

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

(інститут)

Фінансово-економічний факультет

(факультет)

Кафедра туризму та економіки підприємства

(повна назва)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

(бакалавра, магістра)

здобувача вищої освіти **Лазарєвої Дарини Ігорівни**

(П І Б)

академічної групи **242-21-1**

(шифр)

спеціальності **242 Туризм**

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою **«Туризм»**

(офіційна назва)

на тему: **«Технологія організації проведення екскурсій»**

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Захарова С.Г.			
розділів:				
1. Аналітичний	Захарова С.Г.			
2. Проєктний	Захарова С.Г.			
Рецензент	Юхновська Ю.О.			
Нормоконтролер	Безугла Л.С.			

Дніпро
2025

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри туризму та
економіки підприємства
(повна назва)

Л.С. БЕЗУГЛА

(підпис) ініціали та прізвище

«_____» _____ 2025 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра
(бакалавра, магістра)

здобувача вищої освіти Лазарєвої Д. І. академічної групи 242-21-1

(прізвище та ініціали)

(шифр)

спеціальності 242 Туризм

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»

(офіційна назва)

на тему: «Технологія організації проведення екскурсій»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 01.05.2025 р. № 330-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Аналітичний	Стан та організація діяльності ТОВ «Мама де море»	12.05.2025 р.
Проектний	Перспективи розвитку екскурсійних турів в ТОВ «Мама де море»	10.06.2025 р.
Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра		13.06.2025 р.

Завдання видано _____

(підпис керівника)

С.Г. Захарова

(ініціали та прізвище)

Дата видачі 28.04.2025 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 16.06.2025 р.

Прийнято до виконання _____

(підпис здобувача вищої освіти)

Д. І. Лазарєва

(ініціали та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 СТАН ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МАМА ДЕ МОРЕ»	6
1.1. Аналіз діяльності ТОВ «Мама де море» та ефективності надання послуг	6
1.2. Аналіз туристичних послуг ТОВ «Мама де море»	18
1.3. Технології екскурсійної діяльності та їх значення для ТОВ «Мама де море»	22
РОЗДІЛ 2 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ В ТОВ «МАМА ДЕ МОРЕ»	25
2.1. Оцінка перспектив розширення туристичних послуг ТОВ «Мама де море» через екскурсійну діяльність	25
2.2. Розробка, просування та проведення авторської екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»	30
2.3. Економічне обґрунтування створення нового екскурсійного туру в ТОВ «Мама де море»	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи бакалавра зумовлена потребою адаптації туристичних послуг до мінливих потреб споживачів і зростаючої конкуренції на ринку. В умовах активного розвитку туризму, зокрема в Запоріжжі, актуальним є створення нових екскурсійних послуг, що відповідають сучасним запитам. Зважаючи на глобальні тренди – інтерес до локальних маршрутів, культурного туризму, гейміфікації та квестів – туристичним агентствам необхідно впроваджувати інтерактивні формати. Для ТОВ «Мама де море» це важливий крок до підвищення конкурентоспроможності. У регіоні, багатому на історичну спадщину, подібні тури сприяють привабливості дестинації та розвитку економіки.

Метою дослідження є розробка та обґрунтування технології організації та проведення екскурсій на прикладі ТОВ «Мама де море», а також оцінити перспективи розширення асортименту екскурсійних послуг.

Досягнення мети обумовило необхідність вирішення таких завдань: провести аналіз діяльності ТОВ «Мама де море» та ефективність надання послуг; оцінити клієнтську базу та асортимент туристичних послуг; вивчити перспективи розширення екскурсійної діяльності та можливості для впровадження нових туристичних послуг; розробити авторську екскурсію «Запоріжжя – місто контрастів» з елементами квесту та гейміфікації; визначити технологію проведення екскурсії та розробити механізм її просування; провести економічне обґрунтування нової екскурсії та оцінити її ефективність для туристичної агенції.

Об'єкт дослідження – процес організації та проведення екскурсій. Зокрема, йдеться про технологічні аспекти цього процесу в контексті впровадження нових екскурсійних продуктів.

Предмет дослідження – технологія організації та проведення екскурсій в ТОВ «Мама де море», зокрема авторська екскурсія «Запоріжжя – місто контрастів».

У процесі роботи використано такі **методи дослідження**: аналіз та узагальнення застосовано для оцінки діяльності ТОВ «Мама де море», ефективності послуг, клієнтської бази й асортименту, що дозволило виявити сильні сторони та перспективи розвитку. При розробці нових екскурсій узгоджено поєднано освітні, культурні й розважальні елементи з інноваційними підходами – гейміфікацією та квестами. Економічний аналіз проведено для оцінки доцільності туру, а моделювання попиту використано для прогнозування інтересу до туристичного продукту.

Інформаційна база. Використано звіти, фінансові та статистичні документи ТОВ «Мама де море» для оцінки ефективності й прогнозування результатів діяльності; наукові праці з туризму – для обґрунтування напрямів розвитку підприємства; статті, блоги, відгуки й дослідження – для аналізу конкурентного середовища та пошуку ідей розвитку.

Апробація результатів. Результати дослідження опубліковані у матеріалах II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тренди розвитку менеджменту, підприємництва та сфери послуг в умовах новітніх глобальних викликів» 17 квітня 2025 р. (м. Дніпро) за темою: «Перспективи розширення туристичних продуктів ТОВ «Мама де море» через екскурсійну діяльність» [13].

Практична цінність роботи полягає в розробці та впровадженні інноваційного туристичного продукту для ТОВ «Мама де море», зокрема нової екскурсії з елементами квесту та гейміфікації. Розрахунки економічної ефективності, моделювання попиту та аналіз перспектив розширення екскурсійної діяльності допоможуть агенції оптимізувати свою діяльність, збільшити доходи та розширити клієнтську базу.

Структура роботи. Згідно з поставленою метою, завданнями та загальною структурою, робота побудована з вступної частини, двох розділів, висновків і переліку використаної літератури. Загальний обсяг дослідження становить 55 сторінок, включає 14 рисунків, 19 таблиць та містить 34 літературних джерела.

РОЗДІЛ 1

СТАН ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МАМА ДЕ МОРЕ»

1.1. Аналіз діяльності ТОВ «Мама де море» та ефективності надання послуг

Товариство з обмеженою відповідальністю «Мама де море» (код ЄДРПОУ 45594040), що здійснює діяльність під комерційною назвою туристична агенція «Мама де море» (ТОВ «Мама де море»), є однією з провідних туристичних компаній м. Запоріжжя, яка успішно працює на ринку туристичних послуг понад вісім років. Основною метою діяльності агенції є забезпечення якісного, комфортного та безпечного відпочинку для клієнтів як в Україні, так і за її межами. Підприємство зареєстроване за адресою: Запорізька обл., м. Запоріжжя, вул. Сергієнка Василя, буд. 40, кв. 27.

Єдиним засновником, керівником та кінцевим бенефіціарним власником компанії є Савкіна Анастасія Сергіївна. Розмір статутного капіталу становить 5000,00 грн.

Основними видами діяльності підприємства є:

- діяльність туристичних агентств (КВЕД 79.11);
- інжинірингова, геологічна та геодезична діяльність (КВЕД 71.12);
- організація відпочинку та розваг (КВЕД 93.29);
- надання комерційних допоміжних послуг (КВЕД 82.99);
- офісна діяльність (КВЕД 82.19);
- послуги бронювання (КВЕД 79.90), тощо.

Компанія спеціалізується на реалізації широкого спектра туристичних продуктів, зокрема автобусних турів до країн Європи, авіаційних подорожей до Туреччини, Єгипту, Мальдівів, Сейшелів, гірськолижних турів до Андорри та Грузії, а також пляжного та екзотичного відпочинку на популярних курортах Африки, Європи та Америки. Пропозиції туристичної агенції вирізняються конкурентоспроможними цінами, що досягається завдяки

співпраці з провідними туроператорами та перевіреними готельними мережами. Компанія також пропонує індивідуальні тури з урахуванням побажань клієнтів, що дозволяє задовольнити навіть найвибагливіші запити.

Окрім туристичних послуг, агенція надає супутні сервіси: оформлення закордонних паспортів, бронювання авіаквитків і готелів, туристичне страхування, а також організацію авторських турів індивідуального формату. Компанія має фізичне представництво в м. Запоріжжя (пр-т Металургів, 2, офіс 212, Бізнес-центр «Престиж») та водночас активно обслуговує клієнтів в онлайн-режимі з використанням офіційного розрахункового рахунку, що гарантує прозорість фінансових операцій та довіру з боку споживачів по всій території України.

Особливу увагу туристична агенція приділяє професійному розвитку своїх працівників, зокрема через участь у рекламних турах, вивчення специфіки готельної інфраструктури та об'єктів туристичного показу, що дає змогу надавати клієнтам експертні поради та підбирати оптимальні варіанти подорожей. Крім того, менеджери регулярно беруть участь у семінарах, тренінгах та стажуваннях, що сприяє підвищенню їхньої кваліфікації та обізнаності щодо актуальних тенденцій туристичного ринку.

Варто також зазначити, що туристична агенція активно використовує цифрові канали комунікації, зокрема соціальні мережі, месенджери та онлайн-платформи. Компанія володіє однією з найбільших в Україні спільнот у Viber для поширення інформації про гарячі тури, а також активно розвиває власну Instagram-сторінку, що є важливою складовою сучасного маркетингу в туристичній сфері. Особливої актуальності цифрові канали набули в умовах повномасштабної військової агресії, оскільки саме вони стали основним і найбезпечнішим інструментом комунікації з клієнтами, оперативного реагування на запити та просування туристичних послуг. Крім того, цифрові комунікації дозволяють агенції обслуговувати не лише внутрішніх клієнтів, а й надавати туристичні послуги українцям, які тимчасово перебувають за

межами країни, що значно розширює клієнтську базу та ринки реалізації туристичної продукції [22].

