

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр
Рівень вищої освіти

Організація екскурсійного супроводу виїзного туризму в Європу за матеріалами
ТА «Мокка» ФОП «Михайлюк Є.В.», м. Старокостянтинів

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма «Туризм»
Назва

Шифр 20033

Виконав: студент 4 курсу
група ТУР-20-1

Керівник

Нормоконтролер

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної
справи

Вероніка КОНДРАШИНА
Підпис, Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Людмила ГРИГОР'ЄВА
Підпис, Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Оксана ГРИНДІЙ
Підпис, Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Ігор ЖУРБА
Підпис, Ім'я ПРІЗВИЩЕ

20 червня 2024р.

Хмельницький 2024

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
 Рівень вищої освіти бакалавр
 Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
 Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
 Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туризму та
 готельно-ресторанної справи

Журба І. Є.

06.05 2024 р.

ЗАВДАННЯ
 НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Кондрашина Вероніка Віталіївна

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1 Тема роботи Організація екскурсійного супроводу виїзного туризму в Європу
 за матеріалами ТА «Мокка»

ФОП «Михайлюк Є.В.», м. Старокостянтинів

керівник роботи Григор'єва Людмила Володимирівна

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, учене звання

Затверджено наказом ректора університету від 15 червня 2024 р. № 8

2 Строк подання студентом роботи на кафедру 20 червня 2024 р.

3 Вихідні дані до роботи посібники, фахові видання, статистичні звіти, Інтернет джерела

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

У першому розділі розглянуто теоретичні засади дослідження екскурсійного супроводу подорожуючих. У другому розділі проаналізована діяльність туристичної агенції Мокка. У третьому розділі розроблені напрямки вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму туристичної агенції Мокка.


5 Перелік графічного матеріалу: Підходи до визначення поняття «туристична послуга»; основні характер. турист. послуг; види турист. послуг; ознаки екскурсії; види екскурсій; організаційна структура ТА «Мокка»; горизонт. та вертикал. аналіз балансу; аналіз звіту про фінансові результ.; кількість і вартість проданих турист. путівок; види туризму ТА «Мокка»; сезонність напрямків турист. маршрутів; сезонність видів турист. маршрутів за метою; тури з екскурс. супроводом; програма вдоскон. екскурсій. супроводу виїзного туризму до Європи; графік руху по маршруту; програма туру; оформлення документів для поїздки в тур; Калькуляція собівартості тура; рекомендовані пропозиції щодо удосконал. екскурсій. супроводу виїзного туризму до Європи.

6 Дата видачі завдання 6 травня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	06.05.2024	Виконано
2. Вивчення стану проблеми за темою «Організація екскурсійного супроводу виїзного туризму в Європу за матеріалами ТА «Мокка» ФОП «Михайлюк Є.В.», м. Старокостянтинів», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	10.05.2024	Виконано
3. Збір фактичного матеріалу	15.05.2024	Виконано
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	20.05.2024	Виконано
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо. Обробка зібраного матеріалу	27.05.2024	Виконано
6. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	03.06.2024	Виконано
7. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	10.06.2024	Виконано
8. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	13.06.2024	Виконано
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	19.06.2024	Виконано
10. Здача роботи на кафедрі	20.06.2024	Виконано

Студент-дипломник


 Підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Вероніка КОНДРАШИНАКерівник роботи
Підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Людмила ГРИГОР'ЄВА

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу _____ Кондрашина Вероніка Віталіївна _____
Тема роботи: __ Організація екскурсійного супроводу виїзного туризму в Європу за матеріалами ТА «Мокка» ФОП «Михайлюк Є.В.», м. Старокостянтинів _____
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Науковий керівник доцент Григор'єва Л. В.
м. Хмельницький, 2024 р.

Дипломна робота виконана на ___ с., містить ___ таблиць, ___ рисунків, з перелік джерел посилань складається із ___ найменування, ___ додатків.

Актуальність роботи. Екскурсія – основа туризму. Однією з найважливіших складових туристичного продукту є екскурсійна програма. Екскурсії – це реальна можливість для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними та релігійними цінностями тієї чи іншої країни та її народу. При цьому сучасні туристи шукають не товари та послуги, здатні задовольнити їхні базові потреби, вони хочуть піти набагато далі та отримати безцінні враження.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних засад дослідження екскурсійного супроводу подорожуючих.

У другому розділі проаналізовано діяльність туристичної агенції Мокка.

У третьому розділі розроблені напрямки вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму туристичної агенції Мокка.

Ключові слова: організація, екскурсійний супровід, виїзний туризм, напрямки діяльності, туристична діяльність, аналіз, концепція туру.

SUMMARY

for the thesis Veronika Kondrashyna Vitalyivna

The topic of the work: Organization of excursion support for outbound tourism to Europe based on the materials of TA "Mokka" LLC "Mykhailyuk E.V.", Starokostyantyniv

Specialty 242 «Tourism and recreation»

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor, docent Hryhorieva L.V.

Khmelnysky, 2024

Thesis is performed on ___ pages, contains ___ tables, ___ figures, the list of sources of references consists of ___ names, ___ appendices.

Relevance of the work. An excursion is the basis of tourism. One of the most important components of a tourist product is an excursion program. Excursions are a real opportunity to get acquainted with the history, culture, customs, spiritual and religious values of a particular country and its people. At the same time, modern tourists are not looking for goods and services that can satisfy their basic needs, they want to go much further and get priceless experiences.

The first section devoted to the consideration of the theoretical foundations of the study of excursion accompaniment of travelers.

The second section the analysis of the activities of the Mokka travel agency was analyzed.

The third section directions for improving excursion support for outbound tourism of the Mokka travel agency are developed.

Key words: organization, excursion support, outbound tourism, areas of activity, tourist activity, analysis, tour concept.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО СУПРОВОДУ ПОДОРОЖУЮЧИХ.....	10
1.1 Поняття, сутність та види туристичних послуг.....	10
1.2 Екскурсійний супровід як особливий різновид туристичних послуг.....	15
1.3 Світовий досвід надання послуг екскурсійного супроводу.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ МОККА.....	22
2.1 Загальна характеристика діяльності підприємства.....	22
2.2 Аналіз виїзних турів підприємства.....	26
2.3 Принципи та особливості надання підприємством екскурсійного супроводу виїзного туризму.....	29
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО СУПРОВОДУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ МОККА.....	34
3.1 Програма вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи.....	34
3.2 Прогнозування соціально-економічного ефекту від впровадження розроблених заходів.....	41
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

Актуальність теми. Екскурсія – основа туризму. Лише складні спортивні походи та нечисленні спеціалізовані тури, такі як мисливський та рибальський, можуть обходитися без неї. При організації інших видів туризму – культурного, археологічного, ботанічного, наукового, екологічного, споглядального, релігійного, освітнього, навчального – екскурсії майже завжди входять у програми поїздок. Відповідно, необхідно констатувати той факт, що однією з найважливіших складових туристичного продукту є екскурсійна програма. Екскурсії – це реальна можливість для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними та релігійними цінностями тієї чи іншої країни та її народу. При цьому сучасні туристи шукають не товари та послуги, здатні задовольнити їхні базові потреби, вони хочуть піти набагато далі та отримати безцінні враження. В екскурсійній діяльності це проявляється у появі інноваційних видів екскурсійних програм, та виникнення нових інтерактивних способів взаємодії зі споживачами екскурсійних послуг, які дозволяють підвищити інтерес до історії та культури країни.

Дослідженням різних аспектів туристично-екскурсійної діяльності займалися такі вчені, як Л. Алексеєнко-Лемовська [1], І. Арсененко [2], К. Верес [3], Т. Марусей [11], М. Покогодна [14], О. Полянничко [15], І. Тучковська [18] та ін., в працях яких описуються традиційні та сучасні способи екскурсійного супроводу туристичної діяльності. Менше з тим, постійний розвиток туристичної індустрії впливає на постійну появу нових способів екскурсійного обслуговування, що і зумовлює актуальність даного дослідження.

Метою дослідження є окреслення теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій з удосконалення процесу надання екскурсійного супроводу виїзного туризму споживачам туристичного продукту туристичної агенції «Мокка».

Відповідно до мети сформовано наступні завдання:

- окреслити поняття, сутність та види туристичних послуг;
- розглянути екскурсійний супровід як особливий різновид туристичних послуг;
- описати світовий досвід надання послуг екскурсійного супроводу;
- дати загальну характеристику діяльності туристичної агенції «Мокка»;
- провести аналіз виїзних турів підприємства;
- дослідити принципи та особливості надання підприємством екскурсійного супроводу виїзного туризму;
- запропонувати програму вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи;
- здійснити прогнозування соціально-економічного ефекту від впровадження розроблених заходів.

Об'єктом дослідження виступає процес надання екскурсійного супроводу виїзного туризму.

Предмет дослідження є теоретичні та практичні аспекти вдосконалення процесу надання екскурсійного супроводу виїзного туризму до країн Європи.

В процесі роботи над даною темою були використані наступні методи:

- системний аналіз;
- комплексний підхід;
- класифікація;
- моделювання;
- конкретизація.

Практичне значення даного дослідження полягає в можливості його використання в подальшому вивченні теми екскурсійного супроводу туризму та розробленому туристичному продукті – турі «Пам'ятками західної Німеччини», який може бути використаний для надання туристичних послуг вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності. Результати дослідження були апробовані на міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тренди,

реалії та перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи» 23-24 травня 2024 року.

Структура дослідження. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел. Дослідження містить 45 сторінок тексту, 8 рисунків, 11 таблиць. Список використаної літератури включає 26 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО СУПРОВОДУ ПОДОРОЖУЮЧИХ

1.1 Поняття, сутність та види туристичних послуг

Світові тенденції у сфері міжнародного туризму дозволяють віднести туристичний бізнес до найперспективніших галузей економіки [7, с. 102]. У сучасному світі, де туризм став невід'ємною частиною життя багатьох людей, важливість туристичних послуг постійно зростає. Вони є не лише засобом забезпечення комфортного перебування туристів, але й потужним економічним чинником, що сприяє розвитку регіонів та країн. Туристичні послуги сприяють створенню робочих місць, розвитку інфраструктури, а також популяризації культурної спадщини та природних багатств. Індустрія туристичних послуг характеризується високою конкурентоспроможністю, що стимулює постачальників послуг до постійного вдосконалення та інновацій – впровадження нових технологій, покращення стандартів обслуговування, а також розробку нових продуктів та послуг, що відповідають змінюваним потребам туристів. Взаємодія різних елементів туристичних послуг створює комплексний продукт, який сприяє позитивному іміджу туристичних напрямків та підвищує рівень задоволеності клієнтів.

Туристичні послуги є ключовим компонентом туристичної індустрії, що охоплюють широкий спектр діяльності, спрямованої на задоволення потреб мандрівників під час їхніх подорожей. Поняття туристичних послуг, хоча і не має єдиного визначення (таблиця 1.1), включає всі товари та послуги, які надаються туристам з моменту їх від'їзду з постійного місця проживання до повернення додому. Ці послуги забезпечують комфорт, зручність і безпеку під час подорожей, створюючи позитивний досвід для туристів. Основою туристичних послуг є гостинність, яка виявляється через привітне ставлення до гостей, забезпечення якісного обслуговування та задоволення їхніх потреб.

Туристичні послуги включають транспорт, проживання, харчування, екскурсії, розваги та інші аспекти, що роблять подорож приємною та комфортною.

