

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

В.о. декана факультету

_____ Цирульнікова В. В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри

_____ Мельник І. Л.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« _____ » _____ 2021 р.

« _____ » _____ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризм» _____

на тему: Інноваційні форми організації екскурсій в туризмі

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-10

Гавриленко Тетяна Павлівна

_____ (підпис)

Керівник Сологуб Юрій Іванович

_____ (підпис)

Рецензент Шаран Л. О.

_____ (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань.

Здобувач

_____ (підпис)

Київ – 2021 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри _____

Мельник І. Л.

“ _____ ” _____ 2021 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Гавриленко Тетяни Павлівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Інноваційні форми організації екскурсій в туризмі

керівник роботи Сологуб Юрій Іванович, к. геогр. н., доц. кафедри ТГБ

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “12” травня 2021 року № 256-кв

2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистична звітність підприємства

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

Теоретичні аспекти організації екскурсій в туризмі

Аналіз господарської діяльності туристичного підприємства ТОВ «Anex tour»

Інноваційні форми організації екскурсій на базі туристичного підприємства

ТОВ «Anex tour»

Впровадження сучасних інноваційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour»

5. Перелік графічного матеріалу

рисуноків - 19; таблиць -20; додатків-6.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
II	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
III	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
IV	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 02 березня 2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	18.01.2021-26.02.2021	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2021-12.03.2021	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	15.03.2021-31.03.2021	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2021-16.04.2021	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	19.04.2021-30.04.2021	виконано
6	РОЗДІЛ 4 (інформаційні технології)	03.05.2021-14.05.2021	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	17.05.2021-21.05.2021	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	24.05.21-26.05.2021	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2021-31.05.2021	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	01.06.2020	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	15-18.06.2021	

Здобувач

_____ (підпис)

Гавриленко Т.П

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Сологуб Ю.І.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ
на кваліфікаційну роботу
Гавриленко Тетяни Павлівни
на тему:
«Інноваційні форми організації екскурсій в туризмі»

Кваліфікаційна робота складається з 120 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 19, таблиць - 20, додатків – 6, формул - 2.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Anex tour».

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні й практичні аспекти інноваційних форм організації екскурсій в туризмі на прикладі туроператора ТОВ «Anex tour».

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення інноваційних форм організації екскурсій в туризмі.

У I розділі розглянуто теоретичні аспекти організації екскурсій в туризмі. Зокрема, досліджено сутність екскурсії як виду туристичних послуг, технологію підготовки та методи проведення екскурсій.

У II розділі здійснено аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Anex tour». Надано загальну характеристику туристичного підприємства, проведено аналіз внутрішнього середовища туроператора, а також зовнішнього середовища та конкурентної позиції на ринку.

У III розділі розглянуто інноваційні форми організації екскурсій на базі туристичного підприємства ТОВ «Anex tour». Сформульовано пропозиції щодо запровадження інноваційних форм організації екскурсій та здійснено економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

У IV розділі розглянуто впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність ТОВ «Anex tour», а також надано обґрунтування пропозицій із застосування сучасних інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour».

Ключові слова: інновації, екскурсії, туристичний продукт, організація.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ В ТУРИЗМІ	9
1.1. Сутність екскурсії як виду туристичних послуг	9
1.2. Технологія підготовки та методи проведення екскурсій	18
1.3. Інноваційні форми організації екскурсійної діяльності	33
Висновки до розділу 1	41
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ANEX TOUR»	43
2.1. Загальна характеристика підприємства ТОВ «Anex tour»	43
2.2. Аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Anex tour»	49
2.3 Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції ТОВ «Anex tour»	64
Висновки до розділу 2	73
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ НА БАЗІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ANEX TOUR»	75
3.1. Екскурсійні послуги в структурі туристичного продукту ТОВ «Anex tour»	75
3.2. Інноваційні форми організації екскурсій як шлях покращення конкурентної позиції туристичного продукту ТОВ «Anex tour»	82
3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів	89
Висновки до розділу 3	93
РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «ANEX TOUR»	95
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення ТОВ «Anex tour»	95
4.2. Аналіз Інтернет-контенту ТОВ «Anex tour»	99
4.3. Обґрунтування пропозицій щодо використання сучасних інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour»	105
Висновки до розділу 4	108
ВИСНОВКИ	110
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	115
ДОДАТКИ	120

ВСТУП

Актуальність теми. Екскурсійна діяльність відіграє важливу роль для розвитку туризму як в світі, так і в Україні, оскільки є однією з основних складових сучасного туристичного бізнесу, розвиток якого без екскурсійного наповнення є неможливим. Сектор екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг невідмінно зростає, тому дуже важливим є просування на туристичний ринок екскурсій, для проведення яких в країні та світі створено певні умови, а також активно використовуються різноманітні форми їх організації. Екскурсійна діяльність є надзвичайно складною й проблемною сферою сучасної туристичної галузі України. Особливої актуальності цей напрям наукових і практичних досліджень отримав у зв'язку із зростанням обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму. Застосовуючи інноваційні форми організації екскурсій у туризмі підприємства зможуть покращити свої конкурентні позиції, оскільки інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових можливостей, підвищення іміджу виробника інноваційних продуктів, а також до відкриття та „захоплення” нових ринків, у тому числі й зовнішніх.

Теоретичні розробки з цієї проблематики висвітлені в роботах засновника сучасної науки - екскурсознавства - Б.В. Ємельянова, а також П.С. Пасічного, Р.О. Дьякової та українських науковців і дослідників Г.П. Науменка, С.І. Поповича, Т.Г. Сокол, І.М. Чагайди, С.В. Грибанової, Т.А. Дьорової та інших.

Дослідження щодо застосування інноваційних технологій і форм організації туристичного й екскурсійного обслуговування в цілому здійснювали: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, А. Галиновський, О. Губанова, В. Гуляєв, А. Демаш, М. Єфремова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, Д. Купінський, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Т. Новгородцев, Н. Плотнікова, М. Огороков, М. Робсон, С. Мельниченко, М. Скопень, О. Тоффлер, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Шлевков, С. Чупров та інші.

Проте, незважаючи на значний доробок науково-практичних досліджень, існує значне коло невирішених питань даної проблеми та аспектів, що потребують розгляду. Саме цим і пояснюється вибір теми кваліфікаційної роботи, її актуальність і проблемність.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою роботи є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення інноваційних форм організації екскурсій в туризмі. Для розкриття даної мети були поставлені й вирішені наступні завдання:

- дослідити теоретичні аспекти організації екскурсій в туризмі;
- розкрити сутність екскурсій як виду туристичних послуг;
- розглянути технологію підготовки та методи проведення екскурсій;
- проаналізувати інноваційні форми організації екскурсійної діяльності;
- надати характеристику господарської діяльності ТОВ «Anex tour»;
- здійснити аналіз внутрішнього й зовнішнього середовища, а також конкурентної позиції туроператора ТОВ «Anex tour»;
- проаналізувати екскурсійні послуги в структурі туристичного продукту ТОВ «Anex tour»;
- запропонувати напрями удосконалення інноваційних форм організації екскурсій для покращення конкурентної позиції туристичного продукту ТОВ «Anex tour», а також визначити їх економічну ефективність;
- дослідити впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність ТОВ «Anex tour» та запропонувати напрями їх удосконалення.

Об'єкт дослідження: ТОВ «Anex tour».

Предмет дослідження: теоретичні й практичні аспекти інноваційних форм організації екскурсій в туризмі на прикладі туроператора ТОВ «Anex tour».

Методи дослідження. Для дослідження даної проблематики та напрацювання пропозицій з удосконалення інноваційних форм організації

екскурсій підприємством використовувалися як загальнонаукові методи (діалектичний метод пізнання та системний підхід, історичний метод, методи моделювання, теоретичного узагальнення та порівняння, конкретизація, класифікація), так і спеціальні методи, зокрема, економіко-математичний, статистичний, метод порівняльного аналізу, спостереження. Зокрема, методи аналізу й синтезу, економічного аналізу використані для дослідження фінансово-економічної діяльності туроператора, а також метод структурного опису та графічного моделювання тощо.

Теоретичну базу дослідження становлять наукові положення сучасної екскурсіології, праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань організації надання екскурсійних послуг та екскурсійної діяльності, законодавчі та нормативні акти, якими врегульовано правовідносини в цій сфері, а також матеріали статистичної звітності туроператора.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані в діяльності досліджуваного туроператора з метою удосконалення його роботи із застосування інноваційних форм організації екскурсій і формування інноваційних програм екскурсійного обслуговування, а також у подібних туристичних компаніях з метою удосконалення їх діяльності та зайняття лідируючих позицій на ринку послуг.

Результати дослідження апробовано в рамках 87-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – розв'язання проблем харчування людства у XXI столітті», Національний університет харчових технологій. 15-16 квітня 2021 р. (Додаток А).

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Робота складається з чотирьох розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 120 сторінок друкованого тексту. Робота містить 19 рисунків і 20 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ В ТУРИЗМІ

1.1. Сутність екскурсії як виду туристичних послуг

Екскурсійна діяльність має довгу історію свого розвитку. Основу екскурсій як виду туристичних послуг заклали ще давні мандрівники, які подорожували з метою ознайомлення з навколишнім середовищем. На сьогодні, екскурсійна діяльність являє собою діяльність людини з надання екскурсійних послуг, форма просвітницько-дозвіллевої діяльності серед населення.

Нормативна база, що регулює надання екскурсійних послуг в Україні, далека від досконалості. Так, Закон України «Про туризм» визначає основні напрями розвитку туризму й організації туристичної діяльності, побіжно згадуючи про екскурсійні послуги як складову туристичного продукту (ст. 1) [1], деталізуючи особливості надання екскурсійних послуг у підзаконних актах. Фактично в даному Законі визначено лише учасників відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності (ст. 5), основні положення про договір на екскурсійне обслуговування та умови його укладення (ст. 21). Більше того, законодавець не надає визначення екскурсії, врегульовуючи термінологію у сфері екскурсійних послуг підзаконними актами.

Термін «екскурсія» походить від латинського «екскурсіо». У російську (а згодом, і українську) мову це слово увійшло в ХІХ ст. і спочатку означало «вибігання, військовий набіг», потім - «вилазка, поїздка». Пізніше відбулася видозміна цього слова за типом імен на «ія» (екскурс + ія) [16].

Науковці, які займаються вивченням питання екскурсійної діяльності по-різному підходять до тлумачення поняття «екскурсія». Наприклад, І. Гревс, під екскурсією розумів переміщення та рух у просторі, а М. Анциферов розглядав дане поняття як прогулянку, основною метою якої є вивчення, засвоєння екскурсантами певної теми [8, 12]. Один із засновників

екскурсіології, вчений Б.Р.Ємельянов розглядав екскурсію як суму обумовлених та взаємопов'язаних один з одним дій (пересування екскурсійної групи по маршруту, пересування екскурсантів стосовно об'єктів показу) [17].

Як бачимо, серед науковців немає єдиної спільної думки стосовно тлумачення даного поняття. Саме раннє (1882 р.) тлумачення цьому терміну дає В. Даль: «Екскурсія - проходка, прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін.» [7].

Досить часто у наукових і аналітичних роботах [10] зустрічається формулювання терміну «екскурсія» як «методично продуманий показ визначних місць, пам'ятників історії й культури, в основі якого лежить аналіз об'єктів, які перебувають перед очима, екскурсантів, а також уміла розповідь про події, пов'язаних з ними». В той же час інші дослідники застерігають про те, що сутність поняття «екскурсія» зводити було б неправильно лише до даного бачення.

У роботі М.Поколодної [41] проведено дослідження підходів до визначення і сутності терміну «екскурсія». Перша спроба визначення поняття виглядає так: «Екскурсія - є прогулянка, що ставить своїм завданням вивчення певної теми на конкретному матеріалі, доступному спогляданню» (М. П. Анциферов, 1923 р.).

Характеризуючи місце екскурсійної діяльності в позашкільній роботі з дітьми, екскурсіоніст Л. Бархаш вважав, що екскурсія - це наочний метод одержання певних знань, виховання шляхом відвідувань за задалегідь розробленою темою певних об'єктів (музей, завод і т.д.) зі спеціальним керівником (екскурсоводом) [11].

Дослідники Н. В. Савина, З.М. Горбилева схиляються до думки, що «екскурсія - особлива форма навчальної й позанавчальної роботи, в якій здійснюється спільна діяльність учителя-екскурсовода й керованих ним школярів-екскурсантів у процесі вивчення явищ дійсності, спостережуваних у природних умовах (завод, колгосп, пам'ятники історії й культури, пам'ятні

місця, природа та ін.) або в спеціально створених сховищах колекцій (музей, виставка)» [40].

Важливе значення надавалося екскурсійній діяльності в радянські часи, М.Покоłodна розглядає наступним чином хронологію дослідження даного терміну [41].

Основні підходи до визначення терміну „екскурсія” наведено нами у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні підходи до визначення терміну «екскурсія»

Автор / Джерело	Визначення
І. Гревс	Екскурсія - переміщення та рух у просторі.
М. Анциферов	Екскурсія - прогулянка, основною метою якої є вивчення, засвоєння екскурсантами певної теми.
Б. Р. Ємельянов	Екскурсія - сума обумовлених та взаємопов'язаних один з одним дій (пересування екскурсійної групи по маршруту, пересування екскурсантів стосовно об'єктів показу).
Л. Бархаш	Екскурсія - це наочний метод одержання певних знань, виховання шляхом відвідувань за задалегідь розробленою темою певних об'єктів (музей, завод і т.д.) зі спеціальним керівником (екскурсоводом).
Н.В. Савина, З.М. Горбилева	Екскурсія - особлива форма навчальної й позанавчальної роботи, в якій здійснюється спільна діяльність учителя-екскурсовода й керованих ним школярів-екскурсантів у процесі вивчення явищ дійсності, спостережуваних у природних умовах (завод, колгосп, пам'ятники історії й культури, пам'ятні місця, природа та ін.) або в спеціально створених сховищах колекцій (музей, виставка).
В. Даль	Екскурсія - проходка, прогулянка, вихід на пошук чогось, для збирання трав та ін.
Тлумачний словник російської мови	Екскурсія - колективна поїздка або прогулянка з науково-освітньою або розважальною метою.
Мала радянська енциклопедія (1960 р., т. 10, с. 770)	Екскурсія - колективна поїздка або похід у визначні місця з науковою, загальноосвітньою або культурно-просвітньою метою.
Велика радянська енциклопедія (1978 р., т. 29, с. 63)	Екскурсія - відвідування визначних чим-небудь об'єктів (пам'ятники культури, музеї, підприємства, місцевість і т.д.), форма й метод придбання знань. Проводиться, як правило, колективно під керівництвом фахівця-екскурсовода.
М.Покоłodна	Екскурсія - цілеспрямований та запрограмований наочний процес пізнання особистістю оточуючого світу, побудований на поєднанні зорових, слухових та інших вражень, який проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода.

Джерело: складено автором за матеріалами [7-9, 14, 22, 40, 41]

У наведених визначеннях екскурсії можна виявити деякі розбіжності. Вони не випадкові й не дають підстав для висновків про існування протилежних точок зору на екскурсію. Кожне формулювання має відношення до функціонування екскурсії в певний період часу. Звідси - розходження у формулюваннях цілей, завдань і форм проведення екскурсій, характерних для того або іншого часу. З роками відбувається ускладнення і розширення завдань. Перед екскурсіями ставляться інші цілі, міняються форми їхнього проведення. Так, тепер у практичній діяльності екскурсія розглядається в декількох аспектах [7, 11, 14]:

- як самостійна форма виховання або складова частина інших форм виховання (патріотичного, трудового, естетичного);
- як одна з форм навчання або складова частина інших форм;
- як форма роботи з масовою аудиторією;
- як епізодичний (разовий) захід, частина тематичного циклу, а також як один із шаблів пізнання;
- як форма міжособистісного спілкування екскурсовода з екскурсантами, екскурсантів один з одним, форма спілкування екскурсантів з об'єктами;
- як форма поширення наукових знань, ідейного виховання;
- як форма організації культурного дозвілля;
- як невід'ємна частина організованого туризму (рис. 1.1.).

Правильніше уявлення про екскурсію дає поєднання декількох аспектів. Розгляд же будь-якої конкретної екскурсії, того або іншого виду екскурсії в одному з названих аспектів не дасть можливості для виявлення її сутності. Екскурсії можуть конкретизувати вже наявні знання, давати нові, розвивати уміння, підходити до явищ з життя природи і людей, підсилювати інтерес до того, що вивчається і викликати переживання у сфері відчуттів.

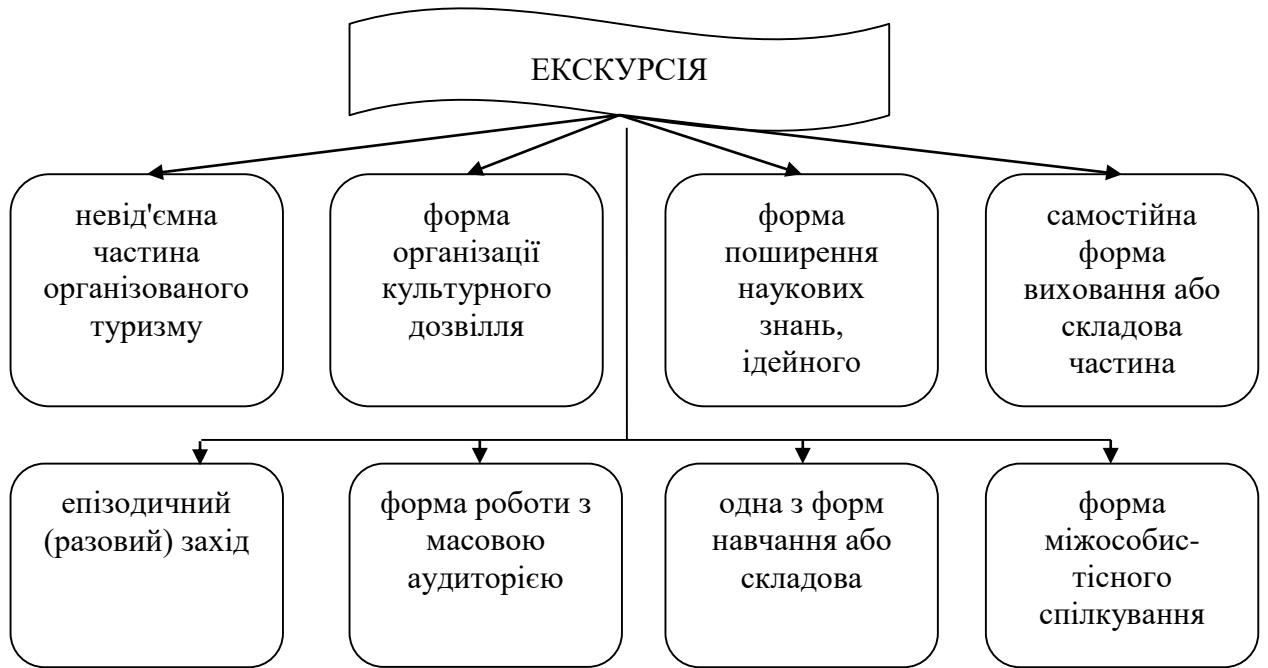


Рис. 1.1. Аспекти бачення екскурсії у практичній діяльності

Джерело: складено автором за матеріалами [40]

Узагальнюючи різні підходи до визначення і розуміння екскурсії, М.Покоłodна дає два основні визначення:

Перше. Екскурсія - цілеспрямований та запрограмований наочний процес пізнання особистістю оточуючого світу, побудований на поєднанні зорових, слухових та інших вражень, який проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода.

Друге. Екскурсія – туристична послуга тривалістю до 24 годин у супроводі екскурсовода за заздалегідь затвердженим маршрутом для забезпечення задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів [41].

Необхідність екскурсійної діяльності викликана різними причинами:

- по-перше, це підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому;
- по-друге, розширення цілей самого туризму, оскільки відправляючись у туристичну подорож не завжди на перший план ставиться

лише рекреаційна мета. Сучасні споживачі, перебуваючи на відпочинку, бажають також задовольнити й інтереси пізнання, освіти і духовного розвитку;

– по-третє, це пов'язано із тлумаченням самого поняття «турпродукт» як комплексу послуг, що надається туристові в ході подорожі.

– по-четверте, це сам принцип формування турпродукту. Збільшується частка туристів, які віддають перевагу турпродукту, сформованого за принципом «All inclusive» («Все включено»). Нерідко в програму таких турів включається й екскурсійне обслуговування;

– по-п'яте, зростає пропозиція суто екскурсійних програм, тобто турів, основною метою яких є відвідування й знайомство з історичними, культурними та іншими визначними пам'ятками певного регіону. І відповідно сформувався окремий вид туризму – екскурсійний туризм [22].

При подальшому розгляді сутності поняття «екскурсія» необхідно мати на увазі обумовленість екскурсійного процесу об'єктивними вимогами.

У ході екскурсійного процесу екскурсивод допомагає екскурсантам побачити об'єкти, на основі яких розкривається тема (перше завдання), почути про ці об'єкти необхідну інформацію (друге завдання), відчутти велич подвигу, значення історичної події (третє завдання), опанувати практичними навичками самостійного спостереження й аналізу екскурсійних об'єктів (четверте завдання) [6, 8, 11].

Будучи специфічною формою спілкування, екскурсія дає можливість мільйонам людей одержати значний обсяг інформації, формує способи розумової діяльності. Спілкуючись з іншими учасниками заходу, екскурсант за допомогою наслідування і запозичення, співпереживання і ідентифікації засвоює людські емоції, відчуття, форми поведінки. В процесі спілкування досягаються необхідна організація і єдність дій індивідів, що входять до групи, здійснюється емоційне взаєморозуміння їх, формується спільність відчуттів, настроїв, думок, поглядів. Спілкування людей на екскурсії слід віднести до духовно-інформаційного типу спілкування, поєднання двох форм відносин між суб'єктами і об'єктами, а також відносин особових і групових.

Досить детально в науковій літературі розглядаються функції екскурсії [10, 12, 16].

1. Функція наукової пропаганди. Така екскурсія сприяє розповсюдженню політичних, філософських, наукових, художніх і інших поглядів, ідей і теорій. Виконуючи функцію пропаганди, кожна екскурсія повинна мати чітку спрямованість. У основу екскурсії покладені принципи пропаганди, науковість, ідейність, зв'язок з життям, дохідливість і переконливість. Ці принципи виражають суть пропаганди, дозволяють виділити в ній головне. Їх слід розглядати в сукупності, тобто у взаємному зв'язку один з одним.

2. Важливою якістю екскурсії як форми виховання і навчання є її науковий характер. Завдання екскурсії – сприяти розповсюдженню наукових знань. Зміст екскурсії повинен висловлюватися відповідно до даних певного розділу сучасної науки, сприяти формуванню світогляду. Факти, події, теоретичні положення даються в науковому трактуванні, одержують освітлення з урахуванням досягнень тих галузей сучасної науки, до яких вони мають відношення. Факти і події повинні одержати об'єктивну наукову оцінку.

3. Ідейність необхідно розглядати як свідому прихильність до певної системи ідей. Принципи ідейності означають об'єктивний підхід до змісту фактичного матеріалу при підготовці екскурсії і переконаність екскурсовода, що висловлює цей матеріал екскурсантам. Важливо, щоб кожна екскурсія була підготовлена з урахуванням цієї вимоги, щоб відповідно до нього були складені документи для екскурсії – тексти і методична розробка.

4. Не менш важливо, щоб екскурсовод будував свою розповідь на науковій теорії, послідовно проявляв свою особисту ідейну переконаність. У розповіді екскурсовода, в аналізі об'єктів знаходить свій вираз не тільки ерудиція екскурсовода, але і тенденційність як об'єктивний прояв його активної життєвої позиції. Ідейний екскурсовод – це фахівець, який в своїй діяльності і у всіх своїх вчинках керується чіткими принципами.

5. Зв'язок теорії з життям. Матеріал екскурсій повинен бути пов'язаний з життям, дійсністю, практикою господарського і культурного будівництва, з тими змінами, які відбуваються в країні. Виклад фактичного матеріалу повинен супроводжуватися узагальненнями і висновками з урахуванням законів, які лежать в основі історичних і інших процесів. Певні труднощі з'являються при спробі пов'язати висловлюваний матеріал з сучасністю. Потрібно мати на увазі, що минуле і сьогодення в екскурсії, незалежно від освітлюваної теми, так чи інакше пов'язуються між собою.

6. Переконливість екскурсійного матеріалу забезпечується також: відбором найбільш важливих фактів, що розкривають тему; використанням переконливих порівнянь; умілим підбором доказів; посиланнями на авторитетні джерела, спогади учасників і очевидців подій; демонстрацією фотографій, копій справжніх документів, карт, схем.

7. Функція інформації. Екскурсія відповідно до своєї теми містить інформацію по конкретному розділу знань: про досягнення історичної науки, медицини, біології; про відкриття археологів; винаходах, досягненнях в господарському і культурному будівництві. Від таких важливих засобів інформації, як газета, радіо, телебачення, лекція, екскурсію відрізняє вища наочність. Значна частина інформації на екскурсії підтверджується показом об'єктів. Наявність інформації в екскурсіях не означає, що екскурсовод повинен, відступаючи від теми, робити повідомлення про останні події міжнародного життя. Основою для проведення екскурсії є затверджений текст. Не слід доповнювати зміст тематичної екскурсії матеріалами з уранішніх радіопередач або свіжих номерів газет, якщо не йдеться про повідомлення надзвичайної важливості.

8. Функція організації культурного дозвілля. Екскурсію відносять до тієї групи занять, яка визначається терміном «навчання і самоосвіта». Будучи формою культурного дозвілля, екскурсія забезпечує задоволення і формування духовних потреб людини. Вже в 20-і роки учні-екскурсіоністи приходять до думки про те, що екскурсія не відпочинок, а розумова праця, що

вимагає від екскурсантів більшої напруги, ніж звичайна прогулянка по місту. Системність знань, що повідомляються в екскурсії, її привабливість у зв'язку з наявністю елемента «подорожності», можливість вибору відповідно до своїх інтересів – все це робить екскурсію популярним заняттям для людей.

9. Екскурсія у функції розширення культурно-технічного кругозору. Кожна екскурсія сприяє розширенню кругозору людини. Її учасники одержують знання по історії, у області мистецтва, архітектури, літератури, економіки. Нерідко екскурсія конкретизує знання екскурсантів, допомагає їм побачити те, що вони знали за письмовими джерелами, зі шкільних програм, з лекцій.

10. Функція формування інтересів людини. Завдання екскурсії - повідомити знання аудиторії і викликати інтерес у людей до конкретної галузі знань. Побувавши на літературній екскурсії, її учасники виявляють надалі цікавість до конкретного письменника. Учасники таких екскурсій надалі читають літературу по образотворчому мистецтву, літературній творчості, відвідують музеї, інші екскурсії. Екскурсія для багатьох стає початком роботи по самоосвіті.

11. Кожна конкретна екскурсія може виконувати одночасно декілька функцій. Це залежить від того, з якою групою екскурсантів вона проводиться. Для дітей і молоді екскурсія – це функція розширення культурно-технічного кругозору; для підлітків, що вибирають професію, – функція формування інтересів; для іноземних туристів – функція інформації і т.д. [15].

Важливим відправним моментом в організації екскурсійної роботи є дотримання ознак екскурсії. Відсутність хоча б однієї з названих нижче семи ознак позбавляє права називати проведений захід екскурсією. Загальними ознаками для всіх екскурсій є:

1. Протяжність за часом проведення від однієї академічної години (45 хвилин) до однієї доби.
2. Наявність екскурсантів (групи або індивідуалів).
3. Наявність екскурсовода.

4. Наочність, зорове сприйняття, показ екскурсійних об'єктів на місці їх розташування.

5. Пересування учасників екскурсії по заздалегідь складеному маршруту.

6. Цілеспрямованість показу об'єктів, наявність певної теми.

7. Активна діяльність учасників (спостереження, вивчення, дослідження об'єктів) [16].

Крім цих загальних ознак у кожного виду екскурсій є свої специфічні ознаки:

- у автобусних – обов'язковий вихід з автобуса для огляду пам'ятників;
- у музейних установах – знайомство з матеріалами, розташованими на стендах;
- у виробничих приміщеннях – демонстрація діючих об'єктів [20].

Комплекс значень ознак екскурсії полягає в тому, що їх правильне розуміння не дозволяє помилково тлумачити сутність екскурсії.

Таким чином, екскурсію визначають як цілеспрямований наочний процес пізнання навколишнього світу, побудований на злитті зорових і смислових вражень. Основна ознака екскурсії - висока ступінь наочності. Як специфічна форма спілкування, екскурсія дає можливість мільйонам людей одержати значний обсяг інформації, формує способи розумової діяльності.

1.2. Технологія підготовки та методи проведення екскурсій

Реалізацію змісту екскурсії забезпечує екскурсійна діяльність, під якою В.К. Бабарицька розглядає діяльність людини з надання екскурсійних послуг, що дозволяє задовольнити пізнавальні та рекреаційні потреби екскурсантів [7]. Екскурсійній діяльності характерні певні ознаки: 1) зміст, 2) тематика, 3) склад учасників, 4) місце проведення, 5) впорядкований маршрут, 6) тривалість за часом, 7) форма проведення, 8) спосіб пересування на маршруті, 9) наявність екскурсовода, 10) тексту екскурсії, 11) об'єктів показу, 12) безпосередньо наявність самих учасників.

Екскурсійна діяльність - це діяльність з організації ознайомлення туристів і екскурсантів з екскурсійними об'єктами без надання послуг розміщення (ночівлі) [21]. Організована екскурсія повинна здійснюватися кваліфікованими працівниками, які знають вимоги до технології створення екскурсійних послуг і обслуговування екскурсантів. Таким чином, під організованою екскурсійною діяльністю розуміється пропозиція стандартизованої екскурсійної програми або окремих екскурсій як різновиду туристичних послуг.

У процесі організації екскурсії підприємства комбінують послуги безпосередніх виробників (музеїв, транспортних, видовищних та інших організацій) за своїм розсудом і за бажанням споживачів, а також самі створюють і надають екскурсійні послуги (організують і проводять екскурсії).

Отже, можемо виділити кілька основних ознак екскурсії: 1) наявність екскурсійної групи; 2) наявність професійного екскурсовода; 3) наявність певної теми; 4) наявність певної задачі та цілі; 5) знайомство з об'єктами (відповідно з певною темою) під часу руху або при зупинках.

Головною ознакою екскурсії є єдність показу об'єктів екскурсії та грамотної й цікавої розповіді екскурсовода. Тільки при об'єднанні цих умов екскурсія буде повною і цікавою, а екскурсанти залишаться задоволені.

Класифікація екскурсій являє собою поділ їх на типові групи, підгрупи і види. Класифікація екскурсій за ознаками допомагає підготувати найбільш ефективну і цікаву програму, в залежності від її цілей і аудиторії, дає можливість екскурсоводу правильно підібрати план екскурсії, тон подачі інформації. Загалом екскурсії можна класифікувати за кількома ознаками (табл. 1.2).

Класифікація екскурсій

Ознака класифікації	Види екскурсій
За змістом	1) оглядові; 2) тематичні, які, в свою чергу, можуть поділятися на історичні, літературні, природознавчі, військово-історичні та ін.
За складом учасників	1) дорослих, 2) дітей; 3) місцевих жителів; 4) іногородніх; 5) іноземців
За місцем проведення	1) міські, 2) замські; 3) музейні; 4) виробничі; 5) релігійні (екскурсії в монастирях, церквах)
За способом пересування	1) пішохідні; 2) транспортні; 3) комбіновані.

Джерело: складено автором

Водночас, на практиці найчастіше використовується класифікація за наступними ознаками.

1. Класифікація за ступенем захопленості екскурсією. Сутність цієї класифікації полягає в поділі всіх учасників екскурсій на певні групи залежно від їх ставлення до екскурсії як до виду послуг.

Цей вид класифікації включає три основні категорії екскурсантів. У першу категорію екскурсантів входять допитливі особи, які хочуть знати «все про все», і екскурсоводи повинні розповісти їм все саме новітнє та цікаве, не забуваючи про дрібні подробиці. Це найактивніші учасники екскурсій. Вони постійно задають питання і вимагають на них повних і розгорнутих відповідей. У цю групу можуть входити люди, різні за рівнем доходу, освітою та віком. Але всі вони схожі в одному - у своєму бажанні отримувати знання, їх приваблюють будь-які теми екскурсій.

До другої категорії можуть бути віднесені особи-екскурсанти, які мають широке коло знань і виявляють певний інтерес до однієї з галузей знань, наприклад, до літератури XVII століття. Найчастіше, ця група ставить перед собою завдання поповнити свої знання за темою, що їх цікавить упродовж життя або певного періоду, а тому вони (екскурсанти) обирають конкретну тему екскурсії та ставляться до інформації, що надає їм екскурсовод, досить

серйозно. Робота з учасниками цієї групи вимагає постійного розширення і поглиблення екскурсійної тематики та високої кваліфікації екскурсовода.

До третьої категорії належать особи, які хочуть заповнити своє дозвілля цікавими заходами без чітко визначеної мети. У ході екскурсії в подібній групі відбувається поділ: частина екскурсантів стає активними учасниками заходу, інші не проявляють зацікавленості до мови екскурсовода.

2. Класифікація за родом занять (професії) екскурсантів. Для проведення екскурсій для подібних груп повинні враховуватися професійні інтереси кожної групи.

3. Класифікація екскурсій за спрямованістю на різні групи споживачів (екскурсантів). Головна відмінність екскурсій за даною класифікацією - це зміст заходу, зоровий і словесний матеріал, методика його піднесення учасникам. Потрібно враховувати те, що особи різної вікової категорії й різних професій по-різному сприймають та засвоюють однакову інформацію. Школярів, наприклад, не зацікавить монотонна розповідь екскурсовода на тему, про яку вони знають дуже мало, в свою чергу, вчителі та науково-педагогічні працівники, виховані на наукових працях, не сприймуть матеріал, викладений в ігровій формі та з використанням анекдотів і жартів.

Існують також особливості проведення екскурсій для різних груп. Так, усіх учасників екскурсій можна поділити на: 1) беруть участь у звичайних екскурсіях, що допомагають розширити кругозір слухачів. Серед цієї частини екскурсантів створюються групи з молоді, дітей, міських і сільських жителів, відпочиваючих на туристичних базах, у готелях або тих, що подорожують за туристичними маршрутами. Тема екскурсії повинна зацікавити будь-якого слухача з даної групи. Для цього необхідно продумати методику подання інформації в залежності від групи споживачів. Комплектування груп проводиться за бажанням самих учасників; 2) беруть участь у навчальних екскурсіях, що є невід'ємною частиною навчального процесу. Подібні екскурсії допомагають розкрити теми, передбачені навчальним планом.

Навчальні екскурсії проводяться для учнів шкіл і закладів вищої освіти, а також для учасників семінарів і курсів;

Екскурсії для сільського населення. Особливістю проведення названого виду екскурсій є те, що екскурсії проводяться між сільськогосподарськими роботами. Саме тому такі екскурсії повинні поєднуватися з відпочинком. При підготовці даного виду екскурсій необхідно враховувати професійні інтереси даної групи екскурсантів, а також той факт, що сільське населення часто погано знає місто і слабо орієнтується в ньому. Екскурсоводи повинні добре знати інтереси сільських жителів, мати уявлення про їх культурне життя та особливості виробничої діяльності.

Екскурсії для приїжджих громадян (мешканці готелів, пансіонатів, готелів). При проведенні подібних екскурсій, екскурсоводи повинні пам'ятати, що більшість туристів приїжджає в незнайому для них дестинацію (місто). Туристи хочуть дізнатися про місто більше нового та познайомитися з його визначними пам'ятками. Програма екскурсій повинна включати будь-які види екскурсій - музейні, літературні і т. д.

