [3].

В останні роки значно зріс інтерес населення до активних видів туризму, серед яких гірський, кінний, водний, спелеотуризм, вітрильний та інші. Особливої популярності набуває і велосипедний туризм. За підрахунками фахівців, велосипедний туризм на ринку туризму може стати одним із перспективних напрямків, тому що має низку переваг серед інших видів туризму.

По-перше, для туриста цей варіант проведення дозвілля є багатокомпонентним, через те, що дає можливість задовольнити не тільки пізнавальні потреби, а й покращити фізичну форму.

По-друге, велотуризм є простим, досить дешевим і ефективним способом здійснювати поїздки по країні або закордон. Велосипедні маршрути, зазвичай, не вимагають великих грошових затрат, а також спеціальної підготовки.

По-третє, велосипедний туризм – це екологічно чистий вид туризму, який не наносить шкоди оточуючому середовищу і не призводить до виникнення шумів та вібрацій.

По-четверте, з точки зору медицини, поїздка на велосипеді є гарним тренуванням вестибулярного апарату, що здійснює координацію ходи і рівноваги, а також є гарним аеробним навантаженням.

По-п'яте, велосипедний туризм є видом туризму, який може здійснюватися у будь-який сезон. Подорожувати на велосипеді можна як влітку, так і навесні, восени і навіть взимку.

По-шосте, для велотуризму немає місць, до яких не можна було б дістатися. Він відповідає таким параметрам як всюдихідність і мобільність [19].

А. Дурович виділяє такі ознаки велосипедного туризму: «потяг учасників до здорового способу життя через активну рухову діяльність, готовність до тимчасових незручностей, пристрасть до зміни місць, вивчення карти та порівняння ландшафтів, радість від підвищених фізичних навантажень, пізнання світу через власні відчуття». Науковець також цілком справедливо зазначає, що для велотуризму існують обмеження по здоров'ю, віку, навичкам [15].

У. Шлеплер вказує, що для велотуризму характерні:

- рух із застосуванням фізичних сил;
- рекреаційна мета (відпочинок, розвиток фізичних сил, пізнавальні цілі);
- пересування за межами населеного пункту;
- тривалість шляху – не менше 15 км [38].

Спортивний велосипедний туризм є дуже цікавим напрямком активного туризму. Не применшуючи значення таких цілей як гарне самопочуття і пізнання навколишнього середовища під час велосипедних поїздок, по-справжньому захоплюючі походи стають лише тоді, коли існує виклик туристу, і для проходження маршруту потребується цілковита віддача фізичних і моральних сил.

Велоподорожі у важкодоступних місцях часто пов'язані з ризиком, особливо в зимову пору року, оскільки будь-які незначні події або неважкі захворювання, повністю безпечні поблизу великих міст, можуть представляти серйозну загрозу в місцях, віддалених від цивілізації.

Останніми роками у деяких регіонах жваво розвивається цілий напрямок туристичного бізнесу – пригодницький туризм. Туристичні фірми організовують велосипедні тури по екзотичних і важкодоступних областях – горах, пустелях, тропічним лісам. Наприклад, за групою туристів слідує автобус, але це для страховки. На випадок, якщо туристи дуже втомляться або погіршиться погода, можна покласти велосипед у автобус та продовжити рух [10].

Туризм – це багатогранний процес, на який впливають різні чинники. Щоб включити їх всі, необхідно виявити і систематизувати певні види туризму. З цією метою вони зводяться до класифікації. Таке зведення допоможе визначити можливості окремих видів туризму, врахувати бажання сучасних туристів, поліпшити організаційні структури управління туризмом, а також розробити програми діяльності та регулювання туризму, оскільки кожен окремий вид туризму вимагає відповідних ресурсів і сучасної інфраструктури [6].

Велотуризм класифікують за декількома критеріями. Найчастіше його поділяють за спрямуванням наступним чином (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Види велотуризму

Класичний або традиційний велотуризм – це поїздки на велосипеді в середньому або повільному темпі, тривалістю в кілька днів, із забезпеченням помірною навантаження на велосипед. Маршрут може бути будь-якої довжини і проводитися практично в будь-якому районі світу.

Агресивний велотуризм – це одноденні або багатоденні поїздки з мінімальним набором багажу в швидкому темпі по всіх видах доріг. Наголос робиться на швидкісне проходження важких ділянок, швидкий проїзд по шосе і бездоріжжю. Зупинки, як правило, короткі, без вогнища. Цей вид туризму може включати двох- і триденні поїздки без багажу з проживанням в котеджах, готелях та інших закладах розміщення. Агресивний велосипедний туризм – наймолодший з усіх видів велоспорту [23].

Спортивний велотуризм являє собою багатоденні поїздки на велосипеді в автономному режимі з повним набором багажу, змагання з велоспорту (їзда на велосипеді, фігурне водіння, орієнтування на велосипеді). Наголос робиться на складності траси, яка включає в себе подолання важко прохідних доріг, лісових стежок, доріг без асфальтового покриття і багато іншого. Велике значення мають віддаленість району від великих міст, незаймані куточки природи, інші погодні умови, зарубіжні країни [8].

Спортивно-пізнавальний туризм – поїздки на велосипеді на далекі відстані по країні і за кордон; відвідування атрактивних об'єктів, як природних, так і історичних.

Експерсії на велосипедах включають вечірні велосипедні прогулянки і походи на природу у вихідні.

Агітаційні і патріотичні велопоходи на сьогодні є рідкісними [11].

В залежності від темпу руху і рівня фізичної активності учасників, велотури діляться на поїздки в повільному, середньому і швидкому темпі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація велотурів за темпом

Назва	Швидкість	Відстань	Цільова аудиторія
Повільний темп	10-15 км/год	до 60 км	Рекомендується для осіб старшого віку і велотуристів-початківців.
Середній темп	15-25 км/год	до 100 км	Рекомендується для практично здорових людей, що регулярно їздять на велосипеді.
Швидкий темп	не менше 20-25 км/год	не менше 80 км	Рекомендується для велотуристів з доброю фізичною підготовкою.

За тривалістю розрізняють такі види велотурів:

1. Одноденний велосипедний тур – похід на велосипеді без ночівлі. Як правило, виїзд вранці, прибуття – ввечері того ж дня.
2. «Тур на вихідні дні» – похід на велосипеді з однією ночівлею, зазвичай виїзд в суботу вранці і прибуття в неділю ввечері.
3. Багатоденний велосипедний тур – похід на велосипеді на кілька днів.
4. Велосипедний тур на великі відстані – тур на велосипеді, який може тривати до декількох місяців і з маршрутом у кілька районів, країн.
5. Навколосвітній велосипедний тур – тур на велосипеді по всьому світу, подорожі по більшості континентів, тривалістю до кількох років.

Походи у спортивному велотуризмі діляться на шість категорій складності – від I (найпростіший рівень) до VI (найтяжчий рівень). Для визначення складності і категорії походу оцінюються тривалість бігових днів, довжина в кілометрах, наявність ґрунтових / гірських доріг, сходження на висоти. У велосипедних турах шостої категорії складності

також враховуються місцеві перешкоди – переходи через річки або категорійні переходи (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Категорії складності велопоходів

Категорія складності походу	Тривалість ходових днів походу, макс.	Протяжність у км, не менше	На рівнинній місцевості	У гірській місцевості
I к.с.	6 днів (+1 днювання)	250 км	Не регламентується	Не регламентується
II к.с.	8 днів (+1-2 днювання)	400 км	Не менше 150 км ґрунтових доріг	Не менше 75 км ґрунтових доріг
III к.с.	10 днів (+2 днювання)	500 км	Не менше 200 км ґрунтових доріг	Не менше 100 км ґрунтових доріг
IV к.с.	13 днів (+2-3 днювання)	600 км	Не менше 300 км ґрунтових доріг	Не менше 150 км ґрунтових доріг
V к.с.	16 днів (+3 днювання)	700 км	Не менше 400 км ґрунтових доріг	Не менше 200 км ґрунтових доріг
VI к.с.	20 днів (+4 днювання)	800 км	Не менше 500 км ґрунтових доріг	Не менше 200 км ґрунтових доріг

У класифікації, показаній на рис. 1.2 [13], враховуються мотиви велосипедного туризму та ресурси, що використовуються в туризмі. За допомогою цієї класифікації можна скласти уявлення про пріоритети організації та розвитку велосипедного туризму, оскільки для цього виду туризму необхідна відповідна інфраструктура, розробка організаційних структур для задоволення попиту на туристичний продукт.