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення поняття «туристична послуга»

Джерело	Визначення
Закон України «Про туризм» [16]	Діяльність, яка задовольняє потреби туриста, пов'язані з його подорожжю та перебуванням у певному місці.
Міжнародна асоціація наукових експертів з туризму [23]	Нематеріальний продукт, який пропонується туристам і призначений для задоволення їх потреб під час подорожі.
Словник туристичних термінів [6, с. 161]	Комплекс заходів, спрямованих на задоволення потреб туриста під час його подорожі, включаючи транспорт, розміщення, харчування, екскурсії, розваги тощо.
О. Полянничко [15, с. 24]	Праця, яка виконується для туриста, з метою задоволення його потреб під час подорожі.
С. Шепелюк [21, с. 2]	Нематеріальний товар, який продається туристам і використовується ними під час подорожі.
К. Сулеймані, А. Дійка [25, с. 13]	Діяльність, яка допомагає туристам планувати та здійснювати подорожі.
О. Лютак, Д. Романчук [10, с. 143]	Інформація та допомога, що надається туристам під час їх подорожі.
І. Крупенна, М. Кохан [9, с. 71]	Досвід, враження та емоції, які отримують туристи під час подорожі.

Ключовими характеристиками туристичних послуг можна назвати наступні (рисунок 1.1).

Нематеріальність туристичних послуг є однією з їхніх основних характеристик. Вона означає, що ці послуги не мають фізичної форми, тому їх не можна побачити, відчувати, понюхати, спробувати на смак або почути до моменту споживання. Саме тому, коли мандрівник бронює тур, він може покладатися лише на описи, фотографії та відгуки попередніх клієнтів. У зв'язку з цим, туристичні компанії витрачають значні ресурси на створення привабливих маркетингових матеріалів, які можуть донести до потенційних клієнтів унікальність пропонованих послуг. Нематеріальність також означає, що клієнт отримує суб'єктивний емоційний досвід, тому задоволеність туриста значною мірою залежить від його очікувань і від того, наскільки вони були задоволені. Саме тому відгуки і рекомендації інших мандрівників часто мають вирішальне значення при виборі туристичних послуг.

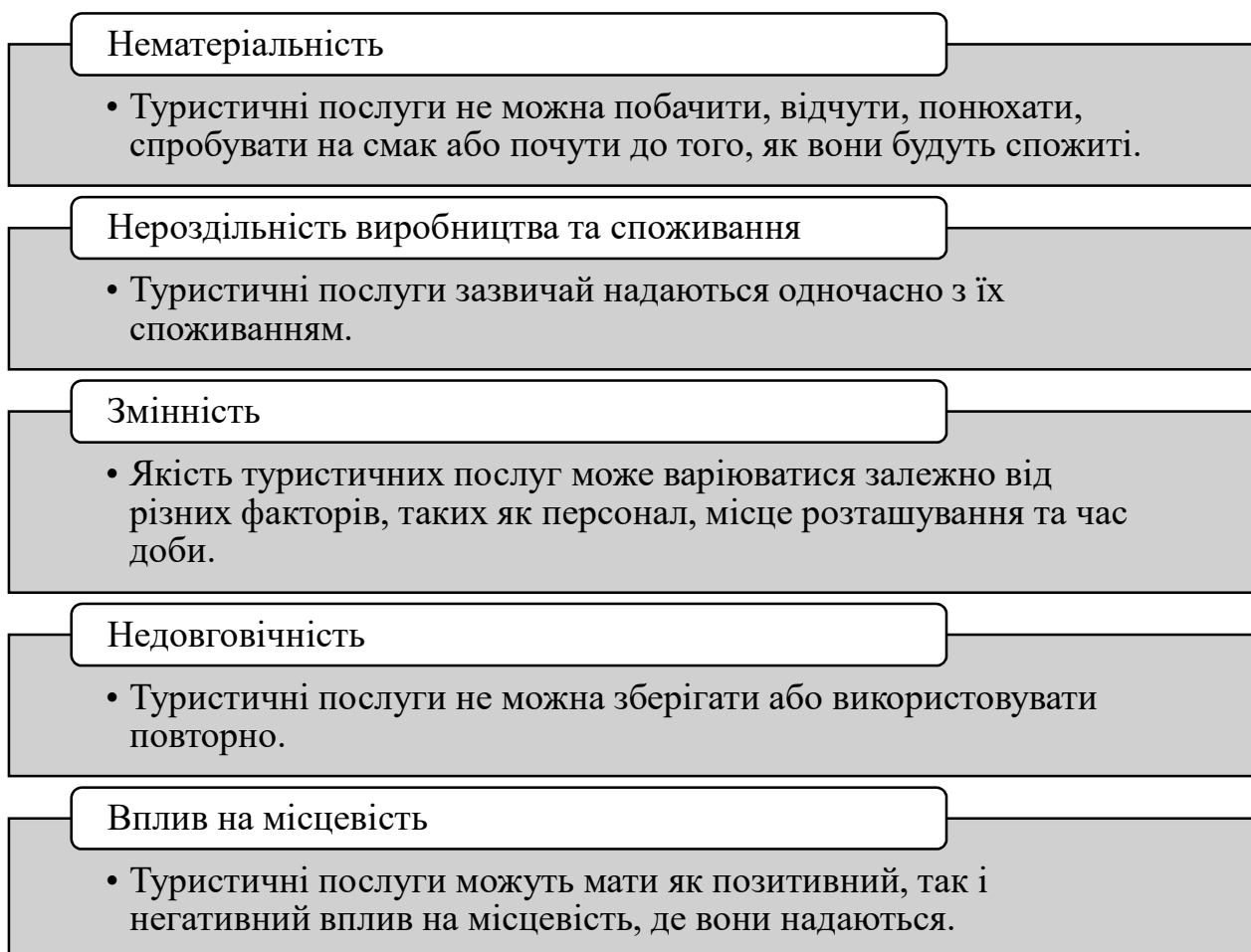


Рисунок 1.1 – Основні характеристики туристичних послуг [21, с. 5]

Нероздільність виробництва та споживання означає, що процес надання послуги і її споживання відбуваються одночасно. На відміну від товарів, які можна виробити, зберігати і продати пізніше, туристичні послуги існують тільки в момент їхнього надання. Наприклад, гід екскурсії одночасно виконує свою роботу і надає послугу туристам, які безпосередньо беруть участь в екскурсії. Це вимагає високого рівня взаємодії між персоналом і клієнтами, що підвищує значення професійної підготовки і комунікаційних навичок працівників туристичної галузі.

Змінність туристичних послуг є наслідком того, що їх якість може значно варіюватися в залежності від різних факторів. Наприклад, якість обслуговування може залежати від настрою та професіоналізму працівників,

часу доби, сезону, а також місця надання послуги. Один і той самий туристичний продукт, як, наприклад, екскурсія, може бути сприйнятий зовсім по-різному різними туристами, або навіть тим самим туристом у різний час. Змінність також може бути пов'язана з інфраструктурою та обладнанням, які можуть перебувати в різному стані, і вимагає від туристичних компаній постійного контролю за якістю своїх послуг і гнучкості у реагуванні на зміни.

З даною характеристикою пов'язана недовговічність туристичних послуг, яка означає, що їх не можна зберігати або використовувати повторно. Це особливо помітно у випадках таких послуг, як готельне проживання або авіаперельоти, де невикористана послуга втрачає свою цінність після закінчення певного часу. Недовговічність створює специфічні виклики для управління попитом і пропозицією. Туристичні компанії часто стикаються з необхідністю ефективного управління резервуванням і прогнозуванням попиту, щоб мінімізувати втрати від непроданих місць або невикористаних можливостей. Цей аспект також підкреслює важливість рекламних кампаній і програм лояльності, які допомагають залучати клієнтів у періоди низького сезону.

Вплив на місцевість туристичних послуг може бути як позитивним, так і негативним. З одного боку, туризм може стимулювати економічний розвиток, створювати робочі місця і сприяти збереженню культурної спадщини. Зростання туристичної індустрії часто веде до покращення інфраструктури, розвитку місцевого бізнесу і підвищення рівня життя місцевого населення. Однак, з іншого боку, надмірний туризм може мати негативні наслідки для навколишнього середовища та суспільства – деградацію природних ресурсів, забруднення, збільшення вартості життя для місцевих жителів і руйнування традиційних культурних цінностей. Для того, щоб забезпечити стійкий розвиток туризму, необхідно впроваджувати стратегії, які враховують баланс між економічними вигодами і збереженням екологічної та культурної цінності місцевостей – контроль за кількістю туристів, інвестування в екологічно чисті

технології та залучення місцевих громад до управління туристичними процесами.

Туристичні послуги найчастіше поділяють на основні та додаткові (рисунок 1.2). Водночас, такий розподіл туристичних послуг є умовним, оскільки з погляду споживчих властивостей вони часто не мають суттєвих відмінностей. Основними послугами вважаються ті, які включені в основну програму туру й оформлені путівкою – транспортні послуги, послуги розміщення і харчування.

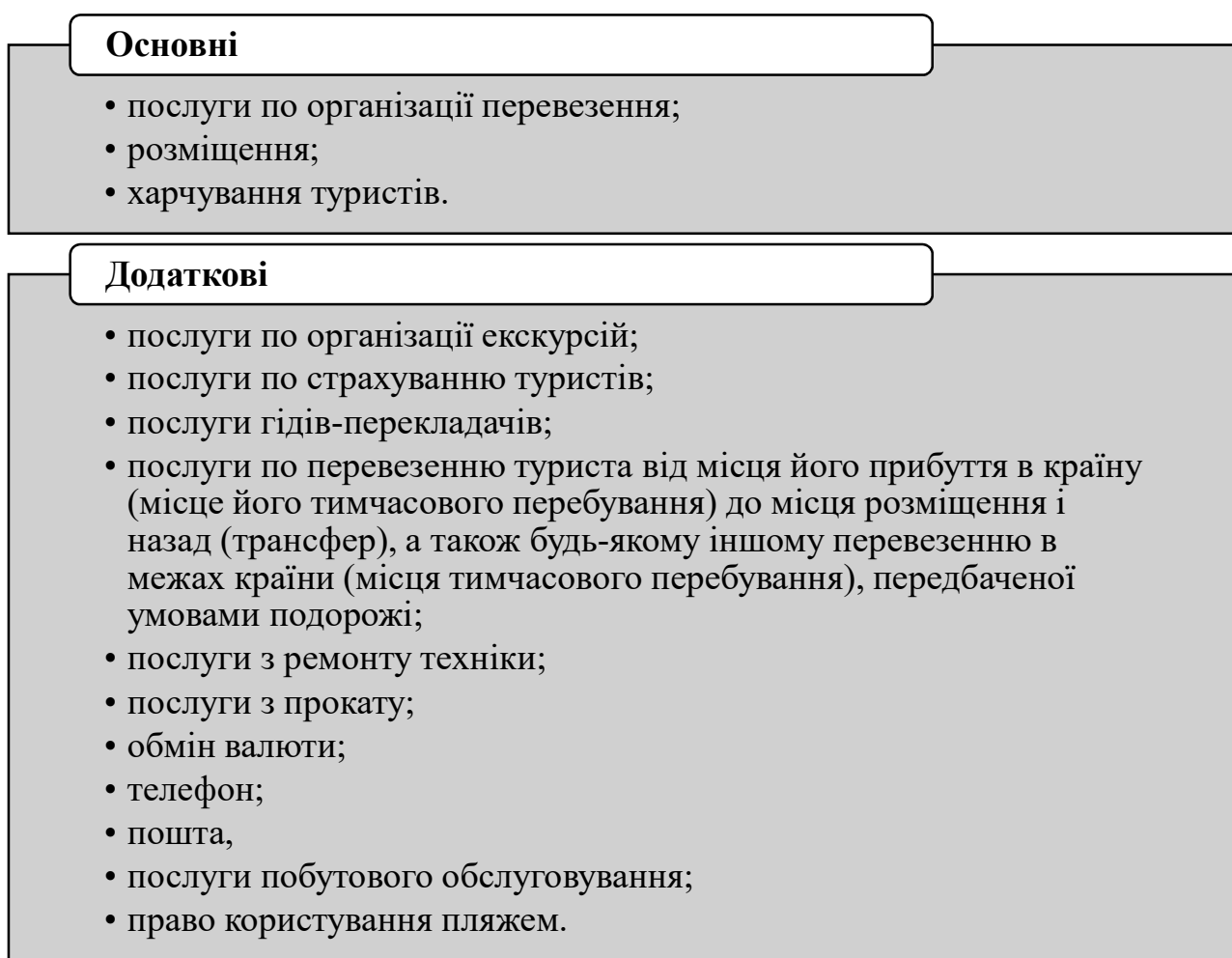


Рисунок 1.2 – Види туристичних послуг [7, с. 103]

Додаткові послуги, навпаки, турист здобуває самостійно під час перебування у місці призначення. Вони не включаються у вартість путівки і

оплачуються окремо. Проте, в залежності від мети подорожі, розподіл на основні і додаткові послуги може змінюватися. Наприклад, при організації пізнавальних, професійно-ділових, спортивних або релігійних турів послуги, які зазвичай вважаються додатковими, можуть стати основними. Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами визначається тим, чи включені вони в придбаний туристом пакет послуг.