Екскурсії для відпочиваючих в санаторіях. Особливість цих екскурсій полягає в тому, що всі люди, які приїжджають в санаторій, мають різні проблеми зі здоров'ям. При підготовці екскурсій необхідно врахувати, який термін може винести відпочиваючий на свіжому повітрі, яка емоційна і розумове навантаження необхідна для того, щоб людина, що знаходиться в нездоровому стані, міг повноцінно сприймати інформацію.

Екскурсії для молоді. При підготовці таких екскурсій потрібно враховувати, що молодь найбільш активна. Екскурсія повинна бути побудована у формі діалогу, щоб всі могли задавати питання. Інформація повинна подаватися в живій, активній формі, повинні враховуватися специфічні особливості молодого покоління. Часто в екскурсію додають кілька сучасних цікавих фактів. Екскурсію можна провести на роликах або велосипедах. Екскурсії для дітей можна розділити на дві групи: 1) шкільні: урочні, позаурочні та позакласні. Ці екскурсії носять навчальний характер. За

знання, отримані на екскурсії, учні часто отримують оцінку, яка заноситься до журналу; 2) позашкільні. Можуть носити ігровий характер, пов'язані із загальним оглядом цікавить теми.

Отже, створення нової екскурсії за будь-якою темою - складний трудомісткий процес. Екскурсія - це результат двох найважливіших процесів: її підготовки й проведення. Вони пов'язані між собою, взаємообумовлені. Неможливо забезпечити високу якість проведення екскурсії при непередуманій підготовці.

Підготовка нової екскурсії доручається творчій групі з 3-7 осіб. Здебільшого це працюючі на туристичному підприємстві (або екскурсійному бюро) екскурсоводи. Часто як консультантів запрошують фахівців різних галузей - науковці музеїв, викладачі ЗВО та вчителів середніх шкіл і т.д. Логічна схема формування екскурсійних послуг представлена на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Схема формування екскурсій туристичним підприємством
Джерело: розроблено автором

Звичайно кожному з учасників творчої групи доручається розробка одного з розділів, однієї з підтем екскурсії або одного, або декількох питань підтеми. З метою контролю за роботою обирається керівник творчої групи.

У найпростішому вигляді схема всіх екскурсій, незалежно від теми, виду й форми проведення, однакова: вступ, основна частина, висновок. Вступ, як правило, складається з двох частин:

- організаційної (знайомство з екскурсійною групою та інструктаж екскурсантів про правила безпеки й поведіння на маршруті);
- інформаційної (коротке повідомлення про тему, довжину й тривалість маршруту, час відправлення й прибуття назад, санітарні зупинки і місце закінчення екскурсії).

Тематика екскурсій туристичного підприємства наведена на рис. 1.3.

Досить важливим при формуванні екскурсійних послуг є врахування форми проведення:

- екскурсія–масовка, її учасники пересуваються по маршруту одночасно на 10-20 автобусах, у кожному з яких працює екскурсовод. Такі екскурсії можуть включати масові театралізовані вистави, фольклорні свята;
- екскурсія-прогулянка, що поєднує в собі елементи пізнання з елементами відпочинку, проводиться в лісі, в парку, морем, річкою і т.д.;
- екскурсія-лекція (розповідь переважає над показом);
- екскурсія-концерт присвячується музичній темі з прослуховуванням музичних творів у салоні автобуса;
- екскурсія-спектакль - це форма проведення літературно-мистецької екскурсії, підготовленої на основі конкретних творів художньої літератури та ін.;
- екскурсія - форма навчальної роботи для різних груп екскурсантів:
 - 1) екскурсія - консультація, яка дає наочні відповіді на питання екскурсантів, служить одним з видів підвищення кваліфікації;
 - 2) екскурсія - демонстрація - це найбільш наочна форма ознайомлення групи з природними явищами, виробничими процесами і т. д.;
 - 3) екскурсія - урок являє собою

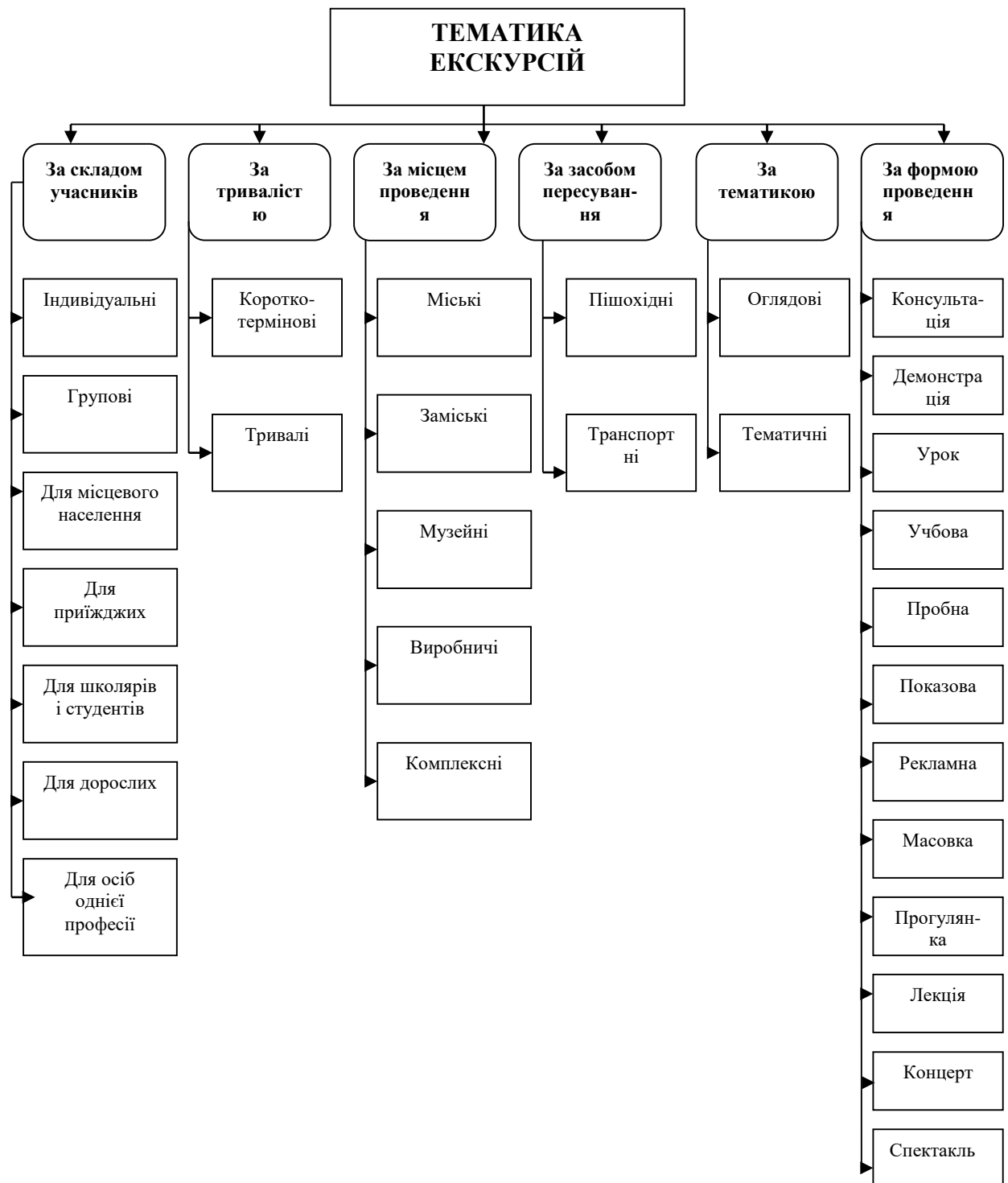


Рис. 1.3. Тематика екскурсій туристичного підприємства

Джерело: [40]

форму повідомлення знань відповідно до навчальної програми того чи іншого навчального закладу;

– навчальна екскурсія (для спеціальної аудиторії) є формою навчання та підвищення кваліфікації екскурсійних працівників;

- пробна екскурсія є завершальний етап індивідуальної роботи з підготовки та проведення екскурсій, форму перевірки знань у студентів або працюючих екскурсоводів при підготовці ними нової екскурсійної теми;
- показова екскурсія - це форма навчальної екскурсії, що ставить за мету показати зразок того чи іншого методологічного прийому на конкретному об'єкті, розкрити певну підтему і т. д.;
- рекламна екскурсія [17].

Формуючи екскурсії визначаються екскурсійні об'єкти, в якості яких можуть виступати:

- пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями;
- будівлі й споруди, меморіальні пам'ятники, пов'язані з життям і діяльністю видатних особистостей, шедеври архітектури й містобудування, житлові й суспільні будівлі, будівлі промислових підприємств, інженерні споруди, будівлі культурного, культового призначення, фортифікаційні споруди та інші будівлі;
- природні об'єкти - ліси, гаї, парки, ріки, озера, ставки, заповідники, заказники, національні природні парки, парки пам'ятники садово-паркового мистецтва, а також окремі дерева, реліктові рослини й ін.;
- експозиції музеїв, картинних галерей, постійних і тимчасових виставок;
- пам'ятники археології - городища, древні стоянки, поселення, кургани з похованнями, земляні вали, дороги, святилища, та ін.;
- пам'ятники мистецтва - витвори образотворчого, декоративно-прикладного мистецтва, скульптура й твори інших видів мистецтва [17].

Отже, основна частина екскурсії будується на конкретних екскурсійних об'єктах, сполученні показу й розповіді. Її зміст складається з підтем (від 5 до 12). Висновок не пов'язаний з екскурсійними об'єктами. Він повинен займати за часом 5-7 хвилин і складається з двох частин: 1) підсумок основного змісту екскурсії, висновок за темою, що реалізує ціль екскурсії; 2) інформація про інші екскурсії, які можуть розширити й поглибити дану тему. Висновок так само важливий, як і вступ, і основна частина.

У процесі підготовки нової екскурсії можна виділити етапи, що розташовуються в певному порядку. Отже, технологія організації екскурсії включає в себе два основних етапи [21, 23].

Перший етап - підготовка екскурсії. У даний етап включається: 1) вибір теми, цілей і завдань екскурсії; 2) відбір літератури і складання бібліографії, визначення інших джерел екскурсійного матеріалу; 3) вивчення і вибір екскурсійних об'єктів. Поняття про картку об'єкта; 4) розробка, уточнення і остаточне складання маршруту екскурсії; 5) об'їзд або обхід маршруту; 6) підготовка контрольного тексту екскурсії; 7) комплектування "Портфеля екскурсовода"; 8) вивчення матеріалів з обраної теми екскурсії; 9) визначення методичних прийомів проведення екскурсії; 10) визначення техніки ведення екскурсії; 11) складання методичної розробки екскурсії; 12) складання індивідуального тексту; 13) складання технологічної карти екскурсії; 14) проведення і затвердження пробної екскурсії.

Другий етап - проведення екскурсії - включає: 1) показ об'єктів екскурсії; 2) екскурсійна розповідь.

Отже, загальна екскурсійна методика складається з двох головних розділів: підготовка екскурсії; проведення екскурсії.

У процесі підготовки екскурсії при відборі об'єктів проводиться їх оцінка за наступними показниками (критеріями): 1) пізнавальна цінність; 2) популярність (популярність); 3) незвичайність (екзотичність), неповторність; 4) виразність (зовнішня виразність самого об'єкта або взаємодія екскурсійного об'єкта з навколишнім його середовищем); 5) збереженість (стан об'єкта в даний момент, його підготовленість до показу); 6) місце розташування (відстань до об'єкта, зручність під'їзду до нього, придатність дороги для автотранспорту, наявність місця для зручного розташування групи біля об'єкта).

Вивчення об'єктів екскурсоводами не повинно обмежуватися знайомством з літературними джерелами. Обов'язковий безпосередній ретельний огляд об'єкта на місці, в природній обстановці, що допоможе

екскурсоводу в майбутньому вільно орієнтуватися в об'єкта, кваліфіковано вести показ.

По мірі збору відомостей про об'єкт рекомендується заносити їх у спеціальні картки, що є хорошим довідковим матеріалом для екскурсоводів.

Проведення екскурсії. Прийоми проведення екскурсій складають специфічну форму роботи екскурсоводів, "оболонку" екскурсії, в якій вони розкривають її зміст екскурсантам. Ці прийоми і способи впливають із специфіки екскурсій - поєднання показу з розповіддю і пересуванням екскурсантів від об'єкта до об'єкта. Існує кілька видів наочності, в тому числі образотворча (картини, моделі, фотографії і т.д.), предметна.

Головною складовою частиною екскурсії, що обумовлює наочність екскурсії, є показ. З його допомогою екскурсовод керує процесом сприйняття екскурсантів, направляє їх увагу на основні риси і сторони предметів, явищ, які допомагають висвітлити екскурсійну тему. При цьому він повинен враховувати фізіологічні основи зорового сприйняття.

1. Показ екскурсійних об'єктів:

1.1. *Вибір місця розташування екскурсійної групи.* Вибираючи місце розташування групи, потрібно знайти найбільш сприятливу точку, звідки об'єкт зорово сприймається найбільш яскраво й переконливо. У практиці нерідко трапляється, що у одного і того ж екскурсійного об'єкта розташовується кілька груп. У такому випадку слід ставити свою групу на деякому віддаленні від інших груп, щоб не заважати іншим екскурсоводам.

1.2. *Розстановка екскурсійної групи.* Обрав місце для показу об'єкта, потрібно правильно розставити екскурсантів. Важливо простежити за тим, щоб всім екскурсантам було добре видно як об'єкт, так і екскурсовод. Найбільш зручним є розташування групи півкільцем. Екскурсовод займає місце скраю і стоїть в півоберт до екскурсантів. Така позиція дозволяє, з одного боку, самому бачити екскурсійний об'єкт, а з іншого - тримати в полі зору групу. Постійне спостереження за реакцією екскурсантів - важлива умова

ефективної роботи екскурсовода. При виборі місця розташування групи слід враховувати особливості зорового сприйняття.

Екскурсійний об'єкт, як правило, багатоплановий, тому має кілька вигідних для огляду точок. Для екскурсовода особливо важливо попередньо знайти точки огляду і ракурси, вміло використовувати їх в екскурсії. Слід пам'ятати, що об'єкти сприймаються по-різному в залежності від видалення, тобто різного кута зору.

1.3. *Послідовність показу об'єктів екскурсії.* Показ повинен бути цілеспрямованим, а отже, вибіркоким. Послідовність показу об'єктів означає відповідність логіці викладу матеріалу, виділення основних об'єктів, ув'язку нових зі старими, поглиблення уявлення екскурсантів про них. Послідовність показу об'єктів враховує правила переходу від відомого до невідомого, від близького до далекого, а також особливості зорового сприйняття. Зазвичай показ будується на переході від загального до приватного. Показ в екскурсії слід починати з попереднього огляду, в ході якого показується весь комплекс або окремих об'єктів в цілому, а потім приступають до аналізу з виявленням характерних рис екскурсійного об'єкта. При виборі черговості показу об'єктів приймається до уваги їх емоційний вплив на екскурсантів.

1.4. *Засоби показу об'єкта.* Показ об'єктів у екскурсії повинен бути конкретним. Екскурсанти орієнтуються на об'єкт екскурсоводом за допомогою словесного опису і жесту. У описі-характеристиці об'єкта вказуються його розміри, форма, колір, особливості розташування, сусідні предмети, орієнтири і т. д. Жести повинні бути перш за все виразні і скупі. Показ починається зазвичай з жесту екскурсовода, спрямованого на об'єкт, вказує його розташування, підкреслює особливості об'єкта, його динамічність.

1.5. *Прийоми екскурсійного показу.* У екскурсійній методиці розроблено різноманітні прийоми показу. Однак в екскурсії, як правило, він злитий з розповіддю і в "чистому" вигляді застосовується рідко. Найбільш уживаний так званий прийом попереднього огляду. Він має на меті дати екскурсантам

можливість орієнтуватися в просторі, сприймати екскурсійний об'єкт в його історичному і природному оточенні.

Показ лежить в основі аналізу екскурсійних об'єктів. Тип аналізу визначається темою і метою екскурсії, характером об'єкта, його зв'язком з певною галуззю науки. Розрізняють аналіз мистецтвознавчий, історичний, природничо-науковий. Кожен з них має різні співвідношення показу і розповіді, іншу послідовність, свої способи і прийоми виявлення істотних рис екскурсійного об'єкта.

Показ наочних посібників. Особливим прийомом показу є використання наочних посібників, тобто предметів і зображень, що доповнюють зоровий ряд екскурсійних об'єктів й ілюструють висловлюваний матеріал. На відміну від основного екскурсійного об'єкта, на якому зазвичай розвивається певна екскурсійна тема, наочне приладдя відіграє допоміжну роль, ілюструючи ту чи іншу конкретну думку.

Розповідь екскурсовода. Показ в екскурсії невід'ємний від розповіді екскурсовода. Їх поєднання може бути різним. За допомогою розповіді екскурсовод акцентує увагу екскурсантів на об'єкті, про який він говорить, а основні знання про зовнішній вигляд об'єкта, його будову екскурсанти отримують в результаті власних спостережень. Форми розповіді в екскурсії можуть бути різними, однак в основі будь-якої з них повинні лежати взаємозв'язок, взаємопроникнення розповіді й показу. Розповідь не повинна бути самодостатньою. В екскурсії найчастіше вживаються такі прийоми розповіді як довідка, опис або характеристика об'єкта, пояснення, коментування тощо.

Опис або характеристика об'єкта. Опис, тобто послідовне перерахування основних якостей і властивостей екскурсійного об'єкта, поєднується з прийомом характеристики, тобто виявлення найбільш істотних його сторін.

Прийом пояснення. Поясненням є прийом висвітлення внутрішніх зв'язків об'єкта, виявлення причин факту, явища. Найбільш часто прийом

пояснення застосовується в архітектурно-містобудівних, мистецтвознавчих, природознавчих екскурсіях. Важливе місце цей прийом займає в системі методичних прийомів, що використовуються в екскурсіях зі школярами.

Прийом коментування (репортажу). У тих випадках, коли об'єкт демонструється в процесі руху (рух автотранспорту по міській магістралі, показ машин і механізмів на виробництві і т.д.), застосовується так зване коментування або форма репортажу.

Рух у екскурсії. Поряд з показом і розповіддю специфіку екскурсії становить рух. При цьому мається на увазі не просто переміщення екскурсантів від одного об'єкта до іншого, а роль руху як особливого методичного прийому в процесі екскурсії. З його допомогою пізнається екскурсійний об'єкт і закріплюються знання.

Прийом реконструкції. До числа поширених прийомів проведення екскурсії відноситься так званий прийом реконструкції. Він полягає у відтворенні події або історичної епохи шляхом образної розповіді. Головним чином прийом словесної реконструкції вживається в тих випадках, коли екскурсійний об'єкт не зберігся або недостатній для розкриття теми. Цей прийом допомагає екскурсантам представити об'єкт у початковому вигляді, відокремлює пізніші зміни, перебудови, реконструкції і т.д. або, навпаки, дозволяє уявити, яким буде об'єкт у майбутньому.

Прийом локалізації подій. Цей прийом прив'язки події до певного місця - один з основних методичних прийомів, найбільш повно відображає сутність екскурсії. Він полягає у встановленні зв'язку між відомими екскурсантам подіями і фактами та певною місцевістю, конкретним об'єктом, укладанні цієї події в топографічну оправу, додаванні екскурсоводом інформації наочного характеру. Зазвичай в екскурсіях констатація зв'язку з цим поєднується з прийомами аналізу місцевості, об'єкта, їх зорової реконструкції в тій послідовності, що передбачена логікою оповіді про подію.

Прийом порівняння. Прийом порівняння полягає в зіставленні різних ознак одного й того ж об'єкта або різних об'єктів між собою. Порівняння можна проводити як за подібністю, так і за контрастом.

Прийом літературного монтажу. Цей прийом полягає в підборі різних частин літературних творів одного або декількох авторів в одне художнє і смислове ціле з метою дати більш яскраву образну характеристику екскурсійного об'єкту, подіям чи особам, з ним пов'язаним.

Цитування в екскурсії. Цитування, тобто відтворення уривків з літературних творів, спогадів, документів й інших джерел, широко застосовується в екскурсіях.

2. *Культура мови екскурсовода.* Володіння екскурсоводом мистецтвом слова - важлива умова успішного проведення екскурсії. Тому досвід педагога, лектора, який ґрунтується на вивченні ораторського мистецтва, допоможе екскурсоводу успішно освоїти майстерність своєї професії. Мова повинна бути граматично правильною, точною, виразною, оригінальною, економною. Виразність і оригінальність мови підсилює застосування різних прийомів мовлення, іносказань (алегорій), перифраз, гіпербол, метафор, інверсій слів. У екскурсіях слід вживати просту розмовну мову, ретельно відбирати наукові терміни й іноземні слова.

3. *Техніка мовлення екскурсовода.* Як для актора, в роботі екскурсовода має велике значення техніка мовлення: звучність, тембр, висота голосу, вимова, міміка. Контакт екскурсовода з групою.

Успіх екскурсії, її ефективність залежать від встановлення належного контакту екскурсовода з екскурсантами з першого моменту зустрічі до її закінчення. Сприятливий "психологічний клімат" під час екскурсії є неодмінною умовою, при якому вона надає творче задоволення екскурсоводу, естетичну насолоду і радість її учасникам.

Таким чином, широке коло об'єктів показу, багатопланова тематика, розробленість методики ведення екскурсій, професійна майстерність екскурсоводів дозволяють екскурсії виконувати певні функції, кожна з яких

відіграє велику роль у вихованні й освіті людини. Спілкуючись з іншими учасниками заходу, екскурсант за допомогою наслідування і запозичення, співпереживання та ідентифікації засвоює людські емоції, почуття, форми поведінки.

1.3 Інноваційні форми організації екскурсійної діяльності

У сучасних умовах інноваційність є характерною ознакою розвитку суспільства. У туристичний бізнес цей аспект вносить особливу значущість. Створений туристичний продукт або екскурсію не можна залишати незмінними, його потрібно постійно модернізувати. Зростаючі потреби громадян, які, у свою чергу, стають все більш вимогливими, зобов'язують до використання сучасних досягнень науки та техніки, впровадження нових технологій обслуговування.

До основних функцій інновацій можна віднести наступні [8]:

1. Залучення у виробництво нових продуктивних сил, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва, скорочення різного роду витрат, задоволення потреб населення;

2. Приведення у відповідність структури виробництва зі структурою потреб, що змінилися, підтримання рівноваги між попитом і пропозицією, між виробництвом і споживанням;

3. Кінцевий результат застосування творчих можливостей і знань конкретної особистості, людського інтелекту, що, у свою чергу, стимулює подальше зростання творчої діяльності.

Для визначення суті інновацій у туризмі виділяють наступні класифікаційні ознаки [20]:

- джерело ідеї (потреби туристів/екскурсантів, відкриття, винаходи);
- вид інновації (інфраструктура туризму, туристичний продукт, способи та засоби розподілу турпродукту чи послуги, управління та інше);
- ступінь новизни;

- широта впливу, масштабність, взаємозв'язок.

Інновації в туристично-екскурсійній діяльності – це розроблення, створення нових туристичних маршрутів, екскурсій, проектів тощо із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також прогресивного досвіду в сфері управління й маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення і поліпшити туристичний імідж країни, регіонів, міст і т.д. Для туристично-екскурсійного бізнесу необхідні інновації, оскільки туристичний ринок нестабільний, піддається впливу різних факторів із навколишніх і суміжних областей. У даних умовах туристичні підприємства/екскурсоводи повинні не тільки створювати новий продукт, але вміти своєчасно реагувати на нові зміни в різних сферах діяльності, суміжних з туризмом, мати здатність до створення нових методів роботи і поліпшення результатів діяльності. Таким чином, інновація – необхідний пункт у програмі розвитку і реалізації екскурсійного продукту на ринку. Головна мета підприємства – вижити в умовах конкуренції, зацікавити й залучити максимальну кількість споживачів. Саме за допомогою інноваційних аспектів у поточній діяльності туристичного підприємства є можливість забезпечення для свого продукту стабільного існування на ринку. Інновації у проведенні екскурсій можна умовно поділити на два основні напрями: 1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, у т. ч. квест-екскурсій, костюмованих екскурсій, новітніх музейних екскурсій тощо), 2) з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, у т. ч. 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо) [45].

Екскурсія як особливий соціально-економічний і культурний феномен виник відносно недавно. У даний час подорож є важливим, але далеко не єдиним, а часто і не головним елементом екскурсії. Однак, світ змінився. Якщо раніше нормою вважалися екскурсії у вигляді історичних лекцій, то сьогодні навряд чи туристи отримають задоволення від прослуховування такої

екскурсії в натовпі людей. Тепер – запити змінилися. Сьогодні туристи хочуть розваг, цікавих, пізнавальних, повних емоцій і вражень, не нудних екскурсій.

Визнано, що в сучасному світі здатність дати туристам враження стала важливим фактором конкурентоспроможності та ключем до майбутнього зростання туристичних напрямків. Гід або екскурсовод є серцем й душею екскурсії. Але, 90% гідів і екскурсоводів неточно пам'ятають зміст розповіді, відхиляються від сценарію та маршруту і, просто імпровізують.

Однак, якщо екскурсії полягають лише в повідомленнях про те, що знаходиться зліва і що справа, то їх навряд чи можна віднести до кращих. Такі «оголошення на маршруті» нудні та не залишать яскравих вражень.

Наш час можна назвати ерою нових технологій. Впровадження навігаційних систем і мобільних технологій щільно увійшли в наше життя. Безумовно, що це не могло не відгукнутись на розвитку туристичної діяльності, поліпшенні якості та полегшенні використання послуг туристичної та екскурсійної діяльності. Буквально кілька років тому на ринку туристичних послуг з'явилися унікальні на той момент технології, які згодом переросли в дуже популярні елементи, без яких зараз складно надати якісне обслуговування туристу/екскурсанту.

Наприклад, Управління туризму та промоції Київської міськдержадміністрації (КМДА) впровадило офіційний туристичний портал Києва – visitkyiv.travel, матеріали якого доступні чотирма мовами: українською, російською, англійською й німецькою та анонсують календар подій, театральні вистави, мистецькі та спортивні заходи, релігійні свята, виставки та конгреси. Подібна новація є досить зручною як для туристів/екскурсантів, так і для професіоналів туристичного ринку, оскільки допомагають організувати (формувані) продукт для туристів/екскурсантів.

Світ змінюється, на даний момент налічується близько 1,5 мільярда мобільних пристроїв з навігаційним функціоналом, 5 млрд. мобільних пристроїв, у т. ч. 1 млрд. смартфонів. Стосовно екскурсійного обслуговування, стійкі позиції займають мобільні путівники. Практично всі великі туристичні

фірми й агентства використовують їх у своїй діяльності, це безсумнівно полегшує роботу екскурсоводу і допомагає туристам отримувати послугу в більш комфортній формі. Відтворюються ці путівники в таких пристроях як: системи для транспорту; навігатори; смартфони та планшети [20].

Принцип дії цих систем цілком простий у використанні. Мультимедійні описи та коментарі запускаються в ручному або в автоматичному режимах у зонах, заданих на електронній карті GPS-координатами, наприклад, поблизу визначних пам'яток, пам'ятників або об'єктів показу.

Управлінням туризму та промоції КМДА також розроблено й впроваджено безкоштовний мобільний додаток «KyivCityGuide», що працює на платформі AppStore та GooglePlay і доступний українською та англійською мовами. Він презентує ексклюзивні екскурсійні туристичні й тематичні маршрути тривалістю від 1 до 3 годин унікальними місцями столиці. Напрями цих маршрутів – подієвий, релігійний, визначні пам'ятки, що знаходяться під патронатом ЮНЕСКО та ін. Додаток містить також унікальну послугу «Туристична ID-картка KyivPass», впровадження якої почалося саме зі столиці України.

Туристична ID-картка гостя м. Києва «KyivPass» – смарт-картка для туристів/екскурсантів, до якої входять локації музеїв, екскурсій, транспортні послуги, вигідні пропозиції і знижки для розважальних закладів, закладів харчування тощо [56], що дає можливість гостям і мешканцям столиці:

- відвідувати найцікавіші місця, а в них фотографувати та мати преференції;
- залишати відгуки про маршрути і локації;
- швидкого доступу до номерів екстрених служб, посольств, турцентрів;
- безкоштовно ознайомитися з чотирнадцятьма екскурсіями, отримувати інформацію, використовуючи текстовий та аудіоваріанти українською й англійською мовами (прослуховувати аудіоекскурсії по кожному маршруту);
- проходити маршрути з використанням GPS, завантажувати маршрути для подальшого проходження в режимі оффлайн, стежити за статусом ID-картки.

Такі продукти, як туристична картка гостя Києва або поїздки за паушальною (комплексною) оплатою всіх витрат, мають узгоджуватися з потребами екскурсантів/туристів і вимогами ринку, а маркетинг і збут реалізовуватися професійно. Це відома у всьому світі програма універсального туристичного пакету, доступна й проста у використанні [57].

У Києві, у рамках соціальної програми «See The Blind від Discovery Channel», відкрито спеціальний екскурсійний маршрут для містян, які мають проблеми із зором. Маршрут обладнаний табличками, написаними шрифтом Брайля на таких локаціях як Володимирська гірка, парк Слави, Пейзажна алея, Пішохідний міст, арка Дружби Народів.

Класичною екскурсією звично вважати історичну лекцію, що прослуховується групою туристів мінімум від 10–30 осіб. Але сьогодні застосування інновацій змінило підходи й до вимог споживачів екскурсійних послуг, адже кругозір туристів розширюється і поняття комфорту виходить на новий рівень. Щоб охопити всю аудиторію туристичної (екскурсійної) групи, зацікавити кожного туриста, було придумано новітній пристрій. Йдеться про аудіогіди та мультигіди. Система, що дозволяє охопити більшу аудиторію споживачів. Вона проста, гід озвучує інформацію в мікрофон, а сигнал передається туристам/екскурсантам у їх навушники. Дуже зручний і інноваційний винахід, що полегшує роботу не тільки з вітчизняними, але й з іноземними туристами, оскільки зі зростанням технологій були винайдені аудіогіди з автоматичним перекладом мови гіда на різні мови світу, що дозволяють поживати розповідь екскурсовода. Подібні пристрої дозволяють включати в екскурсію різноманітні аудіофайли: озвучені акторами записи театралізованих постановок з розповіддю про історичних персонажів, музику, звукові ефекти.

Будь-які інновації в екскурсійній діяльності сприяють створенню конкурентного середовища, просуванню послуг на туристичному ринку. Створюючи новий екскурсійний продукт, необхідно враховувати попит

споживачів і робити акцент на клієнт-орієнтованість і диференціацію обслуговування [27].

Розглядаючи інноваційні технології в екскурсійній діяльності, варто так само відзначити, що вони можуть поділятися на:

- інновації екскурсійного продукту (новий екскурсійний продукт, який не був представлений раніше);
- інновації, пов'язані з технологіями розробки та проведення екскурсій;
- технічні інновації;
- маркетингові та управлінські інновації;
- персональні інновації (наприклад, індивідуальний стиль екскурсовода).

Сьогодні на ринку туристичних послуг можна спостерігати досить велику кількість нових екскурсій: екскурсії по покинутим будівлям (наприклад, заводами і промисловими об'єктами, церквами та ін.), по дахах (особливо у великих містах), на місця катастроф (у т. ч. і техногенного характеру), містичними місцями, місцями вбивств або страт, екскурсії до військових або пожежних частин з можливістю використання техніки, екскурсії-реконструкції (наприклад, військово-історичних подій). Якщо говорити про методи ведення екскурсії, то варто відзначити анімаційні та інтерактивні методи, що дозволяють залучати екскурсантів у процес ведення екскурсії. Це можуть бути костюмовані й театралізовані екскурсії, екскурсії-пробіжки, екскурсії на велосипедах, екскурсії-квести (сукупність класичної екскурсії та ігри), віртуальні та 3D екскурсії [31, с. 35].

Ще в якості інновацій варто відзначити вже досить широке використання QR-кодів у екскурсійній діяльності. Найчастіше їх розміщують на історичних і культурних об'єктах, творах мистецтва, а також поряд з пам'ятниками природи, завдяки чому екскурсант може доповнити розповідь екскурсовода або зовсім замінити її. Використання матричних кодів можливо і в розробці квест-екскурсій, бо заходи подібного типу припускають елемент змагання і самостійний пошук інформації.

Одним з цікавих нововведень, що можна віднести до екскурсійної діяльності, є впровадження аудіо-гідів для пасажирів, які користуються приміськими електропоїздами або міським транспортом [8].

Використання геоінформаційних технологій в екскурсійній діяльності також має інноваційний характер. ГІС-технології (ГІС – геоінформаційна система) можуть бути використані для створення туристичних маршрутів для різних видів екскурсій, бо є можливість отримання інформації про режим роботи пам'яток та інформацію про різні заходи. Геоінформаційні технології – одна з перспективних інноваційних систем, яка використовується для вирішення завдань пошуку, моніторингу, аналізу інформації, моделювання та формування туристичного й екскурсійного продукту [27].

Наприклад, в Європі сьогодні користуються популярністю екскурсії, до складу яких входять елементи костюмованого дійства. Справді креативними та новаторськими можна назвати костюмовані тематичні екскурсії Прагою. Так, наприклад, під час «пивної» мандрівки по місту екскурсоводом буде «веселий кухоль», який проведе екскурсантів найсмачнішими пабами міста. Якщо ж відвідати екскурсію нічною Прагою, то на чолі групи можна зустріти гіда-«скелета», який відправиться у найстрашніші містечка й навіть познайомить з чарівними привидами. У Відні популярними серед туристів є костюмовані екскурсії імператорським палацем Шенбрунн – літньою резиденцією імператорської сім'ї. Останнім часом набувають все більшої популярності віртуальні екскурсії, оскільки вони необхідні для допомоги людям з обмеженими можливостями, соціально незахищеним, студентам тощо. Серед переваг віртуальних екскурсій слід виділити доступність, можливість огляду в будь-який час, варіанти багаторазової «участі» в екскурсії й перегляду текстової інформації, ефект присутності. Серед недоліків віртуальних екскурсій виділяють неможливість поставити питання в режимі реального часу, залежність від творців: неможливо побачити те, що не включено до екскурсії [45]. Останнім часом як у світі, так і в Україні, набирають обертів нові ігрові види екскурсій під назвою «спайгеймс»

(spygames) та «геокешинг» (geocaching). Спайгеймс – це гра, що складається з ланцюжка завдань. Суть її в тому, щоб відшукавши на місцевості ті чи інші пункти, в яких знаходиться залишений там знак або предмет, рухатися далі. Що стосується геокешингу, то це захоплююча гра-екскурсія, метою якої є пошук схованок за допомогою GPS-приймачів [45]. Нещодавно з'явилася нова технологія, яка отримала назву «розширена реальність». Першою загальнодоступною системою для «розширеної реальності» була WikiMe. Це система, що поєднує реальний світ зі світом, генерованим комп'ютером. На крок попереду в розвитку цієї технології іде Google, який ввів нову послугу Google Googles. Щоб дізнатися більше про об'єкт, досить виконати фотокамерою мобільного телефону його знімок та переслати на сервери фірми

169 Організація і економіка туризму Google. На підставі бази фотознімків Google та інформації GIS, що знаходиться системі Google Maps, сервери ідентифікують об'єкт і перешлюють його опис на телефон користувача [45].

Набирають обертів і сучасні інтерактивні екскурсії, зокрема, серед дитячої аудиторії. Такі екскурсії в музейних стінах більше схожі на чарівну казку або веселу пригоду. Екскурсантам повідомляють, що вони потрапили у дивовижну країну, де царює казкова фея або володарює страшний дракон. Зазвичай, через півтори-дві години гри (саме стільки триває інтерактивна екскурсія; програми для дошкільнят займають 30-45 хв.) юний екскурсант отримує нові знання про природу речей, запам'ятовує їх краще, ніж під час прослуховування циклу шкільних лекцій за тією ж темою. Крім того на згадку про музейні пригоди обов'язково залишиться маленький сувенір, виготовлений власноруч. На сьогодні в Україні великою популярністю користуються квест-екскурсії. Яскравими прикладами є: м. Київ: «Слідами київських відьом і привидів», «Кримінальний Київ некримінальним поглядом», «Київські скарби», «Біла гвардія», «Північна Семіраміда або Катерина II в Києві»; м. Львів: «Різноманіття життя на Землі», «Зачаровані лицарі»; м. Одеса: «Квест-екскурсія по Привозу», «Кримінальна Одеса»; м. Кам'янець-Подільський: «Загадкова квітка на камені [45].