У ТОВ «Мама де море» працює компактна, але ефективна команда з семи фахівців, діяльність яких поділена на ключові функціональні напрями:

- адміністративно-управлінський персонал (2 особи) – керівник здійснює стратегічне управління, встановлює партнерства, контролює фінанси та координує команду. Адміністратор організовує внутрішні процеси, веде документацію, займається фінансовим плануванням і роботою з контрагентами.

- туристичні агенти (5 осіб) – консультують клієнтів, підбирають тури, бронюють авіаквитки, готелі, трансфери, оформлюють страховки та візову підтримку. Супроводжують клієнта на всіх етапах подорожі, забезпечуючи індивідуальний підхід.

- обслуговуючий персонал – функції виконуються туристичними агентами за сумісництвом і включають адміністративну підтримку.

- SMM-фахівець – один із туристичних агентів додатково веде соцмережі, реалізує цифрове просування та працює над розвитком бренду агенції.

З огляду на зростаючу роль цифрових комунікацій у туристичній галузі, ефективна онлайн-присутність є одним із ключових факторів конкурентоспроможності туристичного підприємства. У цьому контексті важливо проаналізувати, яким чином ТОВ «Мама де море» реалізує цифрові інструменти для просування своїх послуг, формування лояльності клієнтів та залучення нових споживачів. Доцільно розглянути ефективність побудови офіційного вебсайту компанії, а також активність у соціальних мережах.

Ефективність онлайн-активності ТОВ «Мама де море» оцінюється за кількома аспектами:

1. Сайт компанії <https://mamademore.com> (рис. 1.1) – зручний, сучасний, із простим інтерфейсом, що дозволяє швидко знайти потрібну інформацію. Має мобільну адаптацію, швидко завантажується, містить якісний,

інформативний контент про послуги та актуальні пропозиції, що сприяє залученню клієнтів і підвищенню довіри до бренду.

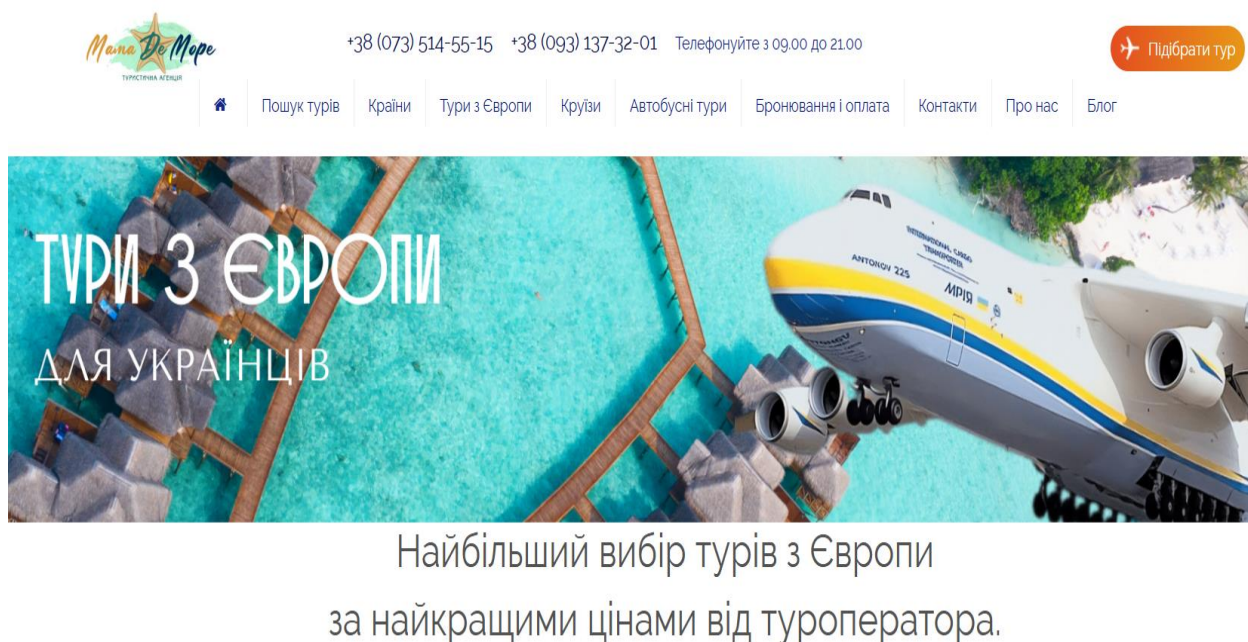


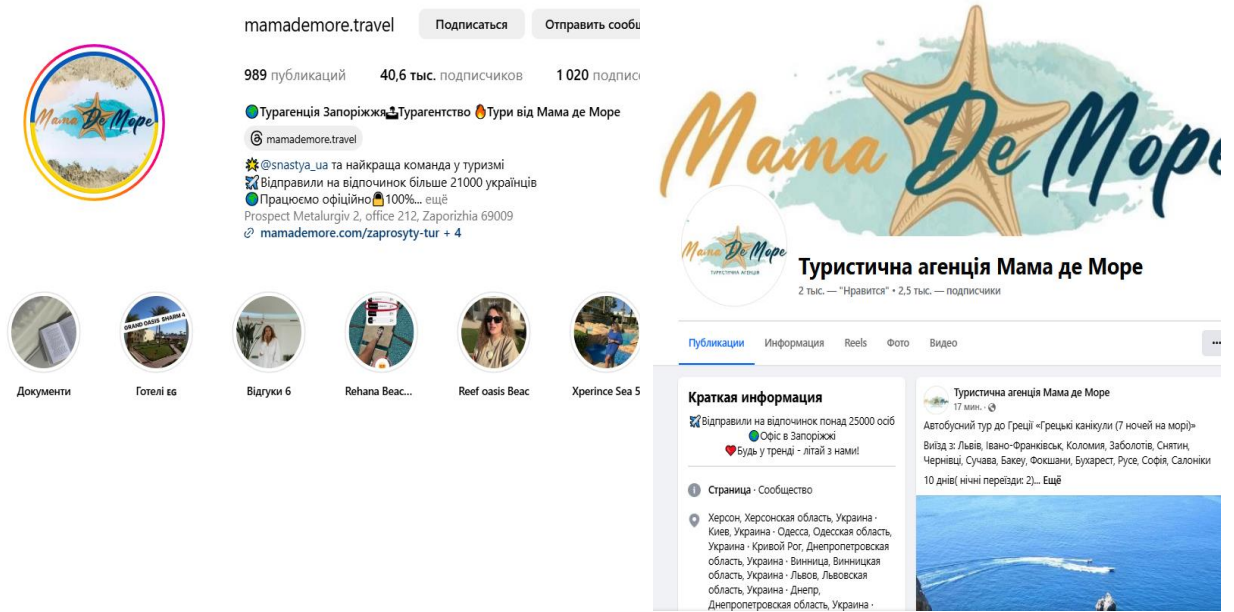
Рисунок 1.1 – Скрін офіційного сайту ТА «Мама де море»

Джерело: [22]

2. Компанія активно присутня у соціальних мережах: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, публікує тури, фото клієнтів, поради й рекомендації, що підвищує впізнаваність і залучення аудиторії. SMM-стратегія передбачає використання яскравих візуальних матеріалів, які формують емоційний зв'язок з брендом. Активна взаємодія з підписниками сприяє зростанню довіри та лояльності. Блог на сайті містить практичні поради щодо вибору курортів і готелів, безпеки, а також порівняння популярних напрямків, зокрема в Єгипті.

Комунікація з клієнтами ТА «Мама де море» відбувається через цифрові канали, зокрема Viber і Telegram. Для швидкого інформування про гарячі тури та акції створено найбільшу в Україні Viber-групу, де користувачі першими дізнаються про вигідні пропозиції. Інтерактивний формат і регулярне оновлення контенту підтримують залучення аудиторії, формують лояльність і

допомагають оперативно реагувати на зміни попиту, підвищуючи конкурентоспроможність агенції.



Instagram

Facebook

Рисунок 1.2 – Скрін сторінок у соціальних мережах ТА «Мама де море»

Джерело: [22]

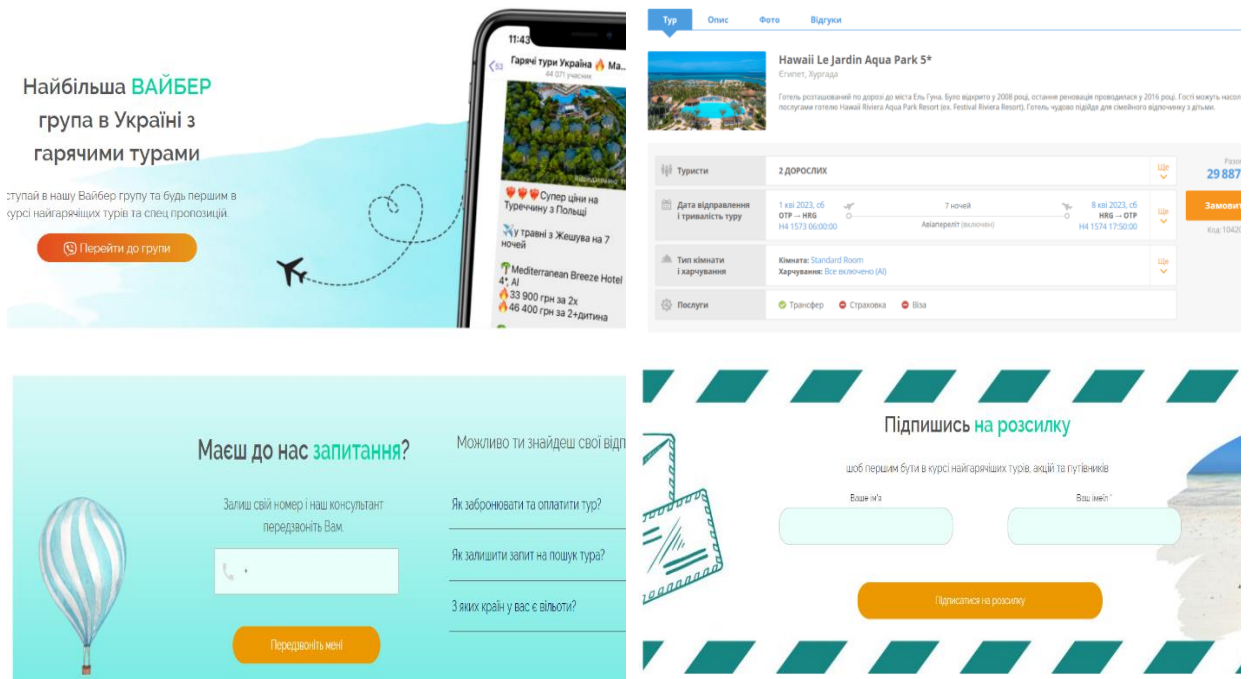


Рисунок 1.3 – Канали комунікації ТА «Мама де море» з клієнтами

Джерело: [22]

Загалом, сайт і соціальні мережі ТА «Мама де море» ефективно виконують свої функції як маркетингові так і комунікаційні інструменти, що сприяє залученню клієнтів та підтримці високого рівня обслуговування.