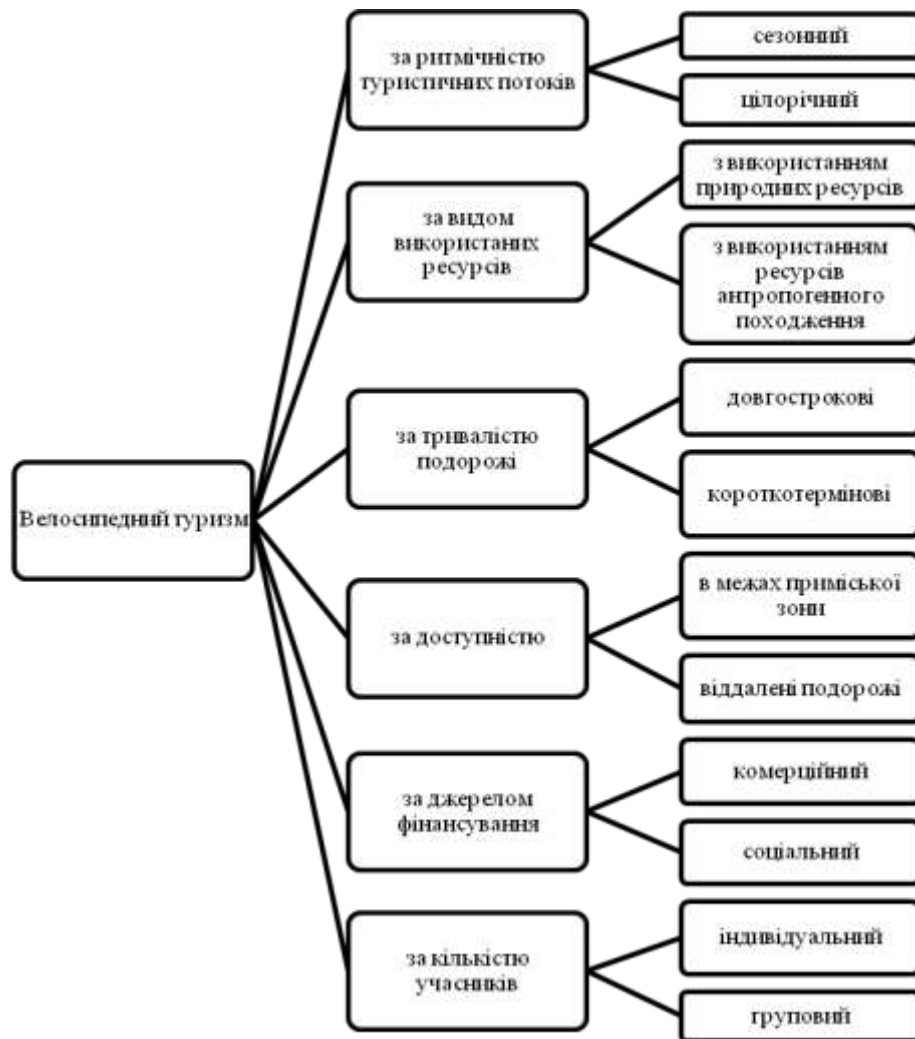


Рис. 1.2. Класифікація велосипедного туризму

Систематизація велотуризму на основі мотивації до здійснення поїздок дає можливість відкривати і організовувати нові види туризму. Персональний підхід до класифікації є доречним. Важливим елементом цього процесу є потреби людини, які заохочують шукати способи їх задоволення. Інші елементи розвитку туристичної послуги мало впливають на вибір типу подорожі.

Отже, велотуризм – це вид активного туризму, який характеризується використанням велосипеда в якості основного засобу пересування, здійснюється в різних природних умовах і характеризується активним способом пересування по маршруту з використанням фізичних сил туриста. Основний пріоритет велосипедного туризму – залучення людей до корисного та

раціонального проведення дозвілля, поліпшення самопочуття, відновлення сил, покращення медичних та фізіологічних даних шляхом зміни форм діяльності, дозування рухів, раціонального харчування, усунення нервових навантажень. Ознаками велосипедного туризму є пристрась до зміни місць, готовність до тимчасових незручностей, жага до ведення здорового способу життя.

Туризм – це багатогранний процес, на який впливають різні чинники. Щоб включити їх всі, необхідно виявити і систематизувати певні види туризму. Велотуризм класифікується за кількома критеріями, включаючи вид, темп, тривалість, складність маршруту і мотивацію до подорожі. Упорядкування різних видів велотуризму в межах певної класифікації дає можливість виробляти і пропонувати на ринок такий туристичний продукт, який найкраще відповідає очікуванням споживачів, підвищуючи таким чином його конкурентоспроможність.

1.2. Умови та стан розвитку велотуризму в Україні

Велотуризм має давню історію та спирається на розвинену традицію використання різних засобів пересування. Задokumentовані такі дані, що в Стародавньому Римі споруджували самохідні колісниці, вони були оснащені механізмами із зубчастою передачею. Ці механізми приводили в рух раби [14].

У Парижі в 1869 році були проведені перші велосипедні змагання на дерев'яних "кісткотрусах" на дистанцію 120 км. Переможець цих гонок досяг середньої швидкості майже 11 км на годину [24].

З початку ХХ ст. велосипедний спорт і туризм стають повноцінними напрямками спортивно-оздоровчої рекреаційної діяльності.

У 1960-ті рр. велотуристичні секції та гуртки зародилися у Ростові-на-Дону, Караганді, Харкові та інших містах, у 1970-ті – в

Житомирі, Рязані, Донецьку, Запоріжжі, Таллінні, Уфі, Білорусії, Латвії. Пізніше ці райони стали головними осередками організованого велотуризму, саме в них найчастіше проводилися змагання, працювали школи велотуристської підготовки. Сюди ж припадають найголовніші події, такі як походи вихідного дня та багатоденні. Велотуристи із цих міст та республік першочергово здійснили виїзди до нових велотуристичних районів, саме тут ними були створені й впроваджені нові форми похідних заходів [28].

Що стосується території Херсонської області, то в наявності є дані, що до 1917 р. вже здійснювались велопрогулянки з Херсона до таких сіл як Станіслав та Касперівка (нині Кізомис) [36].

Головними факторами розвитку сучасного велосипедного туризму в Україні можна вважати численність та значну атрактивність природних та історико-культурних туристичних ресурсів, різноманітний рельєф території України, наявність традицій організованого велоруку.

В Україні виділяють чотири райони, кожен з яких має свої індивідуальні особливості для розвитку велотуризму.

У Західній Україні найбільш сприятливі умови для велоподорожей. Ця територія відзначається мальовничими краєвидами, великою кількістю озер, водоспадів, де розвинена інфраструктура для велотуризму. Саме тут розташовується велика кількість велостоянок, станцій ремонтного обслуговування та готелів для велосипедистів.

Найекстремальніші маршрути зосереджені на території Кримського півострова, особливо західне та східне побережжя. Найдовготриваліші подорожі велотуристи здійснюють саме там.

Найвизначнішими архітектурними та історичними пам'ятками славиться територія Центральної України. Тож не залежно від сезонності можна вибрати складний маршрут саме цією територією.

Південно-Східна Україна має особливі ознаки, що нагадують добу козаччини. Про це свідчать соляні шахти та стародавні пам'ятки.

Особливий тут і ландшафт, вражаючий великою кількістю балок та ярів. Це, звичайно, дає змогу велотуристам вдосконалити свій досвід з техніки катання, а туристичні фірми мають можливість надати пропозиції тренувань в екстремальних умовах.

В останнє десятиліття в Україні створюються проєкти для більшого розвитку велосипедного туризму: «ВелоКраїна», «Зелений маршрут», «ЄвроВело», що супроводжуються розширенням цієї інфраструктури.

Важливі зрушення для розвитку велосипедного туризму було зроблено у 2008-2012 роках, коли в Карпатах було започатковано та реалізовано проєкт «ВелоКраїна». 1 січня 2020 року «ВелоКраїна» могла запропонувати 60 промаркованих веломаршрутів в Українських Карпатах

Складовою послуг «ВелоКраїни» став велопрокат та проживання туристів. Приватні садиби й готелі, що мають відмітку «Велокраїна», надають велотуристам веломийку та приміщення для нічного зберігання велосипеда, мапи та ін. Такі послуги надаються безкоштовно, незалежно від місця проживання велотуриста.

На терені Європи є проєкт «ЄвроВело» – розгалужена мережа велостежок, що проходять територією європейських держав, один із маршрутів якої поєднує Київ зі Львовом. Саме це призводить до інтенсифікації розвитку велосипедного туризму на території України [13].

Отже, можна сказати про те, що активний велосипедний туризм в Україні займає досить високі позиції. Проте, є достатня кількість проблем, які стають на заваді велоруку. До головних проблем велотуризму в Україні належать:

1. Відсутність фіксованих та відповідним чином обладнаних маршрутів для велотуризму.
2. Не належний стан дорожнього покриття.

3. Відсутність спеціальних велодоріжок і місць для паркування велосипеда

4. Низький рівень культури дорожнього руху.

5. Відсутність активної позиції та серйозного ставлення правоохоронних органів до захисту прав велосипедистів.

Популяризується у сьогоднішній велотуристський відпочинок і на Херсонщині. Зріст його популярності пов'язаний із тим, що більше людей почало звертати увагу на здоровий спосіб життя загалом, тому що велосипедний туризм є, насправді, екологічним видом туризму і корисним для здоров'я. Особливо привабливий він саме тим, що дає людині свободу руху, можливість під час екскурсій відкривати нові куточки рідного краю, перебувати на свіжому повітрі та підтримувати фізичну форму.

Починаючи з 2010-х років розвиток велотуризму в Херсонській області набирає нових обертів. У різних місцевостях організуються велопаради, різнорівневі велозмагання. Місцева влада може посприяти розв'язанню питань, які хвилюють велотуристів. А це і розробка спецмаршрутів, допомога у їх маркуванні. Адже підтримка від місцевої та обласної ради може підтримати велотуризм загалом, а це у свою чергу важливо для загального підвищення культури учасників дорожнього руху і безпеки життя.