Таким чином, підсумовуючи наведене, варто зазначити, що за останні роки простежується тенденція появи нових інноваційних елементів в екскурсійній діяльності. Для визначення конкурентоспроможності інноваційного екскурсійного продукту виробнику необхідно знати вимоги потенційних споживачів до існуючих пропозицій, можливу динаміку попиту на продукт, очікуваний рівень конкуренції. Суттєвим наповненням сфери туристичних послуг повинно стати саме використання інноваційних підходів і пропозицій при формуванні екскурсій. Всі інновації в туризмі, зокрема і в екскурсійній діяльності, розвивають туризм у цілому та привносять певний внесок в економіку за допомогою створення конкурентного середовища, просування послуг на ринок туристичних послуг.

Висновки до розділу 1

Досліджено, що в численних роботах з екскурсознавства екскурсію визначають як цілеспрямований наочний процес пізнання навколишнього світу, побудований на злитті зорових і смислових вражень.

З`ясовано, що під час екскурсії відбувається взаємодія екскурсовода, екскурсантів і заздалегідь підібраних об'єктів навколишнього світу. Цю взаємодію можна позначити як екскурсійний процес. Як правило, взаємодія здійснюється за допомогою діяльності екскурсовода, який проводить вибір предмета пізнання (теми), об'єктів і прийомів організації та проведення екскурсії.

Досліджено, що формування екскурсії слід розглядати як результат специфічної творчості. Створення екскурсії з будь-якої теми - складний процес, що вимагає високої кваліфікації її розробників. Утримання екскурсії, її пізнавальна цінність знаходяться в прямій залежності від знань, компетентності, розуміння та ступеня практичних знань членами творчої групи основ психології, педагогіки, їх вміння вибрати найбільш ефективні способи й прийоми впливу на екскурсантів.

Встановлено, що технологія організації екскурсії включає в себе два основних етапи. Перший етап - підготовка екскурсії. У даний етап включається: 1) вибір теми, цілей і завдань екскурсії; 2) відбір літератури і складання бібліографії, визначення інших джерел екскурсійного матеріалу; 3) вивчення і вибір екскурсійних об'єктів. Поняття про картку об'єкта; 4) розробка, уточнення і остаточне складання маршруту екскурсії; 5) об'їзд або обхід маршруту; 6) підготовка контрольного тексту екскурсії; 7) комплектування "Портфеля екскурсовода"; 8) вивчення матеріалів з обраної теми екскурсії; 9) визначення методичних прийомів проведення екскурсії; 10) визначення техніки ведення екскурсії; 11) складання методичної розробки екскурсії; 12) складання індивідуального тексту; 13) складання технологічної карти екскурсії; 14) проведення і затвердження пробної екскурсії.

Другий етап - проведення екскурсії - включає: 1) показ об'єктів екскурсії; 2) екскурсійна розповідь.

Досліджено, що інновація – необхідний пункт у програмі розвитку і реалізації екскурсійного продукту на ринку. Саме за допомогою інноваційних аспектів у поточній діяльності туристичного підприємства є можливість забезпечення для свого продукту стабільного існування на ринку. Інновації у проведенні екскурсій можна умовно поділити на два основні напрями: 1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, у т. ч. квест-екскурсій, костюмованих екскурсій, новітніх музейних екскурсій тощо), 2) з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, у т. ч. 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо).

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ANEX TOUR»

2.1. Загальна характеристика підприємства ТОВ «Anex tour»

Багатопрофільний туроператор ТОВ «Anex tour» понад 15 років є лідером на туристичному ринку України з організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської республіки, Шрі-Ланки. Сьогодні в Україні успішно працює 6 офісів компанії.

Центральний офіс туроператора знаходиться за адресою м. Київ, Харківське шосе, 201-203, 12-й поверх. Регіональні офіси ТОВ «Anex tour» в основних містах України: Запоріжжі, Дніпрі, Львові, Одесі, Харкові, а також у Республіці Білорусь (м. Мінськ), рис. 2.1.

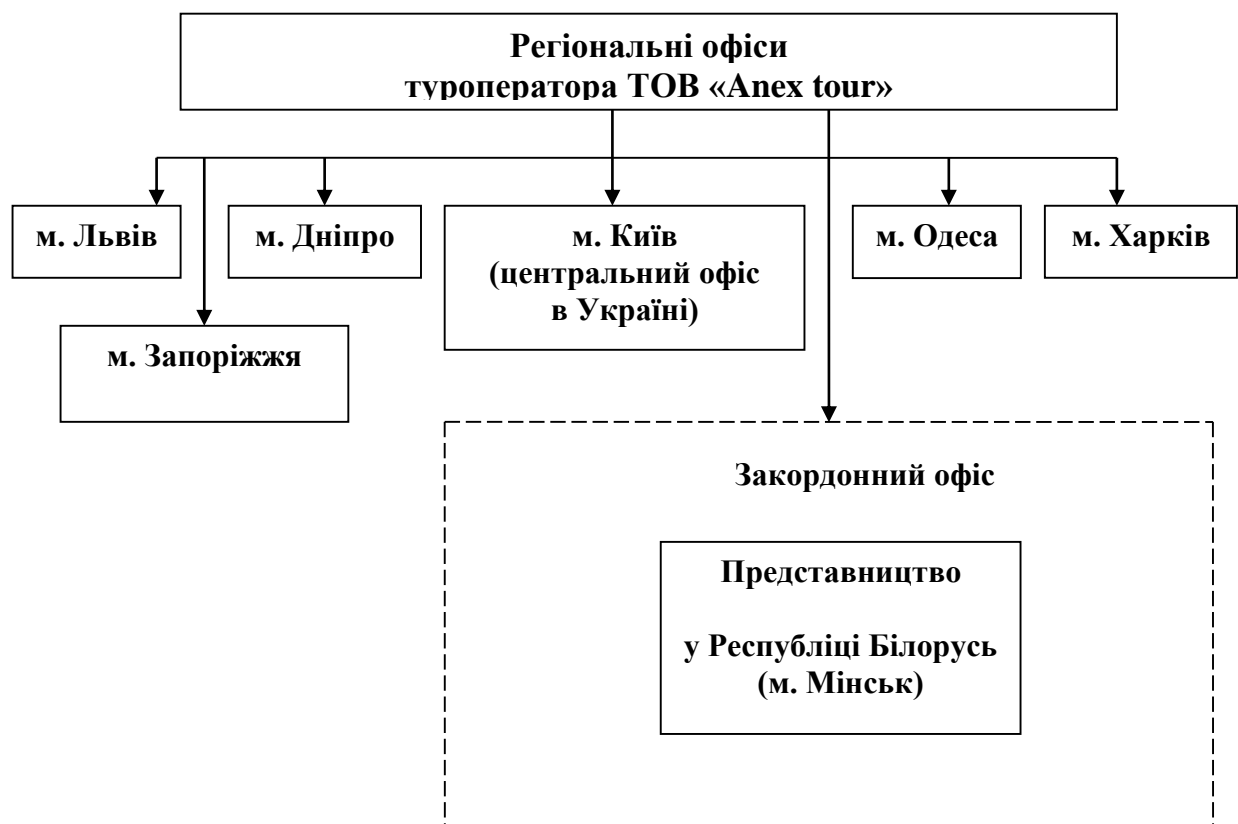


Рис. 2.1. Регіональні представництва ТОВ «Anex tour»

Джерело: складено автором

Туристична компанія пропонує відпочинок від економ класу до елітного VIP рівня в усіх напрямках. Найширший асортимент готельної бази й види відпочинку постійно оновлюються, а якість сервісу поліпшується.

Туроператор ТОВ «Anex tour» працює переважно у сегменті виїзного туризму, проте у асортименті туристичних продуктів даного підприємства є й екскурсійні тури.

Основними напрямками діяльності ТОВ «Anex tour» є:

- надання туристичних послуг, реалізація туристичних продуктів;
- підбір турів за запитом споживачів;
- забезпечення туристів необхідною туристичною інформацією;
- організація роботи з візовими формальностями;
- оформлення закордонних паспортів;
- співпраця із туристичними агентствами та регіональними офісами компанії;
- авіап перевезення (регулярні та чартерні), продаж і бронювання авіап перевезень за всіма напрямками.

У будь-якій країні відпочинку, туристів ТОВ «Anex tour» зустрічають гідн, які закінчили вищі навчальні заклади туристичного профілю. Всі вони - відмінні професіонали своєї справи і займаються організацією відпочинку та екскурсій кожного туриста індивідуально. З кожним роком поповнюється перелік доступних екскурсій. Всі трансфери компанії здійснюються на комфортабельних фірмових автобусах.

Туроператор ТОВ «Anex tour» є членом міжнародних туристичних асоціацій і організацій, таких як РАТА (Азіатська асоціація туристичних фірм), АСТА (Американська асоціація туристичних фірм), UFTAA (Універсальна федерація асоціацій туристичних фірм) і ІАТА.

На основі Сертифікату, виданого Державною авіаційною адміністрацією України на право продажу авіаційних перевезень, ТОВ «Anex tour» відповідає

вимогам чинного законодавства України про цивільну авіацію й здатне здійснювати продаж авіаційних пасажирських перевезень.

Крім того, ТОВ «Anex tour» є акредитованим агентом ІАТА (Міжнародної асоціації повітряного транспорту) та має прямі угоди з усіма авіакомпаніями світу, що мають свої представництва в Україні. Аналізована компанія є також генеральним інтегратором продуктів Galileo на території України. ТОВ «Anex tour» активно популяризує онлайн-рішення в сфері продажу авіаційних перевезень, має Центри підтримки – клієнтський та агентський.

Щороку Anex tour впроваджує в свою роботу нові технології туризму. Нововведення дозволяють економити час, сили і гроші не тільки співробітникам компанії, а й партнерам - турагентствам. Сайт компанії є помічником для турагентів, оскільки фіксує кількість вільних місць на рейсах, містить опис готелів, новинки, акції, пропозиції, курси валют, навчальні програми та багато іншої корисної інформації, що можна оперативно відстежувати на anextour.com.ua. Система бронювання турів он-лайн дозволяє буквально за хвилину забронювати необхідний тур, заповнивши лише просту форму, а потім відстежувати стан заявки.

ТОВ «Anex tour» є постійним учасником міжнародних туристичних заходів як в Україні, так і за кордоном (Київ, Лондон, Берлін, Мадрид та ін.), що дозволяє спілкуватися і обмінюватися досвідом з колегами з різних країн.

Туроператор «Anex tour» у своїй діяльності керується вимогами, передбаченими чинним законодавством України, а також установчим договором, Статутом і внутрішніми документами компанії.

Туроператор ТОВ «Anex tour» здійснює туроператорську діяльність на підставі ліцензії, виданої Державним агентством України з питань туризму, строк якої – необмежений.

До документів, що регламентують роботу туристичного підприємства ТОВ «Anex tour», можна віднести наступні: Статут підприємства; Правила

внутрішнього трудового розпорядку; штатний розпис; посадові інструкції; накази, розпорядження; трудові угоди з працівниками тощо.

Корпоративна етика компанії «Anex tour» базується на поєднанні командного підходу до виконання поставлених завдань з професіоналізмом і творчою ініціативою кожного окремого співробітника. А також на обов'язковій порядності та відповідальності по відношенню до всіх учасників бізнесу і клієнтів.

Отже, ТОВ «Anex tour» має всі можливості щодо якісного обслуговування споживачів свого туристичного продукту.

Предметом діяльності туристичної компанії ТОВ «Anex tour» відповідно до Статуту підприємства є:

- надання послуг по прийому та обслуговуванню туристів, в основному, у сегменті виїзного туризму;
- надання іноземним туристам і громадянам України, вітчизняним та іноземним юридичним особам, організаціям комплексу туристичних послуг: гідів перекладачів, екскурсійного обслуговування, розміщення, харчування, транспортного обслуговування та інших послуг і заходів. Підприємство надає послуги екскурсійного обслуговування в містах України (Львів, Харків, Дніпро, Одеса, Запоріжжя), також фірма пропонує різноманітну екскурсійну програму;
- здійснення посередницької діяльності щодо представлення інтересів громадян, підприємств та організацій за їх дорученням з питань паспортно-візової роботи;
- бронювання та продаж авіаквитків (сертифікат на право продажу);
- організація усіх видів пасажирських перевезень у складі комплексного туристичного обслуговування на залізниці, на підставі фрахтування морських та річних суден, чартерних авіарейсів, бронювання місць для туристичних груп та індивідуальних туристів на морських, річкових судах та лінійних авіарейсах;

- надання послуг громадянам України та іноземним громадянам (туристам) по оформленню страхових полісів в сфері туризму та віз для в'їзду/виїзду закордон.

З початку своєї діяльності в Україні (з 2005 р.) для клієнтів компанії було відкрито такі країни: Андорра, Болгарія, Греція, Домініканська Республіка, Єгипет, Іспанія, Кіпр, Куба, ОАЕ, Таїланд, Туніс, Туреччина, Мальдіви, Куба. Кожен сезон туроператор відкриває нові напрямки для партнерів і клієнтів.

Сьогодні туроператор має власні приймаючі офіси (DMC), що обслуговують туристів на курортах Андорри, В'єтнаму, Греції, Домініканської Республіки, Єгипту, Іспанії, Кіпру, Китаю, ОАЕ, Таїланду та Туреччини.

ТОВ «Anex tour» спеціалізується на наданні туристичних послуг, представлених в різних сегментах ринку: масовий туризм, корпоративні поїздки і групові виїзні заходи, наземне обслуговування, а також VIP відпочинок. Пакетні пропозиції сформовані на базі перельотів чартерних програм і регулярних рейсів провідних авіакомпаній. Ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення дозволяють пропонувати клієнтам якісний продукт за доступними цінами.

Основна мета ТОВ «Anex tour» - подальше підвищення ефективності діяльності компанії та її конкурентоспроможності на ринку, що передбачає цілеспрямовану роботу за чотирма напрямками:

- управління очікуваннями ринку за допомогою зміцнення лояльності до продукту компанії та проведення ефективних заходів щодо подальшого підвищення впізнаваності бренду Anex tour;

- поліпшення показників діяльності компанії за рахунок більш високих обсягів продажу й диференціації турпродукту, постійного моніторингу поточного стану справ на ринку та оперативного коригування планів;

- підвищення якості управління компанією шляхом ефективного планування та підвищення точності прогнозів результатів діяльності;

- робота за найвищими світовими стандартами, впровадження інноваційних туристичних технологій, без яких неможливий поступальний рух вперед.

У подальших планах туроператора ТОВ «Anex tour» - збільшення частки, що займає компанія на ринку туристичних послуг, розширення бізнесу за рахунок підвищення якості, розвитку нових напрямків і розширення асортименту послуг, що надаються.

ТОВ «Anex tour» впровадила франчайзинговий проект для підвищення ефективності своєї діяльності та збільшення обсягів наданих послуг, підвищення їх якості. Особливість проекту полягає в тому, що досліджувана нами туристична компанія співпрацює як з новими турагентами, так і з діючими туристичними підприємствами.

Переваги для турагентств: 1) офіс під брендом найбільшого туроператора України; 2) рекламна підтримка у містах мільйонниках; 3) кураторська підтримка для кожного партнера мережі 24/7; 4) підключення до системи генерації запитів від туристів; 5) служба контролю якості; 6) власні готельні бренди; 7) власний трансферний парк; 8) розміщення контактів партнерів на офіційному сайті туроператора; 9) прямі рейси за далекомагістральними напрямками; 10) авіакомпанія-партнер Azur Air.

Крім того, в ТОВ «Anex tour» розроблено та пропонуються наступні вимоги й рекомендації щодо успішної діяльності турагента-франчайзі на ринку туристичних послуг. Зокрема, напрацьовано наступні стандарти агентств і вимоги до партнера:

- бездоганна ділова репутація;
- виконання стандартів якості обслуговування клієнтів;
- навички ведення та управління бізнесом;
- наявність офісу (власний або орендований) з можливістю розміщення вивіски та рекламної продукції;
- єдина вивіска і зовнішні рекламні носії;
- оформлення внутрішнього простору офісу згідно з вимогами;

- не менше двох співробітників в офісі;
- обов'язкове проходження навчання в офісі компанії;

Сформульовано також вимоги щодо умов відкриття офісу франчайзі ТОВ «Anex tour»: турагенція Street Retail (площа від 15 кв.м); наявність вітрини; можливість розміщення фасадної вивіски; розташування в людному місці; 1 поверх; прямий вхід; білі стіни; відстань від вже відкритих офісів не менше 500 м.

Нині туроператор ТОВ «Anex tour» вже має 190 офісів – франчайзі, а саме: у Києві та Київській обл. - 89 офісів; Одесі та Одеській обл. - 16 офісів; Харкові та Харківській обл. - 15 офісів; Львові та Львівській обл. - 25 офісів; Дніпрі та Запоріжжі - 22 офіси.

Отже, ТОВ «Anex tour» є багатопрофільним туроператором, що працює на ринку туристичних послуг України понад 15 років та є лідером з організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської республіки, Шрі-Ланки. Асортимент турів та екскурсійних програм туроператором щорічно удосконалюється та розширюється, запроваджуються нові програми обслуговування, кращі цінові пропозиції та сервісне обслуговування, здатне задовольнити найвибагливішого споживача.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища ТОВ «Anex tour»

Успішність діяльності туристичного підприємства багато в чому залежить від професійності персоналу компанії, його креативності та вміння адаптуватися до вимог і запитів споживачів, а також відслідковувати тенденції на ринку туристичних послуг і впроваджувати новації у продуктивний асортимент туроператора. Саме тому сфокусуємо аналіз внутрішнього середовища за кадрового потенціалі досліджуваного нами ТОВ «Anex tour».

Розглянемо організаційну структуру туроператора, представлену нами на рис. 2.2

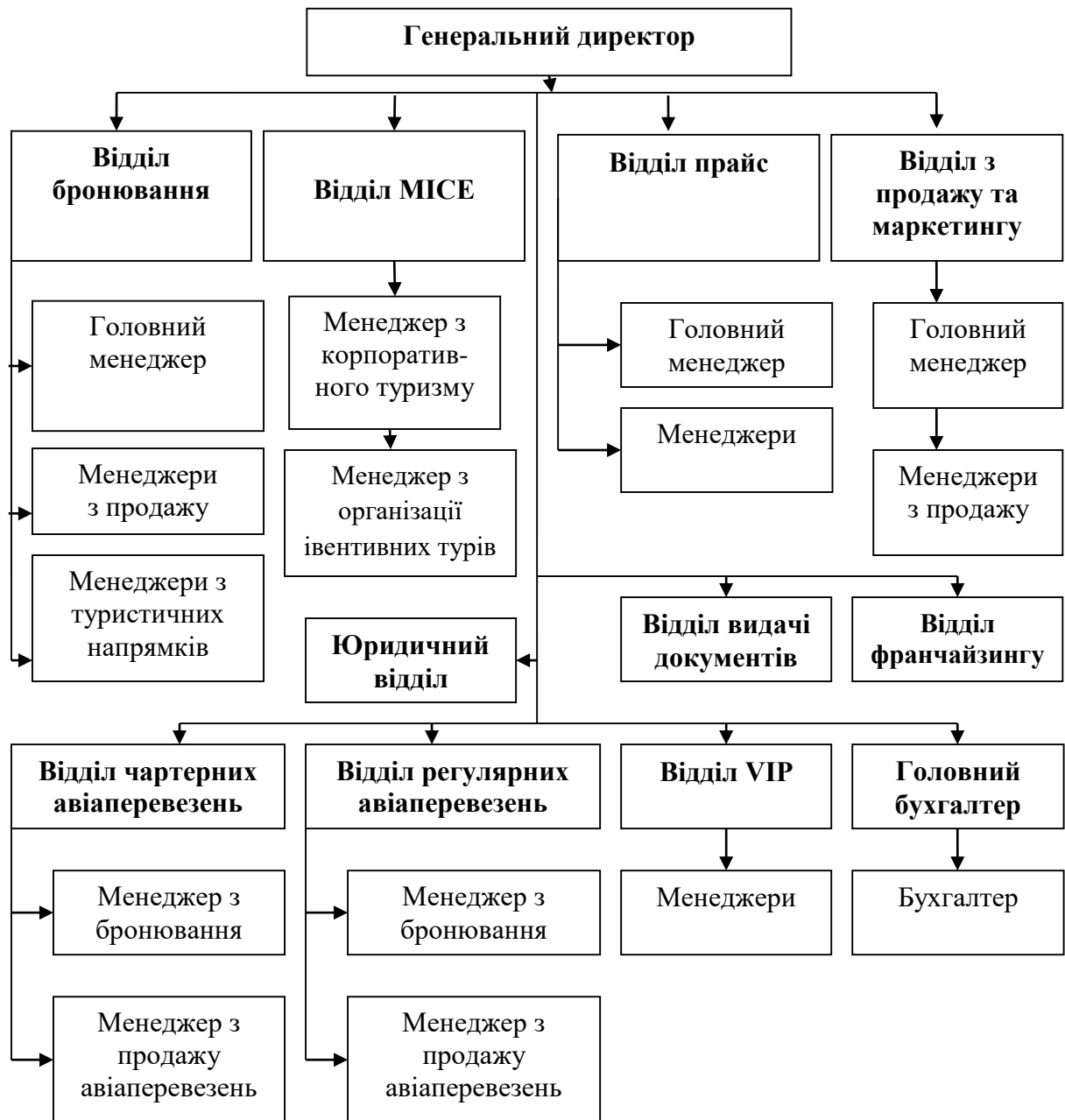


Рис. 2.2. Організаційна структура управління ТОВ «Anex tour»

Джерело: складено автором

Організаційна структура управління аналізованого туристичного підприємства складається з кількох ієрархічних рівнів та відповідає лінійно-функціональному типу побудови відділів, що свідчить про те, що робота групується навколо ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових, інформаційних тощо).

У структурі компанії створено й працюють наступні відділи:

1. Відділ MICE: прорахунок групових турів, а також послуги з організації різного роду заходів за кордоном під ключ - семінари з обміну досвідом, конференції та бізнес-тренінги, квести і екскурсійні маршрути, корпоративні та спортивні заїзди, а також організація весільних церемоній.

Даний підрозділ у структурі компанії працює протягом 9 років. Крім того, відділ корпоративного обслуговування відповідає за сегмент туризму з індивідуальними маршрутами з урахуванням всіх побажань клієнта.

2. Відділ продажу: надання телефонних консультацій (готельна база, специфіка напрямків, бронювання, страхування і т.д.); коригування паспортних даних і заміна одного туриста за заявкою (всі запити приймаються тільки в письмовій формі).

3. Відділ Бронювання: бронювання / перебронювання / ануляція заявки; додавання додаткових послуг в заявку (трансфер, страховка, інфант і т.д.); бронювання / перебронювання / заміна рейсу за заявкою; повна заміна туристів за заявкою. Всі запити приймаються тільки в письмовій формі на пошту за регіональним принципом: Київський регіон, Львівський регіон, Харківський регіон, Дніпровський регіон, Запорізький регіон, Одеський регіон та Мінськ (Білорусь).

4. Відділ прайс: прорахунок індивідуальних і нестандартних турів, запит ціни конкурентів, переселення, продовження турів, запит ціни для громадян інших країн.

5. Відділ маркетингу: початок співпраці (укладання договорів, умови співпраці), комісійна програма, бонусна програма, акції, новини, запити по готелям, примітки про ДН, молодят, спеціальних потребах туристів, скарги; реєстрація на семінари, заходи компанії (road show, work shop), рекламні тури.

6. Відділ VIP: консультація по віп готелям, віп послуги (бізнес-клас, Azur Space, Anex Priority, експрес і індивідуальні трансфери), індивідуальний прорахунок турів по віп готелям, розсадження на рейс по віп готелям.

7. Відділ чартерних авіаперевезень: запити про вартість чартерних квитків, спеціальні потреби туристів (люди з обмеженими можливостями, додаткові місця).

8. Бухгалтерія: запит рахунку, питання з оплати заявок, взаємозаліки та повернення.

9. Відділ регулярних авіаперевезень: бронювання авіаквитків на регулярні рейси.

10. Відділ франчайзингу: робота з потенційними франчайзі, їх консультування та допомога у приєднанні до мережі компанії Anex tour.

Працівники досліджуваного туроператора ТОВ «Anex tour» є професіоналами своєї справи, які мають багаторічний досвід роботи в туристичному бізнесі, володіють іноземними мовами, обізнані з трендами ринку туристичних послуг, а також на туристичних пропозиціях і напрямках, що має у продуктовому асортименті досліджувана компанія. Водночас, організаційна структура аналізованого туристичного підприємства не є досконалою, оскільки в ТОВ «Anex tour» відсутня посада з управління персоналом, системного адміністратора або менеджера з контенту. Щодо позиції керівника/менеджера з управління персоналом, то ймовірно відповідальність за підбір персоналу для компанії покладається на генерального директора туроператора або керівників структурних підрозділів туроператора, до складу якого пропонується той чи інший претендент.

Продіагностуємо структуру трудового потенціалу ТОВ «Anex tour», наведену нами в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

**Структура трудового потенціалу ТОВ «Anex tour»
за різними характеристиками**

Категорія	Звітний період		Попередній період	
	Осіб	%	Осіб	%
Структура трудового потенціалу за статтю				
Ч	9	27,3	9	27,3
Ж	24	72,7	24	72,7
Разом	33	100	33	100

Продовження таблиці 2.1

Структура трудового потенціалу за віком				
До 35	11	33,3	10	30,3
35-45	13	39,4	14	42,4
Від 45	9	27,3	9	27,3
Разом	33	100	33	100
Структура трудового потенціалу за якістю підготовки				
Вища освіта за фахом	27	81,8	27	81,8
Середня освіта за фахом	6	18,2	6	18,2
Без фахової освіти	0	0	0	0
Разом	33	100	33	100
Структура трудового потенціалу за категорією кадрів				
Керівник	11	33,3	11	33,3
Спеціаліст	19	57,6	19	57,6
Технічний персонал	3	9,1	3	9,1
Разом	33	100	33	100
Структура трудового потенціалу за стажем роботи в галузі				
Немає	7	21,2	7	21,2
До 5	9	27,3	9	27,3
5-10	10	30,3	10	30,3
Від 10	7	21,2	7	21,2
Разом	33	100	33	100

З даних, наведених нами у таблиці 2.1, видно, що в ТОВ «Anex tour» досить стабільний і вмотивований персонал, оскільки за аналізовані періоди відсутня плинність кадрів. У складі компанії в основному переважають фахівці, з досвідом роботи в галузі туризму, переважно молодого віку. І, звичайно, в у досліджуваного туроператора. Як і в більшості туристичних компаній, в основному працюють жінки, у т.ч. й на керівних посадах.

Наступним аспектом аналізу діяльності досліджуваного туроператора будуть основні показники діяльності ТОВ «Anex tour» на пфдставі звітності підприємства за формою №2 (Додаток Б) і за даними, представленими на сайті щодо кількості обслугованих туристів <https://www.anextour.com.ua/>.

Проаналізуємо динаміку загальної кількості обслугованих туристів досліджуваного туроператора (табл 2.2).

Таблиця 2.2

**Динаміка загальної кількості обслугованих туристів
ТОВ «Апex tour» упродовж 2018-2019 рр.**

Показники	2018 р.	2019 р.	Абс. відхилення	Темп приросту, %
Обслуговано осіб	325135	421322	96187	1,3
Кількість туроднів	1952258	2964835	1012577	1,5
Середня тривалість перебування однієї особи в турі	6,0	7,04	1,04	1,2

Джерело: розроблено автором

Так, аналізована туристична компанія у 2018 році продемонструвала досить значну кількість обслугованих туристів 325135 осіб, яким було надано майже 1952258 туроднів. У 2019 році кількість обслугованих туристів збільшилась на 96187 осіб, що складає 1,3%. Кількість туроднів також зросла та становила 2964835 туроднів, що збільшось порівняно з попереднім роком на 1,5%. Таким чином, при збільшенні кількості обслугованих туристів зросла значними темпами і кількість туроднів.

Проведемо аналіз і динаміку кількості обслугованих туристів за основними туристичними дестинаціями, тури до яких пропонуються туроператором ТОВ «Апex tour» упродовж аналізованого періоду. Дані за 2018-2019 роки представлено нами в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

**Динаміка кількості обслугованих туристів ТОВ «Апex tour»
упродовж 2018-2019 рр. за основними туристичними дестинаціями**

Дестинації, осіб	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення, +/-, 2019/2018	Відносне відхилення, %, 2019/2018
Андорра	619	676	57	1,1
Болгарія	45222	47829	2604	1,06
Греція	43104	49235	6131	1,14
Домініканська Республіка	63	69	6	1,1
Єгипет	55014	67124	12110	1,22
Іспанія	16986	20688	3702	1,2
Кіпр	1060	1068	8	1,1
Куба	53	59	6	1,1

Продовження таблиці 2.3

ОАЕ	10211	12436	2225	1,2
Таїланд	1886	1968	82	1,04
Туніс	6665	7290	625	1,1
Туреччина	144087	212880	68793	1,5
Мальдіви	165	176	11	1,06
Разом	325135	421322	96187	1,3

Джерело: розроблено автором за матеріалами <https://www.anextour.com.ua/>

Отже, упродовж досліджуваного періоду 2018-2019 рр. ТОВ «Anex tour» найбільш популярними destinations були: Туреччина, Єгипет, Болгарія, Греція, Іспанія та ОАЕ у 2018-2019 рр.

Динаміку обслугованих туристів туроператором «Anex tour» у розрізі основних туристичних destinations у 2018-2019 рр. (осіб) представлено нами на рис. 2.3.

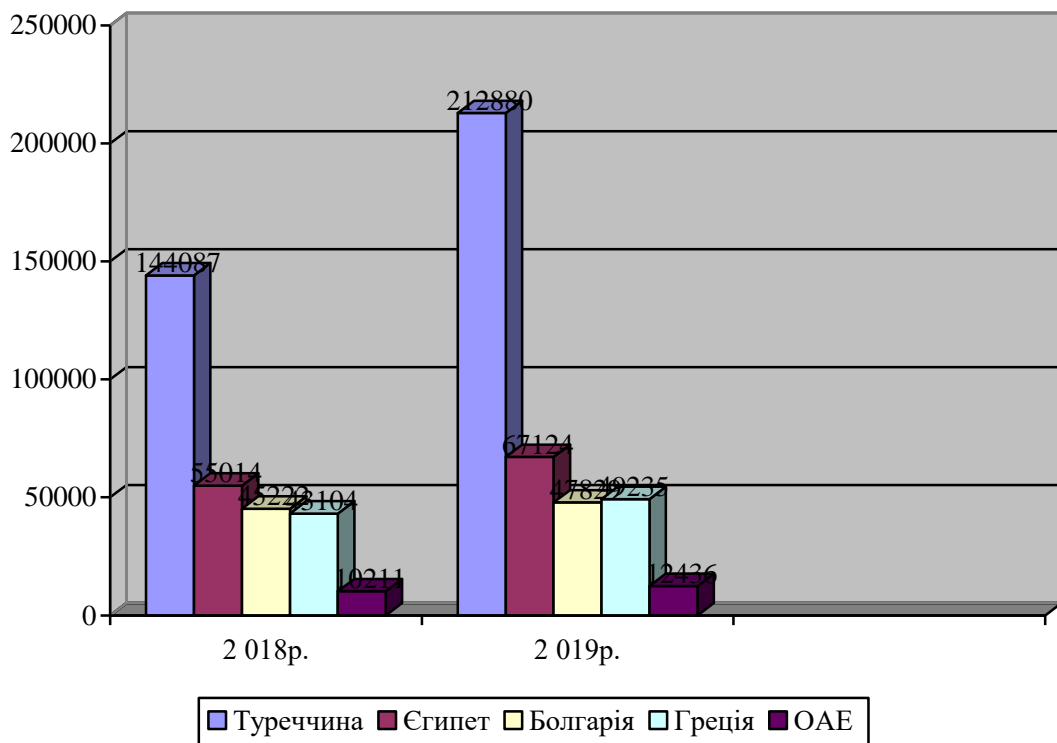


Рис. 2.3. Структура обслугованих туристів ТОВ «Anex tour» у 2018-2019 рр. за основними туристичними destinations, осіб

Джерело: розроблено автором

Динаміку обслугованих туристів туроператором «Anex tour» у розрізі туристичних дестинацій у 2018 р. та 2019 р. представлено нами на рис. 2.4-2.5.

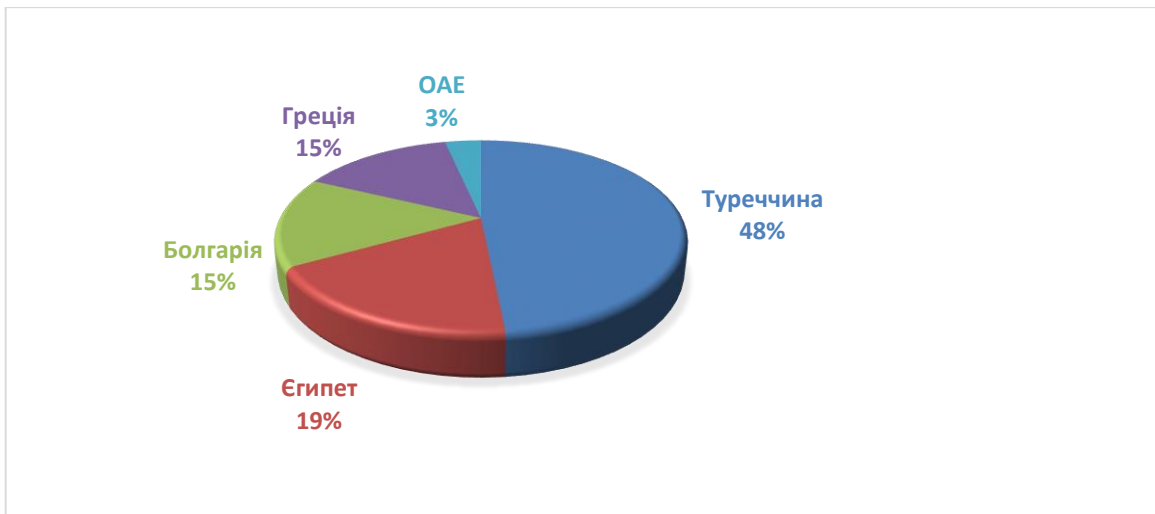


Рис. 2.4. Структура обслугованих туристів ТОВ «Anex tour» у 2018 р.

Джерело: розроблено автором

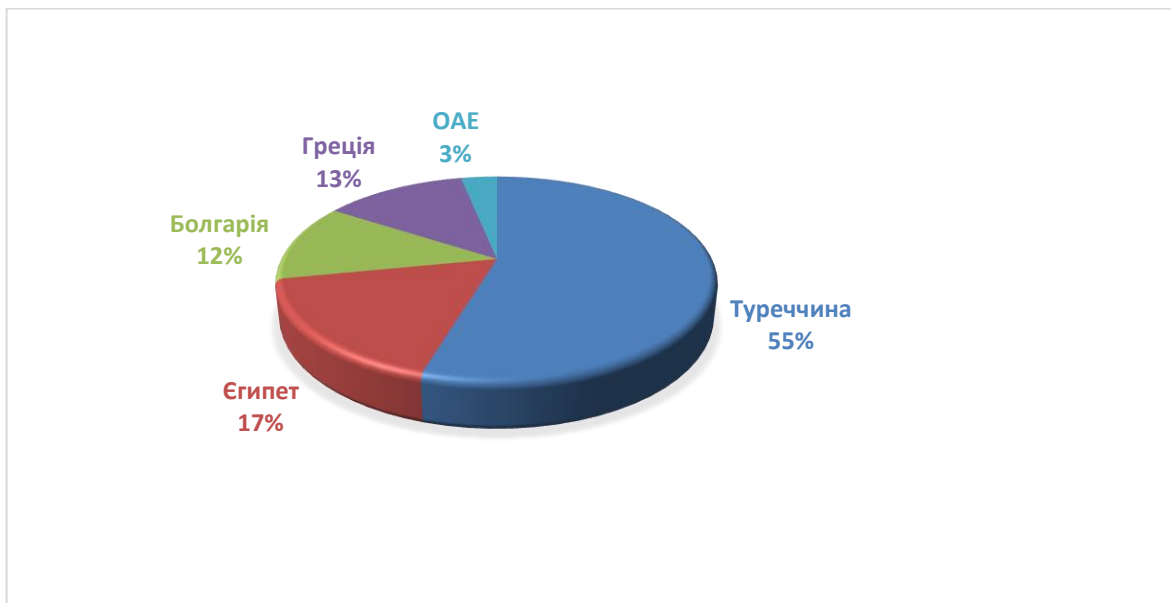


Рис. 2.5. Структура обслугованих туристів ТОВ «Anex tour» у 2019 р.