1.2 Екскурсійний супровід як особливий різновид туристичних послуг

Екскурсійний супровід є невід'ємною частиною туристичних послуг, що значно збагачує досвід мандрівників та забезпечує глибше розуміння відвідуваних місць. Екскурсійний супровід являє собою особливий різновид туристичних послуг, який має власну специфіку, функції та методику. Екскурсії є цілеспрямованим процесом пізнання навколишнього світу, що базується на заздалегідь підібраних об'єктах, розміщених у природних умовах або у спеціально призначених місцях, таких як цехи промислових підприємств, лабораторії, зали музеїв та виставок. Важливу роль у цьому процесі відіграє кваліфікований спеціаліст — екскурсовод, який керує показом об'єктів та сприяє їхньому сприйняттю туристами [11].

Екскурсії мають методично продуману структуру, яка передбачає аналіз об'єктів та розповідь про події, пов'язані з ними. Цей процес побудований на заздалегідь підібраних об'єктах, розташованих у природних умовах або спеціально організованих місцях, що дозволяє туристам отримати глибше розуміння теми екскурсії. Під керівництвом кваліфікованого екскурсовода відбувається не тільки показ об'єктів, але й їх аналіз, що сприяє більш глибокому пізнанню та осмисленню побаченого.

Кожна екскурсія є особливим процесом діяльності, сутність якого обумовлена конкретними закономірностями, такими як тематичність,

цілеспрямованість, наочність, емоційність та активність [14]. Основні суттєві ознаки екскурсії включають наступні (рисунок 1.3).

Отже, екскурсія – це цілеспрямований, наочний процес пізнання людиною навколишнього світу, який здійснюється за допомогою кваліфікованого керівника (екскурсовода) за заздалегідь складеним маршрутом і в рамках визначеної теми. Екскурсії відіграють важливу роль у навчанні та вихованні людей, сприяють розширенню їхнього кругозору, збагаченню знань про історію, культуру, природу тощо.

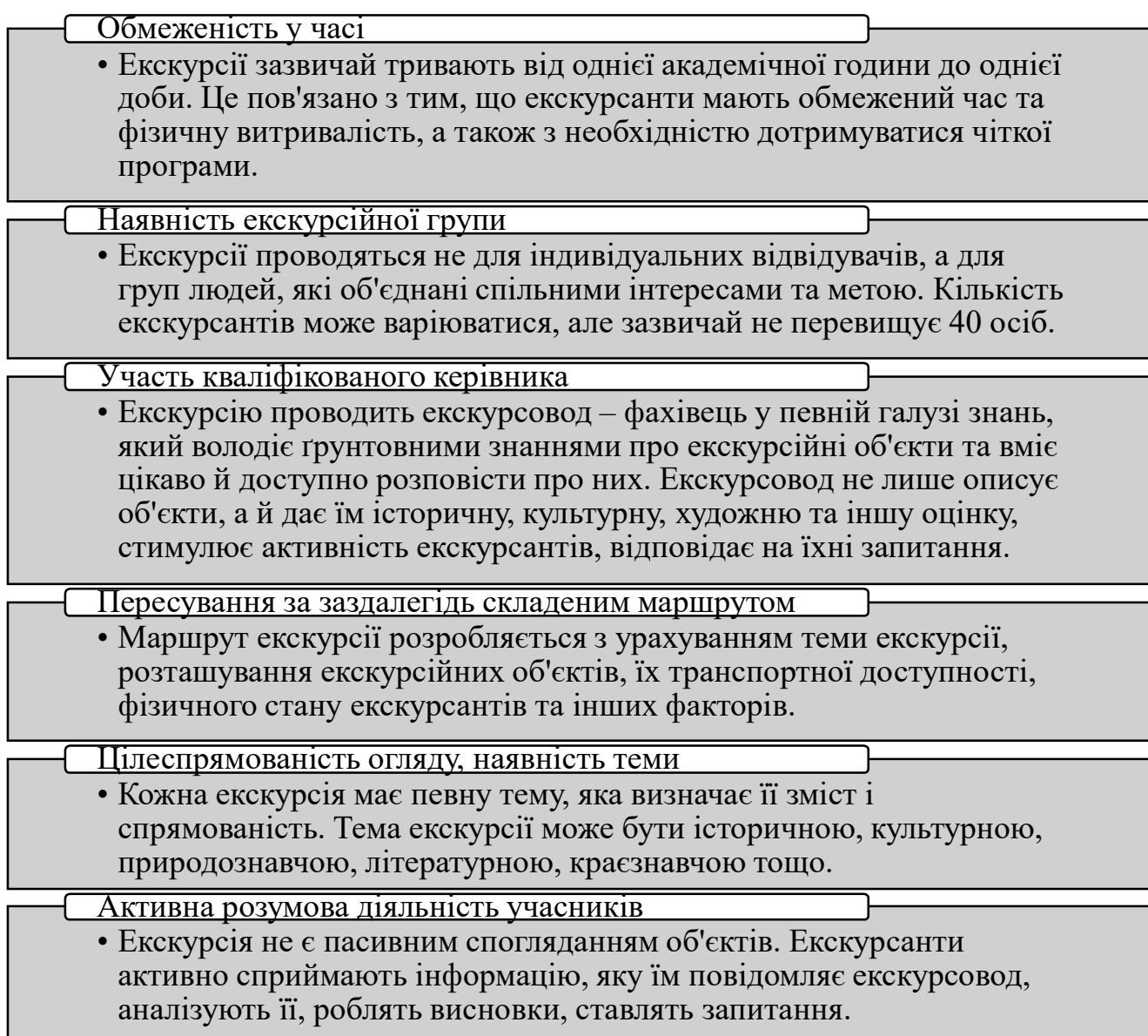


Рисунок 1.3 – Ознаки екскурсії [14, с. 8]

Експерсії, як різновид туристичних послуг, є надзвичайно різноманітними і можуть бути адаптовані до різних потреб та інтересів туристів (рисунок 1.4). Вибір конкретного виду експерсії залежить від мети подорожі, часу, який туристи готові присвятити, способу пересування та індивідуальних уподобань.

1. За змістом

- оглядові;
- тематичні, які, в свою чергу, можуть підрозділятися на:
 - історичні;
 - літературні;
 - природознавчі;
 - військово-історичні та ін.

1. За складом учасників

- дорослих;
- дітей;
- місцевих жителів;
- іногородніх;
- іноземців.

1. За місцем проведення

- міські;
- заміські;
- музейні;
- виробничі;
- релігійні (експерсії в монастирях, церквах).

1. За способом пересування

- пішохідні;
- транспортні;
- комбіновані.

Рисунок 1.4 – Види експерсій [14, с. 8-11]

Таким чином, екскурсійний супровід є важливою складовою туристичних послуг та забезпечує їх багатогранність, інформативність, емоційність. Він сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, розвитку туристичної інфраструктури та економіки регіонів, вихованню екологічної та культурної свідомості, формуванню толерантності та взаємоповаги між людьми різних культур. Екскурсійний супровід робить подорожі не тільки приємними, але й пізнавальними, збагачуючи туристів знаннями, враженнями та емоціями, які залишаються з ними на все життя.

1.3 Світовий досвід надання послуг екскурсійного супроводу

Надання послуг екскурсійного супроводу є важливим елементом туристичної індустрії, що дозволяє поглиблено ознайомитися з культурою, історією та природою різних країн. Успішні практики у цьому секторі розвиваються завдяки адаптації до сучасних потреб туристів, інтеграції новітніх технологій та збереженню автентичності.

Як відомо, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового чи зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних, рекреаційних, екскурсійних, культурно-пізнавальних та інших послуг, а також технологій їх надання (інтерактивні, з використанням інформаційних та інших нових технологій). Інновації, зрештою, можуть охоплювати як комплексне надання туристської послуги, і концентруватися в одній із складових турпродукту. Наприклад, музей може активно використовувати нові форми вистави експозиції, активно впроваджувати інтерактивні методи включення відвідувача в експозицію, створювати реконструкції тих чи інших історичних подій тощо. Однак решта складових турпродукту можуть залишатися незмінними і цілком традиційними. В екскурсійній діяльності інновації приносять на ринок нові ідеї, нові маршрути та нові види екскурсійних програм [3, с. 30].

У Європі, зокрема у Франції, великий акцент робиться на культурний та історичний контекст екскурсій. Музеї, як Лувр та Версальський палац, пропонують відвідувачам можливість скористатися аудіогідами на кількох мовах, що дозволяє самостійно досліджувати експозиції. Інтерактивні тури, які поєднують використання додатків на смартфонах з елементами доповненої реальності, стають все популярнішими. Це забезпечує глибше занурення у культурний контекст, дозволяючи побачити реконструкції історичних подій чи архітектурних пам'яток в їх первісному вигляді.

В Італії екскурсійні послуги часто включають не лише огляд визначних місць, але й тематичні тури, такі як гастрономічні подорожі або винні тури. Наприклад, у Тоскані відвідувачі можуть взяти участь у дегустації вин у місцевих виноробнях, супроводжуваних розповідями про процес виробництва вина та історію регіону. Такий підхід забезпечує не лише інформативну складову, але й емоційний зв'язок з місцевими традиціями та культурою.

Китай, зі своєю багатою історією та культурною спадщиною, також активно розвиває екскурсійні послуги. У Пекіні, наприклад, екскурсії до Великої Китайської стіни або Забороненого міста включають не лише огляд архітектурних пам'яток, але й виступи традиційних музичних ансамблів, театральні постановки та майстер-класи з каліграфії. Це дозволяє туристам глибше зануритися у китайську культуру та отримати багатовимірний досвід.

Окрему увагу заслуговує Японія, де надання екскурсійних послуг відрізняється високим рівнем організації та уваги до деталей. Тури до таких міст як Кіото чи Токіо включають відвідування храмів, садів та традиційних чайних церемоній. Японські екскурсоводи відомі своєю ввічливістю та знанням англійської мови, що робить екскурсії доступними для міжнародних туристів. Крім того, в Японії активно використовуються гіді-роботи, які можуть надавати інформацію кількома мовами, а також інтерактивні екрани з доповненою реальністю, що дозволяють більш детально ознайомитися з експозиціями.

В Австралії екскурсійний супровід часто пов'язаний з природними

пам'ятками, такими як Великий Бар'єрний риф або національний парк Какаду. Екскурсоводи тут дуже часто мають наукову освіту у галузі біології або екології, що дозволяє їм надавати детальну інформацію про екосистеми та їх збереження. Крім того, австралійські тури часто включають елементи екотуризму, з акцентом на мінімізацію впливу на навколишнє середовище та залучення туристів до охоронних заходів.