Можна з упевненістю прогнозувати стійкі перспективи розвитку велотуризму як професійної діяльності. Чимало вітчизняних туристичних фірм підтверджують наявність попиту на велотури. Більшість з них виявляють готовність до реалізації подібних туристичних продуктів.

У Херсонській області активними організаторами велопарадів та велопоходів є громадська організація «Велохерсон» [12], яка заснована у 2010 році, соціальний проєкт «Мандруймо Херсонщиною», організований у 2017 році [30] та клуб активного відпочинку «Mandry»

[20]. Головна мета організацій — популяризувати серед молоді інтерес до активного та здорового способу життя через залучення її до заняття активними видами спорту, активної соціальної й творчої діяльності.

Розглянемо детальніше роботу організаторів велосипедного туризму на Херсонщині.

Громадська організація «Велохерсон» утворена місцевими активістами. Головними цілями та задачами організації є просування велоруку та розвиток велосипедної інфраструктури Херсона. Займається організацією спортивно-розважальних заходів, таких як велопаради, велопробіги, велодні тощо.

Метою соціального проєкту «Мандруймо Херсонщиною» є показати всім бажаючим природну красу Херсонщини та популяризувати активні види відпочинку. Проєкт організовує піші, велосипедні прогулянки та прогулянки на байдарках. Співорганізаторами соціального проєкту є кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонського державного університету та Херсонська обласна організація Національної спілки краєзнавців України [29].

Наведемо порівняльну характеристику діяльності організацій, що активно організовують велотуристичні подорожі в регіоні (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Порівняльна характеристика
організаторів велотуризму на Херсонщині**

Критерії	«Мандруймо Херсонщиною»	«Велохерсон»
Види маршрутів	Експурсійно-тематичні маршрути	Велопробіги, велопаради
Довжина маршрутів	40-80 км	5-200 км
Тривалість турів	1 день	1-2 дні
Сезонність	Весна-осінь	Весна-осінь
Кількість учасників	10-15 осіб	В залежності від маршруту. Може бути необмеженою
Напрямки маршрутів	Білозерський, Бериславський	Білозерський, Бериславський, Олешківський, Миколаївський

Виходячи зі специфіки організації подорожей, велосипедний туризм поділяється на спортивний та спортивно-оздоровчий.

Спортивний велосипедний туризм – це неолімпійський вид спорту, який характеризується подоланням певних природних перепон велосипедним транспортом. Як правило, є некомерційним, самодіяльним та груповим. Організовує спортивний велотуризм в Україні Федерація спортивного туризму України. Люди, які займаються спортивним велотуризмом, є спортсменами. Зі спортивного велотуризму існують різнорангові змагання, за участь у ньому присвоюються спортивні розряди і звання. Усе це має схожість із іншими видами спорту. Але водночас велотуризм відрізняється від них своєю оригінальністю і незвичністю. Йому притаманні не тільки швидкість і фізичні навантаження, а й спілкування з друзями, вечори коло багатьох мальовничих природних пейзажів тощо. Велотуризм вважають одним із найперших екстремальних видів спорту [33].

У спортивному велотуризмі існують обов'язкові правила. Вони визначають, залежно від категорії складності, довжину і тривалість маршруту, набір перешкод, склад учасників тощо. Це стимулює до проходження маршруту в швидкому темпі, проявляти підтримку один одного в різних складних ситуаціях.

Велотурист у своїй подорожі застосовує транспортний засіб – велосипед, а група велосипедистів і кожен її учасник повинен дотримуватися правил дорожнього руху [31]. Рухаючись маршрутом забороняється зупинятися без дозволу керівника. Режим руху відповідний іншим видам спортивного туризму: 50 ходових хвилин і 10 хвилин відпочинку. Після третього переходу – обід. При плануванні серйозного багатоденного велопоходу треба завчасно навчитися дотримуватися заданого темпу.

Веломаршрути у спортивному туризмі мають проектуватися таким чином, аби на шляху не траплялися пішохідні ділянки. Якщо вони зустрічаються, то мають виправдовуватися, наприклад, з'єднанням двох цікавих районів [3].

Людам, які планують взяти участь у великому велопробігу слід завчасно пройти додаткове тренування на невеликі дистанції. Рекомендована швидкість для велопоходу близько 15 км/год асфальтованою дорогою і близько 10 км/год ґрунтовою дорогою.

Рух групи попереду супроводжує направляючий, обраний з учасників велопоходу, позаду рухається замикаючий, він же є керівником групи. Між велосипедистами на простих ділянках має бути відстань 3-5 метрів, а на складних – не менше 10 метрів.

При плануванні спортивного велотуру обов'язково слід приділити увагу вибору велосипеда. Серед сучасних видів велосипедів найпридатнішими для спортивного туризму є спортивно-туристські й гірські велосипеди. Дорожні велосипеди використовуються зазвичай у повсякденних прогулянках по рівнинній місцевості.

Правильним має бути й вантаження багажу. Більша частина має бути загружена на передній багажник, вона не повинна перевищувати 20% від усього багажу. Саме передня частина урівноважує колеса і стійкість самого велосипеда. Головний вантаж слід розмістити у спеціальному велорюкзакі, надійно припасованому до заднього багажника [32].

Особисте спорядження велотуриста включає такий набір: велошорти, спеціальні велосорочки, індивідуальний плащ-накидка, захисний шолом та взуття з жорсткою передньою частиною підошви.

У груповому спорядженні важливе місце посідає ремонтний набір (призначений для ремонту велосипедів), аптечка (з великою кількістю засобів для дезінфекції та перев'язного матеріалу). Також треба потурбуватися про наявність тенту на випадок ночівлі чи дощу.

Відмінність спортивно-оздоровчого туризму від спортивного полягає у тому, що його метою не є випробування фізичних сил туриста, досягнення високих спортивних результатів, виконання туристами спортивних розрядів. Для спортивно-оздоровчого туризму притаманні такі функції як підтримка організму людини у здоровому фізичному стані; освоєння туристом навколишнього світу; самопізнання; спілкування між людьми.

Отже, історія велотуризму має давнє коріння. Останніми роками велосипедний туризм стає дедалі популярним видом відпочинку в Україні. Діяльність провадять такі організації як «Велокраїна», «ЄвроВело», «ДніпроВелоКлуб», зокрема на Херсонщині «Мандруймо Херсонщиною» та «Велохерсон». Існує два різновиди велосипедного туризму – власне спортивний та спортивно-оздоровчий. Вони мають особливості організації велоподорожей. Перший характеризується пріоритетністю спортивно-змагальної складової, за участь у спортивних походах і змаганнях присвоюються категорії та звання. Спортивно-оздоровчий велотуризм натомість робить акцент на оздоровленні учасників без надмірних фізичних навантажень, сприяє підтримці організму в здоровому стані, є унікальним засобом спілкування між людьми.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ТУРПРОДУКТУ У ВЕЛОТУРИЗМІ

2.1. Основні етапи створення велотуру

Основним результатом бізнес-діяльності туристичної фірми є реалізація та виробництво туристичного продукту, для того щоб задовольнити потреби споживачів та вирішити завдання комерційного характеру її власників та організаторів.

Туристичним продуктом є окрема послуга чи їх комплекс, які пов'язані між собою і різні за функціональними особливостями. Головним продуктом є тур, тобто подорож маршрутом з комплексним обслуговуванням.

У туристичній галузі, як і в усіх сферах обслуговування, формування і використання турпродукту відбувається відокремлено. Турист, який купує тур, передає турфірмі тільки право на його одержання вже під час його подорожі. Тому, щоб турист мав чітке уявлення про те, який саме продукт він купує, застосовують різні категорії, такі як програма, маршрут, клас обслуговування, вид туризму.

Турпроектування є першою стадією виготовлення туристичної продукції, яка в цілому ґрунтується і багато в чому визначається результатом маркетингового дослідження потреб ринку туризму і пропозицій головних конкурентів на локальному ринку [7].

Під час проектування нового турпродукту у велотуризмі необхідно визначити наступні складові:

- проміжні та кінцеві цілі (мета створення нового турпродукту);
- задачі, розв'язання яких дасть можливість досягти встановлених цілей (які саме дії потрібні в процесі створення нового турпродукту);

- способи та засоби розв'язання поставлених задач (послідовність та технологія дій, які потрібно зробити в процесі проектування нового турпродукту та які саме ресурси для цього потрібні);

- визначити потрібні ресурси, способи їх розподілу та їх джерела (де отримати ресурси та як саме їх розподілити на різних етапах робіт, пов'язаних із проектуванням нового турпродукту).

В цілому розробка турпродукту може проводитися з метою:

- досягнення переваг над конкурентами;
- створення виходів на нові ринки;
- отримання високих прибутків;
- посилення уваги споживачів до фірми та інші [9].