Джерело: розроблено автором

Динаміку обслугованих туристів у відсотковому відношенні до загального обсягу обслугованих туристів за 2018-2019 рр. у розрізі туристичних дестинацій показано на рис. 2.6.

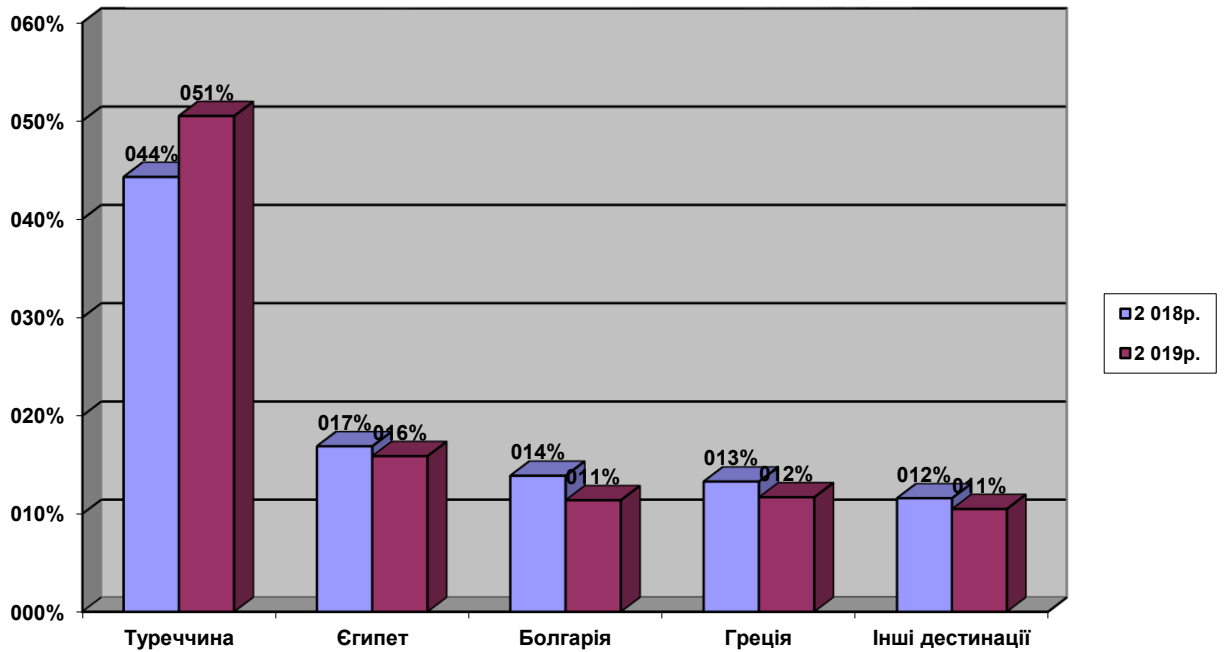


Рис. 2.6. Динаміка обсягу обслугованих туристів ТОВ «Anex tour» упродовж 2018-2019 рр. за основними туристичними дестинаціями, %

Джерело: розроблено автором

Як показано нами на рис. 2.4-2.6, упродовж досліджуваного періоду 2018-2019 рр. ТОВ «Anex tour» найбільший обсяг туристів було обслуговано за такими напрямками як: Туреччина (50,5% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Єгипет (15,9% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Болгарія (11,4% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Греція (11,7% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Іспанія (0,05% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), ОАЕ (0,03% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.). Всі інші туристичні напрямки, до яких було спрямовано туристів становлять незначну кількість туристів у загальному обсязі обслугованих туристичною компанією туристів.

Розглянемо також показники звіту про фінансові результати ТОВ «Anex tour» за 2017-2019 рр. (таблиця 2.4) на підставі фінансової звітності підприємства за формою № 2 (Додаток Б).

Таблиця 2.4

**Динаміка основних фінансових результатів
ТОВ «Anex tour» у 2017-2019 рр.**

Показники, тис. грн.	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				2018/ 2017	2019/ 2018	2018/ 2017	2019/ 2018
Чистий дохід	29055	33055	38364	4000	5309	21,0	10,0
Собівартість реалізованих послуг	21654	23438	27065	1784	3627	13,1	16,5
Валовий прибуток	7401	9617	11299	2216	1682	41,0	10,0
Інші операційні доходи	5532	7543	9654	2011	2111	43,0	17,0
Адміністративні витрати	2234	3349	3765	1115	416	90,4	17,7
Витрати на збут	7432	9650	10764	2218	1114	40,8	14,6
Інші операційні витрати	2939	3287	3523	748	136	33,4	4,6
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	2128	2474	2601	346	127	11,6	10,8
Податок на прибуток	38	445	468	62	23	11,6	10,8
Чистий прибуток	1745	2029	2133	284	104	11,6	10,8

Джерело: розроблено автором

Таким чином, упродовж 2017-2019 років досліджуваний нами туроператор отримував дохід, розмір якого збільшувався з кожним наступним роком. Найвищий обсяг чистого доходу зафіксовано у 2019 році – 38364 тис. грн., а найнижчий – 29055 тис. грн. у 2017 році, що можна пояснити щорічним зростанням кількості обслугованих туристів туристичним підприємством та збільшенням вартості туристичного продукту внаслідок знецінення курсу національної валюти, зростанням вартості авіаперевезень та інших складових туру. Отже, темпи зростання чистого доходу становили 21% у 2018 р. та 10,0% у 2019 році.

Інші показники фінансових результатів згідно з даними таблиці 2.4 та звітністю підприємства також зростали. Зокрема,

- збільшилася собівартість реалізованих послуг: на 13% - у 2018 р. та на 10% - у 2019 році;
- зріс валовий прибуток підприємства: на 41.0% - у 2018 р. та на 10% - у 2019 р.;
- збільшився фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування у вигляді прибутку: 2128 тис. грн. - у 2017 р.; 2424 тис. грн. - у 2018 р. та 2601 тис. грн. - у 2019 році;
- зріс чистий прибуток, отриманий туроператором: у 2017 р. він становив 1745 тис. грн., у 2018 р. – 2029 тис. грн., а у 2019 р. – 2133 тис. грн. Темпи приросту склали відповідно 11,6% та 10,8%.

Наочно прослідкувати динаміку основних фінансових результатів аналізованого туристичного підприємства можемо на рис. 2.7.

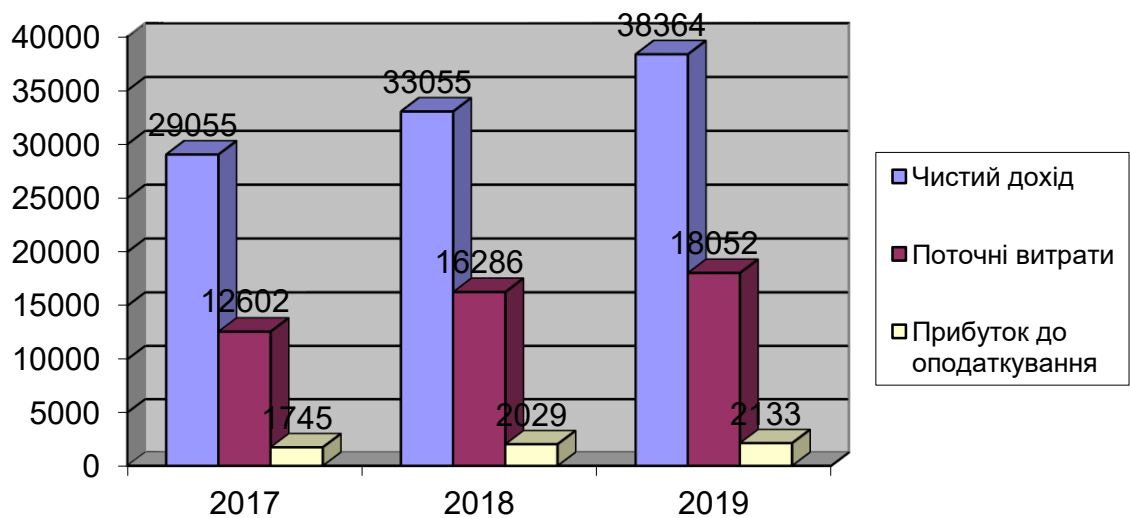


Рис. 2.7. Динаміка основних фінансових результатів ТОВ «Anex tour» упродовж 2017-2019 рр., тис. грн.

Джерело: розроблено автором

Отже, можемо зробити логічний висновок, що незважаючи на непросту соціально-економічну ситуацію в країні та військовий конфлікт на сході України, громадяни нашої держави активно відпочивали закордоном у

аналізованих періодах (2017-2019 рр.), користуючись послугами відомого та авторитетного туроператора ТОВ «Anex tour».

Проведемо діагностику рентабельності, оскільки цей показник є одним із основних вартісних показників ефективності діяльності комерційних структур, до яких і відноситься досліджуване нами туристичне підприємство. Рентабельність розраховується за формулами, використовуючи показники чистого прибутку, чистого доходу, прибутку до оподаткування аналізованого підприємства, представлених у фінансовій звітності за досліджувані періоди та наведені в табл. 2.4. Діагностика рентабельності туроператора ТОВ «Anex tour» наведена нами в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Динаміка основних показників рентабельності
ТОВ «Anex tour» у 2017-2019 рр.**

Показники, %	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення, +/-	
				2018/ 2017	2019/ 2018
Рентабельність продажу	0,06	0,06	0,06	0	0
Рентабельність обороту	0,07	0,07	0,07	0	0
Рентабельність операційної діяльності	0,2	0,23	0,3	0,03	0,07
Рентабельність реалізації	0,3	0,3	0,3	0	0

Джерело: розроблено автором

Таким чином, виходячи з даних таблиці 2.5, можемо зробити досить оптимістичні висновки, що діяльність досліджуваного нами туроператора є рентабельною. Водночас, показники рентабельності є незмінними упродовж аналізованого періоду та стабільними.

Для повноти картини щодо ефективності діяльності досліджуваного нами туроператора проаналізуємо також показники результативності маркетингової діяльності упродовж 2017-2019 рр., таблиця 2.6.

Таблиця 2.6

**Показники результативності маркетингової діяльності
ТОВ «Anex tour» у 2017-2019 рр.**

Показники, тис. грн.	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				2018/ 2017	2019/ 2018	2018/ 2017	2019/ 2018
Чистий дохід	29055	33055	38364	4000	5309	21,0	10,0
Витрати на збут	7432	9650	10764	2218	1114	40,8	14,6
Чистий прибуток	1745	2029	2133	284	104	11,6	10,8
Питома вага витрат на збут у чистому доході, %	0,3	0,3	0,3	0	0	0	0
Рентабельність маркетингової діяльності, %	0,2	0,2	0,2	0	0	0	0

Джерело: розроблено автором

Так, як видно з даних таблиці 2.6, результативність маркетингової діяльності досліджуваного нами туроператора за аналізований період є відносно непоганими:

- питома вага витрат на збут у чистому доході у 2019 році була незмінною порівняно з 2018 роком;
- рентабельність маркетингової діяльності упродовж аналізованого періоду залишалася незмінною: у 2017-2019 рр. дорівнювала 0,2%.

Підсумовуючи фінансові результати діяльності досліджуваного туроператора, можемо зробити висновок щодо ефективності його діяльності на ринку туристичних послуг України, оскільки усі проаналізовані показники демонструють стійкий тренд до зростання.

І, насамкінець, проведемо узагальнену оцінку для фіналізації діагностики внутрішнього середовища досліджуваного нами туроператора «Anex tour» та всю отриману інформацію у вигляді аналізу ключових бізнес-процесів аналізованого підприємства надамо в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Діагностика ключових бізнес-процесів ТОВ «Anex tour»

Вид бізнес-процесу	Характеристика	Оцінка за 10-ю шкалою	
		негативна	позитивна
Формування туристичних продуктів (турів), що є основними у продуктовому асортименті компанії	Туристична компанія є багатопрофільним туроператором, лідером з організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Таїланду, Домініканської республіки. Отже, формує турпродукт, маючи власні чартерні програми, ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення, а також власний трансферний парк	-	10
Надання супутніх і характерних туристичних послуг для ефективного просування основного продукту компанії	Туроператор надає супутні й характерні туристичні послуги, призначені для задоволення потреб споживачів-туристів (наприклад, інформаційний супровід, консультування та ін.)	-	9
Матеріально-технічне забезпечення	Належний рівень матеріально-технічного забезпечення усіх виробничих процесів туроператора	-	10
Кадровий менеджмент	Кваліфікований персонал, який повністю забезпечує діяльність туроператора з формування, просування та реалізації власного турпродукту. Єдиним недоліком є відсутність посади керівника/менеджера з управління персоналом	-	9
Фінансовий менеджмент	Фінансовий стан туроператора у звітних періодах 2017-2019 рр. є стабільним, а усі проаналізовані показники демонструють стійкий тренд до зростання	-	9
Стратегічний менеджмент	Туроператор постійно працює над створенням ефективної системи управління підприємством в умовах підвищеної нестабільності; розробляє стратегії, що забезпечують досягнення цілей підприємства шляхом оптимального використання внутрішнього та зовнішнього середовища та мінімізації ризиків, що виникають	-	8

Продовження таблиці 2.7

Вид бізнес-процесу	Характеристика	Оцінка за 10-ю шкалою	
		негативна	позитивна
Інноваційний менеджмент	Застосовує всі можливі інновації, що пропонуються для туристичного бізнесу (власний сайт, застосування систем бронювання і доступ до них турагентів, побудова франчайзингової мережі, мультимедійні довідники й каталоги, бронювання авіаперевезень, он-лайн консультації „7 днів/24 години” та ін.)	-	9
Маркетингова діяльність компанії	Є достатньою для туроператора, про що свідчать показники рентабельності маркетингової діяльності компанії упродовж аналізованого періоду (0,9%)	-	9
Корпоративна культура	Наявна на підприємстві корпоративна культура, що підтримується й популяризується за допомогою різних інструментів (відомий бренд, формування франчайзингової мережі з використанням партнерами фірмового стилю, дотримання єдиних стандартів обслуговування та правил щодо участі в акціях, опитуваннях і інших обов'язкових заходах компанії)	-	9
Ділова репутація	Сьогодні Anex Tour - найважливіша частина глобальної системи туризму й подорожей; відомий у світі вже більше двадцяти років. Нині під брендом успішно працюють приймаючі компанії на курортах, а також туроператори в Україні, Республіці Казахстан, Німеччині та Російській Федерації. Власні приймаючі офіси туроператора (DMC) обслуговують туристів на курортах Андорри, В'єтнаму, Греції, Домініканської Республіки, Єгипту, Іспанії, Кіпру, Китаю, ОАЕ, Таїланду та Туреччини	-	10
Імідж	На ринку туристичних послуг сформовано позитивний імідж компанії як лідера туристичного бізнесу за пропонованими туристичними напрямками	-	10

Джерело: розроблено автором

Дослідивши ключові бізнес-процеси туроператора ТОВ «Anex tour» за визначеними видами, можемо зробити наступний узагальнюючий висновок.

Дана туристична компанія є стабільною, наскільки це можливо в непростих сьогоденішніх умовах розвитку бізнесу в цілому і туристичного зокрема, пов'язаних з кризою внаслідок коронакризи та карантинних заходів, що запроваджені урядами зарубіжних держав. Майже всі види бізнес-процесів досліджуваного туроператора є позитивними та набрали від 8 до 10 балів за 10-ти бальною шкалою, причому переважають оцінки в 10 балів.

Таким чином, діагностика внутрішнього середовища ТОВ «Anex tour» свідчить про те, що досліджуваний туроператор займає досить суттєву нішу з виїзного туризму, спеціалізується на наданні туристичних послуг, представлених в різних сегментах ринку: масовий туризм, корпоративні поїздки і групові виїзні заходи, наземне обслуговування, а також VIP-відпочинок. Пакетні пропозиції сформовані на базі перевезень чартерних програм і регулярних рейсів провідних авіакомпаній. Ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення дозволяють пропонувати клієнтам якісний продукт за доступними цінами. Фінансово-економічні показники господарської діяльності туроператора «Anex tour» є стабільними та характеризуються тенденцією до зростання.

2.3 Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції ТОВ «Anex tour»

Туроператор ТОВ «Anex tour» працює на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних послуг і є відкритим підприємством, а отже, на його діяльність чинять вплив зовнішні фактори. Саме тому надзвичайно важливим для дослідження ефективності діяльності аналізованого туроператора має вивчення зовнішнього середовища та його впливу (як опосередкованого, так і безпосереднього) на підприємство. Фактично необхідно буде здійснити об'єктивну оцінку змін, що відбуваються у світі, у якому досліджуваний туроператор здійснює свою діяльність, що дозволить заздалегідь передбачити потенційні загрози та виявити можливості.

Перелік дискрипторів, за якими буде здійснено аналіз, групуються за наступними групами:

- інновації, у т. ч. нові технології та інтернет, а також інші інновації, що можуть бути актуальними для індустрії гостинності, в якій працює дане підприємство;
- конкуренти, крім безпосередніх суперників, сюди слід віднести і загрози, пов'язані з виходом на ринок продуктів-замінників, появою на ринку нових гравців, зміною ринкової влади постачальників і покупців;
- економічні чинники, такі як зміна рівня інфляції, курсу обміну валют, економічний спад в галузі, державна підтримка тощо;
- демографічні чинники;
- нормативно-правове середовище, тобто закони, нормативно-правові акти, угоди і конвенції, що чинять регулюючий або забороняючий вплив на галузь і підприємство;
- соціальні тенденції, в тому числі рівень сприйняття суспільством нових технологій, вподобання щодо проведення вільного часу, тенденції в сфері обслуговування і зміна переконань;
- партнери, стратегічні союзи з іншими компаніями й організаціями;
- технологічні чинники та стратегічні форс-мажори.

Отже, проаналізуємо зовнішнє середовище даного туроператора (таблиця 2.8).

Таблиця 2.8

Чинники зовнішнього середовища та їх вплив на ТОВ «Anex tour»

Сфера макро-середовища	Фактори макросередовища	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
1. Міжнародна	Туроператор працює на міжнародному ринку туристичних послуг, а отже, має враховувати дані фактори.	10

Продовження табл. 2.8

Сфера макро- середовища	Фактори макросередовища	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
2. Політична	<p>1. Приділяти увагу соціальним і політичним процесам, що відбуваються в реально існуючих і потенційних країнах-експортерах та імпортерах.</p> <p>2. Приділяти постійну увагу політиці урядів інших країн, змінам у їх зовнішньо-торговельних режимах, спрямованих на захист внутрішніх виробників, візових і валютних режимах, розширенню національних ринків у цілому чи окремих галузях.</p> <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i></p> <p>З урахуванням цих чинників стратегія досліджуваного туроператора може бути спрямована на зміцнення внутрішнього ринку або на розширення зовнішньоекономічної активності. Політична стабільність - ключовий чинник зменшення економічної невизначеності та своєчасного створення несуперечливої системи економічного законодавства, що регламентує підприємницьку діяльність в цілому та туристичну зокрема. У центрі аналізу політичного середовища перебуває оцінка загальнополітичної ситуації в країні, стабільності виконавчої влади, а також політичного ризику капіталовкладень у регіоні, в якому працює досліджуваний туроператор.</p> <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i></p> <p>Нестабільна політична ситуація в країні, зміна соціально-економічного курсу та вимог щодо провадження підприємницької діяльності в сфері туризму призводить до напруги в підприємницькому середовищі та змушує керівництво туроператора вносити корективи у стратегію підприємства, залучати експертів для вирішення проблем, пов'язаних з приведенням діяльності підприємства до вимог законодавства, брати участь у тренінгах і семінарах, що проводяться податковими органами, консалтинговими компаніями для врахування змін у діяльності компанії.</p> <p>Від вчасного реагування на виклики та зміни залежить ефективний розвиток туристичного бізнесу досліджуваного підприємства.</p>	8

Продовження табл. 2.8

Сфера макро- середовища	Фактори макросередовища	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
3. Економічна	<p>Даний фактор включає:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Середню заробітну плату по країні та платоспроможність постійних і потенційних споживачів досліджуваного туроператора. Наприклад, середня номінальна заробітна плата в 2019 р. склала 7200 грн., що становить зростання номінальної зарплати на 16,2%. Як наслідок, подібний рівень доходів не сприяє подорожам і відпочинку наших громадян на зарубіжних курортах або зменшують тривалість і періодичність подорожей до мінімуму. 2. Податкову систему країни, оскільки податкове навантаження на туристичну галузь у цілому та досліджуване туристичне підприємство зокрема чинить вплив і на формування цінової політики компанії та кінцеву вартість туристичного продукту, що пропонується на ринку туристичних послуг для кінцевого споживача. <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i></p> <p>Розширення асортименту продуктів, пропонуючи бюджетні тури до туристичних дестинацій.</p> <p>Стимулювання збуту шляхом запровадження різних акцій, бонусних програм і, можливо, оплати частинами або в кредит.</p> <p>Оптимізація податкової політики досліджуваного туроператора.</p>	10
4. Соціально- демографічна	<p>Даний фактор посідає важливе місце при аналізі ринкових можливостей досліджуваного туроператора й включає:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потенційних споживачів, зменшення їх чисельності. 2. Робочу силу, тобто фаховість і належна кваліфікація персоналу та потенційних претендентів на заняття вакантних посад на досліджуваному підприємстві. <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реалізація інноваційного маркетингу. 2. Стимулювання збуту власного туристичного продукту за рахунок різних маркетингових інструментів, наявних сьогодні в арсеналі досліджуваного туроператора. 	8

Продовження табл. 2.8

Сфера макро-середовища	Фактори макросередовища	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
5. Правова	<p>Цей фактор охоплює законотворчість і правореалізацію відповідних норм і правил щодо провадження підприємницької діяльності та чинить вплив, оскільки характеризується хаотичністю та непрогнозованістю у прийнятті відповідних нормативно-правових актів.</p> <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i> Постійний моніторинг законодавства.</p>	9
6. Технологічні	<p>Даний фактор передбачає створення нових продуктів, оскільки зміна попиту і смаків на ринку туристичних послуг вимагає від лідера туристичного бізнесу, яким є досліджуваний туроператор, швидкість у формуванні продуктових інновацій, що відповідали б сучасним трендам.</p> <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i> 1. Постійний моніторинг конкурентів-лідерів і конкурентів-переслідувачів лідерів. 2. Моніторинг уподобань і запитів постійних і потенційних клієнтів для запровадження нових продуктів і швидкої адаптації до трендів ринку туристичних послуг.</p>	10
7. Стратегічні форс-мажори	<p>Даний фактор сьогодні включає в себе таку непередбачувану та несподівану за своїми негативними й тривалими наслідками як пандемія COVID-19 та глибока криза, спричинена її впливом. Все це призвело до різкого падіння обсягів бізнесу в цілому (а це ринок потенційних споживачів для туризму) та туристичної й суміжних галузей зокрема, оскільки досить різко зменшилися обсяги діяльності та кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2020 році та продовжуються ці негативні тренди у 2021 році.</p> <p><i>Можливі відповідні дії підприємства.</i> 1. Адаптація до змін і викликів, запровадження захисних заходів і перехід на дистанційну форму та он-лайн обслуговування. 2. Формування та просування спеціальних продуктів із застосуванням інноваційних форм надання та продажу.</p>	10

Джерело: розроблено автором

Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх вплив на діяльність досліджуваного туроператора засвідчив наступне.

Щодо міжнародних чинників. Оскільки аналізована туристична компанія працює на міжнародному ринку туристичних послуг, апріорі має враховувати даний аспект: розробляти стратегію, спрямовану на зміцнення внутрішнього ринку або на розширення зовнішньоекономічної активності.

Нестабільна політична ситуація в країні, зміна соціально-економічного курсу та вимог щодо провадження підприємницької діяльності в сфері туризму призводить до напруги в підприємницькому середовищі та змушує керівництво туроператора вносити корективи у стратегію підприємства, залучати експертів для вирішення проблем, пов'язаних з приведенням діяльності підприємства до вимог законодавства, брати участь у тренінгах і семінарах, що проводяться податковими органами, консалтинговими компаніями для врахування змін у діяльності компанії. Від вчасного реагування на виклики та зміни залежить ефективний розвиток туристичного бізнесу досліджуваного підприємства.

Соціально-демографічний фактор впливає на кількість і якість постійних і потенційних споживачів досліджуваного туроператора. Адже середня номінальна заробітна плата в 2019 р. склала 7200 грн., що становить зростання номінальної зарплати на 16,2%. Як наслідок, подібний рівень доходів не сприяє подорожам і відпочинку наших громадян на зарубіжних курортах або зменшують тривалість і періодичність подорожей до мінімуму. Водночас, значне податкове навантаження на туристичну галузь у цілому та досліджуване туристичне підприємство зокрема чинить вплив і на формування цінової політики компанії та кінцеву вартість туристичного продукту, що пропонується на ринку туристичних послуг для кінцевого споживача.

Технологічні чинники мають суттєвий вплив на діяльність ТОВ «Апех tour» та зумовлює реагувати туроператора, створюючи нові продукти, оскільки зміна попиту і смаків на ринку туристичних послуг вимагає від лідера туристичного бізнесу, яким є досліджуваний туроператор, швидкість у

формуванні продуктивних інновацій, що відповідали б сучасним трендам. Для цього туристичне підприємство має миттєво реагувати на запити та уподобання споживачів, досліджуючи споживчі переваги на ринку туристичних послуг і запроваджувати інноваційні продукти.

Наступним кроком буде визначення профілю конкурентоспроможності туроператора ТОВ «Anex tour», порівнявши його з аналогічними туристичними компаніями - найближчими конкурентами. На підставі проведеної оцінки діяльності досліджуваного туроператора серед головних його конкурентів визначено компанії: ТОВ «Tez Tour» і ТОВ «JoinUp». Отже, проведемо оцінку конкурентної позиції за 10-бальною шкалою за показниками, що наведені нами в таблиці 2.9. Чим вище бали, тим краща ситуація туристичного підприємства за тим чи іншим критерієм відповідності.

Таблиця 2.9

Профіль конкурентоспроможності ТОВ «Anex tour»

№ з/п	Показники	ТОВ «Anex tour»	ТОВ «Tez Tour»	ТОВ «JoinUp»
1.	Місце розташування	10	10	10
2.	Основні споживачі	10	10	10
3.	Популярність серед потенційних споживачів	10	10	9
4.	Частка ринку	9	9	8
5.	Спеціалізація	10	9	8
6.	Рівень професіоналізму	10	10	9
7.	Якість основних видів послуг	9	8	7
8.	Асортимент додаткових послуг	10	10	8
9.	Якість рекламних засобів	7	7	5
10.	Цінова політика	9	9	9
11.	Система збуту	10	9	9
12.	Маркетингова діяльність	9	9	9
Σ		113	110	102

Джерело: розроблено автором

Таким чином, на підставі проведеної бальної оцінки позицій ТОВ «Anex tour» серед основних його конкурентів (ТОВ «Tez Tour» і ТОВ «JoinUp»)

досить оптимістичні, хоча не набагато відрізняються від оцінок найближчих його суперників по бізнесу.

Варто також відзначити, що досліджувані нами туроператори-конкуренти мають свої переваги: є також міжнародними туристичними компаніями, що спеціалізуються на певних туристичних дестинаціях, мають франчайзингову мережу, власні чартерні програми та ін. Тому досліджуваній нами туристичній компанії ТОВ «Anex tour» увесь час варто зважати на даний аспект та прагнути тримати лідерські позиції на ринку туристичних послуг, маючи власну нішу туристичних пропозицій та переваги для партнерів і споживачів порівняно з іншими туроператорами.

І на завершення дослідження зовнішнього середовища та конкурентної позиції туроператора, проведемо SWOT-аналіз, який представляє собою діагностику сильних, слабких сторін, можливостей і загроз для досліджуваного туристичного підприємства (таблиця 2.10).

Таблиця 2.10

SWOT-аналіз ТОВ «Anex tour»

S - сильні сторони	W - слабкі сторони
1. Багаторічний досвід роботи на ринку туристичних послуг.	1. Збільше компаній-конкурентів.
2. Відомий бренд на ринку міжнародного туризму, входить до групи компаній ANEX Tourism Group, діяльність якої диверсифікована в 28 країнах світу.	2. Велика частка індивідуалізації туристичної пропозиції.
3. Anex Tour - найбільший туроператор в Україні та найважливіша частина глобальної системи туризму і подорожей.	
4. Власні приймаючі офіси туроператора (DMC) обслуговують туристів на курортах 11 популярних туристичних дестинацій.	
5. 190 офісів в Україні та 14 туристичних напрямків, за якими пропонуються ексклюзивні та бюджетні тури.	
6. Фахові працівники, які мають спеціальну вищу освіту та досвід роботи в туризмі.	
O – Можливості	T - Загрози
1. Удосконалення стратегії управління.	1. Підвищення конкуренції з боку існуючих туроператорів.

Продовження таблиці 2.10

2. Запровадження інноваційних форм організації екскурсій.	2. Невизначеність щодо поширення пандемії COVID-19 та глибока криза, спричинена її впливом.
3. Постійне збільшення частки ринку.	2. Девальвація національної грошової одиниці та знецінення доходів населення – постійних і потенційних споживачів.
3. Оптимізація роботи персоналу та запровадження он-лайн консультування.	4. Падіння платоспроможності населення та, як наслідок, зменшення частоти і тривалості подорожей.

Джерело: розроблено автором

SWOT-аналіз, наведений у таблиці 2.10, дає можливість зробити наступні узагальнюючі висновки. Досліджуваний нами туроператор має переконливий список сильних сторін, якими варто скористатися для посилення лідируючих позицій на ринку туристичних послуг: багаторічний досвід роботи на ринку туристичних послуг; відомий бренд на ринку міжнародного туризму, входить до групи компаній ANEX Tourism Group, діяльність якої диверсифікована в 28 країнах світу; найбільший туроператор в Україні та найважливіша частина глобальної системи туризму і подорожей; має власні приймаючі офіси туроператора (DMC), що обслуговують туристів на курортах 11 популярних туристичних дестинацій та ін.

Водночас, серед загроз нами виділено наступні: підвищення конкуренції з боку існуючих туроператорів; невизначеність у перспективах діяльності через поширення пандемії COVID-19 та глибоку кризу, спричинену її впливом; девальвація національної грошової одиниці та падіння платоспроможності населення і, як наслідок, зменшення частоти і тривалості подорожей постійними й потенційними споживачами.

Таким чином, провівши дослідження зовнішнього середовища туроператора та його конкурентних позицій на ринку туристичних послуг, дійшли висновку. ТОВ «Anex tour» має безумовні переваги на ринку туристичних послуг України, користується авторитетом серед туристичних компаній, що дало можливість створити власну франчайзингову мережу зі 190 офісів на всій території України, має власні чартерні програми,

представництва у містах-мільйонниках України, ексклюзивні угоди з готельними операторами в усьому світі та займає нішу на ринку туристичних послуг.

Висновки до розділу 2

Досліджено, що ТОВ «Anex tour» є багатопрофільним туроператором і понад 15 років працює на туристичному ринку України з організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської республіки, Шрі-Ланки. Нині туроператор має 6 офісів компанії та 190 франчайзингових офісів.

Anex Tour спеціалізується на наданні туристичних послуг, представлених в різних сегментах ринку: масовий туризм, корпоративні поїздки і групові виїзні заходи, наземне обслуговування, а також VIP відпочинок. Пакетні пропозиції сформовані на базі перевезень чартерних програм і регулярних рейсів провідних авіакомпаній. Маючи ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення, туроператор пропонує споживачам якісний продукт за доступними цінами.

Встановлено, що протягом аналізованого періоду (2017-2019 рр.) ТОВ «Anex tour» на основі власної основної діяльності отримувало дохід, розмір якого збільшувався з кожним наступним роком. Найвищий обсяг чистого доходу зафіксовано у 2019 році – 38364 тис. грн., а найнижчий – 29055 тис. грн. у 2017 році, що можна пояснити щорічним зростанням кількості обслугованих туристів туристичним підприємством та збільшенням вартості туристичного продукту внаслідок знецінення курсу національної валюти, зростанням вартості авіаперевезень та інших складових туру. Отже, темпи зростання чистого доходу становили 21 % у 2018 р. та 10,0% у 2019 році.

Інші показники фінансових результатів згідно з даними таблиці 2.3 та звітністю підприємства також зростали. Зокрема, збільшилася собівартість

реалізованих послуг: на 13% - у 2018 р. та на 10% - у 2019 році; зріс валовий прибуток підприємства: на 41.0% - у 2018 р. та на 10% - у 2019 р.; збільшився фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування у вигляді прибутку: 2128 тис. грн. - у 2017 р.; 2424 тис. грн. - у 2018 р. та 2601 тис. грн. - у 2019 році; зріс чистий прибуток, отриманий туроператором: у 2017 р. він становив 1745 тис. грн., у 2018 р. – 2029 тис. грн., а у 2019 р. – 2133 тис. грн. Темпи приросту склали відповідно 11,6% та 10,8%.

З`ясовано також, що ТОВ «Апех tour» має безумовні переваги на ринку туристичних послуг України, користується авторитетом серед туристичних компаній, що дало можливість створити власну франчайзингову мережу зі 190 офісів на всій території України, має власні чартерні програми, представництва у містах-мільйонниках України, ексклюзивні угоди з готельними операторами в усьому світі та займає нішу на ринку туристичних послуг.

РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ НА БАЗІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ANEX TOUR»

3.1. Екскурсійні послуги в структурі туристичного продукту ТОВ «Anex tour»

Проведемо дослідження інноваційних форм організації екскурсій туроператором та діагностику екскурсійних послуг у структурі турпродукту ТОВ «Anex tour», детально проаналізувавши його продуктивний асортимент.

Аналізованими нами туроператор Anex tour спеціалізується на наданні туристичних послуг, представлених у різних сегментах ринку: масовий туризм, корпоративні поїздки і групові виїзні заходи, наземне обслуговування, а також VIP-відпочинок. Пакетні пропозиції сформовані на базі авіаперевезень чартерних програм і регулярних рейсів провідних авіакомпаній. Ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення дозволяють пропонувати споживачам якісний продукт за доступними цінами. Упродовж 9 останніх років компанія активно займається М.І.С.Е.-туризмом і корпоративним обслуговуванням, пропонуючи послуги з організації різного роду заходів за кордоном під ключ (семінари з обміну досвідом, конференції та бізнес-тренінги, квести і екскурсійні маршрути, корпоративні та спортивні заїзди, а також організацію весільних церемоній).

Основні туристичні дестинації, до яких пропонуються тури досліджуваною туристичною компанією, представлено нами на рис. 3.1.

Досліджуваний туроператор пропонує тури як масового спрямування, так і ексклюзивні програми.