В Африці екскурсійні послуги часто пов'язані з сафарі та іншими видами природного туризму. В таких країнах як Кенія або Південно-Африканська Республіка, екскурсоводи зазвичай є професійними натуралістами, які вміють не лише показати туристам рідкісних тварин, але й розповісти про їх поведінку та середовище існування. Використання спеціально обладнаних транспортних засобів та кемпінгів дозволяє туристам комфортно та безпечно насолоджуватися дикою природою.

Принципово новим напрямком є включення до екскурсійної програми елементів анімації та театралізації, а також рольових ігор. При цьому екскурсанти можуть стати безпосередніми учасниками інтерактивного процесу. Основним трендом взаємодії із споживачами екскурсійних послуг стає інтерактивність таких програм. Головний акцент під час розробки інтерактивних турів робиться самому понятті інтерактивності, тобто, на можливості самих туристів впливати на події, що відбуваються під час туру. На сьогоднішній день можна виділити такі найпоширеніші види інноваційних екскурсійних програм:

- екскурсія–квест;
- екскурсія – рольова гра;
- модульна інтерактивна екскурсія [11].

Інтерактивність екскурсій, залучення екскурсантів у процес створення екскурсії допомагають розвивати ринок екскурсійних послуг, наповнюючи його новими цікавішими та інноваційними видами екскурсійних програм. Важливим аспектом екскурсійного супроводу є і використання новітніх технологій. Наприклад, в багатьох країнах активно розвиваються віртуальні тури, які

дозволяють туристам відвідати визначні місця, не виходячи з дому. Такі тури стають особливо популярними під час пандемії. Крім того, розвиток технологій доповненої реальності та інтерактивних додатків дозволяє туристам отримати більш глибокий та інформативний досвід під час відвідування музеїв, історичних пам'яток та природних заповідників.

Підсумовуючи, можна сказати, що світовий досвід надання екскурсійних послуг характеризується різноманітністю підходів, інноваціями та акцентом на збереженні автентичності. Використання новітніх технологій, залучення місцевих громад та увага до індивідуальних потреб туристів є ключовими елементами успішних екскурсійних послуг.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ МОККА

2.1 Загальна характеристика діяльності підприємства

Туристична агенція «Мокка» – туристичне підприємство, що надає послуги у місті Хмельницький та Хмельницькій області м. Старокостянтинів, і функціонує на ринку туристичних послуг понад 20 років. За цей період компанія зарекомендувала себе як надійний постачальник послуг у сфері організації відпочинку як в Україні, так і за її межами.

Для дослідження було обрано офіс в місті Старокостянтинів, який здійснює туристичну діяльність з 2008 року та розміщено за адресою 31100, Україна, Хмельницька область, місто Старокостянтинів, вулиця Січових Стрільців будинок 7. Керівником та власником підприємства є Михайлюк Єгор Васильович. Успіх туристичної агенції за ці роки забезпечив їй постійну клієнтуру, високу популярність у місті та за його межами, багатий досвід та симпатію партнерів і клієнтів.

Основним видом діяльності згідно КВЕД є 79.11 Діяльність туристичних агентств. До додаткових належать:

- 69.10 діяльність у сфері права;
- 66.22 діяльність страхових агентів і брокерів;
- 72.20 дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук;
- 82.19 фотокопіювання, підготування документів та інша спеціалізована допоміжна офісна діяльність;
- 56.10 діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування;
- 74.90 інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у.;
- 82.11 надання комбінованих офісних адміністративних послуг;
- 18.12 друкування іншої продукції.

«Мокка» має лінійну організаційну структуру управління і базується на принципі єдиноначальності. На сьогодні в штаті Старокостянтинівського офісу агенції нараховується 3 працівників, основу яких складають менеджери туристичних напрямів. Оскільки в туристичному агентстві працює небагато людей, то структура управління є лінійною (рисунок 2.1).

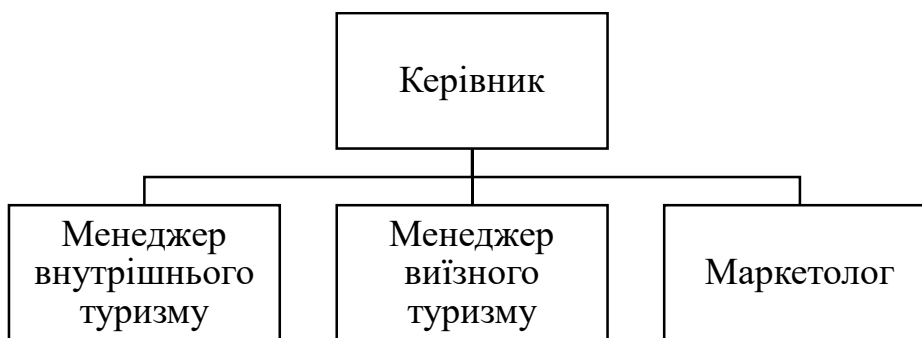


Рисунок 2.1 – Організаційна структура туристичної агенції «Мокка»

Підприємство приймає та обслуговує туристів безпосередньо в офісі, звичайний графік обслуговування потенційних клієнтів та приймання заявок на тури відбувається з 9:00 по 17:00 (з понеділка по п'ятницю). В офісі розміщено інформацію про тарифи та умови обслуговування туристів за кордоном і в Україні, рекламні, інформаційні, довідкові матеріали, а також сувеніри з різноманітних турів.

Туристична агенція «Мокка» здійснює свою діяльність без ліцензії на провадження туроператорської діяльності, тому не може самостійно організовувати туристичні послуги, включаючи бронювання готелів, транспорту, екскурсій, страхування та інші послуги, пов'язані з подорожами. Як наслідок – підприємство виступає в ролі посередника між туроператорами України та кінцевими споживачами – туристами, тобто здійснює діяльність турагента. Ключовими партнерами підприємства серед туроператорів є «Coral Travel», «Anex Tour», «Join UP!».

Основна мета діяльності туристичної агенції – це задоволення потреб клієнта в якісних послугах та отримання прибутку. Місія «Мокка» — зробити подорожі доступними та незабутніми для кожного. Основними завданнями на сьогодні є розширення клієнтської бази, підвищення якості обслуговування та впровадження нових маркетингових рішень.

Для визначення фінансового стану підприємства передусім доцільно провести горизонтальний та вертикальний аналіз його балансу (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Горизонтальний та вертикальний аналіз балансу туристичної агенції Мокка за 2021-2023 роки

Показники	2021 рік		2022 рік		2023 рік		Відхилення 2023 / 2022	
	грн	%	грн	%	грн	%	Абсолютне, грн	Відносне, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Активи								
Необоротні активи	458369	62,79	830549	61,53	1231919	78,19	401370	48,33
Оборотні активи	271669	37,21	519263	38,47	343572	21,81	-175691	-33,83
Всього активів	730038	100,00	1349812	100,00	1575492	100,00	225680	16,72
Пасиви								
Власний капітал	218690	29,96	449122	33,27	651607	41,36	202485	45,08
Довгострокові зобов'язання та забезпечення	163842	22,44	389730	28,87	378763	24,04	-10967	-2,81
Поточні зобов'язання	347505	47,60	510960	37,85	545121	34,60	34161	6,69
Всього пасивів	730038	100,00	1349812	100,00	1575492	100,00	225680	16,72

За результатами аналізу балансу туристичної агенції «Мокка» за 2021-2023 роки можна зробити кілька важливих висновків. По-перше, значне зростання необоротних активів на 48.33% у 2023 році свідчить про суттєві довгострокові інвестиції, що, ймовірно, спрямовані на розвиток та модернізацію інфраструктури компанії. Водночас, оборотні активи знизилися на 33.83%, що може вказувати на зменшення обсягу оборотних коштів або

зміну в структурі активів компанії. Варто відзначити і позитивні зміни у пасивах компанії. Власний капітал зріс на 45.08% у 2023 році, що є ознакою фінансової стійкості та покращення фінансового становища компанії. Зменшення довгострокових зобов'язань на 2.81% також свідчить про успішне управління борговими зобов'язаннями. Незначне зростання поточних зобов'язань на 6.69% вказує на відносно стабільний фінансовий стан у короткостроковій перспективі. Загалом, аналіз показує, що туристична агенція «Мокка» змогла значно покращити свою фінансову позицію за останні три роки. Зростання активів та власного капіталу свідчить про успішну стратегію розвитку, яка спрямована на довгострокове зростання та стабільність.

Далі дослідимо звіт про фінансові результати підприємства (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Аналіз звіту про фінансові результати туристичної агенції «Мокка» за 2021-2023 роки, грн.

Показники	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Темпи зростання (падіння), %	
				22/21	23/22
Дохід від реалізації послуг, тис. грн	130900	18080	85089	-86,19	370,63
Собівартість наданих послуг, тис. грн	124040	16012	74878	-87,09	367,64
Валовий прибуток, тис. грн	6860	2068	10211	-69,85	393,76
Умовно постійні витрати, тис. грн	48,6	36,8	45,9	-24,28	24,73
Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	6811,4	2031,2	10165,1	-70,18	400,45
Розмір податкових зобов'язань, тис. грн	1003,78	1046,05	4254,45	4,21	306,72
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	5576,6	5585,34	5910,65	0,16	5,82
Підсумкова рентабельність, розрахована з прибутку, %	4,26	5,24	6,94	23,00	32,44

Аналіз фінансових результатів туристичної агенції «Мокка» за 2021-2023 роки вказує на певні тенденції та зміни у діяльності компанії. У 23/22 році дохід від реалізації послуг зріс на 370,63% порівняно з 22/21 роком, що свідчить про збільшення обсягів реалізації продукції або послуг. Собівартості наданих

послуг в 22/21 році призвело до падіння -87,09%, а в 23/22 до зростання 367,64%. А чистий прибуток призвів до мінімальних темпів зростання. Також підсумкова рентабельність, розрахована з прибутку показала позитивні результати.

Загалом компанія демонструє позитивні тенденції, такі як покращення фінансової стійкості. Водночас, аналіз показав і деякі проблеми, що потребують вирішення. Компанія «Мокка» має потенціал для подальшого зростання та розвитку, проте їй необхідно зосередитися на оптимізації витрат і підвищенні ефективності використання активів. Це дозволить забезпечити стабільне зростання прибутковості та зміцнити фінансову стійкість у майбутньому.

2.2 Аналіз виїзних турів підприємства

Туристична агенція «Мокка» надає широкий асортимент туристичних послуг. Стандартний набір послуг, що пропонується туристам в одному пакеті агенцією «Мокка» включає: авіаквитки; готельне проживання; трансфери; харчування (зазвичай у вигляді сніданків або все включено); екскурсійна програма; медичне страхування; 24/7 підтримка туристів; послуги гіда; розваги та програми на готелі; організація додаткових послуг, таких як прокат автомобілів, бронювання ресторанів тощо. При цьому конкретний набір послуг може варіюватись залежно від пакету туру та обраного напрямку подорожі та закріплюється в договорі на туристичне обслуговування.

Кількість і вартість проданих туристичних путівок за 2023 рік за даними підприємства представлена в таблиця 2.3.

Таблиця 2.3 – Кількість і вартість проданих туристичних путівок туристичною агенцією «Мокка» за 2023 рік

Назва показника	Кількість турів, одиниць	Вартість турів, тис. грн	Тривалість турів, днів
Усього реалізовано туристичних путівок,	190	410,4	1026

одиниць			
у тому числі іншим організаціям	0	0	0
безпосередньо населенню	190	410,4	-
з них			
громадянам України для подорожі в межах України	129	234,7	689,2
громадянам України для подорожі за кордон	57	141,3	307,8
іноземцям для подорожі в межах України	4	34,4	29

Туристична агенція «Мокка» надає послуги різним категоріям осіб. Підприємство здійснює свою діяльність з різних видів туризму (рисунок 2.2).