Розробка нового турпродукту у велосипедному туризмі проходить декілька етапів (рис. 2.1):

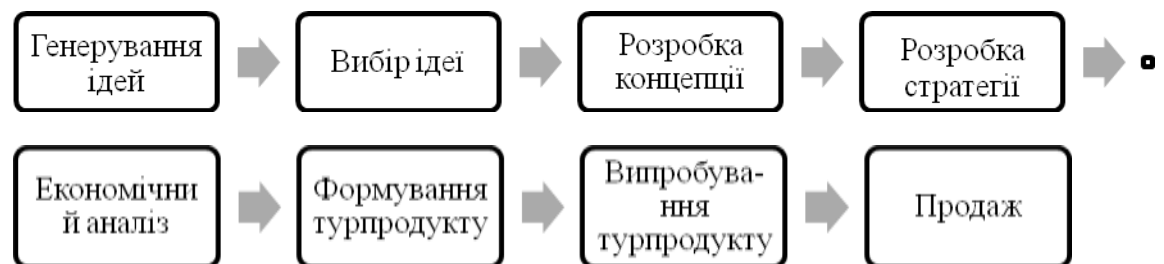


Рис. 2.1. Етапи розробки тур продукту

1. Створення ідей про турпродукт, його якісні та кількісні характеристики. Це завдання турфірма повинна виконувати постійно, так як переваги та прихильності, а також мода на турпоїздки дуже мінлива. Джерелами ідей про нові турпродукти можуть бути:

- внутрішні (персонал, який виконує продаж, керівництво турпідприємства, працівники відділів збуту, маркетингу і т. ін.);

- зовнішні (споживачі, як потенційні, так і реальні, постачальники, конкуренти, посередники, тощо).

Серед методів, якими здійснюється розробка нових ідей, слід виокремити: мозковий штурм та його різновиди, конференція ідей, контрольні запитання, морфологічний аналіз, словесні асоціації тощо.

2. Вибір ідеї для турпродукту. Для підбору ідей застосовують:

- чек-листи, що вказують, які саме ризики можуть з'явитися у процесі розробки турпродукту (ризик невідповідності ринку, технологічний ризик, ризик часу, ризик витрат, ризик збуту тощо);

- метод оцінної шкали – ідеї оцінюються зважуванням головних факторів, а результати оцінювання подаються у табличній або графічній формі.

3. Перевірка та розробка концепції турпродукту, тобто наділення його деякими споживчими властивостями, що мають відповідати запитам ринку. В цілому концепція турпродукту є письмовим описом його характеристик, які сприймаються споживачем, і список переваг, котрі він обіцяє певній категорії споживачів. Йдеться мова про вибір конкретної програми, маршруту, списку і класності послуг, строку подорожі та інше [16].

Концепція туристичного продукту потрібна:

- керівникам турпідприємства, так як вона описує бажане позиціонування турпродукту і вказує на характер ресурсів, котрі потрібно виділити для отримання певного очікуваного результату;

- маркетинговому відділу або рекламному агентству, оскільки ця концепція включає в себе опис переваг нового турпродукту, що отримає споживач, інформацію про які маркетингові та рекламні відділи повинні довести до ринку.

Концепція визначає базовий ринок турпродукту і передбачає відповідь на 4 питання:

- на які характеристики чи властивості потенційні споживачі послуг реагують позитивно?

- як вони за такими самими характеристиками сприймають турпродукт конкурентів?

- яку нішу може зайняти спроектований турпродукт з урахуванням позицій конкурентів та очікувань цільового сегмента?

- які інструменти реклами та маркетингу найкращі для досягнення бажаного позиціонування?

4. Розробка стратегій маркетингу нового турпродукту, яка базується на його концепції та включає:

- визначення цільового ринку певного продукту;

- позиціонування турпродукту;

- показники обсягу продажу, доходів, сегменту ринку, які заплановані на перші декілька років;

- канали розподілу, ціни, бюджет маркетингу на один рік та опис стратегій маркетингу за окремим елементом комплексу маркетингу [3].

5. Економічний аналіз. Цей етап виготовлення нового турпродукту базується на обраній концепції та стратегії маркетингу та прогнозує оцінку:

- можливого об'єму продажів турпродукту;

- витрат;

- доходів;

- ризиків.

6. Формування турпродукту в його остаточному вигляді.

7. Випробовування турпродукту в різних ринкових умовах. Проводиться перший пробний продаж на ринку нового виготовленого турпродукту, що дає можливість визначити відношення до нього покупців послуг, виявити та прибрати його недоліки. Часу, за який здійснюють перший пробний продаж, повинно бути досить для того, аби з'ясувати коефіцієнт повторних купівель і за допомогою цього спрогнозувати об'єм продажів.

8. Комерціалізація турпродукту, тобто організація його масового продажу [17].

Розглянемо більш детально порядок розрахунку вартості велосипедного туру.

Ціноутворення в туризмі є мірою, яка обумовлена різноманітністю продукту, великим рівнем конкуренції та складністю правильної оцінки прогнозованого попиту.

Політика ціноутворення різних велотурів визначається багатьма факторами, саме тому перелік методів, що застосовується, дуже великий. Частіше за все застосовують у вітчизняній практиці та на міжнародному рівні наступні методи (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Методи ціноутворення велосипедного туру

Витрати-плюс – метод ціноутворення, який полягає в додаванні на витрати певного відсотка з метою отримання доходу після покриття затрат на розробку та проектування продукту та його представлення на ринку. Такий метод досить легкий, але він має недоліки через великі постійні витрати. Також він не враховує попит та ціни, які пропонуються на ринку конкурентами.

Метод «норма рентабельності» пов'язаний з фінансовим аналізом і визначає наскільки турпродукт дієвий для повернення вкладених коштів. На відміну від методу, згаданого вище, який повністю базувався на витратах бізнесу, цей керується рівнем прибутку, що генерується

капіталом, який інвестували. Але у той самий час він не враховує деякі фактори, які впливають на ціноутворення, наприклад, об'єм продажу.

Метод зворотного ціноутворення заснований на ринковій ціні туру та запланованому прибутку. Саме цим методом користуються компанії, що намагаються досягти прибутку за допомогою зниження витратних компонентів продукту, одночасно регулюючи різноманітність та якість представлених послуг. Але щоб не втратити клієнтів, компанії зазвичай проводять багато досліджень потреб туристів, приймаючи до уваги конкуренцію ринку.

Метод дискримінаційного ціноутворення називається також гнучким ціноутворенням. Він враховує ринковий попит, пропонує зміну вартості туру в залежності від місця, часу, виду продукту або обсягу продаж. Туристичні компанії практикують поділ ринку на сегменти та провадять різну цінову політику для різних груп в залежності від готовності і можливості платити таку ціну. Наприклад, студентам і пенсіонерам пропонуються тури за зниженою ціною.

Метод «проникнення на ринок» полягає у встановленні невеликого рівня цін, для того щоб залучити більшу кількість клієнтів. Невелика ціна в цьому випадку являє собою певну плату за впровадження послуги на ринок. Ця стратегія часто використовується новими фірмами або тими, які прагнуть охопити більшу частку ринку. Із ростом обсягу реалізації та укріпленням фірми на ринку, ціна поступово підвищується до середньої у галузі, але це не призводить до зменшення попиту [18].

Всі ці методи використовуються для визначення ціни за туристичні послуги.

У міжнародній практиці використовують такі варіанти цін:

- ціна туру на одного туриста;
- ціна туру на групу туристів;
- диференційовані ціни, які встановлюють керуючись чисельністю туристів у групі, що є компромісом в угоді між організаторами туру.

Ціна туру під час його планування включає в себе такі складові:

1. Ціна «нетто», а саме:

- вартість окремих послуг, що виникла у певних постачальників послуг;

- непрямі податки на окремі послуг.

2. Дохід (маржа) туристичної фірми, який поділяється на:

- поточні витрати турфірм на виготовлення турмаршрутів, програм обслуговування туристів у процесі реалізації туру, екскурсійних програм;

- комісійна винагорода на користь туристичного агента та усіх інших посередників, які беруть участь у реалізації певного туру;

- сезонні та інші знижки для окремих, постійних туристів та певних тургруп.

3. Податок на додану вартість з маржинального доходу.

Тож при підрахунку вартості велосипедного туру використовують два варіанти цін:

- Ціна «нетто», тобто та, яка характеризує «обмежену собівартість» турпродукту;

- Ціна «брутто», тобто ціна пропозиції турпродукту на цільовому ринку.

Ціна – «нетто» відбиває суму цін, тарифів та розцінок на всі види послуг, що надаються туристам або туристичним групам, включаючи податок на додану вартість, страхові платежі та турзбір. Для визначення повної собівартості туру до ціни «нетто» додаються також витрати туристичних фірм, які пов'язані з організацією їх діяльності.

Ціна – «брутто» включає у себе повну собівартість туру, прибуток туристичної фірми, всі види його податкових платежів, комісійну винагороду туристичним агентам та іншим посередникам, сезонні та інші комерційні знижки для окремих туристів і туристичних груп, суму ПДВ.

Ціна туру на одного туриста у такому випадку розраховується за формулою:

де Ц – ціна туру при розрахунках на 1 туриста, грн.;

В – вартість усіх послуг, які входять до певного туру, грн.;

Н – непрямі податки на певні види послуг, грн.;

П – прибуток турфірми, грн.;

К – комісійна винагорода туристичному агенту чи іншому посереднику, який реалізує тури (без урахування ПДВ);

Вч – Витрати на послуги осіб, які супроводжували туристів (гіди, екскурсоводи тощо), грн.;

1,2 – коефіцієнт, який враховує податок на додану вартість з маржинального доходу.

Ч – число туристів, що входять у певну групу, осіб;

Усі складові частини вартості туру визначаються у національній грошовій одиниці – гривні, а у рекламних компаніях вони можуть бути замінені на інші грошові одиниці (долари США, тощо). Від величини остаточної вартості певного туру та якісних параметрів запропонованих послуг залежить наскільки ціна цього туру буде конкурентоспроможною на ринку [18].