За понад 10 років роботи ТА «Мама де море» здобула стабільність, професіоналізм і довіру клієнтів. Заснована у 2015 р., агенція організувала відпочинок для понад 20000 туристів, бронюючи тури у різні країни. Команда менеджерів має понад 55 років сумарного досвіду, відвідала 56 країн і перевірила понад 1200 готелів, що забезпечує якісні консультації. Компанія співпрацює з 76 надійними партнерами – туроператорами, авіакомпаніями, страховиками та готельними мережами.

Наведені результати підтверджують високу конкурентоспроможність ТА «Мама де море» та її здатність забезпечувати стабільну якість послуг і задоволення потреб клієнтів у динамічному середовищі туристичного ринку, фінансово-господарська діяльність ТОВ «Мама де море» характеризується наступними даними (табл. 1.1).

Оборот ТОВ «Мама де море» за три роки стабільно зростає: у 2023 р. він виріс на 3192,5 тис. грн (176%) порівняно з 2022-м, а у 2024 р. – ще на 1848,9 тис. грн (125%). Виручка від основних послуг збільшилася на 2925,4 тис. грн (180%) у 2023-му та на 2015,3 тис. грн (130,6%) у 2024-му, що підтверджує високий попит.

Прибуток від діяльності зріс на 161,2 тис. грн (132%) у 2023 р. і на 231,1 тис. грн (134,7%) у 2024-му, а чистий прибуток – відповідно на 132,2 тис. грн (132%) і 189,5 тис. грн (134,7%), що свідчить про ефективне управління та фінансову стабільність.

Витрати на закупівлю туристичних продуктів зросли на 2764,2 тис. грн (187,7%) у 2023 р. та на 1784,2 тис. грн (130,1%) у 2024-му через розширення діяльності. Основні фонди зросли незначно у 2023 р. (+24,1 тис. грн, 100,6%) і суттєво у 2024-му (+429,7 тис. грн, 111,1%), що свідчить про активні інвестиції.

Таблиця 1.1 – Основні показники діяльності ТОВ «Мама де море»

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Відхилення абсолютне 2023 р. до 2022 р.	Відхилення відносно 2023 р. до 2022 р.	Відхилення абсолютне 2024 р. до 2023 р.	Відхилення відносно 2024 р. до 2023 р.
Оборот (турфірми), тис. грн.	4202,9	7395,5	9244,3	3192,5	176,0	1848,9	125,0
Виручка від основних послуг, тис. грн.	3656,5	6582,0	8597,2	2925,4	180,0	2015,3	130,6
Витрати на надання послуг з основної діяльності, тис. грн.	3152,2	5916,4	7700,5	2764,2	187,7	1784,2	130,1
Валовий прибуток, тис. грн.	504,3	665,6	896,7	161,2	132,0	231,1	134,7
Чистий прибуток, тис. грн.	413,6	545,8	735,3	132,2	132,0	189,5	134,7
Вартість основних фондів, тис. грн.	3855,5	3879,6	4309,3	24,1	100,6	429,7	111,1
Фондовіддача							
- капіталу, грн./грн.	0,9	1,6	1,9	0,7	179,1	0,2	115,2
- основних фондів, грн./грн.	1,1	1,9	2,1	0,8	174,9	0,2	112,5
Обігові кошти, тис. грн.	789,7	684,6	643,9	-105,1	86,7	-40,7	94,1
Чисельність, осіб	5	6	7	1,0	120,0	1,0	116,7
Продуктивність праці, тис.грн./особу	840,6	1232,6	1320,6	392,0	146,6	88,0	107,1
Рентабельність послуг, %	13,1	9,2	9,5	-3,9	70,3	0,3	103,5

Джерело: розраховано автором за [34]

Фондовіддача капіталу і основних фондів у 2023 р. підвищилася, у 2024-му трохи знизилася, але залишилась на високому рівні, підтверджуючи загальну ефективність. Обігові кошти знизилися у 2023 р. на 105,1 тис. грн (86,7%) і продовжили зниження у 2024-му на 40,7 тис. грн (94,1%), вказуючи на потребу кращого управління ліквідністю. Рентабельність послуг впала на

3,9 п.п. у 2023 р. до 9,2%, але у 2024-му піднялася до 9,5%, що свідчить про стабільність показника. Чисельність персоналу зростає з 5 до 7 осіб, а продуктивність праці збільшилася на 392 тис. грн (146,6%) у 2023 році та на 88 тис. грн (107,1%) у 2024-му, демонструючи підвищення ефективності.

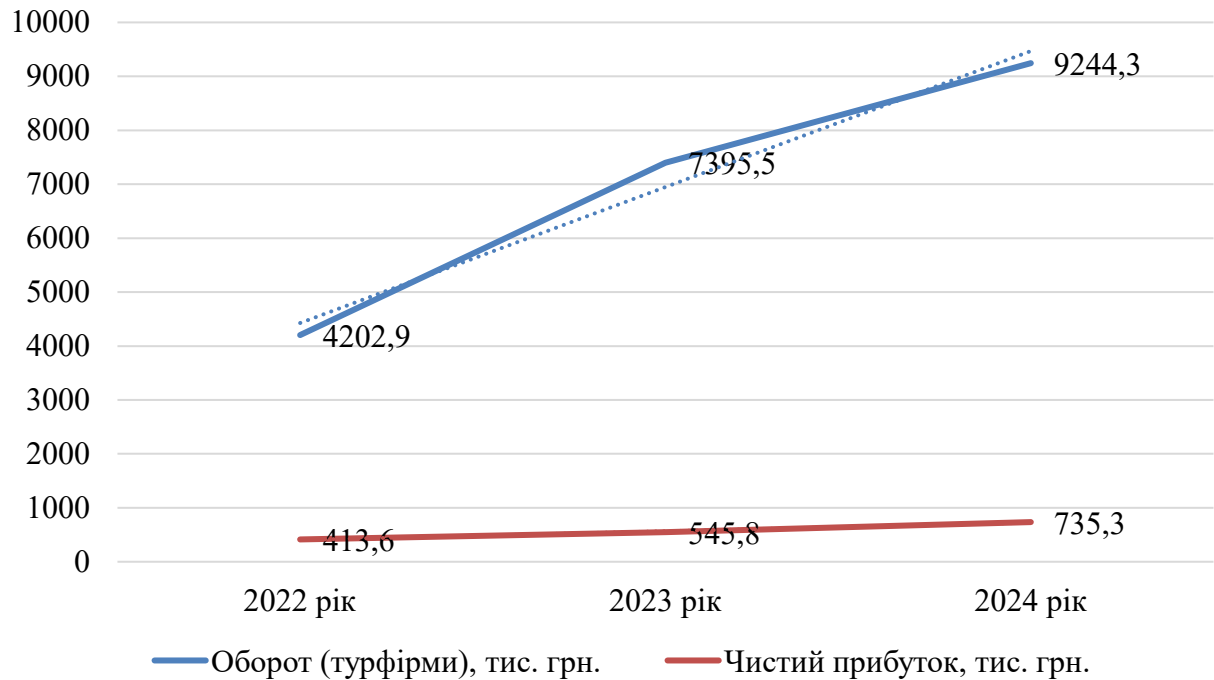


Рисунок 1.4 – Динаміка доходу та чистого прибутку ТОВ «Мама де море» за 2022-2024 рр.

Джерело: побудовано автором

Загалом, ТОВ «Мама де море» показує стабільне зростання доходів, ефективне управління витратами та позитивні фінансові результати у 2022-2024 рр., що дозволяє компанії впевнено дивитися в майбутнє та продовжувати розширення своїх туристичних послуг.

Основними стейкхолдерами ТОВ «Мама де море» є туристичні оператори та клієнти. Туристичні оператори забезпечують агентство різноманітними туристичними продуктами, а клієнти є кінцевими споживачами послуг і визначають попит на пропозиції компанії. Їх взаємодія впливає на розвиток і успішність туристичного бізнесу.