Для формування ексклюзивних турів компанією створено концепцію ANEX Priority, що передбачає фокусування послуг та організацію їх на найвищому рівні. Це набір послуг преміального класу, за допомогою яких

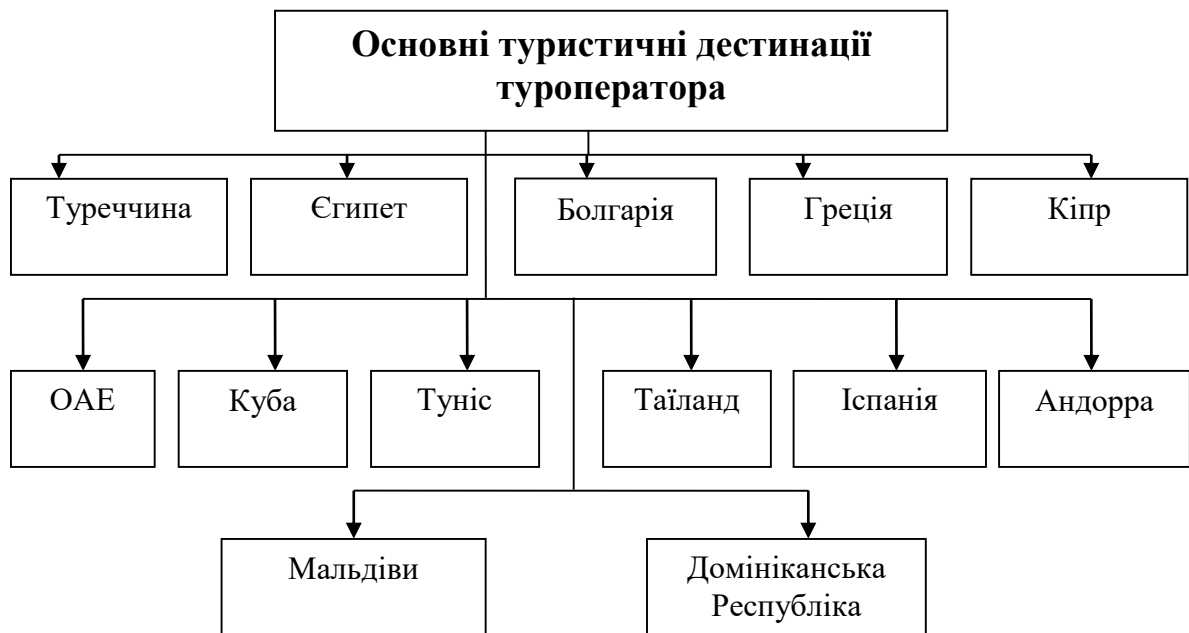


Рис. 3.1. Асортимент основних туристичних дестинацій, до яких пропонуються тури ТОВ «Anex tour»

Джерело: розроблено автором

партнери компанії зможуть знайти ключ і зацікавити важливих клієнтів. Дана концепція включає індивідуальне ведення заявки та супровід гостей, спеціально розроблена система привілеїв. Концепція ANEX Priority поширюється тільки на пакетні тури.

ТОВ «Anex tour» пропонує послуги з підбору, бронювання та продажу авіап перевезень у всі країни світу, маючи у своєму розпорядженні авіакомпанію-партнера Azur Air та ексклюзивні угоди для надання послуг бронювання й продажу авіаквитків на прямі рейси за далеко-магістральними напрямками.

Для зручності та оптимізації цінових пропозицій, компанія також має власний трансферний парк і власні готельні бренди, що пропонують розміщення туристів у всьому світі, а також DMC-офіси з прийому та обслуговування туристів компанії в 23 країнах світу.

Варто акцентувати увагу, що за всіма туристичними дестинаціями туроператор пропонує широку асортиментну програму з екскурсійного

обслуговування, у т. ч. із застосуванням інноваційних форм організації екскурсій.

Проведемо аналіз асортименту екскурсій, пропонованих досліджуваним туроператором (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

**Екскурсійні програми за основними туристичними
дестинаціями, що пропонуються ТОВ «Апex tour» у сезоні-2021**

Туристична дестинація	Екскурсійні програми	Коротка характеристика
Андорра	1. Барселона – серце Каталонії. 2. Каркассон. 3. Монтсеррат. 4. Ніцца. 5. Монако. 6. Монте Карло. 7. Сан Ремо. 8. Світ Далі. 9. Тулуза. 10. Кальдеа і Іну. 11. Натурландія	Барселона, столиця Каталонії - один з найбільших міст Іспанії, заснований за часів Стародавнього Риму. За свою історію, що налічує більше двох тисячоліть, вигляд міста багаторазово змінювався, а кожна епоха залишила свій неповторний відбиток. За опитуваннями ЮНЕСКО Барселона лідирує за кількістю своїх пам'яток в Європі. На екскурсії ви побачите візитну картку Барселони - Собор Святого сімейства. Гід прочитає вам кожен деталь фасаду Собору, він є кам'яною книгою і на ньому зображено народження Христа, його страту і Воскресіння. Прогуляйтесь у вільний час по Готичному кварталі та вулиці Рамбла, відвідайте всім відомий ринок Ла Бокерія.
Туреччина	1. Екскурсії на Анталійському узбережжі. 2. Екскурсії по Середземномор'ю. 3. Екскурсії в Стамбулі. 4. Екскурсії на Егейському узбережжі. 5. Екскурсії в Каппадокії.	Наприклад, найпопулярніші екскурсійні програми в Каппадокії у 2021 р.: - Політ на повітряній кулі; - Оглядова екскурсія на квадрокоптерах по Каппадокії; - Турецька ніч; - Верховна їзда; - Солоне озеро; - Сафарі; - Винний тур - відвідування виноробного господарства Turasan Winery, що існує з 1943 року.
Таїланд	1. Таїланд – Пхукет. 2. Таїланд – Бангкок (основні екскурсійні програми: Вечірній круїз; Сіам парк; Сіам Піраміт; Світ Сафарі; Океанаріум; Музей мадам Тюссо; Парк Мрії; Тасмничий Бангкок;	Наприклад, екскурсія до Пхукету - найбільшого острова Таїланду. Розміри острова невеликі, з півночі на південь він витягнутий майже на 50 кілометрів, а його максимальна ширина із заходу на схід становить близько 21 кілометри. Одним з найпопулярніших туристичних районів є пляж Патонг в центральній частині західного узбережжя, цей пляж широкий і довгий. Нічне життя Пхукета і дешевий шопінг сконцентровані в Патонге.

Продовження табл. 3.1

Туристична дестинація	Екскурсійні програми	Коротка характеристика
	<p>Оглядова екскурсія Бангкоком).</p> <p>3. Таїланд – Самуї.</p> <p>4. Таїланд – Паттайя.</p> <p>5. Таїланд – До Чанг.</p>	
Куба	<p>Екскурсії для туристів, які прилітають в Варадер:</p> <p>1. Гавана – історія та ритм.</p> <p>2. Національний парк Топес-де-Кальянтес з ночівлею.</p> <p>3. Джип-сафарі.</p> <p>4. Тур по Карибам.</p> <p>5. Острів Кайо-Ларго на літаку.</p> <p>6. Морське пригода «Boat Adventure».</p> <p>7. Колоніальна Гавана (індивідуальна) та багато інших.</p>	<p>Наприклад, екскурсія „Морське пригода «Boat Adventure»” (проводиться щодня, тривалість: 45 хв.). На туристів чекає захоплююча дух поїздка на водних скутерах по каналах Варадеро і мангрових чагарниках. Гідроцикли, на яких туристи вирушать у міні-подорож, здатні розвивати швидкість до 75 км/год. Дана екскурсія є екстремальною для отримання максимум задоволення і позитивних емоцій.</p> <p>Діти до 12 років до програми не допускаються.</p>
Домінікана	<p>1. Острів Саона Deluxe.</p> <p>2. Санто-Домінго Deluxe.</p> <p>3. ВДВ Джип Сафарі.</p> <p>4. ВДВ Сафарі на вантажівках.</p> <p>5. Острів Саона на гелікоптері.</p> <p>6. Сальто ЛА Хальден на гелікоптері.</p> <p>7. Оглядові польоти на гелікоптері.</p> <p>8. Весільні церемонії.</p>	<p>1. Саона - найбільший острів Домініканської Республіки. Відкритий ще Колумбом під час другої експедиції 14 вересня 1494 року, а в подальшому служив базою для піратів, зараз острів є національним заповідником, а також райським місцем для відпочинку з білосніжними пляжами, зеленню кокосових пальм і м'якими блакитними водами Карибського моря.</p> <p>2. Перше місто Америки - Санто-Домінго, народилося на цнотливих землях Нового Світу під знаком меча та хреста мужніх мореплавців, перейшовших величезний океан й кинувших якоря своїх трьох славнозвісних каравел, зробивши можливим контакт двох таких далеких і таких різних світів.</p> <p>3. Захоплююча подорож, яка завоювала тисячі сердець! Під час туру ВДВ Сафарі Ви не тільки побуваєте в найкрасивіших околицях Пунта Кани, але також познайомитеся з побутом і життям країни - і все це за кермом УАЗ 469.</p> <p>4. У першу чергу ми відправимося в Східний Національний Парк, щоб скупатися в кристально чистій воді озера під назвою Блакитна Лагуна. Потім вас чекає прогулянка на конях. Далі ми прямуємо на до плантаціям кава і какао, де можна побачити, як ростуть багато екзотичні фрукти, і продегустувати каву і какао. Там же, на</p>

Продовження табл. 3.1

Туристична дестинація	Екскурсійні програми	Коротка характеристика
		<p>ранчо Доньї Кірсті, подається обід в домініканському стилі...</p> <p>5. Тропічний рай з білим піском і бірюзовими водами чекає вас.</p> <p>6. Найвищий водоспад в Домініканській Республіці, Сальто Ла Хальден, розташований в східній частині гірського хребта Кордельєров, в оточенні пишного тропічного лісу.</p> <p>7. Здійсніть захоплюючу повітряну екскурсію на вертольоті і насолодіться приголомшливими видами Домініканської Республіки з висоти пташиного польоту.</p>
Болгарія	<p>Широка екскурсійна програма до усіх курортів Болгарії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Варна. 2. Бургас. 3. Банско. 4. Боровець. 5. Пампорово. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Один з найстаріших і великих міст Болгарії, найважливіший болгарський порт на Чорному морі і в Східній Європі. Історично сформована курортна місцевість з багатими природними ресурсами і дуже насиченим культурним життям. 2. Місто-порт Бургас розташований на західному узбережжі Бургаської затоки Чорного моря і є найбільшим в Південно-Східній Болгарії. Захоплююча тривала історія, цікаві болгарські традиції, комфортний клімат і багата природа щорічно привертають великий потік туристів. Унікальний природний ландшафт Бургаса визначається каскадом солоних і прісних озер, який оточує місто. 3. Один з найбільших зимових курортів Болгарії і розташований на висоті 925 м над рівнем моря біля підніжжя гір Пірін, в 150 км від Софії і в 96 км від Благоевграда. Банско утвердився як один з провідних зимових гірськолижних курортів країни, який приваблює численних болгарських та іноземних туристів. 4. Боровець - один з найбільших гірських курортів Болгарії, розкинувся на північних схилах гірського масиву Ріла на висоті 1300 м над рівнем моря. Розташований в 70 км від Софії, в 130 км від Пловдива і в 10 км від Самокові. 5. Зимовий курорт Пампорово розташований біля підніжжя вершини Снежанка (1926 м) в горах Родопи на висоті 1650 м над рівнем моря. Відстань від Пампорово до Софії - 260 км, до Пловдива - 85 км і до Смоляна - 16 км. Існує курорт з 80-х років ХХ століття.

Джерело: складено автором за матеріалами <https://www.anextour.com.ua/>

Варто акцентувати увагу, що туроператором ТОВ «Anex tour» пропонується доволі широка й глибока екскурсійна програма до всіх туристичних дестинацій, пропонованих компанією. Причому структура продуктового асортименту так і побудована, обираєш дестинацію, до якої планується подорож, і надалі знайомишся з асортиментом продуктів туристичної компанії та екскурсійною програмою.

Проаналізуємо структуру туристичних пропозицій ТОВ «Anex tour» за метою подорожі, а також визначимо екскурсійні послуги в структурі туристичного продукту досліджуваного туроператора (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Структура туристичних пропозицій ТОВ «Anex tour» за метою подорожі

№ з/п	Вид туристичної пропозиції	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
		2017 рік	2018 рік	2019 рік	2017 / 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2018/ 2017
1.	Пляжний відпочинок	99	119	131	20	12	20,2	10,1
2.	Екскурсійні тури	15	21	33	6	12	40	57,1
3.	Екскурсії	236	262	310	8	13	34,8	41,9
4.	МІСЕ-тури	12	19	27	7	8	58,3	42,1
5.	Івент-тури	5	9	14	4	5	80	55,5
6.	SPA-відпочинок	19	23	31	4	8	21,1	34,8
7.	Гірськолижні тури	14	21	29	7	7	50	38,1
Разом		400	474	575	74	101	18,5	21,3

Джерело: розроблено автором

Отже, упродовж звітних періодів (2017-2019 рр.) динаміка кількості туристичних пропозицій за всіма видами туризму, що пропонуються туроператором, мала тенденцію до зростання.

На основі даних, поданих у таблиці 3.2 визначимо частку екскурсійних послуг (об'єднаємо екскурсійні тури та екскурсії) у структурі туристичного продукту аналізованого туроператора та побудуємо відповідну діаграму (рис. 3.2). Так, у 2017 р. було 251 екскурсійна програма, у 2018 р. – 283, у 2019 р. – 343. У співвідношенні до структури пропонованих турів за різною метою

екскурсійні послуги займають таку частку: у 2017 р. – 62,7%; у 2018 р. – 59,7%; у 2019 р. – 59,7%.

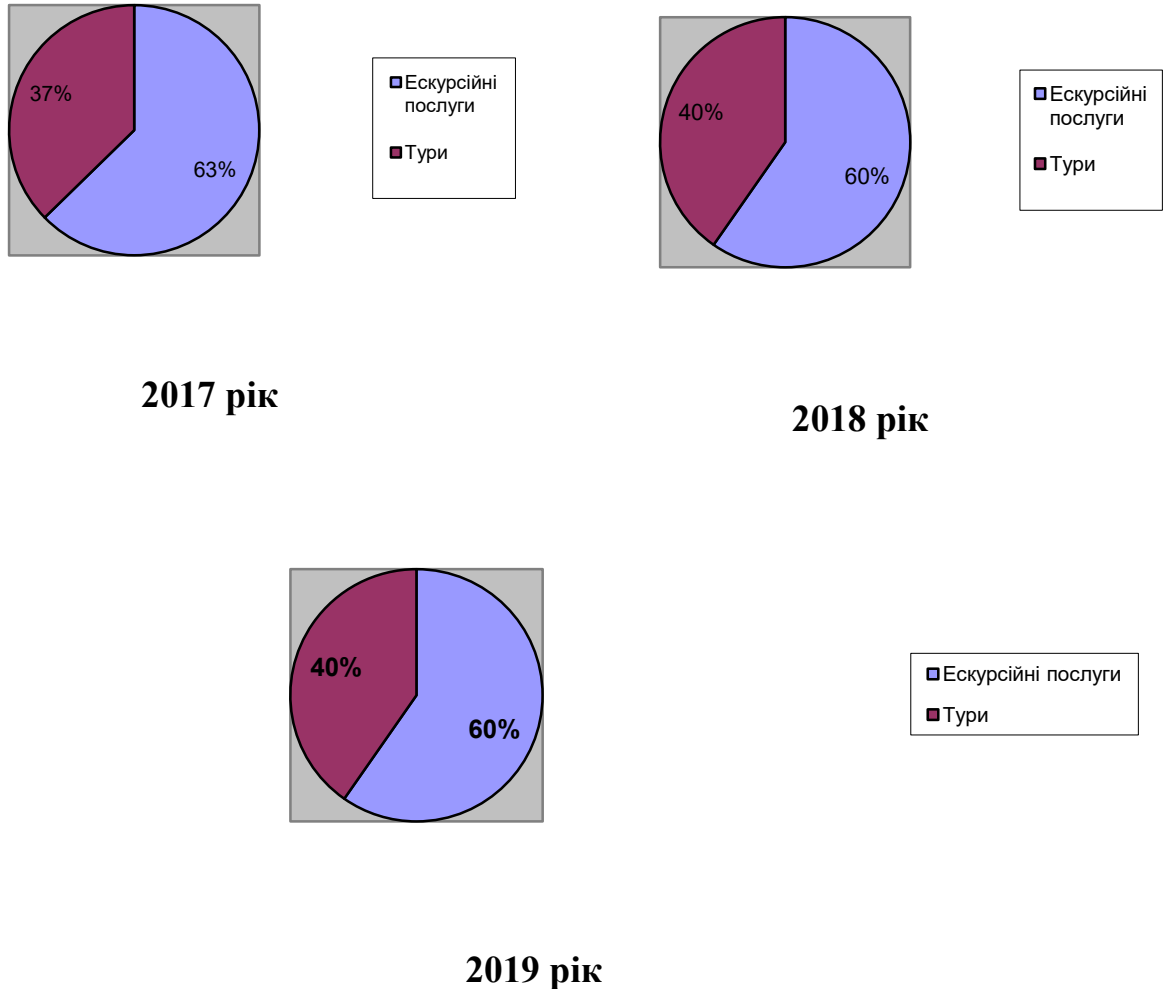


Рис. 3.2. Частка екскурсійних послуг у структурі туристичного асортименту ТОВ «Anex tour», %

Джерело: розроблено автором

Отже, як наглядно представлено нами на діаграмі 3.2., частка екскурсійних послуг у структурі туристичного асортименту туроператора за звітні періоди значно переважає, оскільки в кожній туристичній дестинації, куди пропонуються тури ТОВ «Anex tour» представлена досить глибока й детальна екскурсійна програма за різною тематикою. Тобто умовно, в кожній туристичній дестинації як мінімум пропонується 10 екскурсійних програм.

Екскурсійні програми є досить популярними серед споживачів досліджуваного туроператора та користуються незмінним попитом.

Таким чином, можемо зробити наступний узагальнюючий висновок, що ТОВ «Anex tour» має надзвичайно конкурентоспроможний і глибокий асортимент турів у понад 25 туристичних DESTИНАЦІЯХ і пропонує широкий та глибокий асортимент екскурсійних пропозицій у цих країнах. Причому перелік і розмаїття програм екскурсійного й туристичного обслуговування щорічно розширюється та удосконалюється.

3.2. Інноваційні форми організації екскурсій як шлях покращення конкурентної позиції туристичного продукту ТОВ «Anex tour»

Нині, зважаючи на досить складні умови ведення туристичного бізнесу внаслідок впливу зовнішніх чинників (поширення пандемії COVID-19 та запровадження обмежувальних заходів у всіх країнах світу, скорочення авіап перевезень, необхідність соціального дистанціювання в готелях і ресторанах та ін.), особливої актуальності набувають питання покращення туроператором власних конкурентних позицій на ринку турпослуг та застосування інноваційних форм організації екскурсій як шлях підвищення конкурентоспроможності пропонованого турпродукту.

Тому пропонуємо аналізованому туристичному підприємству ТОВ «Anex tour» запровадити *продуктові інновації*, спрямовані на зміну споживчих якостей пропонованих екскурсійних послуг та їх позиціонування на ринку. Наприклад, пропонуємо включити в свій продуктовий портфель:

По-перше, нову туристичну DESTИНАЦІЮ, - Україну та м. Київ, тим самим забезпечивши розвиток внутрішнього туризму, що сьогодні є вельми актуальним внаслідок обмежень у зарубіжному туризмі.

По-друге, розробити нову екскурсію з елементами квесту «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму). Це

авторська екскурсія, подібної екскурсії на ринку турпослуг ще немає. Дана продуктова пропозиція буде актуальною, оскільки може бути запропонована досить широкому колу споживачів (від школярів до індивідуальних туристів з більш насиченою програмою та VIP-обслуговуванням).

Назва екскурсії з елементами квесту: «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму).

Тривалість: 4 години 10 хвилин.

Відстань: 6,8 км.

Зміст екскурсії: ознайомитися із сучасними історичними місцями Подолу за допомогою квесту, дізнатися їхню історію та відвідати Експериментаніум.

Маршрут екскурсії: Контрактова площа (зупинка 15 хв.) – Колесо огляду (зупинка 15 хв.) – Пам’ятник Петру Сагайдачному (зупинка 10 хв.) – Музей однієї вулиці (зупинка 20 хв.) – Храм Успіння Борогодиці Пирогощі (зупинка 15 хв.) – Аптека-музей - вул. Притиско-Нікольська, 7 (зупинка 20 хв.) – Церква Михайла Притиска ПЦК – вул. Хорива, 5-а (зупинка 10 хв.) – Будинок Київського Війта – вул. Констянтинівська 6/8 (зупинка 15 хв.) – станція метро Контрактова площа (зупинка 10 хв.) – станція метро Почайна – Експериментаніум – (зупинка 2 год.); картосхема маршруту (Додаток В).

Технологічна карта квест-екскурсії «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму) представлена нами в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Технологічна карта квест-екскурсії
«Мандри Подолом – портал у майбутнє»

Етапи переміщення за маршрутом	Місця зупинок	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки щодо організації	Методичні вказівки
Контрактова площа	Зупинка на 15 хв.	Місцевість Подолу	15 хв.	Вступ. Загальна характеристика екскурсії з елементами квесту.	Місце зустрічі з групою. Знайомство з групою. Відповіді на питання	Вступ повинен бути: - обмеженим часовими рамками (не більше 7 хв.);
				Правила поведінки під час проведення екскурсії. Стислий зміст екскурсії. Історичний огляд Подолу. <i>Перше завдання для учасників екскурсії.</i>	(якщо такі є).	- цікавим і орієнтованим на короткий огляд основних елементів квест-екскурсії. Під час історичного огляду Подолу звернути увагу на історичні постаті Вільяма Гесте, М. Булгакова, Галшки Гулевичівни і Петра Могили.

Продовження таблиці 3.3

Колесо огляду	Зупинка на 15 хв.	Колесо огляду	10 хв.	Ознайомити групу з історією колеса огляду на Контрактовій площі. <i>Друге завдання для учасників екскурсії.</i>	Група збирається біля керівника, оглядає колесо та здійснює коло, отримуючи перед тим наступне завдання.	Під час інфо про колесо огляду звернути увагу на його винайдення, історію застосування. Дотримуватись правил техніки безпеки.
Пам'ятник Петру Сагайдачному	Зупинка на 10 хв.	Пам'ятник Петру Сагайдачному	10 хв.	Поінформувати групу щодо історії появи пам'ятника на площі. <i>Третє</i>	Група оглядає пам'ятник, характерні його особливості, звертає увагу	Під час розповіді акцентувати увагу групи на постаті Петра
				<i>завдання для учасників екскурсії.</i>	на деталі роботи майстрів.	Сагайдачного, розповісти цікаві факти з його біографії.
Музей однієї вулиці	Зупинка на 20 хв.	Фасад музею	20 хв.	Розповісти про історію створення музею та основні експозиції. <i>Четверте завдання для учасників екскурсії.</i>	Огляд фасаду Музею, ознайомлення з експозиціями	Залучити групу до діалогу, використовуючи портфель екскурсовода. Подаючи інфо про Андріївський узвіз, вказати на цікаві факти про нього.

Продовження таблиці 3.3

Храм Успіння Борогодиці Пирогощі	Зупинка на 15 хв.	Фасад храму	15 хв.	Ознайомити групу з історією створення Храму. <i>П'яте завдання для учасників екскурсії.</i>	Огляд фасаду храму.	Під час розповіді звернути увагу на стан укр. храмів і церков упродовж історії.
Аптека-музей – вул. Притиско-Нікольська, 7	Зупинка на 20 хв.	Фасад аптеки, огляд експозицій	20 хв.	Розповісти інформацію про власників аптекарської справи за даною адресою	Огляд приміщення, фасаду будинку.	Під час розповіді вести діалог з групою, використовуючи «метод мікрофону»
Церква Михайла Притиска ПЦК	Зупинка на 10 хв.	Фасад Церкви	10 хв.	Надати інформацію про заснування Церкви. <i>Шосте завдання для учасників екскурсії.</i>	–	За бажанням учасники можуть поділитися власними історіями чи легендами про релігійні святині.
Будинок Київського Війта	Зупинка на 15 хв.	Фасад будинку та огляд експозицій	15 хв.	Розповісти про заснування Будинку.	–	Звернути увагу на легенду про Петра I.
Станція метро «Контрактова площа» - «Почайна»	Зупинка на 10 хв.	Київський метрополітен	10 хв.	Інформація про історію виникнення Київського метро.	–	Дотримуватись правил техніки безпеки у транспорті.
Експериментаніум	Зупинка на 2 год.	Виставка та експонати Експериментаніуму.	2 год.	–	Слухати штатних екскурсоводів.	Слідкувати за групою.

Джерело: складено автором

Загальні методичні вказівки. Квест-екскурсія «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму) є краєзнавчою. Її метою є ознайомлення із сучасними історичними місцями Подолу за допомогою квесту, дізнатися їхню історію та відвідати Експериментаніум.

Як кожна оглядова екскурсія, дана квест-екскурсія є багатотемною. Основними темами є: природне середовище; історія міста; соціально-економічний розвиток міста на сучасному етапі (економіка, наука, освіта, культура); культурно-мистецьке життя міста;

Основними формами подачі матеріалу є:

- розповідь;
- історична довідка про життя відомих людей;
- огляд визначних історичних пам'яток, архітектурних споруд;
- легенди, цікаві факти.

Проведення екскурсії вимагає від екскурсовода енциклопедичної підготовки й володіння всім розмаїттям методичних прийомів, проте екскурсовод має право на імпровізацію. Перед початком екскурсії екскурсовод має познайомитись із складом групи (вік, освіта, професія, місце постійного проживання тощо).

Загальні вказівки щодо організації. Для забезпечення високої якості екскурсії необхідно досягти створення в групі екскурсантів атмосфери взаємної доброзичливості. Екскурсовод зобов'язаний бути ввічливим. Всі його дії мають бути спрямовані на досягнення мети екскурсії та задоволення інтересів екскурсантів. Це можна досягти завдяки чіткій та своєчасній інформації щодо: маршруту екскурсії та правил поведінки під час екскурсії з елементами квесту.

Технологічною картою передбачено 10 зупинок:

1. Контрактова площа.
2. Колесо огляду.
3. Пам'ятник Петру Сагайдачному.

4. Музей однієї вулиці.
5. Храм Успіння Богородиці Пирогощі.
6. Аптека-музей – вул. Притиско-Нікольська, 7.
7. Церква Михайла Притиска ПЦК.
8. Будинок Київського Війта.
9. Станції метро «Контактова площа» та «Почайна».
10. Експериментаніум.

Завдання для учасників квест-екскурсії:

1. Яким чином можна побачити всі споруди, що розташовані на Контрактній площі? (одним з варіантів правильної відповіді є: колесо огляду, що розташоване на Контрактній площі).

2. Визначити, які пам'ятки історії видно із кабінки колеса огляду, що встановлені на честь видатних постатей, які боролися за незалежність України? Вірна відповідь – Петро Сагайдачний (пам'ятник Петру Сагайдачному).

3. Групі пропонуються ілюстрації будівель, серед яких є роботи архітектора Іван Григорович Барського, і пропонується обрати ті споруди, що, на думку групи, можна зустріти в даній локації. Вірна відповідь – Храм Успіння Богородиці Пирогощі.

4. Дати відповідь на запитання: у цьому місці ти завжди відчуваєш спокій і маєш надію, а в поєднанні з виконанням свого бажання – можеш знову відчувати сенс життя. Що це за заклад? Вірна відповідь – аптека.

5. Наступне місце призначення – це один із видів релігійних будівель, де здійснюється служба, названа на честь одного із святих? Вірна відповідь – Храм святого Миколая Чудотворця.

6. У якій країні вперше було побудовано метрополітен? Вірна відповідь – Англія.

Сформовано контрольний текст пропонованої квест-екскурсії (Додаток Г), портфель екскурсорода (Додаток Д).

Для визначення вражень туристів від запропонованої нами квест-екскурсії розроблено анкету, яку буде запропоновано туристам заповнити наприкінці екскурсійної програми та скласти враження від змістовності програми, подання інформації та ін. (Додаток Ж).

Таким чином, нами запропоновано напрями із застосування інноваційних форм організації екскурсій як шлях покращення конкурентної позиції туристичного продукту ТОВ «Апex tour». Зокрема, формування продуктових інновацій: запропоновано нову туристичну дестинацію та квест-екскурсію «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму) за новою туристичною дестинацією для туроператора з розробкою відповідної технологічної документації для впровадження даної екскурсії.

3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів

Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів з удосконалення інноваційних форм організації екскурсій ТОВ «Апex tour» полягає в тому, що спрогнозувати ймовірний економічний ефект від їх впровадження. Отже, розрахуємо вартість запропонованої квест-екскурсії (таблиця 3.4). Вихідні дані для проведення розрахунків:

- склад групи: 20 осіб;
- категорія: студенти;
- екскурсії та музеї, що пропонуються за програмою: Експериментаніум, Аптека-музей – вул. Притиско-Нікольська, 7, Колесо огляду, Музей однієї вулиці.

Таблиця 3.4

**Калькуляція вартості організації та проведення
квест-екскурсії «Мандри Подолом – портал у майбутнє»
(з відвідуванням Експериментаніуму)**

№ з/п	Статті витрат	Сума, грн.
1.	Вхідні квитки на об'єкти	4400
2.	Експертське обслуговування на об'єктах	2000
3.	Страховання туристів	1000
4.	Проїзд на метро	200
5.	Заробітна плата екскурсовода	2000
6.	Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (22%)	440
7.	Собівартість туру	10040
8.	Винагорода туроператора (10%)	1004
9.	ПДВ (20%)	200,80
10.	Загальна ціна туру	11244,8
11.	Вартість екскурсії для 1-го туриста	562,24

Джерело: складено автором

Розрахуємо також вартість запропонованої квест-екскурсії за програмою VIP-обслуговування (табл. 3.5). Вихідні дані для проведення розрахунків:

- склад групи: 15 осіб, з яких 10 дорослих і 5 дітей (обід розраховано буде на 16 осіб, у т.ч. для екскурсовода);

- категорія: VIP-особи;

- екскурсії та музеї, що пропонуються за програмою: Експериментаніум, Аптека-музей - вул. Притиско-Нікольська, 7, Колесо огляду, Музей однієї вулиці.

Таблиця 3.5

**Калькуляція вартості організації та проведення
квест-екскурсії «Мандри Подолом – портал у майбутнє»
(за програмою VIP-обслуговування)**

№ з/п	Статті витрат	Сума, грн.
1.	Вхідні квитки на об'єкти	5175
2.	Експертське обслуговування на об'єктах	2000
3.	Страховання туристів	1000

Продовження таблиці 3.5

4.	Проїзд на метро	150
5.	Обід у ресторані «Реберця»	6750
6.	Заробітна плата екскурсовода	3500
7.	Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (22%)	770
8.	Собівартість туру	19565
9.	Винагорода туроператора (15%)	2934,75
10.	ПДВ (20%)	586,95
11.	Загальна ціна туру	42651,7
12.	Вартість екскурсії для 1-го туриста	2843,45

Джерело: складено автором

Проведемо розрахунки ймовірних показників прибутковості та рентабельності від упровадження в продуктивний асортимент туроператора запропонованої нами квест-екскурсії (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Показники ефективності впровадження запропонованої квест-екскурсії у продуктивний асортимент ТОВ «Anex tour»

№ з/п	Показники	Фактично, грн.
1.	Загальні витрати на організацію та проведення квест-екскурсії	11244,8
2.	Собівартість, у т. ч. :	10040
2.1.	постійні витрати	6450
2.2.	змінні витрати	3590
3.	Прибуток до оподаткування	1204,8
4.	Податок на прибуток, 18%	216,86
5.	Чистий прибуток	987,94
6.	Маржинальний дохід туроператора	7654,8
7.	Рентабельність реалізації, %	10%

Джерело: складено автором

Провівши розрахунок вартості квест-екскурсії для студентів (табл.3.4), встановили, що її ціна складатиме 11244,8 грн. Виходячи з цього, прибуток до оподаткування становить 1204,8 грн., що визначається нами як різниця між чистим доходом від реалізації екскурсії та собівартістю (11244,8 – 10040 = 1204,8 грн.).

Тоді маржинальний дохід досліджуваного туроператора становитиме 7654,8 грн., що розраховано нами як різницю між доходом від реалізації квест-екскурсії та змінними витратами ($11244,8 - 3590 = 7654,8$ грн.).

Рентабельність розробленої та пропонованої до реалізації туроператором квест-екскурсії розраховується шляхом ділення прибутку від реалізації послуг (прибутку до оподаткування) на суму отриманого чистого доходу, а саме: $1204,8 / 11244,8 \times 100\% = 10\%$.

Окрім цього, на підставі даних таблиці 3.5 спрогнозуємо дохід від реалізації розробленої нами квест-екскурсії. Припустимо, що аналізований туроператор 4 рази на місяць у перший рік запровадження до свого продуктового асортименту буде проводити таку екскурсію для студентів, мешканців і гостей столиці в складі групи з 20 осіб. Отже, розрахунки із застосуванням формули виглядатимуть наступним чином:

$$D_{\text{прогноз}} = \bar{B} \times OP_{\text{прогноз}}, \text{ де} \quad (3.1)$$

$D_{\text{прогноз}}$ - обсяг прогнозованого доходу від реалізації квест-екскурсії;

\bar{B} - середня ринкова вартість екскурсії;

$OP_{\text{прогноз}}$ - мінімальна прогнозована кількість проведених квест-екскурсій.

$$D_{\text{прогноз}} = 11244,8 \times 48 = 539750,4 \text{ грн.}$$

Так, на підставі здійсненого нами прогнозування, у разі, якщо ТОВ «Апех tour» упродовж першого року запровадження розробленої нами квест-екскурсії буде проводити її 4 рази на місяць (тобто за рік проведе 48 екскурсій для груп з 20 осіб), то зможе отримати дохід у сумі 539750,4 грн.

Таким чином, виходячи з проведених розрахунків, можемо стверджувати, що запропонований нами новий туристичний напрям і новий продукт у сегменті екскурсійних послуг із застосуванням інноваційних форм обслуговування для запровадження ТОВ «Апех tour» є ефективними та актуальними, оскільки даний туроператор прогнозовано зможе збільшити

обсяг власного доходу. Більше того, дані новації дозволять аналізованому туроператору розвивати такий вид туризму як внутрішній, що також є актуальним і затребуваним у нинішніх умовах обмежених закордонних подорожей і акценту на розвитку саме внутрішніх подорожей.

Висновки до розділу 3

Аналізований туроператор ТОВ «Апex tour» спеціалізується на наданні туристичних послуг, представлених у різних сегментах ринку: масовий туризм, корпоративні поїздки і групові виїзні заходи, наземне обслуговування, а також VIP-відпочинок. Пакетні пропозиції сформовані на базі авіаперевезень чартерних програм і регулярних рейсів провідних авіакомпаній. Ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення дозволяють пропонувати споживачам якісний продукт за доступними цінами. Активно займається М.І.С.Е.-туризмом і корпоративним обслуговуванням, пропонуючи послуги з організації різного роду заходів за кордоном під ключ (семінари з обміну досвідом, конференції та бізнес-тренінги, квести і екскурсійні маршрути, корпоративні та спортивні заїзди, а також організацію весільних церемоній). Пропонує також послуги з підбору, бронювання та продажу авіаперевезень у всі країни світу та послуги корпоративного туристичного обслуговування.

Встановлено, що компанія має власний трансферний парк і власні готельні бренди, що пропонують розміщення туристів у всьому світі, а також DMC-офіси з прийому та обслуговування туристів компанії в 23 країнах світу.

Досліджено також, що за всіма туристичними дестинаціями туроператор ТОВ «Апex tour» пропонує широку асортиментну програму з екскурсійного обслуговування, у т. ч. із застосуванням інноваційних форм організації екскурсій.