Компанія пропонує різноманітні тури, зокрема акцентуючи увагу на внутрішньому туризмі. Одним з основних напрямків є екскурсійна діяльність, а саме: екскурсії по західній і центральній частині, а також організовує тури до Одещини, а саме в рекреаційну зону Росейка, тури куди і становлять найбільшу частину реалізованого туристичного продукту. Серед найбільш популярних закордонних турів виокремлюються подорожі до країн, таких як Єгипет, Болгарія, Греція, Туреччина та Словаччина. Також великим попитом серед туристів користуються екскурсійні тури, що включають відвідування кількох європейських країн протягом короткого часу (3-5 днів).



Рисунок 2.2 – Види туризму туристичного агентства «Мокка»

Діаграма з найпопулярнішими напрямками туристичних маршрутів наведена на рисунку 2.3. Можемо спостерігати найпопулярнішими напрямками є Туреччина та Єгипет, також доволі значною популярністю користується Домініканська республіка. При цьому, якщо на курортні тури в зазначені вище країни спостерігається стабільний попит протягом всього року, то тури до Словаччини є сезонними та відбуваються переважно восени або ж весною.

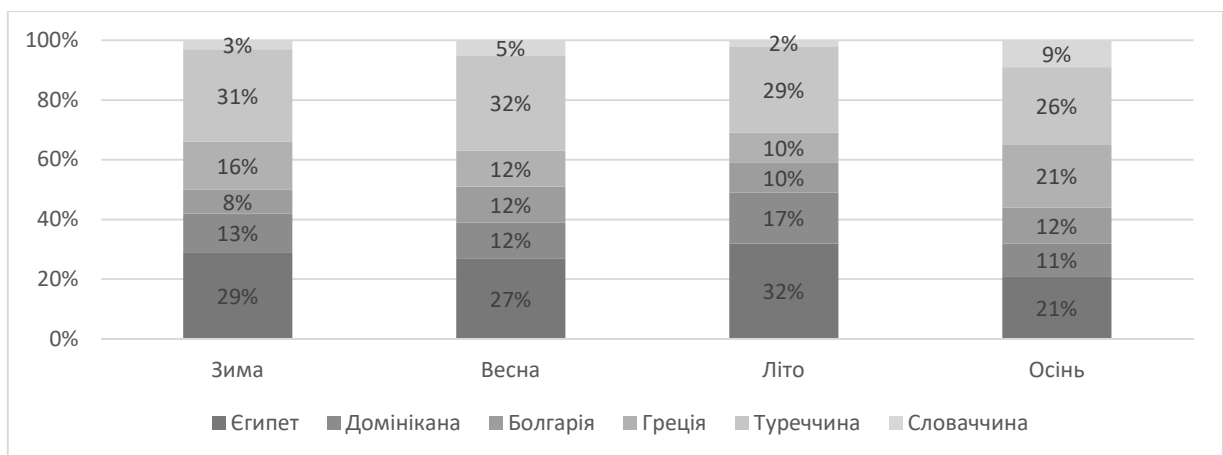


Рисунок 2.3 – Сезонність напрямків туристичних маршрутів агенції «Мокка»

Діаграма з найпопулярнішими туристичними маршрутами за метою відпочинку наведена на рисунку 2.4.

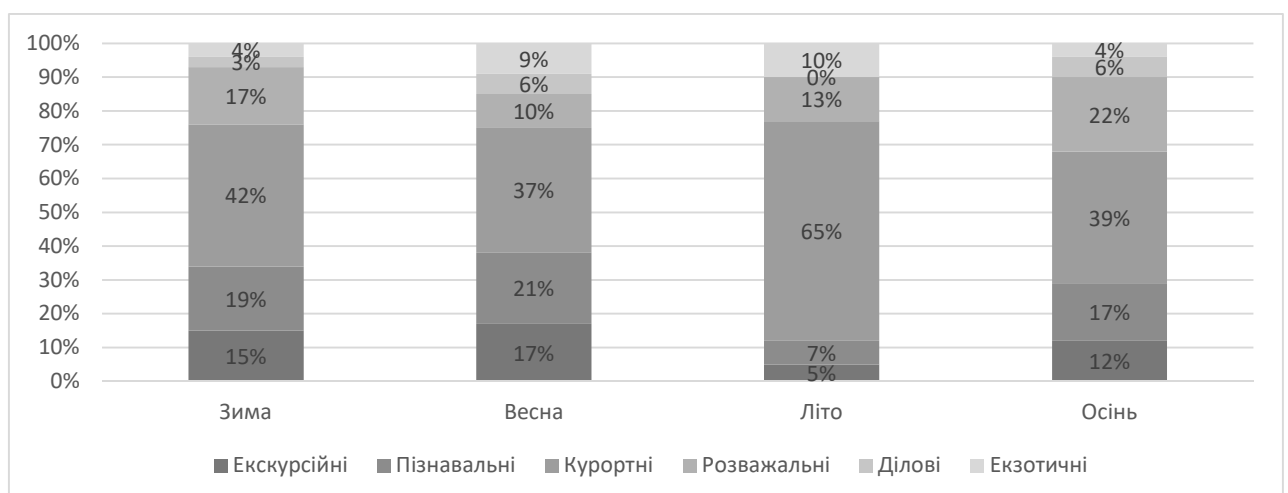


Рисунок 2.4 – Сезонність видів туристичних маршрутів за метою

Таким чином, можна зробити наступні висновки: курортні тури є найбільш популярними в компанії «Мокка», особливо влітку, коли вони складають 65% всіх турів. Пізнавальні тури мають стабільну популярність протягом року, зокрема взимку і весною. Розважальні тури показують значну популярність влітку та восени. Ділові тури мають низький рівень популярності загалом протягом року. Екскурсійні тури та екзотичні тури є менш популярними, особливо влітку. Загалом, види турів мають свою унікальну сезонність в залежності від пріоритетів туристів та сезону.

2.3 Принципи та особливості надання підприємством екскурсійного супроводу виїзного туризму

Туристична агенція «Мокка» займається організацією різноманітних екскурсійних послуг, які включають як внутрішні, так і виїзні тури. Підприємство надає достатньо обмежену кількість екскурсій, спрямованих на задоволення потреб різних сегментів клієнтів, зокрема індивідуальних туристів, сімейних груп, корпоративних клієнтів та освітніх груп. Аналіз організації екскурсійних послуг у туристичній агенції «Мокка» показує, що компанія успішно впроваджує сучасні методи управління та маркетингу, що дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною на ринку туристичних послуг. Як було визначено в попередньому підрозділі, пізнавальні та екскурсійні тури стабільно становлять понад чверть від усього асортименту турів підприємства (рисунок 2.4), що дозволяє стверджувати, що вони відіграють значну роль в діяльності туристичної агенції.

Для внутрішнього туризму агенція пропонує доволі обмежену кількість екскурсійних турів – лише до Трускавця та Буковеля. Кожна екскурсійна програма розроблена з урахуванням історичних, культурних та природних особливостей регіону, що дозволяє туристам отримати повне уявлення про місцевість. Водночас, екскурсії до Карпат орієнтовані на активний відпочинок та включають походи в гори, відвідування місцевих ремісничих майстерень та знайомство з традиціями лемків.

Водночас виїзні тури, організовані агенцією, охоплюють популярні туристичні напрямки Європи, Азії та інших континентів. Особливою популярністю користуються тури до Італії, Іспанії, Чехії, Туреччини, Угорщини. Кожна програма включає відвідування визначних пам'яток, екскурсії з професійними гідами, дегустації місцевої кухні та участь у культурних заходах. Наприклад, тур до Італії включає відвідування Риму, Флоренції, Венеції, де туристи можуть побачити знамениті пам'ятки архітектури, музеї та галереї, а також насолодитися італійською кухнею. Внаслідок того, що агенція «Мокка» співпрацює одразу з кількома туристичними операторами, вона пропонує широкий вибір екскурсійних програм, що охоплюють різні інтереси та вподобання клієнтів.

Список поточних екскурсійних турів наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Тури з екскурсійним супроводом туристичної агенції «Мокка»

Напрямок	Опис	Категорія	Ціна, грн.
Греція	Автобусний тур на 10 ночей	Пізнавальний	47500
Чорногорія	Автобусний тур на 9 ночей	Курортно-пізнавальний	23400
Болгарія	Автобусний тур на 5 ночей	Курортно-пізнавальний	4800
Чехія	Індивідуальні умови, організація лише за умови набору повної групи	Екскурсійний	Індивідуальні
Іспанія			
Італія			
Угорщина			
Німеччина			
Австрія			
Туреччина			
Україна, Трускавець	Автобусний тур на 10 ночей	Курортно-пізнавальний	8500

Україна, Буковель	Індивідуальні умови, організація лише за умови набору повної групи	Екскурсійний	Індивідуальні
----------------------	--	--------------	---------------

Як бачимо з таблиці, однією з ключових особливостей організації екскурсійних послуг у компанії є гнучкість та індивідуальний підхід до кожного клієнта. Компанія пропонує як стандартні екскурсійні програми, так і можливість розробки індивідуальних маршрутів за запитом клієнтів. Це дозволяє задовольнити різноманітні інтереси та потреби туристів, забезпечуючи їм високий рівень задоволення від поїздок.

Аналіз фінансових показників показує, що екскурсійні послуги приносять стабільний дохід агенції «Мокка», забезпечуючи стабільний грошовий потік та прибуток. Високий рівень задоволеності клієнтів сприяє розвитку бізнесу через позитивні відгуки та рекомендації. Компанія регулярно проводить опитування клієнтів для оцінки якості послуг та виявлення можливих напрямків для покращення. Відгуки клієнтів використовуються для аналізу та вдосконалення екскурсійних програм, підвищення рівня обслуговування та розробки нових пропозицій.

Загалом організація екскурсійних послуг у туристичній агенції «Мокка» характеризується високим рівнем професіоналізму, гнучкістю та орієнтацією на потреби клієнтів. Завдяки співпраці з надійними партнерами, використанню сучасних маркетингових інструментів та індивідуальному підходу до кожного клієнта, компанія забезпечує високий рівень задоволеності та створює лояльну клієнтську базу. Це дозволяє агенції залишатися конкурентоспроможною на ринку туристичних послуг та успішно розвиватися в умовах змінних ринкових умов.

Організація екскурсійного супроводу починається з детального планування та підготовки. Підприємство аналізує потреби та вподобання клієнтів, обирає оптимальні маршрути та визначає ключові точки інтересу. Кожна екскурсія детально планується з урахуванням логістики, безпеки та комфорту. Для екскурсій використовуються сучасні комфортабельні транспортні засоби, що забезпечують безпеку та зручність туристів під час

подорожей. Найчастіше, як можна зрозуміти з таблиці 2.4, це автобуси або мікроавтобуси, однак на місцях для туристів агенція може замовити й більш оригінальні транспортні засоби.

Екскурсія неможлива без гідів, тому агенція «Мокка» співпрацює з професійними гідами, які мають глибокі знання про місцеві визначні пам'ятки, історію, культуру та традиції. Крім гідів, підприємство співпрацює з надійними партнерами за кордоном, такими як готелі, ресторани, місцеві туроператори та організатори екскурсій, що дозволяє забезпечити високу якість обслуговування та надання додаткових послуг під час подорожі. Підбором гідів займаються туроператори, які відповідальні за формування туру, тому вибір партнерів здійснюється на основі ретельного аналізу та оцінки їхньої репутації, якості послуг та відгуків клієнтів. Це дозволяє забезпечити надійність та безпеку екскурсій, а також високий рівень обслуговування.