Завдяки багатoproфiльному пiдходу до формування турпродукту, високому рiвню сервісу та iндивiдуальному пiдходу до кожного замовника, ТОВ «Мама де море» зарекомендувала себе як надійний партнер у сфері туристичних послуг не лише в межах Запорiзької області, а й на всеукраїнському рiвнi. ТОВ «Мама де море» працює з найкращими i перевiреними туроператорами, що дозволяє гарантувати своїм клiєнтам високий рiвень обслуговування та якiсні туристичнi послуги. За результатами аналізу продажiв, найбільшу частку вiд загального обсягу продажiв займає туроператор Join UP!, що вiдповiдає за 25% реалiзацiї путiвок. На другому мiсцi знаходиться TUI, який займає 20% вiд загального обсягу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Спiвпраця з туристичними операторами ТА «Мама де море»

Туроператор	Описова характеристика	Питома вага продажiв, %
Join UP!	Один з найбільших туроператорiв в Україні, що пропонує широкий вибiр турiв до Європи, Азiї, Африки та iнших напрямкiв, з вiдмiнною репутацiєю.	25%
Komras	Туроператор, що спеціалізується на автобусних турах по Європі та екзотичних курортах, вiдомий своєю стабiльнiстю та багаторiчним досвiдом.	15%
TUI	Мiжнародний туроператор, лiдер на ринку туризму, пропонує туристичнi послуги для вiдпочинку на пляжах, гiрськолижних курортах, а також унікальнi екскурсії.	20%
Accord Tour	Оператор, що орієнтується на організацію турiв для сiмейного вiдпочинку та корпоративних груп, спеціалізується на вiдпочинку в Єгипті та Туреччині.	10%
ALF	Український туроператор, вiдомий своєю мережею готелiв i курортiв, пропонує доступнi цiни на популярнi туристичнi напрямки, такі як Туреччина i Єгипет.	15%
TPG Україна	Туроператор з великим досвiдом роботи на ринку України, пропонує рiзноманiтнi тури в Європу, а також пляжний вiдпочинок в Африці та Азiї.	10%
Anex Tour	Туроператор, що спеціалізується на організації турiв до Туреччини, Єгипту та iнших курортних країн, надає рiзноманiтнi варіанти для кожного бюджету.	5%

Джерело: сформовано автором

Інші партнери, такі як Kompas, Accord Tour та TPG Україна, також мають значний внесок у загальний обсяг продажів, при цьому їх частка становить 15%, 10% та 10% відповідно. Туроператори ALF, Teztour та Anex Tour займають меншу частку на ринку, зокрема 5% кожен.

Співпраця свідчить про стратегічну орієнтацію агентства на роботу з різноманітними туроператорами, що дозволяє клієнтам обирати з широкого спектру турів в різні куточки світу, зберігаючи високу якість і конкурентоспроможні ціни.

Для проведення аналізу даних статистичної звітності ТОВ «Мама де море» використаємо спеціальну форму №1-Туризм «Звіт про туристичну діяльність». Почнемо з вивчення динаміки основних показників обсягу наданих послуг, зазначених у табл. 1.3. Динаміка цих показників за 2022-2024 рр. буде графічно представлена на рис. 1.5, де зобразимо зміну загальної кількості обслуговуваних туристів. Такий аналіз дозволяє оцінити ефективність роботи та виявити тенденції розвитку екскурсійних послуг.

Таблиця 1.3 – Динаміка кількості туристів ТОВ «Мама де море»

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Абсолютний приріст 2024 р. до 2022 р.	Темп зростання, % 2024 р. до 2022 р.
Кількість обслугованих туристів у тому числі за видами:	213	534	603	390	283,1
- туристи, які виїжджали за кордон	143	347	390	247	272,7
- туристи, охоплені внутрішнім туризмом	70	187	213	143	304,3
Кількість туро-днів, наданих туристам	1278	3204	3618	2340	283,1
Обсяг наданих туристських послуг, путівок, в тому числі:	78	213	224	146	287,2
- туристам, які подорожують в межах України	54	87	93	39	172,2
- туристам, які виїжджали за кордон України	135	331	378	243	280,0

Джерело: сформовано автором за внутрішньою документацією ТОВ «Мама де море»

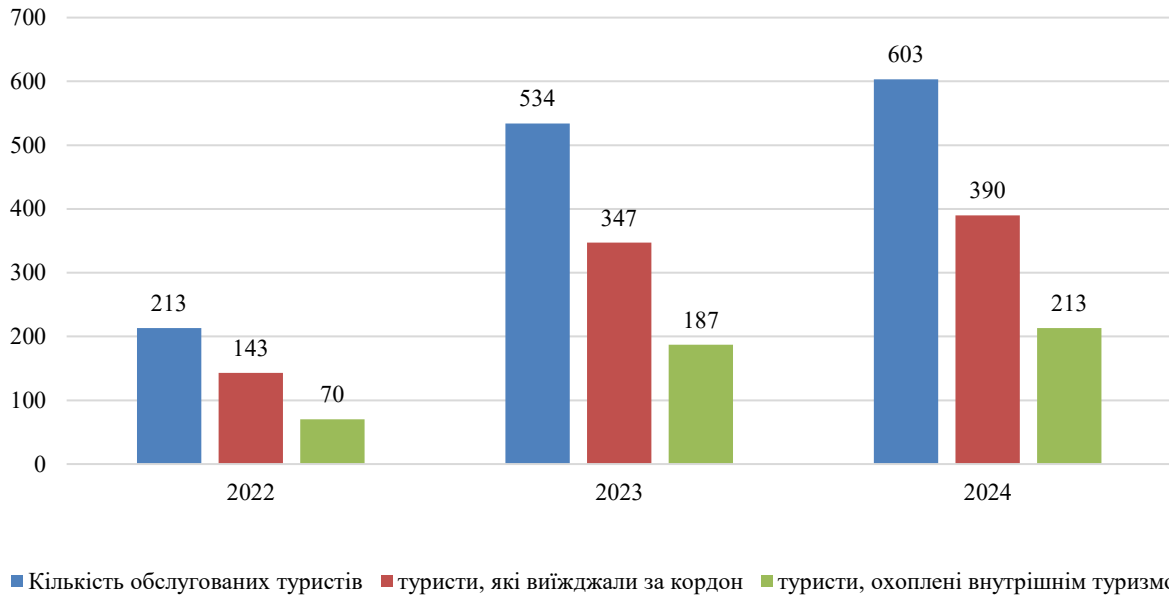


Рисунок 1.5 – Кількість обслугованих туристів ТОВ «Мама де море»

Джерело: побудовано автором

Для більш детального аналізу діяльності ТА «Мама де море» в контексті розподілу туристів за цілями подорожей, варто дослідити кількість осіб, які подорожують з діловою, службовою метою, а також для навчання, що дозволить оцінити поточний розподіл туристичних потоків та визначити потенціал для введення додаткових туристичних продуктів, зокрема екскурсій по Україні та Запорізькій області.

Таблиця 1.4 – Розподіл туристів за метою подорожі в ТА «Мама де море»

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Абсолютний приріст 2024 р. до 2022 р.	Темп зростання, % 2024 р. до 2022 р.
Кількість обслугованих туристів, усього	213	534	603	390	283,1
- туристи, які виїжджали за кордон	143	347	390	247	272,7
- туристи, охоплені внутрішнім туризмом	70	187	213	143	304,3
Службова, ділова, бізнес, навчання	11	27	30	20	283,1
Дозвілля, відпочинок	130	326	338	208	259,9
Лікування	49	128	157	108	320,0
Навчання	23	53	78	55	334,6

Джерело: сформовано автором за внутрішньою документацією ТОВ «Мама де море»

За аналізом туристів ТА «Мама де море» можна виділити ключові тенденції для розширення послуг:

1. Загальна кількість туристів зросла на 283,1% у 2024 р. порівняно з 2022 р., що відкриває можливості для нових туристичних продуктів.
2. Внутрішні подорожі збільшилися на 304,3%, особливо популярні екскурсії в Запорізькій області, що стимулює розвиток історичних і культурних турів.
3. Туристи з діловою, навчальною метою зросли на 283,1%, що свідчить про попит на поєднання бізнес-заходів з культурними програмами.
4. Лікувальний туризм виріс на 320%, відкриваючи перспективи для спа-і оздоровчих турів.
5. Відпочинок і дозвілля збільшилися на 259,9%, підкреслюючи важливість активних екскурсій для сімей, молоді та шукачів нових вражень.

Таблиця 1.5 – Цільова аудиторія ТА «Мама де море»

Цільова аудиторія	Характеристика	Основні потреби та інтереси
Сімейні туристи	Родини з дітьми різного віку	Комфортний відпочинок, безпека, розважальні програми
Молодь та студенти	Активні мандрівники, студенти, молоді люди	Економні тури, молодіжні програми, квести, табори
Любителі природи і гірського відпочинку	Туристи, що полюбляють активний відпочинок	Гірськолижні тури, піші походи, оздоровлення
Культурно-пізнавальні туристи	Особи, що цікавляться історією та культурою	Екскурсійні тури, культурні події, авторські маршрути
VIP та індивідуальні клієнти	Люди з високими вимогами до сервісу	Персоналізовані програми, розкішний сервіс, приватність
Шкільні групи та дитячі колективи	Діти, підлітки, організовані групи	Освітні тури, творчі табори, безпека, супровід

Джерело: сформовано автором

З огляду на тенденції зростання попиту на внутрішній туризм, лікувальні та бізнес-тури, а також збільшення кількості туристів, що подорожують з метою дозвілля та навчання, можна зробити висновок, що є велика перспектива для розширення екскурсійних послуг в ТА «Мама де море».

Пропозиція нових екскурсійних програм по Україні, зокрема по Запорізькій області, може включати різноманітні маршрути, такі як історичні, культурні, еко-тури та спеціалізовані програми для груп з діловою метою або лікувальними запитами, що дозволить агентству залучити нові сегменти туристів і зміцнити свою позицію на ринку внутрішнього туризму [23].

ТА «Мама де море» орієнтується на різні сегменти туристів, що відрізняються за віком, інтересами, фінансовими можливостями та мотивацією до подорожей. Завдяки широкому спектру туристичних продуктів та індивідуальному підходу, агенція здатна задовольнити потреби як сімейних відпочивальників, так і активних мандрівників, школярів, студентів або клієнтів із високими вимогами до комфорту.

ТА «Мама де море» ефективно задовольняє потреби різноманітних сегментів цільової аудиторії завдяки широкому спектру турпродуктів та індивідуальному підходу. Це дозволяє агентству підтримувати стабільний попит у різні сезони та посилює його конкурентні переваги на ринку туристичних послуг як у Запорізькій області, так і на всеукраїнському рівні.