Отже, головним змістом діяльності турфірм є створення турпродукту, його просування й продаж на ринку та організація споживання. Формування повноцінного турпродукту складається з таких етапів: створення ідей про турпродукт, вибір ідеї для турпродукту, перевірка та розробка концепції турпродукту, розробка стратегій

маркетингу нового турпродукту, економічний аналіз, формування туристичного продукту в його остаточному вигляді, випробовування турпродукту в різних ринкових умовах, комерціалізація турпродукту. Всі ці етапи є важливими складовими організації велосипедного туру, без яких неможливо створити якісний продукт.

Розрахунок вартості певного туру є складною процедурою, яка включає в себе багато різних факторів. На ціну впливає характер попиту, місце турфірми, розвиненість ринку турпослуг, оцінка конкурентного середовища, обрана рекламна стратегія тощо. Ціна туру завжди коливається від собівартості до продажної ринкової ціни. Вона обов'язково повинна покривати видатки на його реалізацію та організацію та приносити суб'єкту ринкової діяльності прибуток, який би давав можливість для розвитку. Але важливо пам'ятати, що ціна повинна бути гнучкою, для забезпечення діяльності в умовах ринкової конкуренції (як якісної, так і цінової) і відповідати попиту.

2.2. Особливості сервісного забезпечення велотуру

Сервісне забезпечення велосипедного туру реалізується шляхом надання туристичних послуг.

Як зазначає Н. Кабушкін, «туристична послуга – результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота туристичного підприємства полягає у організації всієї подорожі» [18].

Особливості сервісного забезпечення велосипедного туризму полягають у тому, що послуги, які надаються туристам, є невідчутними, неподільними та мінливими. Також, враховуючи те, що велосипедний туризм є, як правило, некомерційним та соціально-орієнтований, тому послуги у ньому надаються по собівартості або з дуже незначною націнкою.

У структурі сервісного забезпечення велосипедного туру розрізняють основні і додаткові послуги (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні та додаткові послуги у велотуризмі

Основні послуги	послуги по організації перевезення
	розміщення
	харчування туристів
Додаткові послуги	послуги по організації екскурсій
	послуги по страхуванню туристів
	послуги гідів-перекладачів
	послуги з прокату
	торговельні послуги

Розглянемо більш детально ці види послуг.

Харчування є важливою послугою, яку отримують туристи під час велотуру і може входити цілком або частково.

Під час організації туру велотурист може вибрати для себе варіанти послуг із харчування. Серед них такі:

- оплачене харчування, витрати на яке вже включені у оплату за тур;
- харчування із оплатою на місці розташування табору;
- самообслуговування – велотуристи займаються самостійним приготуванням обіду або відвідують інші заклади харчування.

Схема харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення і місць харчування та багатьох інших чинників. Система харчування вказується у договорі.

Так як існують різні види турів, категорії туристів та місця для харчування, то відповідно до цього розроблюється відповідна схема харчування, зафіксована у договорі.

Часто велотури бувають з ночівлею. У такому випадку на місцях зупинок туристам може бути запропонований сніданок «шведський

стіл» із широким вибором страв. Також у престижних готелях є можливість зробити замовлення з кафе чи ресторану, а в тих, де є кухонне приміщення, можна готувати їжу індивідуально.

Існують схеми «напівпансіон» і «повний пансіон». У першому випадку турист може користуватися обідом-вечерею, в другому три або чотириразовим харчуванням.

Якщо це спортивний похід, то зазвичай готування їжі відбувається самостійно з власних запасів.

Якщо туристи обирають дешевий велосипедний тур, то відповідно обслуговуються у кафетеріях та їдальнях. Дорожчі тури можуть передбачати харчування у ресторанах. Групові подорожі використовують пансіон та напівпансіон. Самостійні туристи наперед сплачують лише сніданок.

Про харчування туристів організатори домовляються з мотелями, готелями, кемпінгами, ресторанами та їдальнями. Якщо є проблеми у забезпеченні їжею усіх осіб, то в таких випадках можна звернутись до інших господарств ресторанного типу поблизу.

Між туристичною фірмою та організаціями ресторанного господарства укладається договір, де вказано період часу харчування, умови обслуговування, вартість раціону, як відбуватиметься розрахунок. За п'ять днів до початку обслуговування туристичними фірмами подаються графіки перебування туристів із зазначенням усіх необхідних даних.

Туристична група до закладу має прибути вчасно. При зміні часу прибуття групи на місце, керівник групи обов'язково повідомляє про це адміністрацію закладу харчування за дві години до прибуття. Порушення умов завчасного прибуття на місце тягне за собою певну відповідальність, а саме відшкодування витрат вартості готової продукції та додаткові витрати за простій часу.

Велотуристи, що подорожують групами, мають можливість відвідувати розважальні заходи, тому в таких випадках вони домовляються про організацію харчування до заходу. Якщо у складі групи є особи, які дотримуються дієти, раціон погоджується заздалегідь. Додаткові продукти туристи оплачують за власний кошт.

Столи сервіруються відповідно заздалегідь складеного меню сніданків, обідів та вечерь. На сніданок до столу подають мінеральну та фруктову води, соки, хліб, джем, мед, молочні продукти та холодні закуски, до обіду і вечері – прохолодні напої, холодні закуски, хліб, солодкі страви (крім морозива). Коли відвідувачі цілком заповнили зал або його частину подають гарячі страви і напої.

Для харчування туристів за межами міста обов'язковим є дорожній набір, до складу якого входять продукти довгострокового зберігання та запаси води. Зважати слід на побажання учасників групи. Ціна дорожнього набору має відповідати ціні обраного типу харчування.

Одними з важливих послуг у туризмі є послуги розміщення. Вони завжди є необхідними під час багатоденного туру [21].

Засобом розміщення може стати об'єкт, який постійно чи періодично пропонує місця для ночівлі.

Типологія готельних підприємств, поширених у практиці для розміщення велотуристів така:

- Готель економічного класу. Заклад малої або середньої місткості (до 150 і більше місць). Має розташування поблизу магістралей. Характерні особливості – просте і швидке обслуговування, обмежений набір послуг.

- Мотель. Прості одноповерхові або двоповерхові будівлі, які знаходяться поза міською забудовою, в передмісті, уздовж шосейних доріг. Є малими або середніми підприємствами. Характерні особливості – середній рівень обслуговування при малій кількості персоналу.

- Кемпінг. Найпоширеніший варіант розміщення у велотуризмі. Це табір, що може бути розташований у замиській зоні. Пропонуються місця для ночівлі, найчастіше в наметах чи літніх будиночках, обладнаних кухнями індивідуального приготування їжі і елементарними зручностями.

- Хостел. Заклад з простим стандартним і обмеженим спектром послуг.

- Гостинний двір. Заклад, що пропонує спрощений стандарт обслуговування, меншою кількістю номерів, відсутністю ряду громадських приміщень для зустрічей та перебування гостей (холів, вестибюлів, віталень і т.д.).

- Ботель. Невеликий готель на воді, споруджений і обладнаний на судні. Може бути використаний під час тематичних велотурів [22].

Послуги з організації перевезень у велосипедному туризмі надаються у випадку, коли туристів потрібно доставити від точки їх збору до точки початку маршруту.

Операції трансферу туристів поділяються на:

а) від точки прибуття в початковий пункт туру (вокзал, порт, пристань) до точки їх збору (тимчасового проживання в закладах розміщення, початкової точки маршруту);

б) назад з кінцевого пункту маршруту до точки їх вибуття з туру;

Екскурсійне забезпечення у спортивному велотуризмі є необов'язковим. Проте, задля більшої зацікавленості у велосипедному турі часто застосовується екскурсійний супровід.

Екскурсійна діяльність – діяльність з організації ознайомлення туристів з визначними місцями у місці їх тимчасового перебування.

Екскурсії обумовлені певними закономірностями, такими як цілеспрямованість, емоційність, відповідність тематиці тощо. Кваліфікований екскурсовод скеровує аудиторію на ознайомлення з

цікавими
об'єктами,



пам'ятними та історичними місцями. Екскурсія являє собою комплекс туристичних послуг у велотуризмі [35].

У велосипедному туризмі екскурсії поділяють на (рис. 2.3):

Рис. 2.3. Види екскурсій у велотуризмі

Оглядова екскурсія, частіше за все, включає в себе багато тем історичного та сучасного спрямування. Базується на показі різних пам'яток – історичних, культурних, архітектурних та природних об'єктів, місць відомих подій і т. ін. Таким чином, оглядові екскурсії знайомлять екскурсантів із загальними відомостями про місто, район, країну загалом.

Тематичні екскурсії поділяються на історичні (історико-краєзнавчі), археологічні, етнографічні, воєнно-історичні, історико-біографічні, екскурсії до історичних музеїв, промислові, природничі та екологічні, мистецтвознавчі, літературні, архітектурно-містобудівні.

Навчальні екскурсії є видом навчально-методичної роботи з різними групами туристів. Для них проводяться екскурсії-консультації, екскурсії-демонстрування, екскурсії-уроки, наукові екскурсії для спеціальної публіки.