Підприємство забезпечує цілодобову підтримку клієнтів під час подорожей та дає можливість звернутися до гіда або представника агенції в будь-який час для вирішення питань чи проблем, що виникають. При цьому після кожної подорожі компанія проводить оцінку рівня задоволеності клієнтів та аналізує отримані відгуки. Подібний процес дозволяє виявити сильні та слабкі сторони як загалом туристичних послуг, так і екскурсійного супроводу зокрема, а також постійно вдосконалювати свої послуги.

Завдяки професійному підходу, гнучкості, використанню сучасних технологій та орієнтації на потреби клієнтів, компанія забезпечує високий рівень обслуговування та створює незабутні враження для туристів. Це дозволяє їй займати сильну конкурентну позицію на регіональному ринку туристичних послуг та мати довіру та лояльність клієнтів.

Аналіз діяльності туристичної агенції «Мокка» показав, що компанія, працюючи на ринку понад 20 років, досягла стабільності та довіри серед клієнтів і партнерів. Фінансові показники свідчать про зростання необоротних активів та власного капіталу, що вказує на довгострокові інвестиції та покращення фінансового стану. Проте, зростання матеріальних витрат потребує

оптимізації для підвищення прибутковості. Виїзні тури компанії користуються популярністю як в межах України, так і за її межами, зокрема, курортні та пізнавальні напрямки. Організація екскурсійних послуг характеризується професіоналізмом, індивідуальним підходом та співпрацею з надійними партнерами. Компанія демонструє високий рівень задоволеності клієнтів, що сприяє її подальшому розвитку. Для збереження конкурентоспроможності та зростання, «Мокка» має зосередитися на розширенні асортименту пізнавальних турів та екскурсійних послуг.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО СУПРОВОДУ ВИЌЗНОГО ТУРИЗМУ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ МОККА

3.1 Програма вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи

Як було виявлено в попередньому розділі на основі аналізу діяльності туристичної агенції «Мокка», спостерігається зростання доходів та покращення фінансової стійкості. Разом з тим існує потреба в оптимізації витрат для підвищення прибутковості. Популярними є курортні та пізнавальні тури, зокрема до Єгипту, Болгарії, Греції, Туреччини та Словаччини. Загалом, для збереження конкурентоспроможності та зростання, туристична агенція «Мокка» має зосередитися на розширенні асортименту пізнавальних турів та екскурсійних послуг.

Відповідно, доцільно розробити програму вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи. Метою програми є підвищення конкурентоспроможності та зростання туристичної агенції «Мокка» шляхом розширення асортименту пізнавальних турів та вдосконалення екскурсійних послуг для виїзного туризму до Європи. Програма включає комплекс заходів, спрямованих на підвищення якості послуг, розширення клієнтської бази, впровадження інноваційних рішень та зміцнення партнерських відносин.

Отже, основними елементами пропонованої програми вдосконалення є наступні (таблиця 3.1). Основним завданням програми є розширення асортименту пізнавальних турів, що передбачає розробку нових екскурсійних програм до популярних європейських країн та включення унікальних місць, менш відомих напрямків та культурних подій. Для цього необхідно провести маркетингові дослідження для визначення найпопулярніших та перспективних напрямків. На основі цих досліджень розробляються детальні маршрути з урахуванням культурних, історичних та природних особливостей кожного

місця. Ключовим аспектом є співпраця з місцевими гідами та туроператорами для забезпечення якісного обслуговування туристів, що дозволить створити цікаві та насичені програми, які задовольняють різноманітні інтереси клієнтів.

Таблиця 3.1 – Програма вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи для туристичної агенції «Мокка»

№	Напрямок	Завдання	Дії
1	Розширення асортименту пізнавальних турів	Розробка нових екскурсійних програм до популярних європейських країн. Включення до програм унікальних місць, менш відомих туристичних напрямків та культурних подій.	– проведення маркетингових досліджень для визначення найпопулярніших та перспективних напрямків – розробка детальних маршрутів з урахуванням культурних, історичних та природних особливостей – співпраця з місцевими гідами та туроператорами для забезпечення якісного обслуговування
2	Вдосконалення якості обслуговування	Підвищення рівня комфорту та безпеки туристів Забезпечення професійного екскурсійного супроводу	– вибір сучасних та комфортабельних транспортних засобів для екскурсій – співпраця з кваліфікованими гідами, які володіють іноземними мовами та мають глибокі знання про місцевість – проведення тренінгів та семінарів для працівників з метою підвищення їхньої кваліфікації
3	Впровадження інноваційних рішень	Використання сучасних технологій для покращення якості обслуговування та взаємодії з клієнтами	– розробка мобільного додатку для бронювання турів, отримання інформації та зворотного зв'язку – впровадження системи онлайн-бронювання та оплати турів на веб-сайті агенції – використання соціальних мереж та інших онлайн-платформ для просування нових турів та взаємодії з клієнтами
4	Зміцнення партнерських відносин	Розширення мережі партнерів та покращення співпраці з існуючими	– проведення переговорів з новими туроператорами та готелями в Європі – укладання договорів про співпрацю з місцевими ресторанами, музеями та культурними установами – забезпечення вигідних умов для партнерів, включаючи маркетингову підтримку та спільні програми лояльності

Іншим важливим напрямком є вдосконалення якості обслуговування, що передбачає підвищення рівня комфорту та безпеки туристів, а також забезпечення професійного екскурсійного супроводу. Для досягнення цієї мети необхідно вибирати сучасні та комфортабельні транспортні засоби, що забезпечить комфорт і безпеку туристів під час подорожей, а також важливо співпрацювати з кваліфікованими гідами, які володіють іноземними мовами та мають глибокі знання про місцевість. Підвищення кваліфікації працівників шляхом регулярних тренінгів та семінарів дозволить їм краще виконувати свої обов'язки та надавати високоякісні послуги.

Третій напрямок – впровадження інноваційних рішень, зосереджений на використанні сучасних технологій для покращення якості обслуговування та взаємодії з клієнтами. Це включає розробку мобільного додатку, який дозволить клієнтам зручно бронювати тури, отримувати інформацію та залишати зворотний зв'язок. Також планується впровадження системи онлайн-бронювання та оплати турів на веб-сайті агенції. Використання соціальних мереж та інших онлайн-платформ допоможе ефективніше просувати нові тури та взаємодіяти з клієнтами, що сприятиме збільшенню їхньої кількості та підвищенню рівня задоволеності.

Останній напрямок – зміцнення партнерських відносин, що має на меті розширення мережі партнерів та покращення співпраці з існуючими. Для цього необхідно проводити переговори з новими туроператорами та готелями в Європі для укладання вигідних договорів про співпрацю. Також слід укладати договори з місцевими ресторанами, музеями та культурними установами, що дозволить розширити спектр пропонованих послуг та підвищити їхню якість. Забезпечення вигідних умов для партнерів, включаючи маркетингову підтримку та спільні програми лояльності, допоможе зміцнити відносини з ними та забезпечити стабільний розвиток бізнесу.

Впровадження цієї програми вдосконалення дозволить туристичній агенції «Мокка» підвищити рівень задоволеності клієнтів, збільшити обсяги продажів та забезпечити стабільний розвиток компанії, зосереджуючись на

розширенні асортименту пізнавальних турів, вдосконаленні якості обслуговування, впровадженні сучасних технологій та зміцненні партнерських відносин. Для дослідження практичного ефекту від імплементації запропонованих вдосконалень розробимо туристичний продукт – екскурсійний тур Європою та розглянемо екскурсійний супровід, який буде потребувати даний тур.

В результаті дослідження поточних пропозицій туристичної агенції «Мокка» було виявлено, що компанії бракує пропозицій турів в напрямку Центральної та Північної Європи. Відповідно, був розроблений екскурсійно-пізнавальний тур «Пам'ятками західної Німеччини», що ставить на меті відвідання основних найбільших міст Північного Рейну-Вестфалії – землі Федеративної Республіки Німеччина.

Північний Рейн-Вестфалія відрізняється багатою культурною спадщиною. Знаменитий Кельнський собор, Аахенський собор, заснований ще в IX ст., Мюнстерський собор, палац Аугустусбург у місті Брюль, кам'яновугільна шахта Цольферайн в Ессені, середньовічні замки і безліч музеїв – у кожному місті регіону туристів чекає чимало пам'яток, пов'язаних з найважливішими. Після екскурсій ви зможете прогулятися магазинами та торговими центрами, а ввечері – заглянути в один із численних пивних барів або нічних клубів.

Основні показники маршруту:

- вид маршруту – кільцевий, груповий екскурсійно-пізнавальний автобусний тур.
- строк подорожі – 7 днів, 6 ночей;
- кількість туристів у групі – 48 осіб;
- вартість путівки – 503,44 євро.

Тур включає в себе розміщення в 3 готелях з проживанням у 2-місних номерах з усіма умовами (душ, телефон, міні-бар і т.д.), а також відвідування 4 екскурсійних об'єктів. У вартість туру також включені: переїзд, медична страховка та комісія турагенту. Для розробленого туру «Пам'ятками західної

Німеччини» був обраний такий вид транспортного обслуговування, як автобусне перевезення. В якості засобу пересування обраний Mercedes-Benz Travego 2015 року на 48 місць.

Туристичний маршрут Хмельницький (Україна) - Північний Рейн-Вестфалія (Німеччина) розрахований на групу туристів віком від 18 до 55 років. Кількість чоловік в групі повинна бути не меншою 30 осіб, максимальна кількість туристів обмежена максимальною кількістю пасажирів автобусу та становить 48 осіб. Тривалість туристичного маршруту Хмельницький (Україна) - Північний Рейн-Вестфалія (Німеччина) становить 7 діб. На даному туристичному маршруті не передбачені нічні переїзди.

Розроблений маршрут має наступлений вигляд: Хмельницький – Львів – Краків – Прага – Бонн – Кельн – Дюссельдорф – Дуйсбург – Берлін – Варшава – Хмельницький. Маршрут побудований таким чином, щоб зробити подорож максимально насиченою. В Польщі (Краків та Варшава) та Чехії (Прага) заплановані екскурсійні програми в рамках туру, факультативні екскурсії, перебування та нічліг в готелі. Харчування – обіди та вечері – у вартість туру не включені. Також у вартість туру не включено проїзд потягом з Хмельницького та інших міст області до Львова, та зі Львова до Хмельницького. Туристи оплачують квитки на п самостійно за свій рахунок.