1.2. Аналіз туристичних послуг ТОВ «Мама де море»

У спектрі туристичних продуктів, які пропонує туристична агенція «Мама де море», представлено різноманітні напрями подорожей, що орієнтовані як на внутрішнього, так і на зовнішнього туриста. Компанія надає повний комплекс туристичних послуг – від консультацій і підбору туру до супроводу під час подорожі, серед основних продуктів агенції наступні туристичні продукти (табл. 1.6), популярні тури останніх сезонів (табл. 1.7).

Основними напрямками туристичної діяльності, які користуються найбільшим попитом серед клієнтів туристичних агентств, є такі:

По-перше, значним попитом користується літній пляжний відпочинок у країнах із теплим кліматом та розвиненою туристичною інфраструктурою. Найбільш популярними серед українських туристів залишаються Болгарія,

Туреччина, Єгипет і Хорватія, що обумовлено поєднанням доступних цін, високої якості сервісу та сприятливих природно-кліматичних умов.

Таблиця 1.6 – Туристичні послуги ТОВ «Мама де море»

Категорія туру	Опис
Екскурсійні тури Україною	Київ, Львів, Чернівці, Вінниця, Кам'янець-Подільський, Умань, Острог, Хотин, Меджибіж, Галицьке Поділля, Волинь, Почаїв, Зарваниця тощо
Гірський відпочинок	Карпати та Закарпаття (Буковель, Яремче, Славське); піші маршрути, чани, лижі, дегустаційні тури
Міжнародні тури	Хорватія, Чорногорія, Болгарія, Румунія, Польща, Угорщина, Франція, Італія, Австрія, Чехія, Туреччина, Єгипет, Іспанія
Авторські тури за кордон	Оригінальні маршрути, малі групи, винні, гастрономічні, історичні тури
Відпочинок біля водойм України	Шацькі озера, Блакитні озера, Дністровський каньйон, о. Джарилгач, Солотвино, Херсонщина
Квіткові та сезонні тури	Тюльпанові поля, Волинська Голландія, Долина нарцисів, «Софіївка», парк «Олександрія», лавандові поля
Шкільні та молодіжні тури	1–5 днів: інтерактиви, розваги, театри, квести, профорієнтація
Дитячі табори	Морські та гірські канікули, творчі та спортивні програми
Мовні табори	Англомовні та україномовні групи в Україні й за кордоном
Індивідуальні тури та VIP-сервіс	Приватні гіді, вілли, яхти, персоналізовані програми
Транспортне обслуговування	Мікроавтобуси, автобуси, авто з водієм, трансфери до вокзалів/аеропортів
Супровідні послуги	Консультації з віз, страхування, повні пакети (all inclusive, бюджетні варіанти)

Джерело: сформовано автором за внутрішньою документацією ТОВ «Мама де море»

Таблиця 1.7 – Популярні тури ТОВ «Мама де море»

Назва туру	Короткий опис
7 чудес Західної України	Кам'янець-Подільський – Хотин – Бакота – Чернівці – Бучач – Яремче – Буковель
Румунська мозаїка	Сучава – монастирі Буковини – Брашов – замок Дракули
Весняна Франція: Прованс і Лазурний берег	Авторський тур з культурною та гастрономічною програмою
Морський релакс у Болгарії	Сонячний Берег + екскурсії в Несебр і Бургас
Карпатський вікенд з чанами і вином	Рекреаційний відпочинок + дегустаційна програма
Новорічна Відень Прага	Європейський тур у період зимових свят

Джерело: сформовано автором

По-друге, протягом зимового сезону зростає зацікавленість у гірськолижних турах, що передбачають активний відпочинок у гірських регіонах. У цьому контексті найбільш популярними напрямками є українські Карпати, зокрема курорти Буковель і Славське, а також закордонні локації, такі як Закопане (Польща) та гірськолижні курорти Австрії.

Третім напрямом, який стабільно користується попитом у міжсезоння, є автобусні тури по Європі, особливо у весняно-осінній період. Цей формат подорожей приваблює мандрівників насиченими культурними програмами, відносно невисокою вартістю та можливістю побачити кілька країн за короткий термін.

Нарешті, вагоме місце у структурі попиту займають культурно-пізнавальні тури територією України, які охоплюють найвизначніші історико-культурні центри та природні об'єкти. Такий формат подорожей сприяє не лише пізнанню національної спадщини, а й розвитку внутрішнього туризму як складової частини культурної та регіональної політики.

Важливо зазначити, що в залежності від потреб клієнтів, ТА «Мама де море» пропонує обслуговування в різних категоріях комфорту: V.I.P-тури; люкс-проживання; покращений туристичний клас; стандартний туристичний сервіс; економ-тури для школярів, студентів або групових поїздок кемпінгового типу. Завдяки широкій географії маршрутів та орієнтації на якісний сервіс, ТА «Мама де море» формує конкурентоспроможний туристичний продукт, здатний задовольнити попит різних цільових аудиторій.

Екскурсійна діяльність як складова туристичної сфери відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу регіону, сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, активізує внутрішній туризм і забезпечує соціально-економічний розвиток територій [2]. ТА «Мама де море», що також спеціалізується на організації екскурсій у Запорізькій області та за її межами, виступає не лише посередником між туристом і культурним продуктом, а й активним суб'єктом створення привабливого туристичного образу регіону. Тому аналіз ефективності її екскурсійної діяльності дозволяє оцінити внесок

підприємства у розвиток локального туризму, підвищення інтересу до історико-культурного середовища та укріплення туристичного іміджу регіону в цілому [16]. ТОВ «Мама де море» має на балансі власні комфортабельні транспортні засоби – два автобуси місткістю на 30 та 50 пасажирів. Наявність власного транспорту дозволяє агенції самостійно та оперативно організувати екскурсійні поїздки, забезпечуючи високу мобільність, комфорт та безпеку учасників подорожей. Завдяки цьому підприємство активно реалізує екскурсійні програми не лише в межах Запорізької області, а й по всій території України, що розширює географію турів і дозволяє адаптувати маршрути відповідно до запитів клієнтів.

ТА «Мама де море» вже тривалий час співпрацює з двома досвідченими екскурсоводами, які мають вчене звання кандидатів історичних наук. З метою забезпечення високої якості екскурсійного супроводу та надання туристам змістовної, науково обґрунтованої інформації, фахівців залучають до проведення екскурсій на умовах цивільно-правових договорів. Така форма співпраці дозволяє агенції забезпечити професіоналізм, гнучкість та високу компетентність у реалізації екскурсійних програм.

Для забезпечення якісного туристичного обслуговування та розширення спектра своїх послуг ТА «Мама де море» активно розвиває власну екскурсійну діяльність, орієнтуючись як на внутрішній, так і на виїзний туризм. Значна частина запропонованих турів формується з урахуванням культурно-історичного потенціалу регіону, що дозволяє не лише урізноманітнити відпочинок клієнтів, але й сприяти підвищенню туристичної привабливості територій. У межах цього підходу підприємство реалізує низку екскурсійних програм, зокрема й на території Запорізької області, деякі з яких стали постійними та користуються попитом серед туристів. Основні напрями екскурсійної діяльності ТА «Мама де море» в регіоні наведено в табл. 1.8.

До війни туристична агенція «Мама де море» активно реалізовувала екскурсійні програми, зокрема в Запорізькій області. Хоча більшість маршрутів були призупинені через воєнні дії, агенція не втратила потенціалу.

Таблиця 1.8 – Екскурсійні програми ТОВ «Мама де море»

Назва екскурсії	Характеристика
Острів Хортиця – серце Запорізького краю	Екскурсія на найбільший острів на Дніпрі, включає відвідування історико-культурного комплексу «Запорізька Січ», музею історії запорізького козацтва, прогулянку екостежками Хортиці.
Таємниці Кам'яної Могили	Подорож до національного історико-археологічного заповідника «Кам'яна Могила» поблизу Мелітополя – одного з найдавніших місць сили в Україні з петрогліфами та сакральною атмосферою.
Бердянськ – курортне місто Азовського узбережжя	Тур вихідного дня до Бердянська з відвідуванням місцевого аквапарку, дельфінарію, музею «Подвиг» та набережної. У програмі також релакс на пляжі та дегустація місцевої кухні.
Енергодар – місто енергетиків	Пізнавальна екскурсія до Енергодара з оглядом інфраструктури міста, музею історії енергетики, а також знайомством з ландшафтами Каховського водосховища та природою заповідних територій.

Джерело: сформовано автором за внутрішньою документацією ТОВ «Мама де море»

Завдяки набутих досвіду, матеріально-технічній базі та співпраці з кваліфікованими екскурсоводами, ТА «Мама де море» готова до відновлення екскурсійної діяльності після завершення конфлікту, що дозволить залучити нових клієнтів і сприятиме відродженню туристичної привабливості Запорізької області.

1.3. Технології екскурсійної діяльності та їх значення для ТОВ «Мама де море»

Екскурсійна діяльність є важливим складником туристичного продукту, що забезпечує глибше ознайомлення туристів з культурною, історичною, природною та соціальною специфікою регіону. Її ефективна організація неможлива без застосування відповідних технологій, які забезпечують високу якість, безпеку та конкурентоспроможність екскурсійних послуг.

У контексті туристичного підприємства під технологією екскурсійної діяльності розуміють сукупність методів, прийомів, засобів та організаційних процедур, спрямованих на підготовку, реалізацію та оцінку екскурсійного процесу. Вона охоплює як традиційні підходи до планування екскурсій, так і використання сучасних цифрових рішень, що дозволяють адаптувати продукт

до потреб різних цільових аудиторій [11]. Залежно від етапу екскурсійного обслуговування, технології можна класифікувати наступним чином:

1. Підготовчі технології:

- формування тематичних маршрутів;
- розробка сценаріїв екскурсій;
- обґрунтування тривалості, сезону, цільової аудиторії;
- узгодження з партнерами (музеї, перевізники, ресторани).

2. Організаційно-логістичні технології:

- бронювання квитків та об'єктів відвідування;
- транспортна логістика;
- розподіл груп, формування розкладу;
- організація роботи гідів та супроводжуваних осіб.

3. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ):

- застосування мобільних додатків, аудіогідів, VR/AR;
- автоматизовані системи бронювання;
- використання GPS-навігації;
- онлайн-маркетинг та просування екскурсій.

4. Інноваційні технології:

- віртуальні та гібридні екскурсії, інтерактивні формати (квести, театралізовані дійства);
- екологічні, гастрономічні, освітні тури, адаптивні програми для осіб з особливими потребами.

5. Оціночно-аналітичні технології:

- опитування учасників;
- аналіз відгуків та скарг;
- формування звітності та рекомендацій для покращення продукту [19].

Для туристичного підприємства, зокрема екскурсійного спрямування, наприклад, для ТОВ «Мама де море», технології екскурсійної діяльності мають критично важливе значення:

1. Підвищення конкурентоспроможності – завдяки застосуванню сучасних технологій підприємство може створювати унікальні туристичні продукти, швидко реагувати на зміну попиту, впроваджувати нові формати екскурсій і випереджати конкурентів.

2. Оптимізація витрат та ресурсів – автоматизація процесів бронювання, продажу, організації логістики зменшує потребу в ручній праці та мінімізує помилки, що веде до ефективнішого використання ресурсів.

3. Підвищення якості обслуговування – інформаційні технології дозволяють персоналізувати маршрут, забезпечити клієнта актуальною інформацією, швидко реагувати на потреби та забезпечити комфорт на всіх етапах подорожі.

4. Розширення клієнтської бази – технології маркетингу дають можливість охопити більшу аудиторію, включно з іноземними туристами, які очікують цифрових сервісів та онлайн-доступу до послуг.

5. Зниження сезонності бізнесу – впровадження віртуальних екскурсій, тематичних подій у міжсезоння, інтерактивних програм для місцевих жителів дозволяє забезпечити прибутковість упродовж усього року.

6. Підвищення лояльності та впізнаваності бренду – використання фірмових елементів, мобільних додатків з логотипом, QR-кодів, сувенірної продукції сприяє формуванню позитивного іміджу компанії на ринку [1, 2].

Технології екскурсійної діяльності є фундаментальною основою для успішного функціонування туристичного підприємства в умовах сучасного ринку. Вони не лише забезпечують якісну організацію екскурсій, але й відкривають нові можливості для розвитку, розширення аудиторії та формування довготривалої конкурентної переваги. Для таких підприємств, як ТОВ «Мама де море», впровадження інноваційних технологій дозволяє адаптуватися до викликів часу та забезпечити стабільне зростання в динамічному туристичному середовищі.

РОЗДІЛ 2

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ТУРІВ В ТОВ «МАМА ДЕ МОРЕ»

2.1. Оцінка перспектив розширення туристичних послуг ТОВ «Мама де море» через екскурсійну діяльність

Туризм є однією з найбільш динамічних і перспективних галузей економіки, яка активно розвивається в умовах глобалізації та зростаючого попиту на нові форми відпочинку. Одним із найбільш ефективних способів диверсифікації туристичних послуг є розширення екскурсійної діяльності, яка дозволяє туристичним компаніям не лише збільшити обсяги продажів, але й розвивати нові напрями та підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку [18, 20].

Однією з головних переваг екскурсій є можливість пропонувати туристам не просто традиційний відпочинок, а й унікальні культурно-освітні програми, які дають змогу глибше познайомитися з історією, культурою та природою регіону. Розширення екскурсійних послуг дозволяє туристичним компаніям створювати нові тури, що відповідають найрізноманітнішим інтересам клієнтів – від історичних і культурних маршрутів до екологічних або гастрономічних турів, що особливо важливо в умовах зростаючої конкуренції на туристичному ринку, де туристи шукають нестандартні та унікальні пропозиції [11, 14].

Іншим важливим аспектом є можливість створення нових партнерств та співпраці з іншими учасниками туристичної індустрії. Розширення екскурсійних послуг стимулює розвиток інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортні компанії та місцеві підприємства, що обслуговують туристів [3]. Це створює синергію між різними бізнесами, що дозволяє туристичним компаніям не лише пропонувати високоякісні послуги, а й залучати додаткові джерела доходу через партнерські угоди. З розвитком

технологій, зокрема цифрових платформ та мобільних додатків, зростає роль онлайн-продажу екскурсій [1]. Туристи все частіше шукають і бронюють тури через інтернет, що відкриває нові можливості для туристичних компаній. Цифрові інструменти дають змогу не лише значно спростити процес продажу, але й надавати клієнтам персоналізовані пропозиції, що відповідають їхнім інтересам і вимогам [15, 19].

Перспективи розширення екскурсійної діяльності також зумовлені змінами в поведінці туристів. Зростає попит на екологічно чисті тури, що орієнтовані на збереження навколишнього середовища, а також на досвідчення культурних і гастрономічних особливостей регіонів. Відповідно, туристичні компанії мають можливість розробляти нові, інноваційні продукти, що відповідають цьому тренду. Такий підхід дозволяє залучити екологічно свідомих туристів та створити додаткову цінність для бренду компанії [26].

Таким чином, розширення екскурсійної діяльності відкриває туристичним компаніям нові перспективи для розвитку, підвищення доходів і зміцнення позицій на ринку. Це не лише дозволяє пропонувати туристам більш різноманітні та унікальні продукти, але й сприяє розвитку інфраструктури регіону та створенню нових робочих місць. Враховуючи тенденції до зростання попиту на культурно-освітні і екологічні тури, а також розвиток технологій, екскурсійна діяльність стане ключовим інструментом для досягнення сталого розвитку в туризмі [29].

Для проведення кількісного SWOT-аналізу з оцінки можливостей розширення екскурсійних послуг ТА «Мама де море», розглянемо сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, кількісний аналіз дозволить оцінити доцільність і потенціал впровадження нових екскурсійних напрямків, а також зрозуміти, які фактори можуть вплинути на ефективність цього розширення (табл. 2.1).

Сильні сторони перевищують слабкі (25 проти 19), що свідчить про позитивний потенціал агенції на даному етапі. Можливості (26 балів) є

найбільшим потенціалом для розвитку, що означає, що агенція має простір для розширення та покращення своїх програм. Загрози отримали 20 балів, що вказує на певний ризик, але вони не є критичними, і з ними можна працювати через стратегії адаптації.

Рекомендації для ТОВ «Мама де море»:

1. Посилення сильних сторін – інвестувати у транспорт та покращення якості екскурсійних послуг.
2. Зменшення слабких сторін – розвивати екскурсії в нові регіони.
3. Максимізація можливостей – впроваджувати нові тури та стратегічні партнерства, орієнтуючись на залучення іноземних туристів.
4. Моніторинг загроз – слід приділяти увагу безпековій ситуації та конкурентному середовищу, розробляючи гнучкі стратегії для зменшення ризиків.

Таблиця 2.1 – SWOT-аналіз оцінки можливості розширення екскурсійної діяльності ТОВ «Мама де море»

Категорія	Опис	Оцінка	Рекомендації для туристичної агенції
Сильні сторони	Власний транспорт – два автобуси для організації екскурсій	8	Підтримувати транспорт у відмінному стані, інвестувати в оновлення автопарку для покращення якості обслуговування.
	Професійні екскурсоводи – співпраця з кандидатами історичних наук для забезпечення науково обґрунтованих екскурсій.	9	Залучати нових висококваліфікованих екскурсоводів, пропонувати навчання для підвищення кваліфікації існуючих співробітників.
	Різноманітність екскурсійних програм – різноманітні тури по Запорізькій області та інших регіонах України.	8	Розширювати програми з новими напрямками (екологічні, гастрономічні тури), для залучення більшої кількості туристів з різними інтересами.
	Разом	25	
Слабкі сторони	Обмежена кількість автобусів – два автобуси для організації екскурсій	6	Розглянути можливість оренди додаткового транспорту в періоди високого попиту або інвестиції в розширення автопарку.
	Залежність від безпекової ситуації – тимчасове призупинення екскурсій через воєнний конфлікт.	7	Розробити стратегію з диверсифікації екскурсійних програм (наприклад, онлайн-екскурсії або екскурсії в безпечніші регіони країни).

Продовження табл. 2.1

	Обмежена географія екскурсій – більшість турів зосереджено на Запорізькій області, що може обмежувати потенційних клієнтів з інших регіонів.	6	Розширити географію екскурсій, включаючи нові регіони, розробити програми для інших популярних туристичних місць.
	Разом	19	
Можливості	Розширення екскурсійних програм – розробка нових маршрутів, таких як екологічні, гастрономічні, активні тури.	9	Запустити маркетингову кампанію для популяризації нових турів, створити партнерства з іншими туристичними компаніями для залучення нових клієнтів.
	Залучення іноземних туристів – відновлення безпеки та поліпшення іміджу регіону може залучити туристів з-за кордону.	9	Підготувати маркетингові стратегії для іноземних туристів, адаптувати програму екскурсій під потреби іноземних гостей (мовні послуги, культурні акценти).
	Партнерства з місцевими підприємствами – можливість укладання угод з готелями та ресторанами для створення комплексних турів.	8	Розвивати мережу партнерств з іншими туристичними компаніями та місцевими бізнесами, створювати спеціальні пропозиції для туристичних груп.
	Разом	26	
Загрози	Нестабільна безпекова ситуація – ризики через геополітичну ситуацію, що можуть обмежити мобільність туристів.	7	Впровадити гнучкі умови скасування турів, щоб зменшити втрати від непередбачених ситуацій.
	Інші компанії можуть пропонувати подібні екскурсії, знижуючи маржу та ринок клієнтів.	6	Проводити регулярні дослідження конкурентів, впроваджувати нові тури та унікальні послуги, щоб виділитися на ринку.
	Зміни в туристичних звичках – зміни в потребах та вимогах туристів можуть призвести до необхідності постійного оновлення програм.	7	Активно моніторити зміну тенденцій на ринку туризму та адаптувати екскурсії до нових вимог.
	Разом	20	

Джерело: сформовано автором

Соціально-економічні вигоди для регіону та ТОВ «Мама де море» внаслідок розширення екскурсійних послуг представлені на рис. 2.1.