Туристичний провідник займається супроводом групи, проводить екскурсії, слідкує за безпекою, допомагає учасникам туру. Діяльність з туристичного супроводу має економічне підґрунтя, окрім громадського

змісту. Усі учасники екскурсії чи походу послуговуються різними благами. Екскурсоводи пропонують скористатися пропозиціями місцевої інфраструктури, це водночас поповнює бюджет певної місцевості та районів, і підвищує попит на турпослуги.

До важливих форм обслуговування туристів у велотурах належать також послуги гідів. Вони наймаються керівниками туристичного заходу. Гіди частіше за все здійснюють супровід подорожуючих.

Перед гідом ставляться такі задачі:

- забезпечити учасникам туру відпочинок у тому об'ємі, який відповідає характеру туру;
- спостерігати за тим, щоб усі послуги у велотурі надавалися якісно;
- представлення організатора відпочинку перед контрагентами, які надають послуги під час туристичного заходу.

У велосипедному туризмі може надаватися комплекс страхових послуг. Вони являють собою різні варіанти страхування майна учасників туристичного руху. Страхові послуги зазвичай надаються комплексно та включають в себе відшкодування на лікування, ліквідацію наслідків від нещасних випадків та втрати особистого багажу. Страхуванням також надається відшкодування збитків, заподіяних стихійними лихами та іншими непередбачуваними факторами [21].

Торговельні послуги у велотуризмі мають на меті продаж товарів продовольчої групи, туристичного спорядження та одягу, сувенірних виробів, рекламних буклетів та інших товарів, якими можуть скористатися туристи.

Важливими під час організації велотуру є послуги з ремонту й прокату транспортних засобів (велосипедів) та туристичного реманенту взуття, наметів, тощо.

Отже, сервісне забезпечення велотуризму реалізується шляхом надання туристичних послуг. Особливості сервісного забезпечення

велосипедного туризму полягають у тому, що послуги, які надаються туристам, є невідчутними, неподільними та мінливими. Також враховуючи те, що велосипедний туризм є, як правило, некомерційним та соціально-орієнтованим, тому послуги у ньому надаються по собівартості або з дуже незначною націнкою. Вони поділяються на основні та додаткові, серед яких є послуги харчування, розміщення, екскурсійного супроводу, прокату велотуристичного спорядження тощо.

РОЗДІЛ 3

ВЕЛОКВЕСТ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ

3.1. Проектування велоквесту

Велосипедний туризм на сьогоднішній день є популярним видом відпочинку. Зріст його популярності пов'язаний із тим, що все більше людей почало звертати увагу на здоровий спосіб життя загалом, тому що велосипедний туризм є, насправді, екологічним видом туризму і дуже корисним для здоров'я. Особливо привабливий він саме тим, що дає людині свободу руху, можливість під час екскурсій відкривати нові куточки рідного краю, перебувати на свіжому повітрі та підтримувати гарну фізичну форму.

До інноваційних видів туристичних подорожей, які набувають останнім часом популярності серед велотуристів, належать велоквести. Тому для практичної розробки велотуристичного продукту у кваліфікаційній роботі було обрано саме велоквест.

Слово «квест» походить від англійського quest – пошук, пошуки пригод [25]. Д. Аркадьєв вказує, що «квест – це аматорське спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями» [4].

Переваги велоквестів полягають у наступному:

1. Велоквест – це інтелектуальна гра, яка поєднана з фізичними навантаженнями. З цієї причини такі квести допоможуть розвинути як логічне мислення, так і фізичну форму.

2. Квести допомагають розвинути інтуїцію, зосередженість, уважність, загальну пам'ять.

3. Можливість згуртувати. Велоквест дає чудову нагоду навчитися спілкуванню та тісній співпраці один з одним. Всю команду об'єднує спільна мета та її успішне досягнення.

Тема пропонованого квесту – «Таємниці херсонських велетнів».

Мета велоквесту:

- ознайомити туристів з природними пам'ятками міста;
- дізнатися історичні відомості про Херсон;
- оздоровлення;
- відновлення сил;
- покращення медичних та фізіологічних даних людей, шляхом зміни форм діяльності;
- екологічне і природоохоронне виховання;
- розширення знань з краєзнавства, географії, історії, етнографії і культури;
- набуття досвіду, пов'язаного з участю у велоквестах;
- спілкування в малих групах.

Цільова аудиторія:

- студентські групи;
- молодь;
- люди середнього віку;
- місцеве населення;
- гості міста.

Велотур орієнтований на більш молодих людей, адже проходження маршруту потребуватиме достатню кількість фізичних сил. Подорож

підійде як для місцевого населення, так і для гостей міста, тому що кожна група зможе дізнатися нові цікаві факти про природні пам'ятки Херсона.

Ресурсною базою для організації велоквесту слугують природні пам'ятки міста Херсона, а саме вікові дуби. Адже мають високу рекреаційну та історичну цінність. А також місцеве населення та гості міста володіють невеликою кількістю інформації про ці пам'ятки.

Маршрут квесту пролягає в межах Суворовського та Корабельного районів міста Херсона та передбачає відвідування міських парків, скверів та локацій, в межах яких знаходяться ботанічні пам'ятки природи місцевого значення – вікові дуби.

Схема пропонованого маршруту наведена у додатку А.

Тип маршруту: кільцевий.

Протяжність: 14,8 км.

Тривалість: 3 години.

Велоквест передбачає наступну програму.

Квест розрахований на одночасну участь 12 осіб. Учасники поділяються на три команди по чотири особи. Кожній команді на початковій точці буде виданий аркуш з навігаційною підказкою наступного місця. Такою підказкою буде слугувати карта, з позначенням наступної локації. Початкова та фінальна точка є однаковими для всіх команд. Натомість проміжні локації вони будуть проходити в різному порядку, аби команди не перетинатися між собою. На кожній точці проходження квесту буде стояти спеціальна людина (гід), яка буде розповідати про унікальність саме цього місця та давати підказки наступної точки. Переможцем визнається та команда, яка швидше за всіх пройде всі місця та досягне фінальної точки. По закінченню квесту, всі учасники запрошуються на перекус (чай/кава, десерт) у дружній атмосфері у тематичну велокав'ярню «Peloton».

Отже, нижче будуть описані точки, проходження яких передбачається велоквестом.

1. Велокав'ярня «Peloton» (вул. Небесної Сотні, 5). Це місце є початковою точкою, адже ця кав'ярня є тематичною [40] і символічно починати велоквест саме з неї. Гід представляється, пояснює тему, мету, особливості квесту, дає інформацію про тривалість, техніку безпеки під час велоквесту. Також кав'ярня буде слугувати останньою точкою, де учасники зможуть перекусити та поділитися враженнями від велоквесту.

2. Дуб на «Інтенсивці», який розміщується у дворі будинку за адресою: м. Херсон, вул. Арктична, 18. Пам'ятка природи висаджена у 1899 році. Дуб названий на честь училища, що розташовувалося неподалік у 30-ті рр. ХХ ст. Доглядом за деревом займається Херсонський державний аграрний університет. Згідно дослідження, яке у 2010 році здійснив Центр екологічної інформації Херсона на чолі старшого наукового співробітника М. Підгайного та головної проекту С. Акімової, визначено, що діаметр стовбуру цього дубу становить 5,1 метрів. Із цього випливає, що він є більший за дуб у Міському парку, хоча за віком є молодшим [6].

3. Віковий дуб у «Казенному саду», що розміщується за адресою: м. Херсон, вул. Полтавська, 89, є ботанічною пам'яткою природи місцевого значення. Знаходиться у парку Обласного ліцею. У 1783 році з садівничим із Англії Моффетом була укладена угода за ініціативи Г. Потьомкіна про створення у місті саду та висадку лісових насаджень біля Херсона. Сад в розмірі 10 тисяч дерев був висаджений неподалік р. Вільовчиної, де у неї впадала Казенна балка. Містяни швидко полюбили це місце, адже в Херсоні на той час було мало скверів та парків. У плані 1784 року вказано, що у саду було 12 кварталів, які розділялися широкими алеями. У 1787 році у саду був побудований будинок для Катерини II, яка перебувала у Херсоні та любила проводити

тут своє дозвілля. Існує теорія, що імператриця взяла участь у висадці цього «Вікового дуба» [34].

4. Віковий дуб, що розміщується за адресою: м. Херсон, вул. Ломоносова, 75. Орієнтиром слугує пожежна частина Корабельного району міста. В наявності є дані, що пам'ятка природи була висаджена у 1892 році. Пожежна частина, на території якої і посаджене дерево, має давню історію. Вона була побудована у 70-х роках 19 століття і на той момент була першою у передмісті Херсона. Спочатку будівля з каланчею була зроблена з дерева. Згодом каланча зруйнувалася та на місці неї побудовано пожежну вежу з каменю. Її висота становила сім сажень. Ця споруда залишилася і до наших днів. Біля пожежної частини знаходиться Свято-Миколаївський собор, який теж має давню історію [27].

5. Дуб звичайний, що розміщується за адресою: м. Херсон, вул. Соборна, 18. Знаходиться у сквері коло шахово-шашкового клубу. Будівлю цього клубу було збудовано у 1905 р. віце-консулом Італії Анатра. Тому датою висадки дерева прийнято вважати 1905 рік. Біля пам'ятки природи знаходиться тераса кафе "Каїсса" та фонтан, завдяки яким в літню пору року ця територія є важливою рекреаційною зоною. Дуб є ботанічною пам'яткою природи місцевого значення [34].