Запропоновано аналізованому туристичному підприємству ТОВ «Апex tour» покращення конкурентної позиції власного турпродукту запровадити

продуктові інновації, спрямовані на зміну споживчих якостей пропонованих екскурсійних послуг та їх позиціонування на ринку саме:

- нову туристичну дестинацію, - Україну та м. Київ, тим самим забезпечивши розвиток внутрішнього туризму, що сьогодні є вельми актуальним внаслідок обмежень у зарубіжному туризмі;

- нову екскурсію з елементами квесту «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму). Це авторська екскурсія, подібної екскурсії на ринку турпослуг ще немає. Дана продуктова пропозиція буде актуальною, оскільки може бути запропонована досить широкому колу споживачів (від школярів до індивідуальних туристів з більш насиченою програмою та VIP-обслуговуванням).

На підставі складених кошторисів вартість даної екскурсії для 1 особи складатиме 2843,45 грн. (стандартне обслуговування) та 2843,45 грн. (VIP-обслуговування). Згідно з розробленим прогнозом, якщо ТОВ «Апex tour» упродовж першого року запровадження пропонованої нами квест-екскурсії буде проводити її 4 рази на місяць (тобто за рік проведе 48 екскурсій для груп з 20 осіб за стандартною програмою обслуговування), то зможе отримати дохід у сумі 539750,4 грн.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВ «ANEX TOUR»

4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення ТОВ «Anex tour»

Основним трендом успішності туристичного бізнесу сьогодні є у тому числі й придбання та використання в роботі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що пропонує сьогодні наука й техніка для туристично-готельної сфери.

Застосування таких технологій дає змогу у найкоротший проміжок часу одержати та сформувати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, бронювання та оплату послуг, вирішення ряду питань у момент надання туристичних послуг. Даний функціонал має переважне значення для міжнародних туроператорів та тісно співпрацюють з туристичними агентствами різних країн світу.

Отже, провідний туроператор з міжнародного туризму - ТОВ «Anex tour» не є виключенням серед подібних компаній на ринку туристичних послуг і активно використовує у своїй роботі надсучасні інформаційні технології. Маючи власний веб-сайт, туристична компанія активно формує агентську мережу в Україні та має розгалужену клієнтську базу.

ТОВ «Anex tour» на своєму сайті має окрему закладку „Для агенцій”, в якій чітко та максимально інформативно подано умови співпраці з провідним туроператором (шаблони договорів з агентствами, комісійна програма, умови оплати турів, умови ануляції заявок, процедура зміни організаційно-правової форми підприємства – партнера туроператора; порядок видачі документів; правила оформлення документів на візу; контакти відділів компанії та ін.).

Лише після підписання договору між туроператором ТОВ «Anex tour» і турагентствами з реалізації турів, досліджуване нами підприємство надає турагентствам доступ до системи бронювання (пароль on-line), що

автоматично надає можливість останнім резервувати й бронювати тури в он-лайн режимі безпосередньо на своєму сайті („он лайн пошук і бронювання турів”), а також авіаперевезення на чартерні рейси Anex tour і регулярні рейси міжнародних авіакомпаній світу. Сторінка бронювання турів ТОВ «Anex tour» представлена на рис. 4.1.

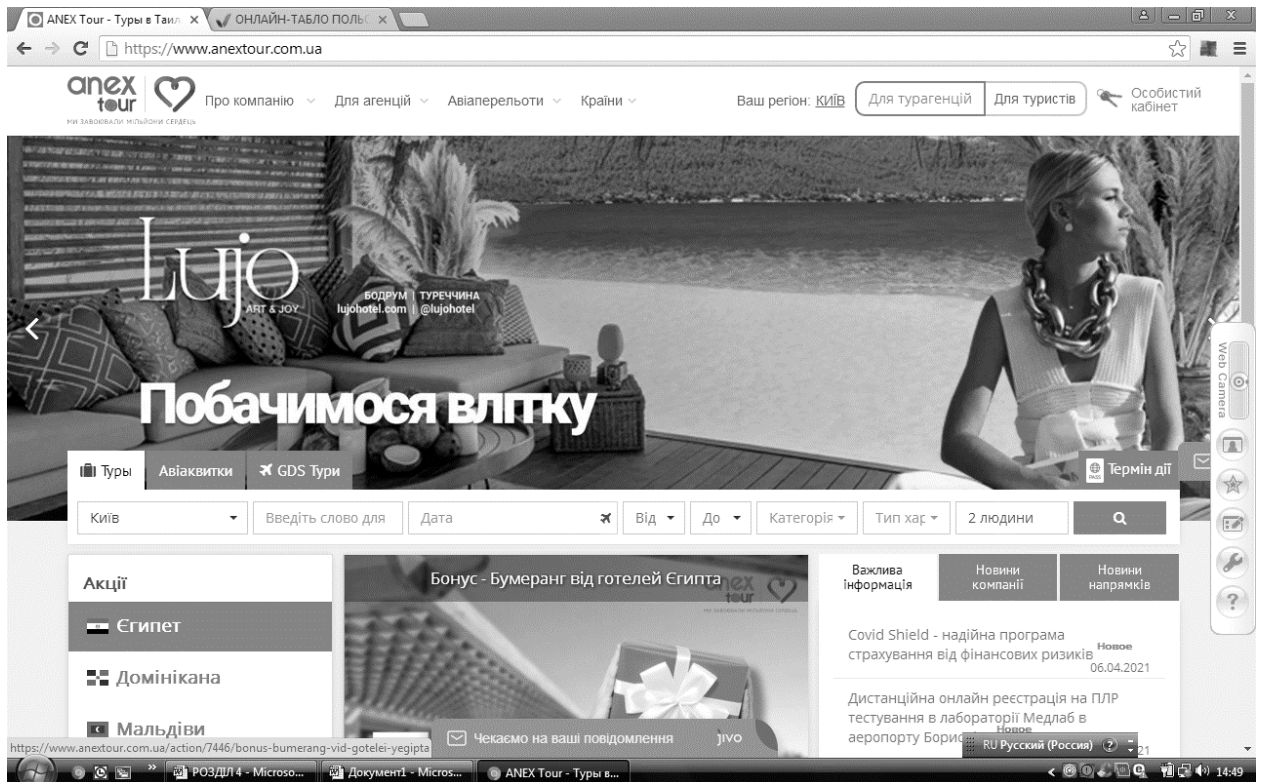


Рис. 4.1. Вигляд сторінки підбору туру на сайті ТОВ «Anex tour»

Крім того, туроператор ТОВ «Anex tour» для оптимізації своїх управлінських і виробничих процесів, пов'язаних з формуванням турів і обслуговуванням туристів, використовує наступні програмні продукти, покликані полегшити роботу топ-менеджменту і персоналу туристичного підприємства. Зокрема:

1. Мультимедійні довідники й каталоги (електронні каталоги), що дозволяють віртуально подорожувати за пропонованими туроператором турами й маршрутами, проглянути ці маршрути в активному режимі, одержати інформацію про країну, об'єкти по трасі маршруту, дані про готелі, кемпінги, мотелі і інші засоби розміщення, ознайомитися з системою пілг і знижок, а

також законодавством у сфері туризму країн відпочинку. Крім того, в цих каталогах звичайно наводиться інформація про правила оформлення туристських документів, туристичні формальності, правила поведінки туриста в екстремальних ситуаціях і т.д. Споживач може спланувати програму туру, вибрати її за заданими оптимальними параметрами (ціна, система пільг, система транспорту, сезон та ін.).

Використання мультимедійних технологій, особливо в нинішній період поширення пандемії COVID-19, є досить актуалізованою, а також дає змогу оперативно надати потенційному туристу інформацію про будь-який тур, що цікавить його, і тим самим дозволяє швидко і безпомилково обрати відповідний туристичний продукт. При цьому туроператор має нагоду при необхідності внести зміни в даний тур або сформувати новий ексклюзивний продукт, провести бронювання місць і продати туристу створену в оперативному режимі туристичну послуг (або тур).

Функціональні можливості цих систем допомагають досліджуваному нами туроператору забезпечити введення, редагування й зберігання інформації про тури, готелі, споживачів-туристів, турагентів, про стан заявок, акумулювати інформацію у формі різних документів: анкет, ваучерів, списків туристів, описів турів, готелів; розраховувати вартість турів з урахуванням курсу валют, знижок, контролювати оплату турів, формувати фінансову звітність, переклад експорт-імпорт даних в інші програмні продукти (Word, Excel, бухгалтерські програми) та інші можливості. Ці системи не тільки прискорюють процес розрахунків і формування документів, але і можуть зменшувати вартість послуг (туристичного пакета), обравши оптимальний за ціною варіант туру для туриста, розміщення і т.п.

2. Програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу, керівництва та відокремлених структурних підрозділів ТОВ «Anex tour», - "Парус-Підприємство". Це проста, зручна та потужна повнофункціональна система, що дозволяє автоматизувати усі облікові та

управлінські завдання, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу, що включає в себе наступні модулі:

- "Парус-Консультант" - система, в базі даних якої зібрано ряд нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності туристичного підприємства;

- "Парус-Турагентство" - система, що дозволяє вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків з клієнтами та здійснювати інші операції.

3. GDS-системи резервування та бронювання он-лайн бронювання готелів та супутніх послуг - Amadeus.

4. Системи внутрішньо-офісної автоматизації - Майстер-Тур.

Провівши діагностику сучасного ринку інформаційно-комунікаційних технологій і програмного забезпечення, що пропонуються сьогодні для туристичного бізнесу та продукти, що застосовуються нині досліджуваним туроператором ТОВ «Anex tour», дійшли наступних висновків:

По-перше, відмовитися від застосованої сьогодні внутрішньо-офісної програми Майстер-Тур, яка нині є недосконалою, морально й фізично застарілою та не враховує всіх особливостей розвитку і потреб туристичного бізнесу.

По-друге, підібрати альтернативу популярній сьогодні GDS-системі резервування й бронювання Amadeus. Наприклад, доповнити своє програмне забезпечення таким програмним продуктом як Tourico Holidays, що активно використовується потужними американськими туроператорами й турагентами.

Отже, досліджуваний туроператор ТОВ «Anex tour», на нашу думку, використовує всі доступні й можливі інформаційні технології, пропоновані

наукою й технікою для туристичного бізнесу, максимально оптимізуючи та удосконалюючи виробничі й операційні процеси своєї діяльності. Однак, керівництву туристичної компанії варто працювати над удосконаленням автоматизації своїх бізнес-процесів для забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку туристичних послуг.

4.2. Аналіз Інтернет-контенту ТОВ «Anex tour»

Туроператор ТОВ «Anex tour» має одноіменний веб-сайт, який постійно оновлюється та удосконалюється відповідно до вимог і запитів часу, партнерів і споживачів.

Проведемо діагностику Інтернет-сторінки досліджуваного нами туроператора <https://www.anextour.com.ua/> (рис. 4.2).



Рис. 4.2. Візитна сторінка сайту ТОВ «Anex tour»

1. Дизайн сайту даного туроператора має структуру та контент, подібний до сайтів більшості провідних туроператорів України, але водночас має деякі

відмінності, пропонуючи певні особливі рішення для своїх партнерів і споживачів. Зокрема,

1. Інтернет-сторінка досліджуваного туроператора побудована таким чином, що передбачає окремий функціонал з бронювання турпродуктів і авіаперевезень для турагентів – партнерів ТОВ «Anex tour» і третіх осіб, у т.ч. потенційних туристів (рис. 4.3 і 4.4).

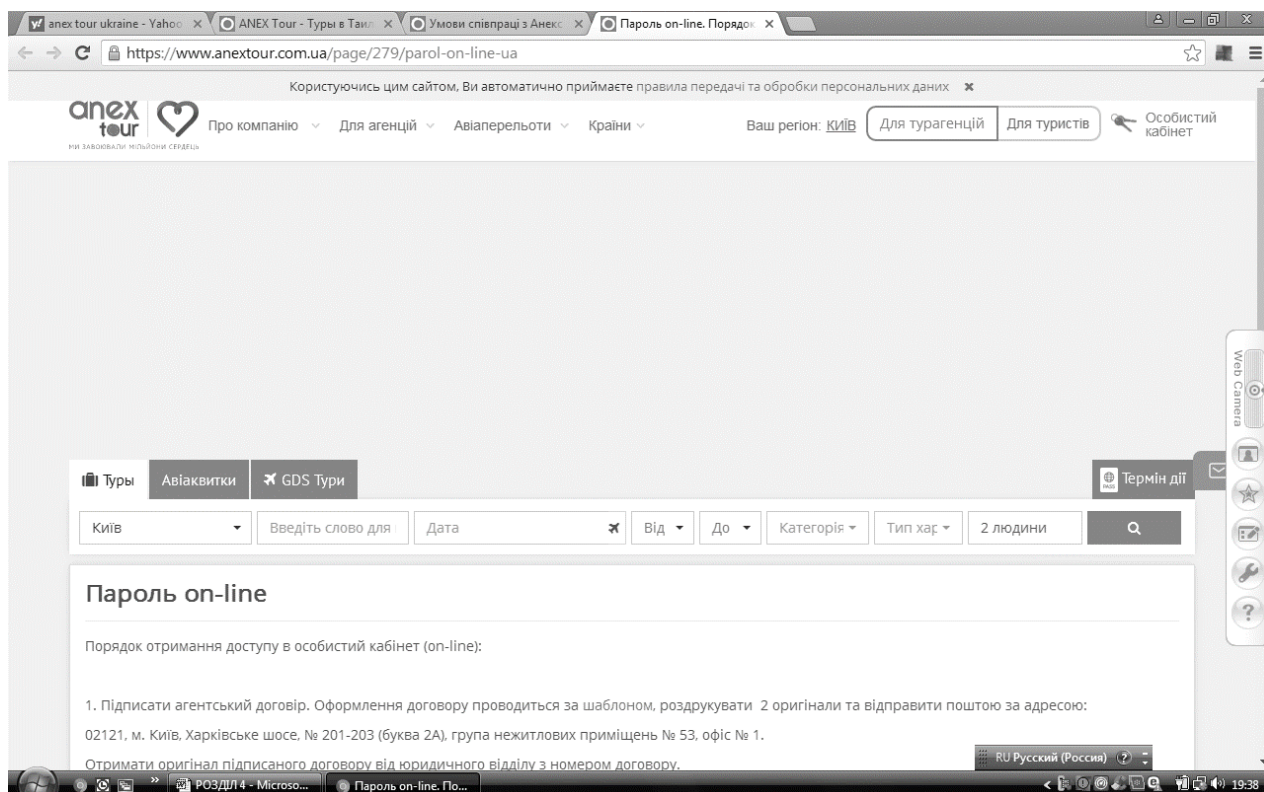


Рис. 4.3. Вигляд сторінки бронювання турів турагентами - партнерами ТОВ «Anex tour»

2. У закладці „Для агентцій” туроператор пропонує такі функціональні можливості та умови: раннє бронювання, попереднє бронювання, види спеціальних пропозицій, навчання, бізнес-клас, он-лайн каталог, GDS-тури (умови та правила бронювання), бонусні програми, концепції відпочинку, умови страхування тощо.

3. У закладці „Авіаперельоти” передбачено наступний функціонал-контент: онлайн-табло польотів Azur Air Ukraine, монітор рейсів, бронювання

місць на рейсі, онлайн бронювання регулярних рейсів, важлива інформація, онлайн реєстрація на рейси та ін.

Важлива інформація щодо обмежень та скасування рейсів, пов'язаних з епідеміологічною ситуацією

azurair Ukraine

АНКЕТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ
Call-центр: +38 (044) 33-99-008

ГОЛОВНА ДОПОМОГА & КОНТАКТИ AZUR AIR UKRAINE ІНФОРМАЦІЯ ПЕРЕЛІТ МЕДІА L'AZURE

ОНЛАЙН-ТАБЛО ПОЛЬОТІВ

«Онлайн-табло працює в тестовому режимі. Прохання звертати інформацію по Вашому рейсу з онлайн-табло аеропорту вильоту.»

Номер рейсу	АЕРОПОРТ ВИЛЬОТУ	АЕРОПОРТ ПРИБУТТЯ	ЧАС ВИЛЬОТУ (МІСЦЕВИЙ)		ЧАС ПРИБУТТЯ (МІСЦЕВИЙ)		СТАТУС РЕЙСУ
			ЗА РОЗКЛАДОМ	РОЗРАХУНКОВИЙ	ЗА РОЗКЛАДОМ	РОЗРАХУНКОВИЙ	
QU-5532	ШАРМ-ЕЛЬ-ШЕЙХ	ХАРЬКОВ (Основа)	00:40	00:40	06:00	05:44	Виконано
QU-4621	КИЕВ	ХУРГАДА	03:30	03:30	06:35	06:02	Виконано
QU-4611	КИЕВ	АНТАЛЯ	03:40	03:40	06:10	05:49	Виконано
QU-4612	АНТАЛЯ	КИЕВ	07:00	07:00	09:30	09:50	Виконано
QU-5631	ХАРЬКОВ (Основа)	ШАРМ-ЕЛЬ-ШЕЙХ	07:00	07:00	10:10	09:44	Виконано
QU-4622	ХУРГАДА	КИЕВ	08:05	08:05	13:15	13:10	Виконано
QU-4633	КИЕВ	ШАРМ-ЕЛЬ-ШЕЙХ	10:30	10:50	13:30	13:30	Вилетів
QU-4634	ШАРМ-ЕЛЬ-ШЕЙХ	КИЕВ	11:10	11:10	16:20	16:11	Вилетів
QU-4625	КИЕВ	ХУРГАДА	11:30	11:30	14:30	14:00	Вилетів

Рис. 4.4. Вигляд сторінки бронювання авіаперевезень на сайті ТОВ «Anex tour»

4. У закладці „Про компанію” міститься достатня інформація про ТОВ «Anex tour» (про партнерів; реєстр туристичних агентств – партнерів туроператора; прес-центр). Водночас, відсутні вказівки на дозвільну документацію, що дає право провадити туроператорську діяльність в Україні та Довідку із забезпечення фінансових гарантів відповідальності та ін.

Даний розділ має також наступні посилання: вакансії, контакти, де купити тур, контроль якості, політика конфіденційності та онлайн консультант тощо.

5. Сайт також містить функціонал „7 днів/24 години”, що є позитивним як для якості обслуговування споживачів та доступності й зручності для партнерів. Є також форма зворотнього зв'язку.

6. Містить прив'язку до соціальних мереж: Facebook, Telegram та Instagram (рис. 4.5, 4.6 і 4.7).

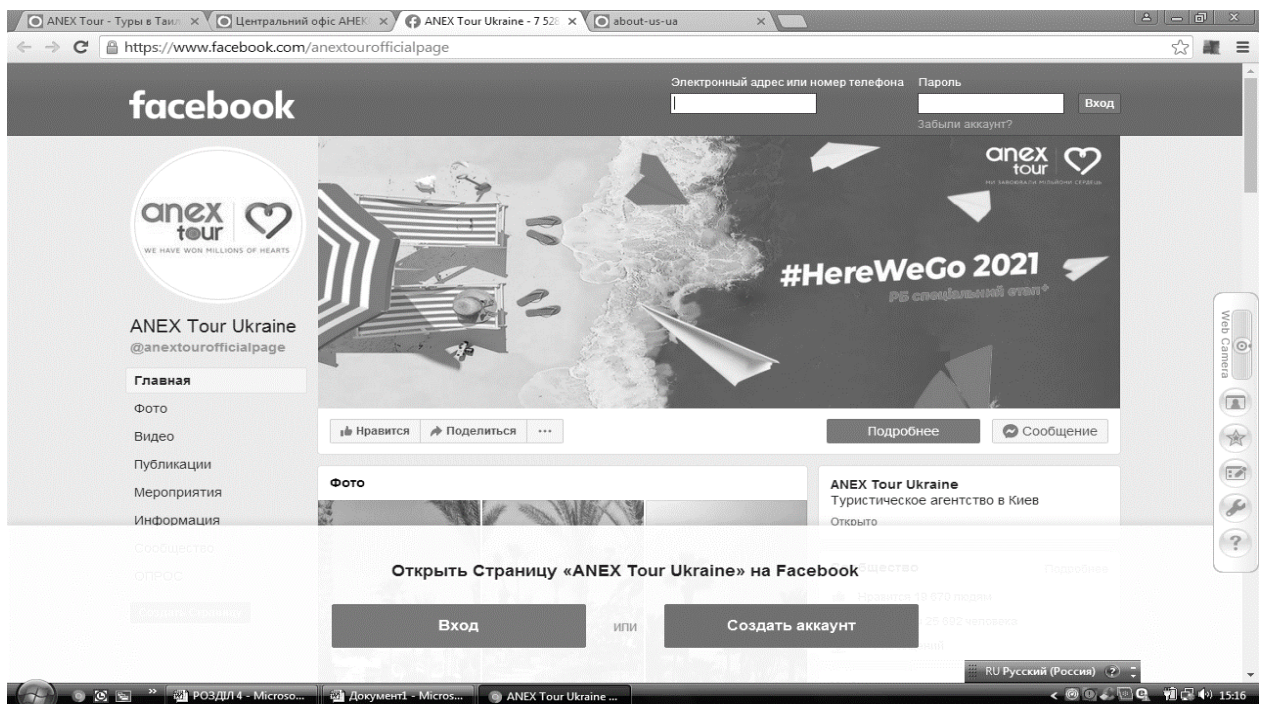


Рис. 4.5. Сторінка ТОВ «Anex tour» у Facebook

<https://www.facebook.com/anextourofficialpage>

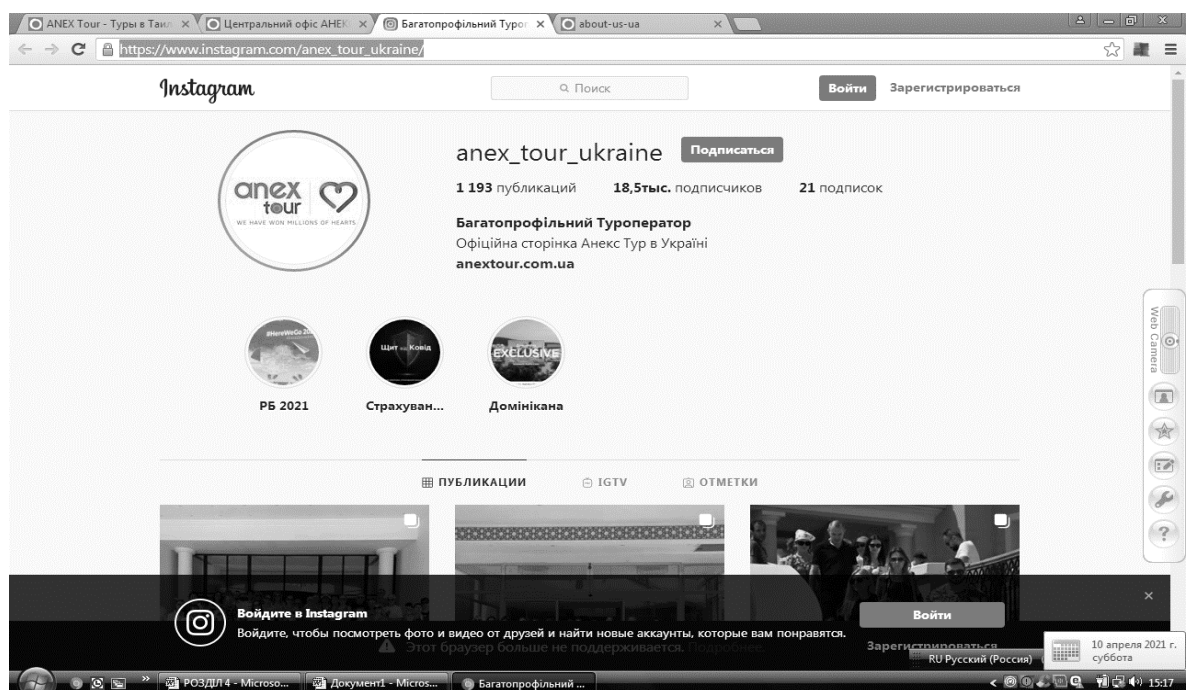


Рис. 4.6. Сторінка ТОВ «Anex tour» у Instagram

https://www.instagram.com/anex_tour_ukraine/

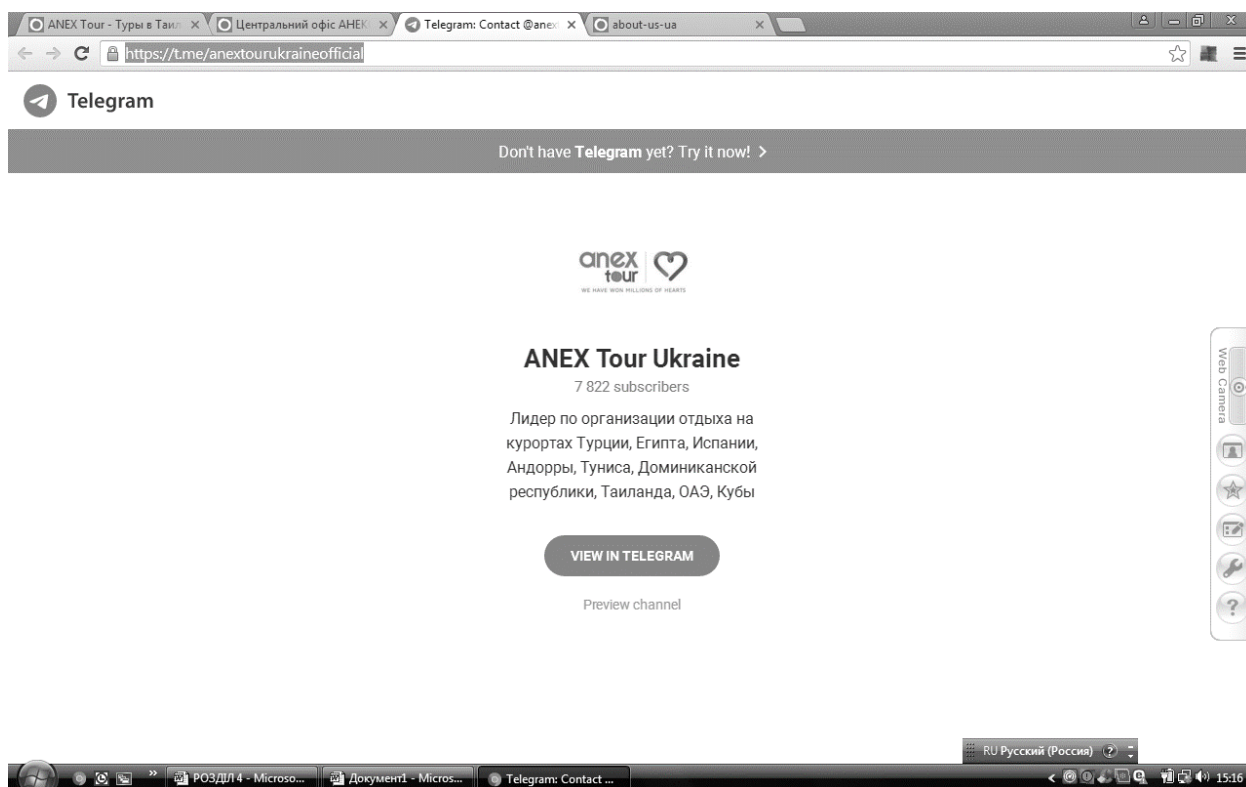


Рис. 4.7. Сторінка ТОВ «Anex tour» у Telegram

<https://t.me/anextourukraineofficial>

Узагальнену оцінку (за 10-бальною шкалою) Інтернет-контенту ТОВ «Anex tour» подано нами в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Оцінка інтернет-контенту ТОВ «Anex tour»

№ з/П	Критерії	Оцінка підприємства
1.	Дизайн сайту	9
2.	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	1
3.	Форма для зворотнього зв'язку із турфірмою або вікно для 103 онлайн виклику	10
4.	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	10
5.	Наявність мапи сайту	2
6.	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10
7.	Наявність мобільного додатку	0
8.	Характеристика турів	5
9.	Галерея	8
10.	Характеристика турфірми, обсяг корисної інформації для гостя	8
11.	Наявність на сайті відеоматеріалів	10
12.	Можливість бронювання авіаквитків	10

Продовження табл. 4.1

№ з/п	Критерії	Оцінка підприємства
13.	Огляд новин	5
14.	Наявність гостьової книги відгуків	0
15.	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	0
16.	Інформація про акції турфірми	10
17.	Опис основних і додаткових послуг	5
18.	Наявність розсилки на e-mail споживачів	1
19.	Графа зустрічей та заходів	1
20.	Інформація про співпрацю або партнерів	10
21.	Наявність віконця курсу валют	1
22.	Вакансії турфірми	10
23.	Зручність сайту	10
24.	Рівень подання інформації	5
	Середнє значення	5,9

За результатами дослідження оцінка Інтернет-контенту ТОВ «Anex tour» за визначеними критеріями, поданими в таблиці, становить 5,9. Це є середнім результатом як для потужного міжнародного туроператора, що має власні польотні програми та мережу агентств в Україні та світі, а також франчайзингову мережу. Отже, проведемо аналіз недоліків означеного сайту.

Так, серед серйозних недоліків можемо виокремити:

1. Відсутності функції бронювання турів для третіх осіб і пересічних туристів (лише через функцію „бот-консультант” або „зворотній зв'язок”), а також можливість оплати платіжною карткою в он-лайн режимі (тобто придбати тур, не виходячи з дому, що є сьогодні вельми актуально внаслідок дотримання карантинних обмежень, соціального дистанціювання та ін.).

2. Відсутність функціоналу бронювання споживачем готелів он-лайн через основні GDS-системи бронювання, що застосовуються ТОВ «Anex tour». Цим можливо скористатися також лише через функцію „бот-консультант” або „зворотній зв'язок”.

Отже, зробивши діагностику інтернет-контенту досліджуваного туроператора, можемо надати узагальнений висновок щодо постійної роботи

топ-менеджменту ТОВ «Anex tour», спрямованої на удосконалення інформаційних систем і технологій (оновлювати контент та удосконалювати функціонал власного сайту; ефективно використовуючи новітні інформаційні технології; прив'язати сайт до мобільних додатків тощо).

4.3. Обґрунтування пропозицій щодо використання сучасних інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour»

ТОВ «Anex tour», як уже з'ясовано нами, використовує у своїй повсякденній роботі інформаційно-комунікаційні технології, наявні сьогодні на ринку ІТ-технологій для туристичного й готельного бізнесу. Водночас, у досліджуваної компанії існують і проблеми з оновленням програмного забезпечення та впровадженням сучасних систем бронювання, автоматизованих програмних продуктів, інших інновацій у сфері інформаційних технологій.

У зв'язку з цим пропонуємо такі напрями з удосконалення використання сучасних інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour».

1. Розглянути питання щодо впровадження програмних комплексів автоматизації роботи туроператора:

- "САМО-Тур-автоматизація туроператора" - програма, призначена для автоматизації туроператорської діяльності. Дозволяє формувати туристичний пакет з послуг постачальників, розраховувати прайс-листи і готувати електронний та паперовий каталоги цін. Робить можливим облік проданих турів, платежів за них, взаєморозрахунків з постачальниками. При цьому ведеться контроль обмежених послуг та готується повний пакет документів для туриста. Програма містить більше ніж 200 готових форм різноманітних документів. Здійснюється обмін даними з програмними комплексами САМО-ТурАгент та SAMO-Incomming. Крім того, дана програма охоплює всі аспекти діяльності туристичної компанії: від створення прайса і каталогів, до реалізації туристичного продукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення

взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського. Надає можливість доступу до інформації про кожен тур, про кожного клієнта, про кожного партнера і взаєморозрахунки; забезпечує точність у виконанні калькуляцій туру; дозволяє легко заповнювати стандартні форми документів. Використовується в роботі менеджерів при створенні та продажі туру, касирів, візового і чартерного відділів і відділу бронювання, економіста, бухгалтера, маркетолога, фінансового директора, генерального директора;

- "АероПринт Плюс" - програмний комплекс, призначений для автоматизації друку авіаквитків на будь-яких бланках. Маска квитка автоматично заповнюється з систем бронювання GABRIEL, AMADEUS, СИРЕНА, WORLDSPAN, GALILEO. Дозволяє легко і наочно редагувати і додавати нові бланки, забезпечує друк різних платіжних документів, супроводжуючих продаж авіаквитків, формує базу даних по проданих квитках і інших послугах, що дозволяє отримувати будь-які види звітності.

На нашу думку, варто зупинитися на програмних комплексах "САМО-Тур-автоматизація туроператора" і "АероПринт Плюс", що є більш прогресивними порівняно з Парус-Підприємство (застосовується нині), значно потужними саме для оптимізації робіт у туристичному бізнесі, більш поширеними серед турагентств і туроператорів, що дозволить менеджменту компанії здійснювати обмін даними між програмними комплексами САМО з іншими партнерами та офісами ТОВ «Anex tour», та не потребуватимуть суттєвих фінансових витрат для заміни/запровадження.

Програмне забезпечення таких систем дозволить ТОВ «Anex tour» розміщувати свої пропозиції в єдиному інформаційному полі туристичної системи та оперативно управляти ними: виставляти нові пропозиції, змінювати ціну, призупиняти продажі. Турагентства – партнери ТОВ «Anex tour» матимуть можливість доступу до достовірної та актуальної інформації по турах, максимально швидко запропонувати споживачам декілька варіантів турів на їх запит, знайти найкращу для споживача цінову пропозицію, швидко

забронювати тур та отримати підтвердження, оформити туристу необхідні документи та налагодити з туроператором зручний зв'язок з мінімальними витратами часу й грошей. Туристи теж можуть скористатися інформаційними ресурсами даних систем: отримати описову та картографічну інформацію по курортам і пам'яткам багатьох країн, переглянути фото- та відеоролики, отримати зображення та опис потрібного готелю тощо.

2. Розглянути також можливість розробки мобільних додатків (на платформі App Store Preview та платформі Google Play) для ТОВ «Anex tour», а також їх „прив'язку” до сайту туроператора.

Зазначене суттєво полегшить вибір послуг досліджуваного туроператора, можливість ознайомитися з актуальною інформацією щодо туру, умов перебування, особливостей відпочинку та іншою суттєвою інформацією щодо виїзду й безпечного перебування в країні відпочинку, а також з іншими пропозиціями компанії, орієнтуватися в країні відпочинку тощо.

Розрахуємо кошторис витрат туроператора ТОВ «Anex tour» на придбання та використання в діяльності інформаційних технологій (таблиця 4.2).

Таблиця 4.2

**Кошторис витрат на впровадження інформаційних технологій
у діяльність ТОВ «Anex tour»**

№ з/п	Назва	Вартість, Євро
1.	Комплексна система автоматизації роботи туроператора	
1.1.	Програма "САМО-Тур-автоматизація туроператора"	1000
1.2.	Програма "АероПринт Плюс"	600
1.3.	Сервіс „Мій онлайн”	130
1.4.	Послуги щодо супроводження програм	безкоштовно
2.	Розробка мобільних додатків (на платформі App Store Preview та Google Play)	250
	Разом	1980

Джерело: розроблено автором

Отже, згідно з даними таблиці 4.2 загальна вартість впровадження інформаційних технологій у діяльність досліджуваного туроператора складає 1980 Євро або 65340 грн. (курс 1 Євро/33 грн.).

На нашу думку, подібні інвестиції у інформатизації та впровадження технологічних методів автоматизації діяльності туроператора ТОВ «Anex tour» матимуть позитивний ефект у майбутньому.

Таким чином, вищезазначене дозволяє резюмувати, що із запровадженням більш сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у діяльність ТОВ «Anex tour» значно підвищиться ефективність її роботи та сервіс обслуговування. Адже подібна автоматизація діяльності досліджуваного туроператора дозволить значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед туристичною компанією, економити кошти, підвищити ефективність роботи як кожного працівника, так і франчайзингових структур туроператора та агентів-партнерів в цілому. Це прямо впливає на конкурентоспроможність туроператора на ринку послуг у наш час. Тому дані процеси є вкрай актуальними сьогодні. Використання мережі Інтернет, Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання туристичної компанії на ринку послуг у найближчий час.