Рисунок 2.1 – Соціально-економічні вигоди для регіону та туристичної агенції «Мама де море» внаслідок розширення екскурсійних послуг

Джерело: сформовано автором

Розширення екскурсійних послуг у регіоні має важливе соціально-економічне значення. Воно сприяє зростанню туристичної привабливості, що залучає більше відвідувачів з України та за кордону, підвищуючи впізнаваність регіону та інтерес до його культурної спадщини. Одночасно створюються нові робочі місця, що знижує безробіття і покращує соціальний добробут населення. Туризм стимулює розвиток інфраструктури – доріг, транспортних шляхів, об'єктів відпочинку, підвищуючи комфорт для туристів і мешканців.

Залучення інвестицій у готелі, ресторани та сувенірні магазини активізує місцеву економіку, підвищує якість послуг і формує позитивний імідж регіону. Збільшення туристичного потоку сприяє зростанню доходів підприємств і підтримці культурного обміну, збереженню традицій та зміцненню соціального клімату.

Для туристичного агентства «Мама де море» це означає зростання продажів і прибутку завдяки розширенню клієнтської бази в Україні та за кордоном, що забезпечує стабільний попит. Покращення якості послуг і

впровадження нових унікальних екскурсій укріплюють бренд і підвищують конкурентоспроможність. Співпраця з готелями та ресторанами дозволяє організовувати спільні акції і покращувати обслуговування. Спеціалізовані тури (екологічні, гастрономічні) відкривають додаткові джерела доходу.

Впровадження цифрових технологій і інновацій підвищує ефективність роботи агентства, зменшує сезонність і забезпечує сталий розвиток бізнесу. Отже, розширення екскурсійних послуг сприяє комплексному розвитку регіону і зміцненню позицій туристичних компаній, таких як ТОВ «Мама де море».

2.2. Розробка, просування та проведення авторської екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»

У сучасних умовах розвитку туризму в Україні, особливо внутрішнього, зростає потреба у створенні нових, нестандартних форматів екскурсій, які поєднують в собі пізнавальність, інтерактивність та емоційне занурення. Одним із таких інноваційних форматів є екскурсії з елементами квесту та гейміфікації, які викликають підвищений інтерес у туристів різного віку, зокрема молоді, сімей із дітьми та активних мандрівників. Такий формат дозволяє краще засвоїти історичну інформацію, активізує увагу учасників та стимулює взаємодію між гідом та туристами [4, 8, 27].

Місто Запоріжжя як туристичний об'єкт має значний потенціал для впровадження нових авторських екскурсій. Воно поєднує в собі як багатий історико-культурний спадок, так і яскраві приклади індустріальної спадщини та сучасної урбаністики. Ці контрасти роблять його ідеальним середовищем для побудови динамічного маршруту, який не лише інформує, а й захоплює. Авторська екскурсія «Запоріжжя – місто контрастів» розробляється з урахуванням цих особливостей і має на меті привернути увагу як місцевих жителів, так і гостей міста.

Використання елементів квесту та гейміфікації значно підвищує конкурентоспроможність екскурсійного продукту на туристичному ринку. Учасники не лише отримують знання, а й емоції, досвід взаємодії, а іноді – навіть азарт до відкриття нових сторінок знайомого міста [9, 25]. Такий підхід дозволяє глибше залучити аудиторію, підвищити її лояльність, а також сформувати позитивний туристичний імідж Запоріжжя як міста, яке креативно підходить до збереження й популяризації своєї історії [6].

Авторська екскурсія, розроблена ТА «Мама де море» пропонує новий погляд на сучасне Запоріжжя як місто контрастів – могутньої індустрії та стрімкого розвитку креативного середовища. У програмі – історичні факти, легенди, знайомство з модерністською архітектурою, об'єктами індустріальної спадщини, а також відвідування нових урбаністичних просторів, арт-локацій та гастро-точок. Кожна зупинка супроводжується квест-елементами або міні-вікторинами. Формат та особливості проведення екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» – пішохідна форма маршруту:

- маршрут проходить центральною частиною Запоріжжя та охоплює історичні, культурні та сучасні урбан-локації;

- група пересувається пішки, що дозволяє максимально зануритись в атмосферу міста, вивчити його деталі, архітектуру, вуличне мистецтво;

- тривалість маршруту: 3 години, протяжність – до 12 км.

Інтерактивні елементи екскурсії:

Вікторини та міні-квести – після кожного блоку інформації (наприклад, розповіді про будівлю чи історичну подію) учасникам пропонується:

- питання з вибором відповіді (наприклад: «У якому році побудовано цей модерністський будинок?»);

- знайди об'єкт (наприклад, «Знайдіть барельєф із зображенням шестерні та робітника» – підказка візуальна);

- міні-квести на логіку або увагу до деталей (наприклад, «Порахуй кількість вікон в арці»).

Візуалізація через планшет або смартфон – гід або учасники за допомогою планшета/телефону переглядають:

– фото «тоді й зараз» – порівняння архітектури та міських локацій у різні періоди (архіви 1930-х, 1950-х рр.);

– інтерактивні карти – показ маршрутів старих трамваїв, промислових районів або змін забудови міста;

– короткі відеоінтерв'ю з жителями, митцями, архітекторами;

– QR-коди для додаткового контенту – на кожній з ключових зупинок учасники можуть: сканувати QR-код, що розміщений на спеціальній табличці, флаєрі або показаний гідом;

– QR-коди ведуть на 3D-моделі старих будівель (наприклад, як виглядала будівля ОДА до реконструкції); аудіофайли з голосами героїв минулого – реконструкції діалогів, уривків зі щоденників; фрагменти документальних фільмів; галереї фотографій певної епохи чи теми («Запоріжжя індустріальне»).

Гейміфікація:

– за правильні відповіді – наліпки, електронні значки або сертифікати учасника;

- у фіналі екскурсії проводиться міні-вікторина на повторення фактів, переможець отримує сувенір або сертифікат «експерта з Запоріжжя».

Таблиця 2.2 – Об'єкти екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»

№	Об'єкт	Час зупинки	Час переміщення
1	Креативна платформа «Млин»	20 хв	–
2	Проспект Соборний	20 хв	10 хв
3	Майдан Героїв	20 хв	5 хв
4	Соцмісто	25 хв	15 хв
5	Запорізька площа	20 хв	10 хв
6	ДніпроГЕС (оглядовий майданчик)	25 хв	15 хв
	Разом	180 хв	45 хв

Джерело: сформовано автором

Переваги інтерактивного формату:

- активне залучення кожного учасника;
- покращення запам'ятовування інформації;
- можливість дізнатися більше самостійно (через контент QR);
- задоволення від гри, відкриттів і несподіванок [5, 32, 33].

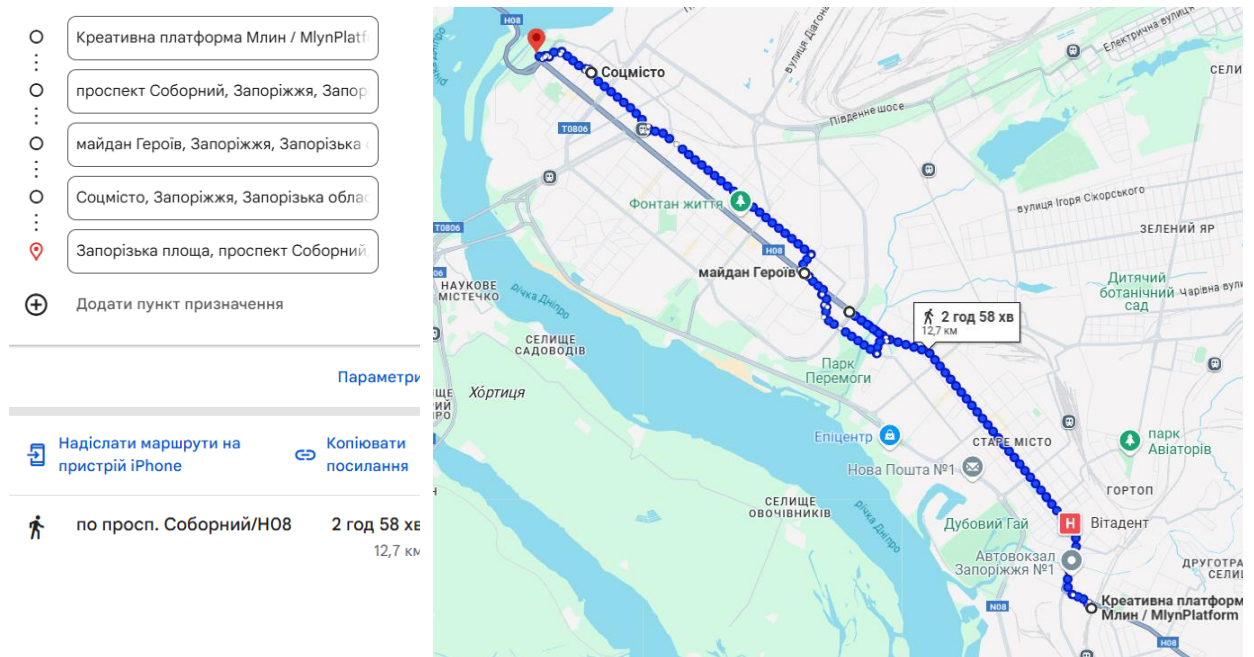


Рисунок 2.2 – Схема маршруту «Запоріжжя – місто контрастів»

Джерело: побудовано автором

Розглянемо детально об'єкти екскурсії та які інтерактиви там будуть організовані:

Маршрут «Запоріжжя – місто контрастів» показує різноманіття Запоріжжя через поєднання старих промислових об'єктів, сучасних арт-просторів, культурних і меморіальних місць, детальний опис маршруту:

1. Креативна платформа «Млин» (Mlyn Platform).