6. Дуб у Міському парку. Дуб являє собою головну пам'ятку парку, від якої розходяться вісім алей. Відзначається, що дерево було висаджене при заснуванні парку в 1869 році. Література говорить про те, що під охорону пам'ятка природи була взята в 1972 році. Цей віковий дуб має високу туристичну цінність. Він є популярною туристичною локацією Херсона, куди приходять містяни та гості Херсона. Територія біля дуба під час свят перетворюється на місце масових гулянь та проведення урочистих заходів. Цьому допомагає розвинена туристична інфраструктура біля дуба. Через те, що він знаходиться у центрі Херсона, тут розташовуються атракціони, заклади харчування та

торгівлі, лави для відпочинку. Тому громадяни мають змогу комплексно провести вільний час, поєднавши відпочинок із оздоровленням [6].

Технологічна картка розробленого маршруту наведена у додатку Б.

Очікувані результати від розробки туристичного продукту:

1. Залучення значної частини населення, зокрема молоді, до ведення здорового способу життя;
2. Запровадження організованого активного відпочинку;
3. Організація змістовного дозвілля;
4. Профілактика серцево-судинних захворювань серед населення;
5. Заохочення молоді до заняття спортом та популяризація здорового способу життя;
6. Підвищення рівня природоохоронної свідомості населення;
7. Розширення краєзнавчого кругозору місцевих жителів;
8. Створення нових робочих місць.

Просування велоквесту здійснюватиметься у соціальних мережах завдяки таргетованій рекламі, рекламі на власних сторінках та групах організаторів велоквесту.

Послугами, які включені у вартість велоквесту, є страхівка, харчування та прокат велосипедів.

3.2. Економічне обґрунтування велоквесту

Розглянувши особливості організації велоквесту, спробуємо здійснити розрахунок його вартості для формування відповідної комерційної пропозиції потенційним реалізаторам вказаного туристичного продукту.

Для початку потрібно визначити витрати на організацію велоквесту (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Витрати на організацію велоквесту

Витрати	Сума, грн
Закупівля велосипедів (одноразово) (15 шт.)	45000
Заробітня плата персоналу на місяць (5 осіб)	6000
Витрати на харчування на місяць	5760

Продовження таблиці 3.1

Витрати на страховку на місяць	3024
ПДВ на місяць	8165,76
Інші витрати (ремонт велосипедів, непередбачувані витрати тощо) на місяць	1000

Проаналізувавши цю таблицю, ми отримали результат, що першочергові інвестиції на закупівлю велосипедів становлять 45 тисяч гривень. Джерелом фінансування передбачається залучення власних коштів. Витрати на заробітню плату персоналу (гідам), витрати на харчування, страховку, ПДВ та інші витрати передбачаються у розмірі 23 949,76 гривень на місяць. Покриватися ці затрати будуть за кошти, отримані від проведення велоквестів.

Провівши аналіз витрат, ми помітили що початкові витрати є не надто великими, що збільшує привабливість проєкту.

Методом ціноутворення буде обрано метод «витрати-плюс» суть якого полягає в додаванні на витрати певного відсотка з метою отримання доходу після покриття затрат на розробку та проєктування продукту і його представлення на ринку.

Пропонуватися буде такий варіант формування ціни туру: ціна туру на одного туриста. Вона включатиме наступні головні складові:

1. Ціна «нетто», в яку закладено вартість послуг на одну людину, а саме:

- харчування: 60 грн (передбачає напій – 20 грн. та десерт – 40 грн.);
- страховка туристів: 31,50 грн.;
- прокат велосипеда на час проходження квесту: 200 грн.;
- послуги осіб, які знаходяться на точках по маршруту (гідів 5 осіб): 63 грн. (50 грн. на годину)

2. Дохід (маржа) туристичної фірми складатиме 20%.

3. Податок на додану вартість з маржинального доходу 20%.

Ціна туру в розрахунку на одного туриста у цьому разі визначається за формулою:

Де Ц – ціна туру на одного туриста, грн.;

В – вартість усіх послуг, що входять до туру, грн.;

П – прибуток організаторів, грн.;

1,2 – коефіцієнт, який враховує ПДВ з маржинального доходу.

Чт – число туристів, що входять до групи, осіб.

Використовуючи наведену вище формулу, можемо розрахувати вартість велоквесту на одну людину.

Отже, вартість велоквесту на одну особу складе 510,36 грн., що є прийнятною ціною, яку можна запропонувати обраній цільовій аудиторії квесту.

Враховуючи, що велоквест передбачається проводити 2 рази на тиждень (8 разів на місяць), то дохід від проєкту очікується в розмірі 48994,56 грн. Визначивши місячні витрати (табл. 3.1) в розмірі 23949,76 грн., чистий місячний прибуток становитиме 25044,80 грн. Зважаючи на те, що початкові витрати на закупівлю велосипедів становлять 45000

грн, це дозволяє їх окупити за 2 місяці. Річний дохід очікується у розмірі 300 тис. грн.

Отже, одним із інноваційних видів туристичних продуктів є велоквести, які останнім часом все більше стають популярними серед велотуристів. Тому для кваліфікаційної роботи обрано саме цей вид туру.

Темою спроектованого велоквесту є «Таємниці херсонських велетнів». Основними завданнями велоквесту розробленого нами є оздоровлення, відновлення сил, екологічне і природоохоронне виховання, розширення краєзнавчого кругозору тощо. Ресурсною базою для організації велоквесту слугують природні пам'ятки міста Херсона, а саме п'ять вікових дубів, які мають велику рекреаційну цінність та природоохоронний статус. Передбачається, що в квесті буде відбуватися за правилами та одночасно приймати участь у ньому зможуть 12 осіб.

Розробка велоквесту принесе такі результати як залучення значної частини населення до ведення здорового способу життя, організація змістовного дозвілля, створення нових робочих місць.

Розрахувавши вартість велоквесту на 1 особу, отримали суму в 510,36 грн., що є прийнятною ціною для такого виду розваги. Як показав економічний аналіз, велоквест є більш ніж привабливим проєктом, оскільки прибутки складуть 300 тис. грн. за перший рік, що є гарним економічним показником.

ВИСНОВКИ

Велотуризм – це вид активного туризму, який характеризується використанням велосипеда в якості основного засобу пересування, здійснюється в різних природних умовах і характеризується активним способом пересування по маршруту з використанням фізичних сил туриста. Основний пріоритет велосипедного туризму – залучення людей до корисного та раціонального проведення дозвілля, поліпшення самопочуття, відновлення сил, покращення медичних та фізіологічних даних шляхом зміни форм діяльності, дозування рухів, раціонального харчування, усунення нервових навантажень. Ознаками велосипедного туризму є пристрасть до зміни місць, готовність до тимчасових незручностей, жага до ведення здорового способу життя.

Туризм – це багатогранний процес, на який впливають різні чинники. Щоб включити їх всі, необхідно виявити і систематизувати певні види туризму. Велотуризм класифікується за кількома критеріями, включаючи вид, темп, тривалість, складність маршруту і мотивацію до подорожі. Упорядкування різних видів велотуризму в межах певної класифікації дає можливість виробляти і пропонувати на ринок такий туристичний продукт, який найкраще відповідає очікуванням споживачів, підвищуючи таким чином його конкурентоспроможність.

Історія велотуризму має давнє коріння. Останніми роками велосипедний туризм стає дедалі популярним видом відпочинку в Україні. Діяльність провадять такі організації як «Велокраїна», «ЄвроВело», «ДніпроВелоКлуб», зокрема на Херсонщині «Мандруймо Херсонщиною» та «Велохерсон». Існує два різновиди велосипедного туризму – власне спортивний та спортивно-оздоровчий. Вони мають особливості організації велоподорожей. Перший характеризується

пріоритетністю спортивно-змагальної складової, за участь у спортивних походах і змаганнях присвоюються категорії та звання. Спортивно-оздоровчий велотуризм натомість робить акцент на оздоровленні учасників без надмірних фізичних навантажень, сприяє підтримці організму в здоровому стані, є унікальним засобом спілкування між людьми.

Головним змістом діяльності турфірм є створення турпродукту, його просування й продаж на ринку та організація споживання. Формування повноцінного турпродукту складається з таких етапів: створення ідей про турпродукт, вибір ідеї для турпродукту, перевірка та розробка концепції турпродукту, розробка стратегій маркетингу нового турпродукту, економічний аналіз, формування туристичного продукту в його остаточному вигляді, випробовування турпродукту в різних ринкових умовах, комерціалізація турпродукту. Всі ці етапи є важливими складовими організації велосипедного туру, без яких неможливо створити якісний продукт.

Сервісне забезпечення велотуризму реалізується шляхом надання туристичних послуг. Особливості сервісного забезпечення велосипедного туризму полягають у тому, що послуги, які надаються туристам, є невідчутними, неподільними та мінливими. Також враховуючи те, що велосипедний туризм є, як правило, некомерційним та соціально-орієнтованим, тому послуги у ньому надаються по собівартості або з дуже незначною націнкою. Вони поділяються на основні та додаткові, серед яких є послуги харчування, розміщення, екскурсійного супроводу, прокату велотуристичного спорядження тощо

Одними із інноваційних видів туристичних продуктів є велоквести, які останнім часом все більше стають популярними серед велотуристів. Тому для кваліфікаційної роботи було обрано саме цей вид туризму. Темою спроектованого велоквесту є «Таємниці херсонських велетнів». Основними завданнями велоквесту розробленого

нами велоквесту є оздоровлення, відновлення сил, екологічне і природоохоронне виховання, розширення краєзнавчого кругозору тощо. Ресурсною базою для організації велоквесту слугують природні пам'ятки міста Херсона, а саме п'ять вікових дубів, які мають велику рекреаційну цінність та природоохоронний статус. Передбачається, що в квесті буде відбуватися за правилами та одночасно приймати участь у ньому зможуть 12 осіб.