Висновки до розділу 4

Надано характеристику технічного та програмного забезпечення ТОВ «Anex tour». Так, досліджуваний туроператор використовує всі доступні й можливі інформаційні технології, пропоновані наукою й технікою для туристичного бізнесу, максимально оптимізуючи та удосконалюючи виробничі й операційні процеси своєї діяльності. Однак, керівництву туристичної компанії варто працювати над удосконаленням автоматизації

своїх бізнес-процесів для забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку туристичних послуг.

Здійснено оцінку Інтернет-контенту туроператора ТОВ «Anex tour» за визначеними критеріями, що становить 5,9. Це є середнім результатом як для потужного міжнародного туроператора, що має власні польотні програми та мережу агентств в Україні та світі, а також франчайзингову мережу. Проведено загальний аналіз недоліків означеного сайту та зроблено висновок, що, зважаючи на мінливість попиту на ринку туристичних послуг і швидкий розвиток ІТ-технологій у сфері туристичного й готельно-ресторанного бізнесу, підприємству слід постійно працювати над удосконаленням власного сайту, ефективно використовуючи новації у цій сфері.

У зв'язку з цим запропоновано заходи з удосконалення використання сучасних інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour»: розглянути питання щодо впровадження програмних комплексів автоматизації роботи туроператора "САМО-Тур-автоматизація туроператора" і "АероПринт Плюс". А також можливість розробки мобільних додатків (на платформі App Store Preview та платформі Google Play) для ТОВ «Anex tour», а також їх „прив'язка” до сайту туроператора.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено, що технологія організації екскурсії включає в себе два основних етапи. Перший етап - підготовка екскурсії, що включає в себе: 1) вибір теми, цілей і завдань екскурсії; 2) відбір літератури і складання бібліографії, визначення інших джерел екскурсійного матеріалу; 3) вивчення і вибір екскурсійних об'єктів. Поняття про картку об'єкта; 4) розробка, уточнення і остаточне складання маршруту екскурсії; 5) об'їзд або обхід маршруту; 6) підготовка контрольного тексту екскурсії; 7) комплектування "Портфеля екскурсовода"; 8) вивчення матеріалів з обраної теми екскурсії; 9) визначення методичних прийомів проведення екскурсії; 10) визначення техніки ведення екскурсії; 11) складання методичної розробки екскурсії; 12) складання індивідуального тексту; 13) складання технологічної карти екскурсії; 14) проведення і затвердження пробної екскурсії.

Другий етап - проведення екскурсії - включає: 1) показ об'єктів екскурсії; 2) екскурсійна розповідь.

2. Встановлено, що інновація – необхідний пункт у програмі розвитку та реалізації екскурсійного продукту на ринку. Саме за допомогою інноваційних аспектів у поточній діяльності туристичного підприємства є можливість забезпечення для свого продукту стабільного існування на ринку. Інновації у проведенні екскурсій можна умовно поділити на два основні напрями: 1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, у т. ч. квест-екскурсій, костюмованих екскурсій, новітніх музейних екскурсій тощо), 2) з використанням ІТ-технологій: мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, у т. ч. 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо.

3. Визначено, що ТОВ «Anex tour» є багатопрофільним туроператором і понад 15 років працює на туристичному ринку України та пропонує тури з організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії,

Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської республіки, Шрі-Ланки. Нині туроператор має 190 франчайзингових офісів, а саме: у Києві та Київській обл. - 89 офісів; Одесі та Одеській обл. - 16 офісів; Харкові та Харківській обл. - 15 офісів; Львові та Львівській обл. - 25 офісів; Дніпрі та Запоріжжі - 22 офіси.

Туроператор має також регіональні офіси в основних містах України: Запоріжжі, Дніпрі, Львові, Одесі, Харкові, а також у Республіці Білорусь (м. Мінськ).

4. З'ясовано, що Apex Tour спеціалізується на наданні туристичних послуг, представлених у різних сегментах ринку: масовий туризм, корпоративні поїздки і групові виїзні заходи, наземне обслуговування, а також VIP відпочинок. Пакетні пропозиції сформовані на базі перевезень чартерних програм і регулярних рейсів провідних авіакомпаній. Маючи ексклюзивні контракти з провідними готельними брендами і гарантовані об'єкти розміщення, туроператор пропонує споживачам якісний продукт за доступними цінами.

5. Встановлено, що протягом аналізованого періоду (2017-2019 рр.) ТОВ «Апех тур» на основі власної основної діяльності отримувало дохід, розмір якого збільшувався з кожним наступним роком. Найвищий обсяг чистого доходу зафіксовано у 2019 році – 38364 тис. грн., а найнижчий – 29055 тис. грн. у 2017 році, що можна пояснити щорічним зростанням кількості обслугованих туристів і збільшенням вартості туристичного продукту внаслідок девальвації національної грошової одиниці, зростанням вартості авіаперевезень та інших складових туру. Отже, темпи зростання чистого доходу становили 21% у 2018 р. та 10,0% у 2019 році.

Інші показники фінансових результатів згідно з даними таблиці 2.4 та звітністю ТОВ «Апех тур» також зростали. Зокрема, збільшилася собівартість реалізованих послуг: на 13% - у 2018 р. та на 10% - у 2019 році; зріс валовий прибуток підприємства: на 41,0% - у 2018 р. та на 10% - у 2019 р.; збільшився фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування у вигляді

прибутку: 2128 тис. грн. - у 2017 р.; 2424 тис. грн. - у 2018 р. та 2601 тис. грн. - у 2019 році; зріс чистий прибуток, отриманий туроператором: у 2017 р. він становив 1745 тис. грн., у 2018 р. – 2029 тис. грн., а у 2019 р. – 2133 тис. грн. Темпи приросту склали відповідно 11,6% та 10,8%.

6. Основними туристичними дестинаціями, до яких досліджуваний туроператор пропонує тури й екскурсійні послуги є Андорра, Болгарія, Греція, Домініканська Республіка, Єгипет, Іспанія, Кіпр, Куба, ОАЕ, Таїланд, Туніс, Туреччина, Мальдіви, Куба. Кожен сезон туроператор відкриває нові напрямки для партнерів і клієнтів. Сьогодні ТОВ «Апех tour» має власні приймаючі офіси (DMC), що обслуговують туристів на курортах згаданих туристичних дестанцій (всього 13 офісів).

7. Проведено діагностику рентабельності туроператора ТОВ «Апех tour», оскільки цей показник є одним із основних вартісних показників ефективності діяльності комерційних структур, до яких і відноситься досліджуване нами туристичне підприємство (табл. 2.5). Зроблено висновок, що діяльність досліджуваного нами туроператора є рентабельною. Водночас, показники рентабельності є незмінними й стабільними упродовж аналізованого періоду.

8. Проаналізовано кількість обслугованих туристів за основними туристичними дестинаціями, тури до яких пропонуються туроператором ТОВ «Апех tour» упродовж аналізованого періоду. Дані за 2018-2019 роки представлено нами в таблиці 2.3. Так, упродовж досліджуваного періоду 2018-2019 рр. найбільший обсяг туристів було обслуговано за такими напрямками як Туреччина (50,5% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Єгипет (15,9% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Болгарія (11,4% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Греція (11,7% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), Іспанія (0,05% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.), ОАЕ (0,03% від загального обсягу обслугованих туристів у 2019 р.). Всі інші туристичні

напрямки, до яких було спрямовано туристів, становлять незначну кількість туристів у загальному обсязі обслугованих туристичною компанією туристів.

9. Визначено профіль конкурентоспроможності туроператора ТОВ «Апех tour», порівнявши його з аналогічними туристичними компаніями - найближчими конкурентами. На підставі проведеної оцінки серед головних конкурентів «Апех tour» визначено компанії: ТОВ «Tez Tour» і ТОВ «JoinUp». Бальна оцінка конкурентної позиції наведена нами в таблиці 2.9.

Так, позиції ТОВ «Апех tour» серед основних його конкурентів досить оптимістичні, хоча не набагато відрізняються від оцінок найближчих його суперників по бізнесу. Варто також відзначити, що досліджувані нами туроператори-конкуренти мають свої переваги: є також міжнародними туристичними компаніями, що спеціалізуються на певних туристичних DESTИНАЦІЯХ, мають франчайзингову мережу, власні чартерні програми та ін. Тому досліджуваному нами ТОВ «Апех tour» увесь час варто зважати на даний аспект і прагнути тримати лідерські позиції на ринку туристичних послуг, маючи власну нішу туристичних пропозицій та переваги для партнерів і споживачів порівняно з іншими туроператорами.

10. Запропоновано аналізованому туристичному підприємству ТОВ «Апех tour» для покращення конкурентної позиції власного турпродукту запровадити продуктові інновації, спрямовані на зміну споживчих якостей пропонованих екскурсійних послуг та їх позиціонування на ринку, а саме:

- нову туристичну дестинацію, - Україну та м. Київ, тим самим забезпечивши розвиток внутрішнього туризму, що сьогодні є вельми актуальним внаслідок обмежень у зарубіжному туризмі;

- нову екскурсію з елементами квесту «Мандри Подолом – портал у майбутнє» (з відвідуванням Експериментаніуму). Це авторська екскурсія, подібної екскурсії на ринку турпослуг ще немає. Дана продуктова пропозиція буде актуальною, оскільки може бути запропонована досить широкому колу споживачів (від школярів до індивідуальних туристів з більш насиченою програмою та VIP-обслуговуванням) (табл. 3.4-3.5).

На підставі складених кошторисів вартість даної екскурсії для 1 особи складатиме 2843,45 грн. (стандарт) та 2843,45 грн. (VIP-обслуговування).

11. Розраховано прогнозні показники рентабельності та отриманого доходу від реалізації пропонованої нами квест-екскурсії (табл. 3.6). Так, якщо ТОВ «Anex tour» упродовж першого року запровадження пропонованої нами квест-екскурсії буде проводити її 4 рази на місяць (тобто за рік проведе 48 екскурсій для груп з 20 осіб за стандартною програмою обслуговування), то зможе отримати дохід у сумі 539750,4 грн.

12. Здійснено оцінку Інтернет-контенту туроператора ТОВ «Anex tour» за визначеними критеріями, що становить 5,9. Це є середнім результатом як для потужного міжнародного туроператора, що має власні програми авіап перевезень і мережу агентств в Україні та світі, а також франчайзингову мережу. Проведено загальний аналіз недоліків означеного сайту та зроблено висновок, що, зважаючи на мінливість попиту на ринку туристичних послуг і швидкий розвиток ІТ-технологій у сфері туристичного й готельно-ресторанного бізнесу, підприємству слід постійно працювати над удосконаленням власного сайту, ефективно використовуючи новації у цій сфері.

У зв'язку з цим запропоновано заходи з удосконалення використання сучасних інформаційних технологій у діяльності ТОВ «Anex tour»: розглянути питання щодо впровадження програмних комплексів автоматизації роботи туроператора "САМО-Тур-автоматизація туроператора" і "АероПринт Плюс". А також можливість розробки мобільних додатків (на платформі App Store Preview та платформі Google Play) для ТОВ «Anex tour», а також їх „прив'язка” до сайту туроператора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (у редакції Закону від 18.11.2003 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95. Туристско-екскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info-tour.org/>.
3. Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 «Туристско-екскурсионное обслуживание. Туристические услуги. Общие требования». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://info-tour.org/>.
4. Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 «Туристско-екскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://info-tour.org/>.
5. Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу, від 20 жовтня 2004 р., №1344/9943. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344-04#Text>
6. Абрамов В.В. Проблеми удосконалення системи підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристської галузі України. Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. Вып. 75. Сер. : Экономические науки. – К. : «Техніка», 2012. – С. 203-211.
7. Бабарицька В. К. Екскурсознавство і музеєзнавство [Текст] : Навч. посібник / В. К. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. – К. : Альтерпрес. 2007. – 464 с.
8. Балабанова О. Д., Захарова О. О., Лаврушина О. Г. Використання інноваційних технологій в екскурсійній діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.web.snauka.ru/issues/2014/10/39703>
9. Большая советская энциклопедия. . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://www.big-soviet.ru/>

10. Водопьянова Е. Концепция экскурсионной деятельности / Е. Водопьянова // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2009. - №11. – С. 99-105.
11. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. Учебное пособие. – М. : Нолидж. – 2006. – 312 с.
12. Дьякова Р. А. Основы экскурсоведения : Учебное пособие для слушателей фак. общ. профессий пед. ин-ов. / Р. А. Дьякова, Б. В. Емельянов, П. А. Пасечный. - М. : Просвещение, 2005. – 256 с.
13. Екскурсійна діяльність в питаннях і відповідях // *Новости турбизнеса*. – 2012. – №14 (64). – С.10-11.
14. Емельянов Б. В. Экскурсоведение : Учебник. - 3-е изд., перер. и дополн. / Б. В. Емельянов. - М. : Советский спорт, 2000. – 224 с.
15. Емельянов Б. Р. Экскурсоведение [Текст] / Б. Р. Емельянов. – М. : Советский спорт, 2007. – 216 с.
16. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. – 5-е изд. – М. : Советский спорт, 2009. – 216 с.
17. Емельянов Б.В. Экскурсоведение : Учебник. – 5-е изд. – М. : Советский спорт, 2004. – 216 с.
18. Жарков А. Д. Экскурсия как педагогический процесс. Методические рекомендации / А. Д. Жарков - М. : ЦРИБ "Турист", 2003. - 40 с.
19. Зорин И.В. Энциклопедия туризма : Справочник. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 368 с.
20. Занько Е .А. Инновации в сфере экскурсионного туризма // *Актуальные проблемы профессионального образования в республике Беларусь и за рубежом. Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2-х частях*. 2017. С. 114-116.
21. Илюхин М. М. Особенности и средства показа в экскурсии. Методические рекомендации / М. М. Илюхин. - М. : ЦРИБ «Турист», 2000. – 80 с.
22. Каролоп О.О. Організація екскурсійної діяльності. – К. : Вид. центр КНЕУ, 2002. – 45 с.

23. Класифікація екскурсій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forstudents.at.ua>.
24. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі // Навчально-методичний посібник. - Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. - 144 с.
25. Культурология и экскурсоведение: Конспект лекций / Сост. К. В. Кулаев. – М. : Российская международная академия туризма, 2008. – 112 с.
26. Лобовская Р. А. Использование краеведческих материалов в экскурсиях. Методические рекомендации / Р. А. Лобовская. - М. : ЦРИБ "Турист", 2005. – 32 с.
27. Лях О. А., Лиханова В. В. Инновации в экскурсионной деятельности//Ученые записки забайкальского государственного университета. Серия: социологические науки, 2017. – С. 160-168.
28. Малая советская энциклопедия. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://malayaencyklopediya.com/>
29. Малышев А. А. Элементы логики в экскурсиях. Методические рекомендации / А. А. Малышев - М. : ЦРИБ "Турист", 2002.- 31с.
30. Мальцева Л. В. Проблеми розвитку екскурсійного туризму в регіонах України // Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка [Текст] / Л. В. Мальцева. – 2012. №4 (239). – Ч.ІІ. – 159 с.
31. Матюхіна Ю. А., Мігунова О. Ю. Екскурсійна діяльність / Ю. А. Матюхіна, О. Ю. Мігунова. – К. : Освіта, 2017. – 224 с.
32. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство / Г.Г. Мезенцева. – К., 2000. – 134 с.
33. Менеджмент туризма : Туризм как объект управления : Учебник. Под. ред. Квартальнова В.А. - М. : Финансы и статистика, 2002. – 302 с.
34. Новиков А. М. Повышение квалификации экскурсоводов. Методические рекомендации / А.М. Новиков - М. : ЦРИБ "Турист", 2000. – 48 с.
35. Омельченко Б.Ф. Экскурсионное общение : Познание, воспитание, отдых / Б.Ф. Омельченко - М. : Наука, 2001. – 120 с.

36. Организация и методика экскурсионной работы: Учебное пособие / [А. В. Даринский, Л. Н. Кривоносова, В. А. Круглова и др.; Отв.ред. А. В. Даринский]. - Л. : ВПШ культуры, 2003. – 124 с.
37. Організація екскурсійної діяльності. Опорний конспект лекцій. Уклад. О.О. Каролоп.- К. : Видавничий центр КНТЕУ. - 2002. – 45 с.
38. Организация экскурсионной деятельности в Тольятти : монография / М. С. Ельчанинов, Н. Д. Алексеева, Ю. А. Тресков и др. ; науч. ред. М. С. Ельчанинов. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2012. – 176 с.
39. Організація туристичної діяльності в Україні. Екскурсійна діяльність. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/31/2021.html>
40. Пасечный П. С. Туризм и экскурсии / П.С. Пасечный. – М. : Наука, 2003. – 230 с.
41. Поколотна М. М. Екскурсознавство: опорний конспект лекцій. - Харків : ХНАМГ. – 2007. - 195 с.
42. Райков Б.Е. Развитие экскурсионного туризма в России : Пособие для учителей. – М. : Просвещение, 2001.- 56 с.
43. Родін А. Ф. Екскурсійна робота: Навч.посібник. – К. : Вища освіта", 2009. - 129 с.
44. Савина Н. В. Экскурсоведение : Учеб. пособие / Н.В. Савина, З. М. Горбылева. – Мн. : БГЭУ, 2004. – 335 с.
45. Сокол Т.Г., Плиска І.І. Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України. – 2017. С. 165-170. URL : https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/vzuk-47-2017_165-170.pdf
46. Сичинава В. А. Экскурсионная работа: (Из опыта). Пособие для учителей. – М. : Просвещение, 2001.- 96 с.
47. Сичинава В.А. Использование литературных источников в экскурсионной работе. Методические рекомендации/ В. А. Сичинава. - М. : ЦРИБ "Турист", 2006. – 54 с.

48. Тельчаров А.Д. Основы музейного дела. Введение в специальность : курс лекций. – М. : Омега-Л, 2005. – 184 с.
49. Толковый словарь русского языка / В. Даль. - М., 1990.
50. Толковый словарь русского языка / М.Ушаков. - М., 1993.
51. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу [Текст] : Монографія. / Т. І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 537 с.
52. Удовенко А. М. Роль та місце екскурсійної діяльності у розвитку релігійного туризму на Закарпатті // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 2 (10), 2013. – С.127-131.
53. Федорченко В. К. Історія екскурсійної діяльності в Україні : Навч. Посібник // В. К. Федорченко, О. М. Костюкова, Т. А. Дьорови, М. М. Олексійко. - К.: “Кондор”. – 2004. – 166 с.
54. Хуусконен Н.М. Практика экскурсионной деятельности. – СПб. : «Издательский дом Герда», 2006. – 208 с.
55. Чагайда І. М. Екскурсознавство. Навчальний посібник. – К. : “Кондор”, 2004. – 204 с.
56. Department of tourism and promotions of KCSA (2018), available at: <http://www.visitkyiv.travel> (accessed 14 January 2019).
57. Information resource Apostrophe (2017). «In Kiev, an updated cycle track opened: impressive photos and videos from the altitude», available at: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/kiev/2017-05-21/v-kieve-otkryilsya-obnovlennyiy-velotrek-vpechatlyayuschie-foto-s-vyisoty/12461> (accessed 14 January 2019).
58. James C. Makens. Marketing for Hospitality and Tourism. – Publisher : Prentice Hall; Inc. Category : Business. 4th edition. – 2005 – 186 p.
59. Larry Dwyer. International Handbook on the Economics of Tourism. - Publisher: Edward Elgar Publishing. - 2010. - 495 p.
60. William F. Theobald. Global Tourism. Third Edition. /F.William// - Publisher : Butterworth-Heinemann. – 2010 - 588 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Проблеми організації екскурсій в Україні

Гавриленко Тетяна, Юрій Сологуб

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Екскурсійна справа є дієвим чинником розвитку освіти та виховання українського суспільства, його культурного та економічного зростання, виконує важливі науково-пізнавальні функції, тісно пов'язана з краєзнавством, природоохоронною, пам'ятко-охоронною та музейною діяльністю.

Матеріали і методи. Для розв'язування поставлених завдань використано такі методи наукового дослідження: метод аналізу та синтезу, гіпотетичний метод, метод узагальнення.

Результати. Не зважаючи на значний наявний потенціал і досить високу привабливість, споживання екскурсійних послуг в Україні не має тенденцій росту відносно питомої ваги в загальному обсязі платних послуг. Активність екскурсійних потоків прямо залежить від економічного добробуту й соціально-політичної ситуації, тому згідно з даними офіційної статистики у 2015 році кількість екскурсантів скоротилася до найнижчого показника за останні 15 років. Хоча наразі свій загальний економічний стан більшість організацій, які надають екскурсійні послуги, оцінюють як задовільний, але перспективи зростання бачать лише 13,3% з цих підприємств, а для значної частини існує загроза банкрутства. Розвиток України в цілому не можна назвати стійким, та за останні роки ситуація значно погіршується. При цьому можна простежити значний вплив загальноукраїнського показника розвитку економіки на показник розвитку екскурсійної справи. Для ефективного розвитку екскурсійної справи доцільно внести зміни в структуру управління сферою туризму в Україні і створити у кожному глобалізованому районі комітет з розвитку екскурсійної справи, що буде займатися розробкою комплексних програм розвитку екскурсійної справи, налагодженням зв'язків з адміністраціями міст і районів країни, іншими державними й недержавними організаціями. Проведені розрахунки показали, що об'єднання областей України в єдиний екскурсійний регіон і їх спільний розвиток, дадуть синергетичний ефект в стабільності розвитку. Екскурсійна діяльність є пріоритетним напрямком в індустрії туризму України, відповідно до Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки, фахівці зазначають, що в економічному відношенні екскурсія є найбільш рентабельною (11-12 %) складовою столичного туристичного продукту. Одним із найактуальніших питань організації екскурсійної діяльності є удосконалення організаційно-економічного механізму з використанням передового досвіду провідних країн-лідерів світу туристичної індустрії, враховуючи туристичний потенціал України. Оскільки, туристична сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави. Якщо врахувати ефективну інтеграцію індустрії туризму з іншими галузями національної економіки, наприклад, з агропромисловим комплексом, то ми очікуємо синергетичний ефект від розвитку різних видів туризму, що беззаперечно пов'язані з екскурсійною діяльністю.

Висновки. Досліджуючи проблеми організації екскурсійної діяльності в Україні виявлено вагомий прояв впливу економічних, правових, організаційних, освітніх, культурних, наукових, навчально-методичних процесів на її розвиток з урахуванням національних, європейських та світових тенденцій розвитку туристичної індустрії. Ефективна організація екскурсійної діяльності є складовою інклюзивного зростання економіки туризму та розвитку суспільства, вона є багатофакторним і багаторівневим процесом, основою її є економіка максимальної зайнятості і взаємодія усіх суб'єктів.

Література

1. Статистичний збірник «Україна в цифрах 2015» / Державний комітет статистики України / за ред. І.М. Жук. – К. : Держаналітінформ, 2016. – 239 с.
2. Про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки. Рішення Київської міської ради від 11.02.2016 № 91/91 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://kmr.gov.ua/uk/rishenya>
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. Електронний ресурс [Режим доступу]: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>

Додаток Б

2019 / 01 / 01

Форма N 2 Код за ДКУД 1801003

Підприємство **Товариство з обмеженою відповідальністю «Anex tour»** за ЄДРПОУ
 Територія м. Київ за КОАТУУ
 Організаційно-правова форма господарювання **приватна** за КОПФГ
 Вид економічної діяльності **діяльність туристичних операторів** за КВЕД
 Середня кількість працівників¹ 33
 Адреса, телефон **м. Київ, Харківське шосе, 201-203, 12-й поверх**
 Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака

КОДИ
34191244
79.12

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за рік 2018 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	33055	29055
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	23438	21654
Валовий:			
прибуток	2090	9617	7401
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	7543	5532
Адміністративні витрати	2130	3349	2234
Витрати на збут	2150	9650	7432
Інші операційні витрати	2180	3287	2939
Фінансовий результат від операційної діяльності:		2474	2128
прибуток	2190		
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	()	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	()	()
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	2474	2128
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	445	38
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	2029	1745
збиток	2355	()	()

Керівник
Головний бухгалтер

Продовження дод. Б

2020 / 01 / 01

Форма N 2 Код за ДКУД 1801003

Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю «Апex tour»	за ЄДРПОУ	КОДИ 34191244
Територія м. Київ	за КОАТУУ	
Організаційно-правова форма господарювання приватна	за КОПФГ	
Вид економічної діяльності діяльність туристичних операторів	за КВЕД	79.12
Середня кількість працівників ¹ 33		
Адреса, телефон м. Київ, Харківське шосе, 201-203, 12-й поверх		
Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за рік 2019 р.**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	38364	33055
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	27065	23438
Валовий:			
прибуток	2090	9654	9617
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	9654	7543
Адміністративні витрати	2130	3765	3349
Витрати на збут	2150	10764	9650
Інші операційні витрати	2180	3523	3287
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	2601	2474
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	()	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	()	()
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	2601	2474
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	468	445
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	2133	2029
збиток	2355	()	()

Керівник
Головний бухгалтер

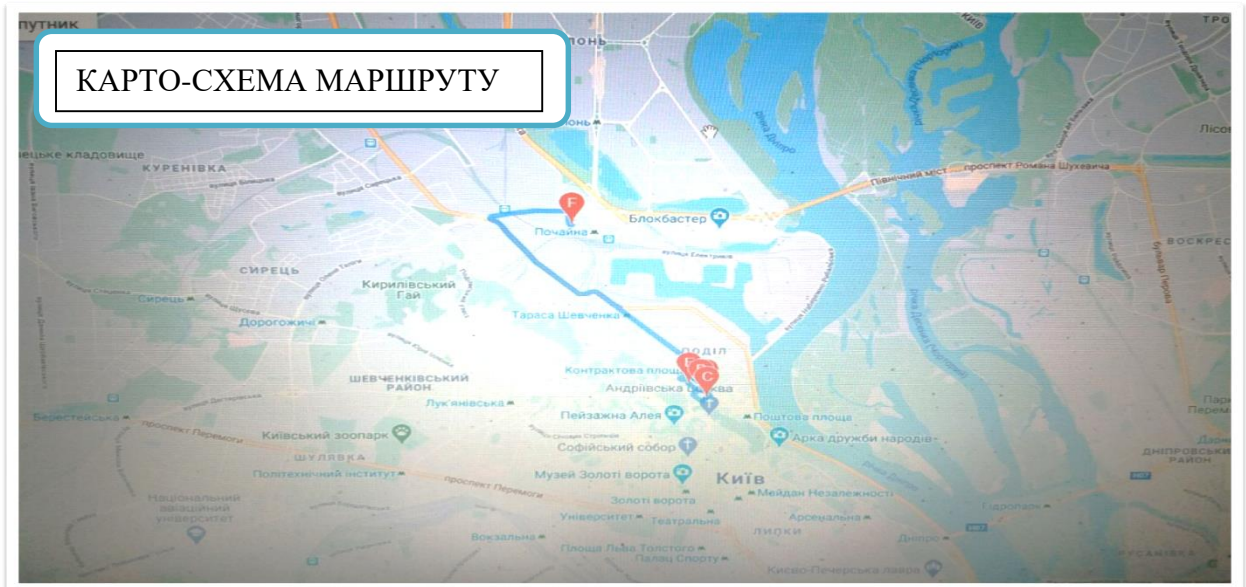


Схема маршруту квест-екскурсії

Маршрут екскурсії: Контрактова площа (зупинка 15 хв.) – колесо обзору (зупинка 15 хв.) – Пам’ятник Петру Сагайдачному (зупинка 10 хв.) – Музей однієї вулиці (зупинка 20 хв.) – Храм Успіння Борогодиці Пирогощі (зупинка 15 хв.) – Аптека-музей - вул. Притисько-Нікольська, 7 (зупинка 20 хв.) – Церква Михайла Притиска ПЦК – вул. Хорива, 5а (зупинка 10 хв.) – Будинок Київського Війта – вул. Констянтинівська 6/8 (зупинка 15 хв.) – метро-проспект Перемоги, 35 (зупинка 10 хв.) – Експериментаніум - проспект Степана Бандери 6-д (зупинка 2 год.).

Тривалість: 4 год. 10 хвилин.

Відстань: 6,8 км.

КОНТРОЛЬНИЙ ТЕКСТ
КВЕСТ-ЕКСКУРСІЇ «МАНДРИ ПОДОЛОМ: ПОРТАЛ У МАЙБУТНЄ»
(З ВІДВІДУВАННЯМ ЕКСПЕРИМЕНТАНІУМУ)

Відстань: 6,8 км.

Тривалість: 4 години 10 хвилин.

Доброго дня, шановні екскурсанти!

Раді вітати Вас на початку шляху екскурсії з елементами квесту «Мандри Подолом – портал у майбутнє» з відвідуванням Експериментаніуму.

Тривалість екскурсії становить 4 години і 10 хвилин.

Екскурсію проводитиме екскурсовод _____.

Шановні учасники, просимо Вас під час нашої квест-екскурсії дотримуватися наступних правил поведінки:

- правил дорожнього руху, не виходити на проїжджу частину під час слідування до місця перебування та у зворотньому напрямку;
- затвердженого маршруту екскурсії, не відставати від групи;
- правил пристойної поведінки та виконувати розпорядження керівника групи;
- у разі поганого самопочуття негайно повідомити керівника групи;
- під час пересування в громадському транспорті, знаходячись на зупинці необхідно: триматися тільки з групою, не штовхатися, не шуміти; бути уважними й ввічливими відносно один одного та до пасажирів; посадку/висадку здійснювати за вказівкою керівника; поступатися місцем пасажирам з дітьми, особам похилого віку та інвалідам;

– не торкатися незнайомих предметів, що можуть бути вибухонебезпечними.

Поділ – «історична колыска» столиці.

Поділ – місце, де живуть таємниці і легенди. Там народжувалися, жили і ставали знаменитими художники, письменники, артисти, політики, особистості, що змінили історію міста і країни в цілому. Поділ дивує, вражає, заворожує і місцями навіть лякає, але нікого не залишає байдужим.

Його історія – це своєрідний калейдоскоп подій. На самому початку своєї історії район знаходився «по долу» від Дніпра. Саме від цього виразу і походить назва «Поділ». Так як сам Київ раніше ділився на дві частини – та, що була вище (тут жила богема і аристократія тодішнього часу) і нижня частина міста (де проживали звичайні люди: ремісники і торговці).

Варто зазначити, що Поділ завжди був місцем майстрів. З часів Київської Русі тут жили і працювали кожум'яки, дегтярі, гончарі та інші ремісники. Активне життя Подолу, а саме його забудова, почалася ще в 887 році. Як співається у пісні: «Київ починається з Подолу» – і це не просто красива рядок.

На початку своєї історії цей район був наповнений лавками і магазинами ремісників. А особливу популярність він набув у другій половині XIII ст., коли набіги татаро-монголів серйозно зруйнували верхню частину Києва і довелося перебратися до підніжжя пагорбів Андріївського узвозу.

Цікавий факт щодо ремісництва. На території Київського Подолу у період XII - XIII ст. були виявлені сліди виробничої діяльності та велика концентрація виробів зі скла. Є підстави вважати, що тут розташовувалися склоробні майстерні в основному з виробництва прикрас або приміщення складського і торгового призначення.

Безсумнівним доказом місцевого склоробного виробництва є виявлення його залишків і знахідок технологічного обладнання: скловарних печей, тиглів з прикипівшою скломасою, піни-хальмози, сировини, інструментів, виробничого браку, уламків, крапельок, ниток скла.

Скловарні печі мають невеликий термін експлуатації – всього 5-6 років [1, с. 5]. Інструменти склороба (стрижні для накручування бус, пінцети, ножиці, трубки, форми для відливу прикрас) також могли використовуватися і в ювелірній справі, тому не завжди такі інструменти можна віднести саме до склоробного виробництва.

Матеріал, з якого виготовлявся інструментарій (крім металу, цим матеріалом могли стати камінь, глина, дерево), не був розрахований на тривале застосування.

Згідно даних дослідника М. А. Безбородова, виділялося два типи майстерень: в одному здійснюються всі види робіт зі склом, від варіння до виробництва напівфабрикатів і готової продукції, в іншому – вироби виготовляються з напівфабрикатів [2].

Саме тому, дана характеристика майстерень вказує на існування в Київському Подолі в XI - XIII ст. виробничих комплексів обох типів. Основними знахідками були намиста з пластичним орнаментом: зонні, грушоподібні, неправильно-округлі, спіралевидного орнаменту, петельковідного або зигзагоподібного. Більшість бус виготовлено з чорного непрозорого скла, невелика частина примірників - з темно-червоного, а також зеленого і жовтого скла. Орнамент зроблений тонкою скляних ниток білого або жовтого непрозорого скла.

Також варто відзначити, що у Києві цехи з'явилися в XVI ст. На той час їх було до 20. Вже в 1606 р. в місті існувало 28 цехів. Проте в 1720 р. їхня кількість зменшилася до 14. Відомо, що в 1816 р. в місті було 15 ремісничих цехів, а в 1835–1836 рр. – 16 [2].

У 1783–1784 рр. подушний податок із цехових ремісників складав 50 коп. Окрім того, кожен цех щороку сплачував вйту та членам магістрату неофіційний податок, який називали «ралець». Двічі на рік – на Різдво й на Великдень – цехмістри купували хліб, сіль, горілку й цукор і приносили як привітання зі святом [3, с. 23].

У 1811 році Поділ спіткала біда – масштабна пожежа знищила більшу частину району. У зв'язку з цим було прийнято рішення про створення єдиної планування історичного центру міста, яку доручили архітектору Вільяму Гесте [4, с. 110].

Микола Закревський описує поселення Рибалки на Подолі у своїй праці «Описаніє Кієва» (1868): «Так називається північна частина Києвоподолу, що примикає до Оболоні, населена переважно рибалками. У квітні та травні Дніпро наводнює цю частину міста та затоплює її; бідні місцеві мешканці примудрилися: вони, подібно до мешканців Нової Гвінеї та інших островів Тихого моря, зводять свої будиночки на високих довбнях і у повноводдя їздять від одного житла до іншого [5, с. 73].

Через повені прибережні території Подолу (теперішні вулиці Набережно-Хрещатинська та Набережно-Лугова) не заселяли, а забудовували складськими чи виробничими приміщеннями. Так само було в багатьох тогочасних прирічкових торговельних містах Європи.

Коли традиційні ремесла Подолу почали втрачати своє значення, у другій половині XIX ст. тут з'являються заводи. В «Описании Кієва» Микола Закревський пише, що на 1849 рік у Києві було 59 заводів і 14 фабрик.

Але штат кожного з цих підприємств налічував з десяток людей, бо загальна кількість майстрів і робітників була лише 820 людей. Кількість фабрик зростала і на 1860 рік їх було вже в чотири рази більше. Більшість була саме на Подолі. На них робітники виготовляли цеглу, черепицю, тканини, свічки, мило і навіть карети [2].

На перше місце вийшли харчові та переробні підприємства, а також численні парові млини, лісопильні та портові склади. Пізніше на Подолі працювали вісім великих млинів.

У 1862 році з'явилося одне з найстаріших підприємств Києва – сталеливарний завод. З 1913 року підприємство почало випускати буксирні пароплави. За радянських часів завод, який знаходився біля залізничного вокзалу, розширили ділянкою на Рибальському острові, перепрофілювали на

суднобудівельний і назвали «Ленінська кузня». У 1932 році на території заводу з'являється суднобудівна верф.

Однією з найстаріших промислових садиб Подолу називають ділянку на розі сучасних вулиць Кирилівської та Нижньоюрківської. Ці землі раніше належали Кирилівському монастирю та використовувались для спиртового виробництва в XVIII ст. Потім на цьому місці збудували пивзавод М. В. Ріхерта (Кирилівська, 35), а поряд – «Товариство Київського пивоварного заводу».

Окрім пивзаводів, на Кирилівській з'явилися маслоробний завод Лур'є (наразі Київський комбікормовий завод), два дріжжово-винокуренних, кахляний, цегляний і цементний.

Цікаві факти про Поділ.