На основі карти туристичного маршруту та даних про автодорожні траси та швидкість руху по ним, був складений графік руху туристичного маршруту (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Графік руху по маршруту Львів (Україна) – Польща – Чехія – Німеччина – Польща – Україна (Львів)

№ зуп.	Час	Місце і мета	Тривалість зупинки	Швидкість руху	Відстань, км.	Витрати палива
День 1 – виїзд зі Львова о 8:00						
1	9:24	Пункт пропуску Краковець-Корчова	1 год 42 хв	80 км/год	69,5	20,7
2	13:42	Краків, оглядова екскурсія, нічліг	17 год 48 хв	90 км/год	319	95,7
День 2 – виїзд із Кракова о 8:30						

3	12:15	Заправка на автобані А4, обід	1 год	90 км/год	206	61,8
4	16:30	Чехія, Прага. Оглядова екскурсія та нічліг	16 год	90 км/год	328	98,4
День 3 – виїзд із Праги о 8:30						
5	13:05	Заправка на трасі D5/E50, обід	1 год	90 км/год	319	95,7
6	17:15	Німеччина, Бонн. Оглядова екскурсія та нічліг	15 год 15 хв	90 км/год	357	107,1
День 4 – виїзд із Бонна о 8:30						
7	09:15	Німеччина, Кельн. Оглядова екскурсія	4 год 30 хв	90 км/год	33,8	10,14
8	14:20	Німеччина, Дюссельдорф. Оглядова екскурсія та нічліг	18 год 10 хв	90 км/год	45,3	13,59
День 5 – виїзд із Дюссельдорфа о 8:30						
9	09:10	Німеччина, Дуйсбург. Оглядова екскурсія	4 год 30 хв	90 км/год	23	8,7
10	18:05	Німеччина, Берлін. Оглядова екскурсія та нічліг	14 год 25 хв	90 км/год	549	164,7
День 6 – виїзд із Берліну о 8:30						
11	12:15	Заправка на трасі D5/E50, обід	1 год	90 км/год	317	95,1
12	16:30	Польща, Варшава. Оглядова екскурсія та нічліг	16 год	90 км/год	309	92,7
День 7 – виїзд із Варшави о 8:30						
13	13:05	Пункт пропуску Рава-Руська	3 год 15 хв	90 км/год	294	88,2
14	18:00	Україна, Львів, відпочинок, нічліг.		80 км/год	85	25,5

Програма обслуговування - це набір послуг, що надаються туристам відповідно до їх потреб та тематики туру, заздалегідь оплачений та розподілений за часом проведення туру. При складанні програми обслуговування зазвичай використовується наступний підхід: при укладанні договору між туроператором і турагентом (чи за реалізації індивідуального туру) - програма обслуговування складається, узгоджується і затверджується сторонами як набору послуг (списком), без розподілу за конкретними днями обслуговування. Це обумовлюється тим, що заздалегідь досить важко визначити конкретні дати роботи музеїв, проведення екскурсій, спектаклю, що цікавить туристів, концерту тощо. Програма обслуговування для розробленого

туру наведена в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Програма туру «Пам'ятками західної Німеччини»

Час	Заходи	Вартість євро/особу
День перший		
7:30-7:50	Збір групи	
8:00	Посадка в автобус, відправлення у напрямку до пункту пропуску до перетину кордонів України та Польщі	
9:24	Переїзд до пункту пропуску Краковець-Корчова, перетин кордону (69.5 км)	
9:24-13:42	Переїзд до міста Краків (319 км)	
14:00-15:00	Обід в ресторані польської кухні «Trzy Gesi»	≈11€
15:00-16:00	Поселення в готель Aparthotel Adler, ***	42€
16:15-22:00	Оглядова екскурсія по центру міста Краків, вільний час, вечеря, нічліг	6€
День другий		
8:00-8:30	Сніданок в готелі Aparthotel Adler	
8:30-12:00	Переїзд до Чехії, місто Прага (634 км)	
12:05-14:00	Зупинка на заправку, обід в придорожньому кафе	≈8€
16:30-17:30	Зупинка в місті Прага, поселення в готель Hotel Tivoli, ***	38€
18:00-22:00	Оглядова екскурсія визначними пам'ятками міста Прага, вільний час, вечеря, нічліг	8€
День третій		
8:00-8:30	Сніданок в готелі Hotel Tivoli	
8:30-13:00	Переїзд до Німеччини, місто Бонн (676 км)	
13:05-14:00	Зупинка на заправку, обід в придорожньому кафе	≈10€
16:30-17:30	Зупинка в місті Бонн, поселення в готель BrauHotel Bonn, ****	61€
18:00-22:00	Оглядова екскурсія по центру міста Бонн, вільний час, вечеря, нічліг	6€
День четвертий		
8:00-8:30	Сніданок в готелі BrauHotel Bonn	
8:30-9:15	Переїзд до міста Кельн (33,8 км)	
9:30-13:20	Оглядова екскурсія визначними пам'ятками міста Кельн і вільний час	11€
13:20-14:20	Обід в ресторані Bei Oma Kleinmann	≈17€
14:30-15:30	Переїзд до міста Дюссельдорф (45 км)	
15:45-17:00	Поселення в готель Novotel Duesseldorf City West, ***	43€
17:30 – 22:00	Оглядова екскурсія по центру міста Дюссельдорф, вільний час, вечеря, нічліг	9€
День п'ятий		
8:00-8:30	Сніданок в готелі Novotel Duesseldorf City West	
8:30-9:15	Переїзд до міста Дуйсбург (23 км)	
9:30-12:00	Оглядова екскурсія по центру міста міста Дуйсбург	6€
12:00-13:00	Обід в ресторані Zur Laterne	≈12€
13:00-17:30	Переїзд до міста Берлін (549 км)	
17:30-18:00	Зупинка в місті Магдебург та короткий відпочинок	
19:45-20:30	Прибуття до Берліну, поселення в готель Hotel NH Berlin	52€

	City Ost, ***		
20:30 – 22:00	Вечірня екскурсія центром міста Берлін, вечеря, нічліг		12€
День шостий			
8:00-8:30	Сніданок в готелі Hotel NH Berlin City Ost		
8:30-12:00	Переїзд до Польщі, місто Варшава (579 км)		
12:05-14:00	Зупинка на заправку, обід в придорожньому кафе		≈8€
16:30-17:30	Зупинка в місті Варшава, поселення в готель Ibis Warszawa Centrum, ***		31€
18:00-22.00	Оглядова екскурсія визначними пам'ятками міста Варшава, вільний час, вечеря, нічліг		4€
День сьомий			
8:00-8:30	Сніданок в готелі Hotel NH Berlin City Ost		
9:00	Відправлення у напрямку до пункту пропуску до перетину кордонів України та Польщі.		
13:05	Переїзд до пункту пропуску Краковець-Корчова, перетин кордону (294 км)		
18:00	Переїзд до Львова (85 км).		

Отже, можемо спостерігати на сформовану програму туру «Пам'ятками західної Німеччини». А зараз перейдемо до його калькуляції.

3.2 Прогнозування соціально-економічного ефекту від впровадження розроблених заходів

Для реалізації туру «Пам'ятками західної Німеччини» потрібен ряд документів, оформлених згідно з чинним законодавством України, яке регулює виїзд громадян України за кордон – це Закон України про порядок виїзду з України та в'їзду в Україну громадян України. Порядок в'їзду в іноземну державу регулюється законодавством відповідної держави, а саме Польщі.

Для здійснення даного туру необхідні наступні документи (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4 – Оформлення документів для поїздки в тур «Пам'ятками західної Німеччини»

№ п/п	Назви документів	Суб'єкти договорів	Ціна на 1 туриста, €	Сума, €
1	Договір оренди автобуса	ПрАТ «Хмельницьке АТП-16806»	106,5	5112
2	Поліс	Страхова компанія «PZU», м.	3.5	168

	обов'язкового страхування «Зелена картка»	Хмельницький		
3.	Договір на обов'язкове страхування туристів	Страхова компанія «Саламандра», м. Хмельницький	10	480
Договори на бронювання готелів				
4.		Готель Aparthotel Adler, ***, Краків, Польща	42	2016
5.		Готель Hotel Tivoli, ***, Прага, Чехія	38	1824
6.		Готель BrauHotel Bonn, ****, Бонн, Німеччина	61	2928
7.		Готель Novotel Duesseldorf City West, ***, Дюссельдорф, Німеччина	43	2064
8.		Готель Hotel NH Berlin City Ost, ***, Берлін, Німеччина	52	2496
9.		Готель Ibis Warszawa Centrum, ***, Краків, Польща	31	1488
Договори (заявки) на екскурсійне обслуговування				
10.		Гід Ян Гуркач, Краків, Польща	6	288
11.		Гід Їржі Полашек, Прага, Чехія	8	384
12.		Гід Анжелік Кербер, Бонн, Німеччина	6	288
13.		Гід Лаура Зігемунд, Кельн, Німеччина	11	528
14.		Гід Максиміліан Мартерер, Дюссельдорф, Німеччина	9	432
15.		Гід Бастіан Геллер, Дуйсбург, Німеччина	6	288
16.		Гід Сабіна Штебе, Берлін, Німеччина	12	576
17.		Гід Магдалена Копач, Краків, Польща	4	192

При виборі гідів вирішено зосередитись на якості самої екскурсії, тому всі обрані професійні гідів є місцевими жителями.

Завершальний крок – здійснення калькуляції собівартості подорожі, тобто розрахунок сукупних витрат на проведення подорожі: на укладення договорів, оформлення віз, на транспорт, харчування, проживання, екскурсії, тощо. Розрахунок собівартості туру наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Калькуляція собівартості тура «Пам'ятками західної Німеччини»

№	Стаття	Вартість, євро	Сума
	а) Оформлення документів, договорів		
1	Поліс обов'язкового страхування «Зелена картка»	3.5	168
2	Договір на обов'язкове страхування туристів від нещасних випадків	10	480
	б) Транспорт		

1	Оренда автобуса (разом з зарплатою та амортизацією)	120	5760
0	Паливо	30,56	1467,045
3	Дорожній збір (оплата проїзду)	3,09	148,2
4	Платні стоянки	7,29	350
1	Готель Aparthotel Adler, ***, Краків, Польща	42	2016
2	Готель Hotel Tivoli, ***, Прага, Чехія	38	1824
3	Готель BrauHotel Bonn, ****, Бонн, Німеччина	61	2928
4	Готель Novotel Duesseldorf City West, ***, Дюссельдорф, Німеччина	43	2064
5	Готель Hotel NH Berlin City Ost, ***, Берлін, Німеччина	52	2496
6	Готель Ibis Warszawa Centrum, ***, Краків, Польща	31	1488
1	Туристи харчуються за свій рахунок, окрім сніданків		
	Гід Ян Гуркач, Краків, Польща	6	288
	Гід Їржі Полашек, Прага, Чехія	8	384
	Гід Анжелік Кербер, Бонн, Німеччина	6	288
	Гід Лаура Зігемунд, Кельн, Німеччина	11	528
	Гід Максиміліан Маргерер, Дюссельдорф, Німеччина	9	432
	Гід Бастіан Геллер, Дуйсбург, Німеччина	6	288
	Гід Сабіна Штебе, Берлін, Німеччина	12	576
	Гід Магдалена Копач, Краків, Польща	4	192
	Разом витрати	503,44	24165,245

Таким чином, загальна сума витрат на одного туриста становить 503,44 євро, на всю групу з 48 осіб – 24165,2 євро.

Реалізація туру «Пам'ятками західної Німеччини» для туристичної агенції «Мокка» матиме позитивний соціально-економічний ефект. Перш за все, запуск цього туру дозволить залучити нову аудиторію клієнтів, зацікавлених в культурних та історичних подорожах по Європі. Це, в свою чергу, збільшить обсяги продажів та прибутки агенції. Враховуючи, що вартість туру на одну особу становить 503,44 євро, а група складається з 48 осіб, загальний дохід від одного туру складе 24 165,12 євро. При регулярному проведенні таких турів, агенція зможе значно збільшити свої фінансові показники.

Також, новий тур сприятиме покращенню іміджу агенції «Мокка» як організатора цікавих та якісних подорожей, що підвищить рівень задоволеності клієнтів та сприятиме їх лояльності. Задоволені клієнти, які повернуться з туру з позитивними враженнями, будуть більше схильні рекомендувати агенцію

своїм знайомим, що призведе до зростання числа нових клієнтів за рахунок «сарафанного радіо».

Економічний ефект від впровадження рекомендацій буде виражений у зростанні кількості бронювань та продажів, що дозволить агенції покращити свої фінансові показники та забезпечити стабільний розвиток бізнесу. Зокрема, завдяки вдалому поєднанню ціни та якості туру, туристи будуть зацікавлені у подальших подорожах з агенцією «Мокка», що забезпечить постійний потік клієнтів. Соціальний ефект від реалізації включає підвищення культурного рівня та освіченості клієнтів, оскільки подорожі з пізнавальною складовою сприяють розширенню кругозору, ознайомленню з історією та культурою інших країн. Це також сприятиме підвищенню рівня міжкультурного розуміння та толерантності серед учасників турів.