Розробка велоквесту принесе такі результати як залучення значної частини населення до ведення здорового способу життя, організація змістовного дозвілля, створення нових робочих місць.

Розрахувавши вартість велоквесту на 1 особу, отримали суму в 510,36 грн., що є прийнятною ціною для такого виду розваги. Як показав економічний аналіз, велоквест є більш ніж привабливим проєктом, оскільки прибутки складуть 300 тис. грн за перший рік, що є гарним економічним показником.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Агафонова. – К.: Знання України, 2012. – 358 с.
2. Активний туризм - що це таке? // Готель. – 2017. – №2. – С. 18–22.
3. Александрова А. Міжнародний туризм / А. Александрова. – М.: Аспект-прес, 2015. – 463 с.
4. Аркадьев Д. Спортивное ориентирование и аналоги / Д. Аркадьев. – М.: «Спорт», 2015. – 30 с.
5. Бабурін С. Російський торгово-економічний словник / С. Бабурін., 2005. – 525 с.
6. Бойко М. Екологія Херсонщини / М. Бойко. – Херсон: Терра, 2001. – 186 с.
7. Бриггс С. Маркетинг в туризмі / С. Бриггс. – К.: Знання-прес, 2005. – 358 с.
8. Булгаков А. Велосипедний туризм / А. Булгаков. – М., 2008. – 373 с.
9. Бунич Г. Туристический продукт: теорія, практика, інноваційні аспекти / Г. Бунич. – М.: Союз-прес, 2012. – 236 с.
10. Вільний аналіз ситуації, яка склалася на цей час // Туризм. – №3. – С. 34–40.
11. Власов А.А. Велосипедний туризм / А.А. Власов. – К., 2014. – 243 с.
12. Громадська організація "Велохерсон" [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.facebook.com/bikekherson.ngo/>.
13. Гуляєв У. Туризм: економіка і соціальний розвиток / У. Гуляєв. – М.: Фінанси і статистика, 2018. – 301 с.
14. Дмитриевский М. Покупаем велосипед / М. Дмитриевский. – М., 2007. – 126 с.
15. Дурович А. Активний туризм: сучасний стан та перспективи розвитку / А. Дурович. – М.: Нове знання, 2017. – 103 с.

16. Зорин И. Туристский терминологический словарь: справоч.-метод. пособие / И.В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М.: Советский спорт, 1999. – 664 с.
17. Ильина Е. Туроперейтинг: организация деятельности / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 256 с.
18. Кабушкин Н. Менеджмент туризма / Н. Кабушкин. – Минск: Новое знание, 2014. – 409 с.
19. Кифяк В. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с.
20. Клуб активного відпочинку “Mandry” [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/mandry.ks>
21. Колесник В. Введення у спеціалізацію: програмний туризм у сфері послуг світового товарообороту / В. Колесник. – М.: Укрспорт, 2016. – 59 с.
22. Личный опыт: как организовать велоквесты по всему миру [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bit.ua/2015/04/quest-bike/>.
23. Любовицький В. Велосипед для здоров'я / В.А. Любовицький. – Миколаїв, 2003. – 142 с.
24. Медовий В. Методичні рекомендації з організації планових велосипедних маршрутів / В. Медовий. – Рівне, 2013. – 43 с.
25. Основные правила проведения велоквесту [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://lektsii.org/14-21330.html>.
26. Пирожник И. Активный туризм и его значение в хозяйстве / И. Пирожник, 2014. – 305 с.
27. Природно-заповідний фонд Херсонської області [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://pzf.land.kiev.ua/pzf-obl-25.html>.
28. Робертс Т. Велоспорт: базове керівництво зі спорядження та техніки їзди / Т. Робертс. – К.: Грамота, 2007. – 160 с.

29. Сидорович, Є. С. Соціальний проект «Мандруймо Херсонщиною» як засіб формування фізичної культури студентів / Є. С. Сидорович, О. А. Макієнко, В. Ф. Яровий // Екологічні дослідження у вищих навчальних закладах : збірка наукових праць / за ред. М. М. Сидорович. – Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2018. – С. 234-236.
30. Соколов В. Велосипедный туризм / В.А. Соколов, В.С. Ильин. – Риб «Турист», 1992. – 60 с.
31. Соціальний проект "Мандруймо Херсонщиною" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/proekttourism/>.
32. Старовойтенко О. Принципи систематизації видів туризму / О. Старовойтенко. // Економіка України. – 2002. – №5. – С. 48–53.
33. Тимошенко Л. Спортивний туризм : навч. посіб. : у 2 ч. / Тимошенко Л., Лабарткава К. – Л. : ЛДУФК, 2012. – Ч. 1. 150 с.
34. Федерація спортивного туризму України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.fstu.com.ua>.
35. Херсон: пам'ятки природи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mistaua.com/Памятки/Памятники_природы/?setcity=820.
36. Циншен В. Основы территориальной организации рекреационного хозяйства (современный подход к рекреационной географии) / В. Циншен. – Одесса: Астропринт, 2003. – 124 с.
37. Шевчук В. По родному краю на велосипеде / В.Г. Шевчук. – Одесса, 2007. – 200 с.
38. Шлеплер У. Активный туризм / У. Шлеплер. – Москва: Міжнародні економічні відносини, 2011. – 267 с.
39. Що таке квести? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://e-bookua.org.ua/stat/1287-scho-take-kvesti-v-realnost.html>.
40. Энциклопедия туризма: справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
41. Peloton, Херсон [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cafe.ks.ua/cafe/peloton.html>.

Додаток А

Маршрут велоквесту «Тасмниці херсонських велетнів»

Додаток Б

Технологічна карта велоквесту «Темниці херсонських велетнів»

Ділянки маршруту екскурсії	Місця зупинок	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Найменування підтем і перелік основних питань	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Кав'ярня «Peloton»	Вул. Небесної Сотні, 5	-	-	1. Збір групи, знайомство учасників 2. Завдання квесту	Група стає перед керівником квесту та слухає організаційні вказівки. Одночасний виїзд команд до точок	Керівник квесту представляється, послідовно пояснює тему, мету, особливості квесту, дає інформацію про тривалість, техніку безпеки під час велоквесту. Гід дає підказку наступної локації.
Дуб на «Інтенсивці»	Вул. Арктична, 18	Віковий дуб	10 хв.	1. Віковий дуб 1) Історія висадки 2) Походження назви 3) Цікаві факти про пам'ятку природи 2. Завдання квесту	Група розташовується на подвір'ї будинку. Виїзд команди на наступну точку	Повідомляються відомості про пам'ятку природи: дата виникнення, походження назви, цікаві факти. Гід дає підказку наступної локації.
Парк Обласного ліцею	Вул. Полтавська, 89	Віковий дуб	15 хв.	1. Найстаріший дуб у м. Херсоні 1) Історія висадки парку 2) Відомі постаті, пов'язані з пам'яткою природи 3) Цікаві факти 3. Завдання квесту	Група розташовується біля вікового дуба у парку Обласного ліцею. Виїзд команди на наступну точку	Повідомляються відомості про найстаріший дуб у Херсоні: історія виникнення, хто пов'язаний з висадкою дерев у парку, цікаві відомості про пам'ятку природи. Гід дає підказку наступної локації.

Пожежна частина Корабельного району	Вул. Ломоносова, 75	Віковий дуб	10 хв.	1. Віковий дуб 1) Історія висадки 2. Цікаві факти про пожежну частину 3. Завдання квесту	Група розташовується на вулиці, біля пожежної частини. Виїзд команди на наступну точку	Повідомляються відомості про пам'ятку природи місцевого значення, історію пожежної частини. Гід дає підказку наступної локації.
Шахово-шашковий клуб	Вул. Соборна, 18	Віковий дуб	10 хв.	1. Віковий дуб 1) Цікаві факти про пам'ятку природи 2. Історія шахово-шашкового клубу 3. Завдання квесту	Група розташовується у сквері біля шахово-шашкового клубу Виїзд команди на наступну точку	Повідомляються відомості про історію висадки дуба, історичні відомості про шахово-шашковий клуб. Гід дає підказку наступної локації.
Міський парк	Міський парк	Віковий дуб	10 хв.	1. Найвідоміший дуб м. Херсона 1) Історія заснування парку 2) Рекреаційна значимість пам'ятки природи	Всі команди збираються разом. Група розташовується у парку біля дуба. Одночасний виїзд всіх учасників до наступної точки	Повідомляються відомості про історію Міського парку, цікаві відомості про Віковий дуб.
Кав'ярня «Peloton»	Вул. Небесної Сотні, 5	-	30 хв.	1. Підведення підсумків	Група розміщується у велокав'ярні «Peloton»	Учасники групи обирають напій та десерт. Керівник ділиться з групою враженнями від квесту та спонукає учасників розповісти власні враження.