Факт 1. Поділ – один з найстаріших районів Києва. Судячи зі знахідок археологів, перші поселення тут з'явилися 20 тисяч років тому. Звичайно ж, вони не відповідали нинішнім історичним кварталом. Наприклад, на місці будинків №59 – 61 по вулиці Кирилівській в кам'яному столітті розташовувалася Кирилівська стоянка, а біля підніжжя Замкової гори вчені розкопали фрагменти доріг, прокладених більше тисячі років тому.

Факт 2. До нападу на Київ військ Золотої Орди під командуванням хана Батия міська життя вирувало у Верхньому місті. Після перемоги онука Чингісхана над Київською Руссю центр перемістився в район сучасної Контрактовій площі. На Торжище регулярно відбувалися ярмарки, а з часом тут з'явилися такі значущі об'єкти, як Магістрат і Києво-Могилянська академія.

Факт 3. У липні 1811 року на Подолі сталася пожежа, жертвами якого стали сотні будівель. А їх тут було чимало: в районі розташовувалося 2068 з 3672 житлових будинків Києва. За три дні їх більша частина згоріла, і вулиці довелося відновлювати заново. Тоді ж на Подолі з'явилися Контрактовий будинок, Гостинний двір і т. д.

Факт 4. Пожежа – не єдина катастрофа, від якої страждав Поділ. Через розташування в низині район часто затоплювався, а його жителям доводилося рятуватися від води.

У березні 1952 року Поділ разом з сусідньої Куренівкою пережив техногенну трагедію, коли з-за прориву дамби тони водно-грязьовий суміші зносили все на своєму шляху: будівлі, транспорт, людей [28].

Висота грязьового валу становила близько 20 метрів, а ширина – 14 метрів. Головний удар припав на вулиці Теліги та Кирилівську. За офіційними даними, загинуло 150 осіб, а за неофіційними – близько півтори тисячі.

Факт 5. У будинку №10 на вулиці Воздвиженській 15 травня 1891 року народився Михайло Булгаков. Довгий час вулиця була в запустінні, але зараз її прикрашають будинки елітного житлового комплексу «Воздвиженка». До речі, на Подолі також відбулися хрестини та вінчання знаменитого письменника. Хрестили Михайла Булгакова під куполом Хрестовоздвиженської церкви (вул. Воздвиженська, 1), а вінчався він у 1913 році в храмі Миколи Доброго (вул. Покровська, 6).

Факт 6. Неподалік від Контрактової площі розташований перший жіночий монастир Києва. Письмові згадки про нього починаються з 1566 року, але заснували релігійну громаду століттям раніше. На території Флорівського монастиря б'є джерело, вода в якому багата залізом. За легендою, випивши з нього, можна стати здоровіше і молодше.

Факт 7. На просторах Подолу також розташована перша приватна аптека в Києві. Відкрили її в далекому 1728 році в будинку №7 на вулиці Притисько-Микільській. Купити ліки тут можна і сьогодні. Поки провізор проб'є чек на старовинному касовому апараті, у вас буде час оглянути експозицію музею-аптеки. У числі експонатів – баночки з засушеними плазунами і інші ліки. Музей працює в будні з 9 до 17, а у вихідні - з 9 до 16.

Факт 8. За часів Київської Русі на місці, де нині проходить вулиця Почайнинська, протікала річка Почайна – частина шляху «з варяг у греки». Саме в її водах князь Володимир Святославович хрестив киян.

Файл 9. Контрактова площа стала місцем установки одного з перших фонтанів Києва. Статуя роздирає пащу леву Самсона з'явилася на Подолі в 1749 році. В кінці XVIII століття дах альтанки прикрасили сонячним годинником, але вони згоріли під час великої пожежі 1811 року - як і сама альтанка. Пізніше павільйон відбудували заново.

У 1934 році фонтан розібрали через безглузду випадковість. Під час інспекції при підготовці до свята місцевий управлінець махнув у бік фонтану Самсона і гнівно вигукнув: «Убрать!» [7].

Перелякані працівники оперативно виконали розпорядження. Ось тільки прибрати потрібно не фонтан, а купу сміття поруч з ним ... Нове життя «Самсон» почав тільки кілька десятиліть по тому, напередодні святкування 1500-річчя Києва.

Будинок М. Булгакова був побудований в 1888 році за проектом відомого архітектора Миколи Горденіна. Тоді він не значився під 13-м номером, а під 20-м: в той час нумерація йшла зверху, від Андріївської церкви. Будувався він для дружини купця Літошенко. Обійшлася вся споруда в 22 250 рублів.

Місцева легенда пов'язана з варенням. Коли-то на вул. Сагайдачного, 27 розташовувалося маєток знатних київських кондитерів Балабухів, які водили дружбу з особистим кондитером королеви Катерини II.

Вірніше він гостював у сімейства Балабухів, коли зламав ногу і залишився в столиці до одужання. Нудьгуючи, пан Бальї почав варити непросте варення з фруктів – цукати, по-нашому. У ті часи кияни нічого подібного не їли, і таке частування було в новинку.

Коштували такі цукати дорого, 1 рубль – фунт. Але, незважаючи на ціну, сім'я Балабухів продавала багато «сухого варення» і прославилася саме цим. У народі цукати називали «балабушками» і купити їх можна було тільки в кондитерській на Подолі.

За легендою, «балабушками» любили пригоститися принц П'ємонтський Умберто з дружиною – принцесою Маргаритою, герцог Монпасьє і інші представники київської знаті.

Сьогодні Поділ – це культурний та історичний центр столиці, в якому кипить богемна і туристичне життя Києва. І саме **Контрактова площа**, на якій ми наразі знаходимось, є одним з найвідоміших місць Києва. У XV столітті вона називалася Ринковою.

На площі знаходився магістрат, будівля якого спочатку була дерев'яною, потім – кам'яним. Тридцятиметрова ратуша з годинником у вигляді мідної скульптури покровителя Києва – архангела Михаїла – прикрашала магістрат.

Тут же була мідна фігура богині Феміди з терезами Правосуддя. Обидві ці скульптури серйозно постраждали під час пожежі на Подолі в 1811 році, але збереглися і знаходяться в Музеї історії міста Києва.

Сьогодні в деяких архітектурних колах все наполегливіше говорять про відновлення будівлі магістрату, але при сформованій забудові площі воно, по правді кажучи, просто недоречно [8].

До речі, дайте відповідь на запитання, яким чином можна побачити всі споруди, що розташовані на Контрактній площі? Одним із таких варіантів є колесо огляду, що розташоване на Контрактній площі.

Колесо огляду в серці Подолу з'явилося лише в 2017 році. Воно було привезено з Парижа і встановлено прямо перед новорічними святами. 30 кабінок засклені і розраховані на комфортне розміщення 4 людей. З них відкривається прекрасний вид на саму Контрактову площу, набережну Дніпра, Труханів острів, Пішохідний міст, даху Подолу і Подільсько-Воскресенський міст, який може сміливо претендувати на статус найдорожчого в світі. Висота колеса – 43 метри.

Нині в столиці в робочому стані експлуатується 5 коліс огляду. Це одне, як вже було зазначено на Контрактній площі – висота 43 метри. У Київському зоопарку розташоване чортове колесо, висота якого становить 31 метр. У

атракціону 18 кабінок, кожна розрахована на шість осіб, але одночасно пускають не більше чотирьох відвідувачів.

Коли група сіла на колесо огляду, їм було поставлено завдання, визначити які пам'ятки історії видно із кабінки колеса, що установлені на честь видатних постатей, котрі боролися за незалежність України?

Вірна відповідь – Петро Сагайдачний (пам'ятник Петру Сагайдачному).

Вулиця Петра Сагайдачного в Києві, прокладена у 10-х роках ХІХ ст. у зв'язку з переплануванням Подолу після великої пожежі 1811 року, стала головною магістраллю Подолу, перебравши цю роль у Покровської. Тут від 1830-х років до кінця ХІХ ст. будують найкращі кам'яниці, що належали цехмістрам ремісничих цехів, новим російським купцям та нащадкам старої київської знаті.

У ХІХ ст. колишня Олександрівська вулиця була однією з найдовших у Києві. Вона включала сьгоднішні вулицю Михайла Грушевського, Володимирський узвіз та вулицю Петра Сагайдачного. Нумерація починалася не від Поштової площі, як нині, а з Липок.

Пам'ятник гетьману Петру Конашевичу-Сагайдачному, який композиційно завершив перспективу вулиці, – один з наймолодших пам'ятників у Києві. Встановлений він нещодавно – у травні 2001 року на Контрактовій площі. Автори – скульптор В. Швецов? (за участю скульпторів Б. Крилова, Е. Кунцевича, О. Сидорука), архітектори М. Жаріков, Р. Кухаренко (за участю Ю. Лосицького).

Після огляду пам'ятника, групі дається конверт, у якому зашифрована назва наступної зупинки хаотичним набором слів та додається вигляд фасаду музею, але без назви. Відповідь – Музей однієї вулиці.

Музей однієї вулиці Творці Музею Однієї Вулиці намагаються розкрити таємниці Андріївського узвозу вже протягом багатьох років. Мініатюрний за розміром, але глибокий за змістом, музей – одне з найпопулярніших туристичних місць в Києві.

Насичена експозиція наповнена історичними документами, рукописами, автографами, старовинними листівками, фотографіями і великою кількістю приємних старовинних хатніх речей. Досліджуючи музей, відвідувачі поринають у ностальгічну атмосферу історії, як ніби подорожують на машині часу.

Колекція Музею однієї вулиці присвячена історії Андріївського узвозу та його видатним мешканцям. Гідне місце в експозиції присвячений цікавим випадків, історій, і міським байкам, що мають відношення до відомих домовласникам і будинків Андріївського узвозу.

Завдання для групи – дати відповідь на запитання: в цьому місці ти завжди відчуваєш спокій та маєш надію, а в поєднанні з виконанням свого бажання – можеш знову відчути сенс життя. Що це за заклад?

Вірна відповідь – аптека.

Аптека-музей на вул. Притиско-Нікольській, 7. Аж до XVII ст. аптекарська справа в Києві була відсутня, і про це красномовно свідчить запис генерала Патріка Гордона в особистому щоденнику.

У травні 1685 р. П. Гордон надіслав у Москву листа з проханням клопотати перед царівною Софією Олексіївною, щоб вона відпустила його з Києва. Щоб уникнути можливої відмови, генерал доклав до прохання список умов, при виконанні яких він залишиться в Києві.

Серед них було й таке: «З причини моїх частих хвороб прошу, щоб у Києві був лікар або інший обізнана людина з аптекою, який необхідний не тільки мені, але і наміснику і всім підданим їх величностей». Але це умова так і не було виконано великої державницею.

Отже, всі три частини 25-тисячного Києва: Поділ, Печерськ і Верхнє Місто – залишалися без ліків, постійної вогкості, антисанітарії і захворюваннях. Процвітала торгівля «зіллям» в зеленних рядах на базарах, що нерідко мало сумні наслідки.

Наступне місце призначення - це один із видів релігійних будівель, де здійснюється служба, названий на честь одного із святих?

Вірна відповідь – Храм святого Миколая Чудотворця.

Храм святого Миколая Чудотворця (церква Миколи Притиска) розташований в заповідній частині Подолу, в центрі невеликого майдану на перехресті вулиць Хоривої і Притисько-Микільської. Є дві версії походження назви церкви. За першою, на «притикі» – дніпровському причалі для човнів і торгових суден – стояла ікона Св. Миколи, а перед нею – карнавка для збирання коштів на будівництво храму на честь цього святого.

За другою версією, назва церкви пов'язана з курйозним випадком: грабіжник, який однієї ночі заліз до церкви, був притиснутий іконою Св. Миколи, що зірвалася з кріплення. Цю подію визнали чудодійною, і ікону, а потім і церкву стали називати Миколи Притиска.

Будівництво кам'яної церкви, яка збереглася до наших часів, було розпочато на місці однойменної старої дерев'яної церкви середини XVI ст. Донедавна датою будівництва кам'яного храму вважався 1631 р., і тому його визнавали найстародавнішою культовою спорудою Подолу.

Будинок київського в'їта. Будинок було зведено, імовірно, наприкінці 17 (не раніше 1696 р.) – на початку 18 ст. [6], у період активного мурованого будівництва у Києві, у садибі, яка з 1663 р. належала відомій київській купецькій і козацькій родині Биковських.

Власник садиби Ян Биковський – київський в'їт у 1687–1699 рр. – володів на Подолі багатьма дворами, крамницями, ставком з млином, землями вздовж Глибочиці та на горі Щекавиці.

А зараз, щоб добратись до нашої наступної зупинки нам потрібно скористатись **станцією метро**. Роком народження метрополітену прийнято вважати 1863-й, а місцем народження – Лондон. 27 років метрополітен там працював на паровозній тязі, а з 1890 року – на електричній.

Згодом цей вид транспорту завойовує популярність не лише у себе на батьківщині. Мережа таких магістралей з'являється в багатьох великих містах світу. Як відомо, патент живе 20 років, а мова – вічна, тож назва лондонської

компанії «Метрополітен» швидко стала загальною назвою для нового позавуличного міського транспорту.

У Києві ідея підземної залізниці вперше виникла у 1884 році. Саме тут вперше в Російській імперії було розглянуто проект дороги під землею. Проект передбачав проведення тунелів від пристані на Дніпрі до залізничного вокзалу через Поштову площу і Бессарабку.

Проте депутати міської Управи відхилили цей проект – цілком імовірно, через банальний страх перед невідомим. Так само сталося і Москві, де провалилися проекти 1902 і 1912 років.

1916 року Російсько-Американська Торгова Палата в особі інженера Іллі Мочала пропонує новий проект будівництва метрополітену, який також було відхилено міською владою Києва. Однак ідея спорудження метро у Києві не полишає голови фахівців та можновладців. Уряд гетьмана Української держави Павла Скоропадського мав намір будувати урядовий центр і лінію метро у районі Звіринця.

«Земля Звіринця у Києві загалом, де повинні провести метрополітен, найбільш підходить до цього будівництва. Київ стоїть на горах і рівнинах, які зробила сама природа, і метрополітен, що виходить із тунелю-нагорба і знов заглиблюється в тунель, буде перевозити всіх і все з Бесарабки на Деміївку, із Звіринця на Лук'янівку, з Набережної чи Прорізної на Задніпровські Слободки» – Газета «Відродження», 1917 рік. З інтерв'ю міністра уряду інженера Чубинського.

У 1936 році був затверджений новий Генеральний план забудови Києва. Почалося будівництво урядового кварталу. У тому ж році затвердили проект Київського метрополітену завдовжки близько 40 кілометрів. Згідно з планом, метро повинно було з'єднати Вигурівщину на лівому березі з Оболонню на правому, звідти по поверхні йти до Вишневого, потім через Пирогово і Жуків острів виходити до залізничної колії в районі Дарницького вокзалу, а від нього – до Воскресенки.

У 1937 році почали будувати два тунелі під Дніпром: Південний, який з'єднав би Жуків острів з Осокорками і Північний – для повідомлення Оболоні з Вигурівщиною. Будівництво велося швидкими темпами на лівому і правому берегах Дніпра, було виконано великий обсяг робіт, побудовано кілька сотень метрів тунелів глибокого та мілкового закладання.

Навесні 1945 року затвердили план післявоєнної реконструкції Києва. У ньому передбачалося будівництво 22 станцій на трьох гілках метро, які існують сьогодні: Святошино – Бровари, Куренівка – Сталінка (зараз Оболонь – Теремки) і Сирець – Печерськ.

У 1949 році почали пробивати тунелі метро від сучасної станції «Дніпро». Тут же було й перше депо. Перша «сбойка» тунелів відбулася в 1951-му між станціями «Дніпро» та «Арсенальна». Остання – у 1959-му між «Університетом» та «Вокзальній».

Із-за особливостей рельєфу на правому березі Києва метробудівці стикалися з певними труднощами: підземними водами, важко прохідними ґрунтами і багатьма іншими. Тому тунелі для перших станцій довелося прокладати на великій глибині.

Так побудували найглибшу в світі станцію «Арсенальна» – 105,5 метра. Її будували за лондонським типом – з підземним вестибюлем, який споруджували на поверхні і потім чотири місяці поступово опускали на 50-метрову глибину.

До 1958 році повністю проклали тунелі, рейки та ескалатори для перших п'яти станцій столичного метрополітену: «Дніпро», «Арсенальна», «Хрещатик», «Університет» і «Вокзальна». У тому ж році оголосили конкурс на краще оформлення станцій. У підсумку переможців відбирали з 80 проектів-претендентів.

Перший тестовий рейс 22 жовтня 1960 року провів машиніст Московського метрополітену Олексій Симагін. А на офіційному відкритті, 6 листопада, його змінив киянин Іван Виноградов. Він згадує, як їх разом з

Симагін «перевіряли спецоргани на предмет свідомості, особисто зі мною розмовляв полковник».

Церемонію відкриття провели на «Хрещатику». Потім поїзд з партійним начальством рушив через «Арсенальну» до станції «Дніпро», а звідти назад на «Вокзальну».

Після відкриття метрополітен тиждень працював в екскурсійному режимі. Групи від підприємств і навчальних закладів могли безкоштовно оглядати станції і кататися в вагонах. Сьогодні Київський метрополітен - це три лінії протяжністю майже 70 кілометрів, 52 станції з трьома пересадковими вузлами. Метро щодня перевозить близько півтора мільйона пасажирів.

Експериментаніум. Варто відзначити, що «Експериментаніум» являє собою воістину унікальне місце. Тут зібрані експонати, здатні візуалізувати закони фізичних та інших наук. Наприклад, однією з моделей музею є куля з рідиною, що демонструє появу турбулентності. Ви розкручуєте кулю, в результаті чого виникають вихори.

Звичайно ж, численні фізичні фокуси, які можна спостерігати в музеї «Експериментаніум», більше приваблюють дітей, проте дорослі також часто відвідують це дивовижне місце.

Головною привабливою рисою музею цікавих наук є можливість взаємодіяти з кожним експонатом. Простіше кажучи, Ви можете натискати кнопки, вертіти важелі, тягнути за мотузки і багато чого ще. У результаті того чи іншого впливу демонструється відповідний базовий закон фізики або іншої прикладної науки.

Музей «Експериментаніум» – це навчально-розважальний центр для дітей та дорослих. Постійна експозиція Музею «Експериментаніум» налічує більше 300 інтерактивних експонатів і присвячена механіці, оптиці, електриці, магнетизму і акустиці. Окрім цього, у закладі є анатомічний відділ, відділи «Таємниці води», «Новітні технології» та оновлена експозиція «Механіка да Вінчі». Також у Музеї ви знайдете оптичні ілюзії, головоломки, лазерний і дзеркальний лабіринти.

Крім того у даному закладі можна побачити наступні шоу: 1) шоу Великого Вибуху, де можна дізнатися як з декількох крапель рідини може утворитись у тисячу разів більше газу; яким чином можна підірвати космічний корабель; що потрібно зробити з олівцем, щоб перетворити його на небезпечну зброю; як з крохмалю замість звичних пиріжків зробити бомбу; 2) хімічне «Реактив шоу»; 3) акустичне шоу «Лабораторія звуку»; 4) електричне «Тесла шоу», де можна дізнатися що таке струм і як утворюються блискавки; чому при розчісуванні волосся стає дибки; як впіймати плазмові промені; як заряджають свої мечі джедаї; 5) шоу «Експерименти на кухні».

Крім того, Музей «Експериментаніум» багатий моделями, візуалізується багато правил механіки, оптики, електрики, магнетизму і багато іншого.

Одним з найбільш захоплюючих місцевих експонатів вважається «Тесла» – плазмова куля з електричними блискавками всередині. На ньому проводяться досліди з електричним полем. Також дуже вражають експонати, що демонструють роботу магнітного поля.

Експериментаніум відкритий для всього нового, і його співробітники роблять все можливе для того, щоб наука стала цікавою для дітей. Тут проводять тренінги, лекції, організовані секції для школярів, а колекція експонатів постійно поповнюється, відкриваються нові експозиції.

Список використаних джерел

1. Скаченко В. Было - стало: как изменился Подол за 70 лет [Электронный ресурс] / В. Скаченко. – Режим доступа : <https://kiev.informator.ua/2018/03/31/bylo-stalo-kak-izmenilsya-podol-za-70-let/>
2. Білоус Н. О. Соціальна та професійна структура населення Києва у світлі фіскальних джерел другої половини XVI ст. / Н. О. Білоус // Соціум. – К. : Інститут історії України НАН України, 2008. – № 8. – С. 107–118.
3. Богусевич В.А. Археологічні розкопки в Києві на Подолі (розкоп на розі вулиць Героїв Трипілля і Волоської) // Археологія. – 1954. – Т. IX. – С. 42 – 53.

4. Білоус Н. Київ наприкінці XV – у першій половині XVII століття. Міська влада і самоврядування / Н. Білоус. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 360 с.
5. Гетьман Петро Кононович Конашевич-Сагайдачний [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.litopys.com.ua/encyclopedia/vidatn-storichn-postat-kultura-osv-ta-arkh-tektura/getman-petro-kononovich-konashevich-sagaydachniy/>
6. Россинская А. Н. Организация и проведение игры-квеста: проблемы, решения, опыт работы / О. Л. Кабачек, М. В. Карданова. – Москва, 2011. – С. 11-16.
7. Івакін Г.Ю. Київ. Парки, площі, вулиці. Фотоальбом / Г.Ю. Івакін, М.Б. Кальницький, Ю.В. Павленко, О.Ю. Храмов. – К., 2006. – 320 с.
8. Іван Григорович Барський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uahistory.com/topics/famous_people/9041
9. Пиріг П. Петро Конашевич – Сагайдачний: історичні нариси життя та діяльності // Сіверянський літопис. Всеукраїнський науковий журнал, 2012. – С. 18 – 35.
10. Бойко О. Д. Нариси життя Києва. 1919 рік: політика і повсякденність / О. Д. Бойко. – Київ : Інститут історії України НАН України, 2015. – 143 с.

ПОРТФЕЛЬ ЕКСКУРСОВОДА

Екскурсія з елементами квесту

Доброго дня, шановні присутні! Мене звати _____ Сьогодні я буду вашим екскурсоводом.

- Як ви думаєте, чим сьогоднішня наша екскурсія буде відрізнятися від інших? (відповіді учасників).
- Все вірно. Сьогодні Ви будете не тільки слухати, а й активно брати участь, а саме за допомогою невеличких завдань та ерудиції дізнатися кожен наступний етап нашого з вами шляху. Адже на нас з Вами чекає екскурсія з елементами квесту Подолом «Мандри Подолом: Портал у майбутнє» з відвідуванням Експериментаніуму. На протязі нашого маршруту ви дізнаєтеся про знаменитих земляків і людей, які внесли великий вклад в розвиток міста.

Наша екскурсія з елементами квесту буде пішохідною. Тому, перш ніж в переступите до свого першого завдання, нагадую про правила безпеки на дорозі. Переходьте дорогу лише на зелений сигнал світлофора і по пішохідному переходу. Не перебігайте дорогу. Намагайтеся не розтягуватися на всю вулицю, а йти щільною групою.

Перш ніж ми почнемо, пропоную вам уважно роздивитися навколо і подумати. Отже, ми починаємо

Зупинка 1. (Колесо огляду)

Дайте відповідь на запитання, яким чином можна побачити всі споруди, що розташовані на Контрактній площі, використовуючи допоміжні картинки?



(Одним із таких варіантів є **колесо огляду**, що розташоване на Контрактній площі)

Зупинка 2. (Пам'ятник П. Сагайдачному)

Коли група сіла на колесо огляду, їм було поставлено завдання, *визначити які пам'ятки історії видно із кабінки колеса, що установлені на честь видатних постатей, котрі боролися за незалежність України?*

Вірна відповідь – Петро Сагайдачний (пам'ятник Петру Сагайдачному)

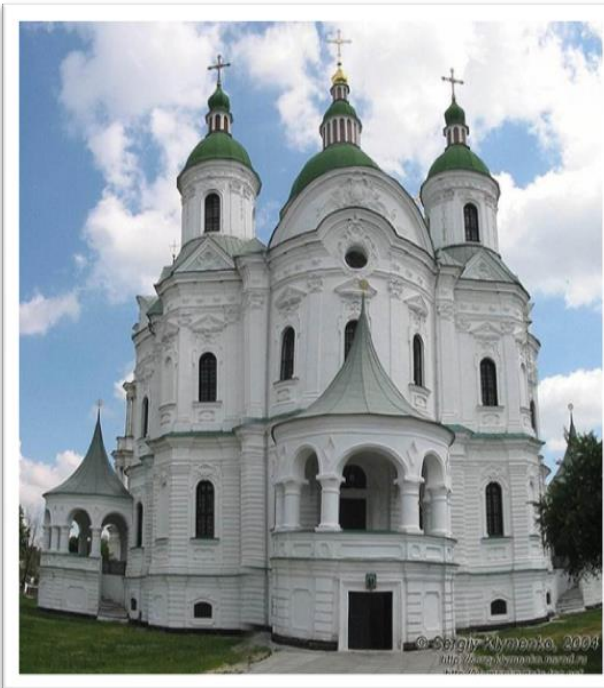
Зупинка 3. (Музей однієї вулиці)

Після огляду пам'ятнику П. Сагайдачному групі дається конверт, у якому зашифрована назва наступної зупинки хаотичним набором слів та додається вигляд фасаду музею, але без назви. Відповідь – Музей однієї вулиці.

**МУЗЕЙ
ОДНА
ВУЛИЦЯ
СКАРБНИЦЯ
ЕКСПОНАТИ
ВИСТАВКА**

Зупинка 4. (Храм Успіння Борогодиці Пирогощі)

Групі надаються ілюстрації будівель, серед яких є роботи архітектора Іван Григорович Барського і пропонується обрати ті споруди, які на думку групи можна зустріти на даній місцевості.



Відповідь - Храм Успіння Борогодиці Пирогощі

Зупинка 5. (Аптека-музей на вул. Притиско-Нікольській, 7)

Дати відповідь на запитання: в цьому місці ти завжди відчуваєш спокій та надію, а в поєднанні з виконанням свого бажання – можеш знову відчутися сенс життя. Що це за заклад? Вірна відповідь – аптека.

Зупинка 6. (Будинок київського вйта)

Групі дається наступне завдання – за картинкою, а саме виглядом на ній чоловіка вказати, чим він міг займався (хто він за професією XIV-XVIII)? (правильна відповідь - вйт).



Зупинка 7. (Метро)

Групі пропонується відгадати декілька загадок, щоб вирушити далі:

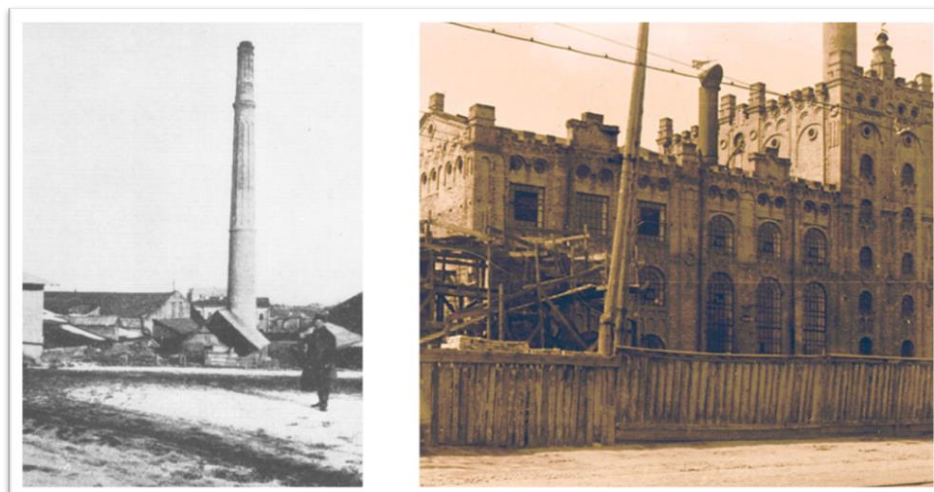
*Я в любое время года
И в любую непогоду
Очень быстро в час любой
Провезу вас под землей*

*Многолюден, шумен, молод.
Под землей грохочет город.
А дома с народом тут
Вдоль по улице бегут.*

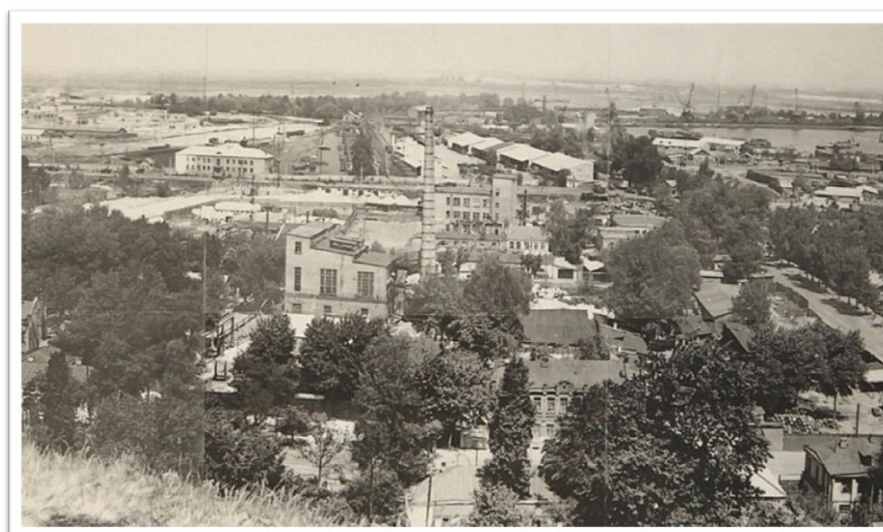
Зупинка 8. (Музей «Експериментаніум»)



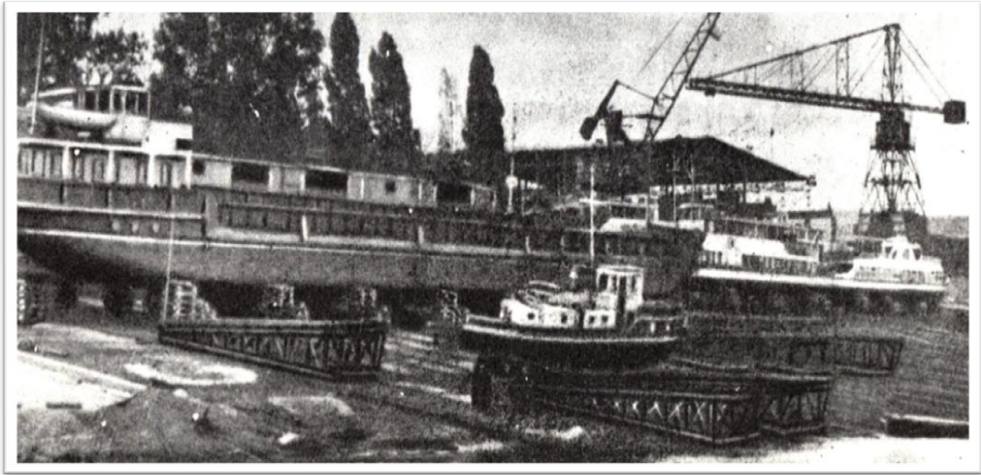
Вид на Поділ. Початок ХХ століття



Півний завод ім. М. В. Ріхерта на Подолі



Фармацевтичний завод на Подолі



Київський судноремонтний завод



Ярмарок на Контрактовій площі Києва. Початок ХХ століття



Найстаріший будинок, що розташований на Контрактовій площі, 7



Галшка (Єлизавета) Гулевичівна (1575-1642 рр.)



Митрополит Петро Могила (1596-1647 р



Колесо огляду в Чикаго, побудовано для Всесвітньої колумбійської експозиції 1893 року



Перше колесо огляду, споруджене у Франції



Колесо огляду на Контрактній площі



Пам'ятник гетьману Петру Конашевичу-Сагайдачному



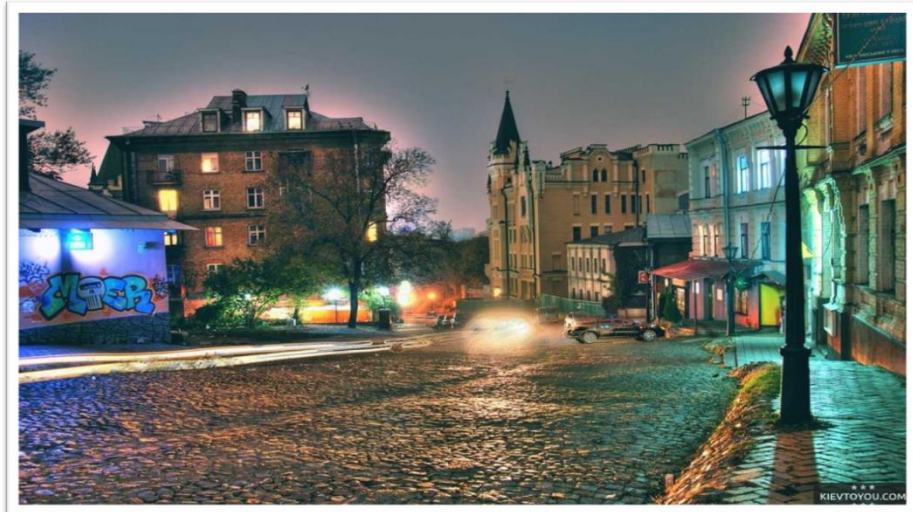
Отаман Петро Конашевич-Сагайдачний



Музей однієї вулиці



Андріївський узвіз 1904 рік



Андріївський узвіз – сучасність





Іван Григорович-Барський (1713)



Протоієрей Олег Маланяк

АНКЕТА
для визначення вражень туристів від квест-екскурсії
«Мандри Подолом: портал у майбутнє» (з відвідуванням
Експериментаніуму)

Анкетування проводиться з метою отримання відгуків та пропозицій туристів для вдосконалення організації екскурсії з елементами квесту, визначення та усунення недоліків.

Дякуємо за відверті відповіді.

1. Оцініть за п'ятибальною шкалою (де 5 балів – найвища, а 1 бал – найнижча оцінка) інформаційну насиченість квест-екскурсії:

Інформаційна насиченість	1	2	3	4	5
--------------------------	---	---	---	---	---

2. Чи було, на Ваш погляд, подання матеріалу послідовним і логічним?

Так Ні

3. Чи відповідає, на Ваш погляд, ця квест-екскурсія тематиці?

Так Ні

4. Оцініть за п'ятибальною шкалою (де 5 балів – найвища, а 1 бал – найнижча оцінка) організацію екскурсії:

Повністю сподобалась	Скоріше сподобалась, ніж не сподобалась	Складно відповісти	Скоріше не сподобалась, ніж сподобалась	Не сподобалась
5	4	3	2	1
[]	[]	[]	[]	[]

5. Оцініть за п'ятибальною шкалою (де 5 балів – найвища, а 1 бал – найнижча оцінка) параметри окремих підтем екскурсії.

	Підтема/параметр	Інформаційна насиченість	Актуальність інформації	Видовищність
1.	Контрактова площа			
2.	Колесо огляду			
3.	Пам'ятник Петру			

ПРОДОВЖЕННЯ ДОД. Ж

	Сагайдачному			
4.	Музей однієї вулиці			
5.	Храм Успіння Борогодиці Пирогощі			
6.	Аптека-музей - вул. Притиско-Нікольська, 7			
7.	Церква Михайла Притиска ПЦК			
8.	Будинок Київського Війта			
9.	Метро на проспекті Перемоги, 35			
10.	Експериментаніум			

6. Як Ви оцінюєте співвідношення «ціна-якість» екскурсії?

Повна відповідність	Скоріше відповідає, ніж не відповідає	Складно відповісти	Скоріше не відповідає, ніж відповідає	Не відповідає
5	4	3	2	1
[]	[]	[]	[]	[]

7. Чи сподобалась Вам запропонована екскурсія?

Повністю сподобалась	Скоріше сподобалась, ніж не сподобалась	Складно відповісти	Скоріше не сподобалась, ніж сподобалась	Не сподобалась
5	4	3	2	1
[]	[]	[]	[]	[]

8. Ваш вік ____.