Таким чином, впровадження розроблених рекомендацій матиме позитивний соціально-економічний ефект для туристичної агенції «Мокка», сприяючи збільшенню прибутків, покращенню іміджу, залученню нових клієнтів та підвищенню культурного рівня туристів.

Прогнозований ефект від впровадження запропонованих рекомендацій наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Рекомендовані пропозиції щодо удосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи для туристичної агенції «Мокка»

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	2	3	4
1	Розширення асортименту пізнавальних турів	Розробка нових екскурсійних програм до популярних європейських країн – тур «Пам'ятками західної Німеччини». Включення до програм унікальних місць, менш відомих туристичних напрямків та культурних подій.	Залучення нових клієнтів, збільшення обсягів продажів, покращення фінансових показників агенції.
2	Вдосконалення якості обслуговування	Вибір сучасних та комфортабельних транспортних засобів для екскурсій. Співпраця	Підвищення рівня задоволеності клієнтів, зміцнення репутації агенції, збільшення повторних

		з кваліфікованими гідами, які володіють іноземними мовами та мають глибокі знання про місцевість. Проведення тренінгів та семінарів для працівників з метою підвищення їхньої кваліфікації.	замовлень.
3	Впровадження інноваційних рішень	Впровадження системи онлайн-бронювання та оплати турів на веб-сайті агенції. Використання соціальних мереж та інших онлайн-платформ для просування нових турів та взаємодії з клієнтами.	Зручність та швидкість взаємодії з клієнтами, оптимізація процесу бронювання, зменшення операційних витрат, підвищення рівня задоволеності клієнтів.
4	Зміцнення партнерських відносин	Проведення переговорів з новими туроператорами та готелями в Європі. Укладання договорів про співпрацю з місцевими ресторанами, музеями та культурними установами.	Розширення мережі партнерів, підвищення якості та різноманітності послуг, збільшення конкурентоспроможності агенції.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів вдосконалення процесу надання екскурсійного супроводу виїзного туризму до країн Європи. В результаті виконання поставлених завдань було отримано наступні результати.

Окреслено поняття, сутність та види туристичних послуг. Туристичні послуги є ключовою складовою туристичної індустрії, забезпечуючи комфорт і задоволення потреб туристів під час їхніх подорожей. Ці послуги включають транспорт, проживання, харчування, екскурсії та розваги, сприяючи створенню позитивного досвіду для мандрівників. Вони характеризуються нематеріальністю, нероздільністю виробництва та споживання, змінністю якості, недовговічністю та впливом на місцевість, що робить їх унікальними і важливими для економічного розвитку регіонів.

Розглянуто екскурсійний супровід як особливий різновид туристичних послуг. Екскурсійний супровід є важливим елементом туристичних послуг, що забезпечує глибше розуміння культурної, історичної та природної спадщини відвідуваних місць. Екскурсії організовані таким чином, щоб забезпечити тематичність, наочність, емоційність та активність, завдяки чому туристи отримують не тільки інформаційний, але й емоційний досвід. Кваліфіковані екскурсоводи відіграють ключову роль у цьому процесі, сприяючи більш глибокому пізнанню та осмисленню побаченого.

Описано світовий досвід надання послуг екскурсійного супроводу. Світовий досвід надання екскурсійних послуг демонструє різноманітність підходів, акцент на інноваціях та збереження автентичності. Використання новітніх технологій, таких як інтерактивні тури та доповнена реальність, інтеграція культурних і гастрономічних елементів, а також залучення місцевих громад до організації екскурсій дозволяють створювати унікальні та збагачуючі туристичні програми. Це забезпечує високий рівень задоволеності туристів та сприяє сталому розвитку туристичної індустрії.

Дано загальну характеристику діяльності туристичної агенції «Мокка». Туристична агенція «Мокка» – туристичне підприємство, що надає послуги у місті Хмельницький та Хмельницькій області м. Старокостянтинів, і функціонує на ринку туристичних послуг понад 20 років. За цей період компанія зарекомендувала себе як надійний постачальник послуг у сфері організації відпочинку як в Україні, так і за її межами. Підприємство виступає в ролі посередника між туроператорами України та кінцевими споживачами – туристами, тобто здійснює діяльність турагента. Аналіз економічних показників дозволяє стверджувати, що компанія «Мокка» має потенціал для подальшого зростання та розвитку, проте їй необхідно зосередитися на оптимізації витрат і підвищенні ефективності використання активів. Це дозволить забезпечити стабільне зростання прибутковості та зміцнити фінансову стійкість у майбутньому.

Проведено аналіз виїзних турів підприємства. Підприємство надає широкий спектр послуг та пропонує тури в більшість країн світу. Найбільш популярними турами за метою подорожі є курортні, найбільш популярними напрямками – Єгипет, Туреччина та Домінікана. Більшість турів реалізуються в літній період. Пізнавальні тури мають стабільну популярність протягом року, зокрема взимку і весною. Розважальні тури показують значну популярність влітку та восени. Ділові тури мають низький рівень популярності загалом протягом року. Екскурсійні тури та екзотичні тури є менш популярними, особливо влітку. Всі види турів мають свою сезонність в залежності від пріоритетів туристів та сезону.

Досліджено принципи та особливості надання підприємством екскурсійного супроводу виїзного туризму. Туристична агенція «Мокка» займається організацією різноманітних екскурсійних послуг, які включають як внутрішні, так і виїзні тури. Підприємство надає достатньо обмежену кількість екскурсій, спрямованих на задоволення потреб різних сегментів клієнтів, зокрема індивідуальних туристів, сімейних груп, корпоративних клієнтів та освітніх груп. Організація екскурсійних послуг характеризується

професіоналізмом, індивідуальним підходом та співпрацею з надійними партнерами. Компанія демонструє високий рівень задоволеності клієнтів, що сприяє її подальшому розвитку.

Запропоновано програму вдосконалення екскурсійного супроводу виїзного туризму до Європи. Туристичній агенції «Мокка» варто зосередитися на розширенні асортименту пізнавальних турів до Європи, вдосконаленні якості обслуговування, впровадженні інноваційних рішень та зміцненні партнерських відносин. Розробка нових екскурсійних програм до популярних європейських країн з урахуванням унікальних місць і культурних подій сприятиме залученню нових клієнтів. Співпраця з місцевими гідами та туроператорами забезпечить якісне обслуговування туристів. Проведення маркетингових досліджень допоможе визначити найпопулярніші та перспективні напрямки.

Здійснено прогнозування соціально-економічного ефекту від впровадження розроблених заходів. Для визначення перспектив пропонованих рекомендацій розроблено груповий екскурсійно-пізнавальний автобусний тур «Пам'ятками західної Німеччини», впровадження якого дозволить туристичній агенції «Мокка» збільшити обсяги продажів та прибутки, покращити імідж та задоволеність клієнтів. Загальний дохід від одного туру складе 24 165,12 євро. Новий тур сприятиме залученню нової аудиторії клієнтів, зацікавлених в культурних та історичних подорожах по Європі. Враховуючи вартість туру на одну особу та максимальну кількість туристів у групі, регулярне проведення таких турів забезпечить стабільний розвиток компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєнко-Лемовська Л. Організація туристично-екскурсійної діяльності: взаємозв'язок історії української державності та культури з туристичними потребами та очікуваннями. *European science*. 2023. № 2. С. 106–114. URL: <https://doi.org/10.30890/2709-2313.2023-24-02-019> (дата звернення: 28.05.2024).
2. Арсененко І. А. Територіальна організація туристсько-екскурсійної діяльності в Запорізькому регіоні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.02 "Економічна та соціальна географія" : дисертація. 2010. URL: <http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint/2590/1/Арсененко.pdf> (дата звернення: 28.05.2024).
3. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі. *Збірник наукових праць SWorld*. 2014. Т. 34, № 2. С. 29–34.
4. Гладкий О. Проектування інноваційного туристичного продукту у сфері культурно-пізнавального туризму Чернігівської області України. *Theory and practice of physical culture and sports*. 2023. № 3. С. 132–138. URL: <https://doi.org/10.31470/2786-6424-1/2023-132-138> (дата звернення: 28.05.2024).
5. Головна. *Туристична агенція Хмельницький*. URL: https://mokka-tour.com/index/zoloti_piski_z_khmelnickogo/0-103 (дата звернення: 28.05.2024).
6. Голуб Л., Свєртнєв О. Словник туристичних термінів. Полтава : Полтав. нац. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка, 2019. 181 с.
7. Горобченко О. Інфраструктура туристичного бізнесу та її складові. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку* : І Міжнар. науково-практ. конф., присвяч. 60-ти річчю ХНТУ 25-26 квіт. 2019 р., м. Херсон. Херсон, 2019. С. 102–105.
8. Інструкція щодо організації та проведення екскурсій і подорожей з учнівською та студентською молоддю : Наказ МОН України від 02.10.2014 р.

№ 1124. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1341-14#Text> (дата звернення: 28.05.2024).

9. Крупенна І. А., Кохан М. Я. Поведінка споживача у туризмі: особливості моделі та методи вивчення. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2022. № 66. С. 68–78.

10. Лютак О. М., Романчук Д. Л. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластера. *Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси*. 2013. (10 (2)). С. 141–150.

11. Марусей Т. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-75> (дата звернення: 28.05.2024).

12. Міколайчак А. М. Ліберальна освіта для культурно-пізнавального туризму. *Порівняльно-педагогічні студії*. 2012. № 4 (14), жовт. - груд. С. 5–9.

13. Неправська Н. Європейські аспекти індустріального туризму. *Український туризм*. 2019. № 3. С. 36–39.

14. Поколодна М. М. Організація екскурсійної діяльності: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекет., 2017. 180 с.

15. Полянничко О. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з дисципліни «Економіка туристичного ринку». Одеса : ОДЕКУ, 2018. 31 с.

16. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 1 січ. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 28.05.2024).

17. Сучасні тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму в Івано-Франківській області / П. Вичівський та ін. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi)*. 2023. № 5(35). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5\(35\)-326-337](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-5(35)-326-337) (дата звернення: 28.05.2024).

18. Тучковська І. І. Організація екскурсійної діяльності для осіб з інвалідністю. *Індустрія туризму і гостинності в центральній та східній*

Європі. 2021. № 2. С. 72–77. URL: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-2-9> (дата звернення: 28.05.2024).

19. Цимбалюк Н. М. Туризм як культурно-дозвілєве явище: до історії становлення та розвитку. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2013. № 2. С. 51–56.

20. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-37> (дата звернення: 28.05.2024).

21. Шепелюк С. І. Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2011. № 1. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eui_201_1_1_31.pdf (дата звернення: 28.05.2024).

22. Шестель О. Г., Литвин Т. П. Перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму на Черкащині. *Innovations and technologies in the service sphere and food industry*. 2020. № 2. URL: <https://doi.org/10.24025/2708-4949.2.2020.213048> (дата звернення: 28.05.2024).

23. International Association of Scientific Experts in Tourism. *Aiest*. URL: <https://www.aiest.org> (date of access: 28.05.2024).

24. Radionova O., Dobryanska A. Analysis of the development of cultural and cognitive tourism in Ukraine. *Black sea economic studies*. 2019. No. 47. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.47-13> (date of access: 28.05.2024).

25. Sylejmani K., Dika A. A survey on tourist trip planning systems. *International Journal of Arts & Sciences*. 2011. No. 4(9). P. 13.

26. Uliganets S., Arion O., Bol D. Cultural-educational tourism development in Ukraine: Kamyanets-Podilsky. *Bulletin Of Taras Shevchenko National University Of Kyiv. Geography*. 2018. No. 72. P. 77–81. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2721.2018.72.13> (date of access: 28.05.2024).