Адреса: вул. Сергія Серікова, 30. Першою зупинкою є Креативна платформа «Млин» – це колишній промисловий об'єкт, що був перетворений на простір для творчості, стартапів, культурних подій та виставок. Є ідеальним прикладом того, як старі промислові будівлі можуть отримати нове життя в умовах урбаністичної трансформації.



Рисунок 2.3 – Креативна платформа «Млин» (Mlyn Platform)

Джерело: [12]

2. Проспект Соборний – цей проспект є символом міста, де старі радянські будівлі переплітаються з сучасними торговими центрами та закладами для молоді.



Рисунок 2.4 – Проспект Соборний

Джерело: [17]

3. Майдан Героїв – це важливе місце для всіх запоріжців, що вшановує пам'ять героїв війни та революцій. Це також центральний майдан міста, де проходять основні культурні заходи, тут знаходяться пам'ятники, присвячені значимим історичним подіям.



Рисунок 2.5 – Майдан Героїв

Джерело: [7]

4. Соцмісто – це частина старого промислового Запоріжжя, де можна побачити перші радянські побудови, побудовані в стилі соцреалізму. Це місце, де архітектура дихає минулим, і все нагадує про соціалістичну епоху.

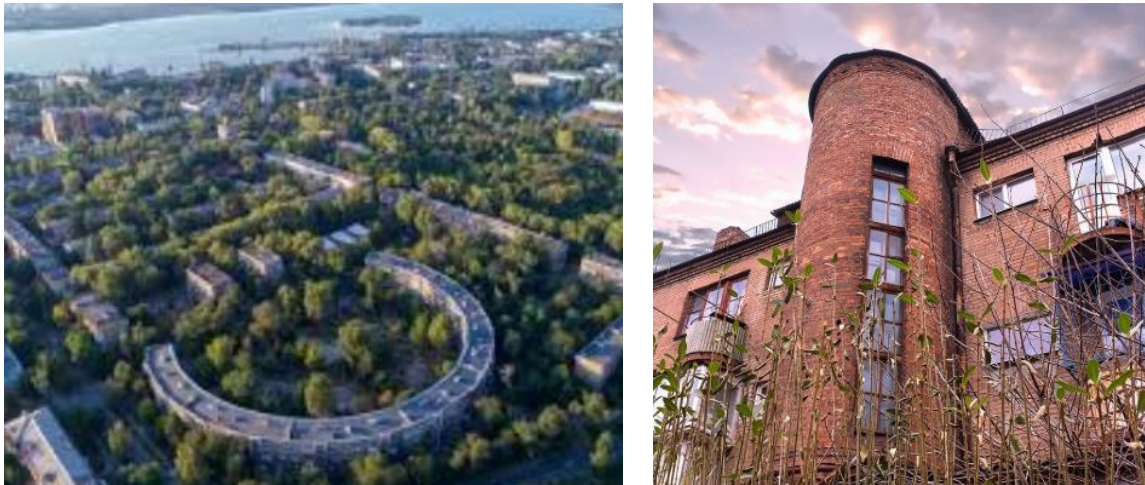


Рисунок 2.6 – Соцмісто

Джерело: [17]

5. Запорізька площа – ще одне важливе місце для вшанування історії та сучасного розвитку міста. Вона поєднує в собі риси класичної архітектури з сучасними інфраструктурними елементами.



Рисунок 2.7 – Запорізька площа

Джерело: [7]

6. ДніпроГЕС є однією з основних енергетичних споруд України, яка зіграла ключову роль у розвитку промисловості та енергетики Запоріжжя. З оглядового майданчика відкривається захоплюючий вид на річку Дніпро і Хортицю.



Рисунок 2.8 – ДніпроГЕС (оглядовий майданчик)

Джерело: [17]

Розроблений маршрут «Запоріжжя – місто контрастів» з елементами квесту та гейміфікації є чудовим поєднанням історії, культури та сучасних тенденцій. За допомогою інтерактивних елементів, він дозволяє туристам глибше зануритись у контексти змін і розвитку міста, що проходить через архітектурні, соціальні та промислові трансформації. Екскурсія «Запоріжжя – місто контрастів» орієнтована на широку аудиторію, включаючи як місцевих жителів, так і туристів, які прагнуть познайомитись з багатою історією та культурними трансформаціями Запоріжжя (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Цільова аудиторія екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»

Категорія цільової аудиторії	Характеристика	Інтереси та переваги	Потреби та очікування
Туристи та мандрівники	Особи, які цікавляться історією, культурою та архітектурою міста.	Пізнавальні екскурсії, поєднання історії та сучасного мистецтва, відкриття нових міст.	Доступні маршрути, які дають загальне уявлення про місто з акцентом на контрасти між старими та сучасними елементами.
Місцеві жителі	Люди, які хочуть дізнатися більше про рідне місто.	Локальна культура, історичні пам'ятки, зміни в місті.	Відновлення зв'язку з історією, цікаві нові перспективи.
Студенти та молодь	Молодь, яка цікавиться сучасною культурою та історією міста.	Інтерактивні елементи, сучасне мистецтво, урбаністичні зміни.	Захоплюючі інтерактивні елементи, креативні заходи та можливість вивчати нові аспекти міста.
Сім'ї з дітьми	Сім'ї, що бажають провести час разом, пізнаючи історію та культуру міста.	Інтерактивні та розважальні елементи, такі як вікторини та QR-коди.	Зручний маршрут для дітей, можливість дізнатися історію через ігрові формати та інтерактивні заходи.
Туристичні групи (організовані)	Групи туристів, що відвідують місто в складі організованих турів.	Всеохопні тури, різноманітність тем та локацій, поєднання культури і сучасних трендів.	Зрозумілий маршрут, включаючи велику кількість важливих локацій, час на обговорення та фото.
Культурні та мистецькі групи	Люди, що цікавляться сучасним мистецтвом, культурними ініціативами та урбаністичними змінами.	Арт-простори, креативні виставки, альтернативна культура.	Перегляд виставок, взаємодія з творчими об'єктами міста, занурення в креативну атмосферу.
Люди похилого віку	Особи старшого віку, які мають інтерес до історії та культури міста.	Спокійні, комфортні тури з мінімальним фізичним навантаженням.	Зручні зупинки для відпочинку, детальні пояснення історичних фактів.
Бізнесмени та корпоративи	Люди, що приїждять на ділові поїздки, або шукають оригінальний формат для корпоративних заходів.	Екскурсії для зміцнення командного духу або як частина корпоративних поїздок.	Позитивне враження від міста, можливість побачити контрасти між сучасними та старими районами, можливість фото та участь у вікторинах.

Джерело: сформовано автором

Це ідеальний маршрут для тих, хто цікавиться урбаністичними змінами, архітектурними контрастами та сучасним мистецтвом, а також для любителів історії, прагнучих побачити, як промислові об'єкти та старовинні пам'ятки переплітаються з новими культурними просторами [10]. Екскурсія приваблює не лише місцевих, але й туристів, які хочуть побачити Запоріжжя через призму його розвитку та змін, від старих радянських будівель до креативних платформ та сучасних арт-просторів.

Основною метою кампанії є залучення широкої аудиторії до екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів», яка поєднує інноваційні елементи квесту та гейміфікації, виділяючи цей тур серед традиційних екскурсій. Завдяки інтерактивним елементам, туристи зможуть активно залучатися до процесу пізнання міста, вирішуючи завдання, виконуючи місії та вивчаючи міські контрасти через призму інноваційних підходів [21, 24].

1. Офлайн реклама

а) Банери та афіші на вулицях, в готелях, музеях, культурних центрах:

Заголовок: «Запоріжжя – місто контрастів: від старовинних промислових об'єктів до сучасних арт-просторів!»

Текст: «Відкрийте для себе Запоріжжя, якого ви ще не бачили! Це не просто екскурсія – це квест, який дозволить вам поринути в атмосферу міста, вирішуючи інтерактивні завдання та отримуючи нові враження. Пройдіться по легендарному проспекту Соборному, відвідайте Креативну платформу «Млин», насолоджуйтеся неймовірними краєвидами з оглядового майданчика ДніпроГЕС! Це не просто прогулянка, це новий погляд на знайомі місця!

Запишіться на екскурсію вже сьогодні та пориньте у неповторну атмосферу міста з унікальним квестом!»

Контактні дані

Телефон: +380931373201, +380735145515, <https://mamademore.com/>

б) Брошури та листівки:

Заголовок: «Запоріжжя – місто контрастів чекає на вас!»

Текст: «Експерсія, яка відкриває унікальні історії про наше місто. Досліджуйте старовинні промислові об'єкти, сучасні арт-простори, історичні пам'ятки, які переплітаються в єдину картину сучасного Запоріжжя. Пориньте у світ квесту та гейміфікації! Ваша пригода почнеться тут і зараз! Приєднуйтеся до нашої експерсії та дізнайтеся більше про Запоріжжя! »

Контактні дані:

Телефон: +380931373201, +380735145515, <https://mamademore.com/>

с) Рекламні ролики на місцевих телеканалах:

Текст (для сценарію відео): «Запоріжжя – це місто контрастів, яке поєднує промислову спадщину з сучасним мистецтвом. Пройдіться не просто експерсією – вирішуйте захоплюючі завдання та отримуйте нові знання! Відвідайте місця, які стали символами нашого часу – креативну платформу «Млин», майдан Героїв, ДніпроГЕС. Кожен крок – це історія!»

2. Онлайн реклама

а) Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube):

Текст для посту в Instagram/Facebook: «Запоріжжя – це не тільки промисловість, а й сучасне мистецтво, історія та урбаністичні перетворення. Ви готові до захоплюючої подорожі по найцікавіших точках міста? Долучайтеся до нашої експерсії «Запоріжжя – місто контрастів» з елементами квесту та гейміфікації!»

Прогулянка по легендарному проспекту Соборному

Огляд сучасних арт-просторів

Відвідування ДніпроГЕСу з вражаючими краєвидами

Квитки вже доступні! Поспішайте забронювати місце на нашому сайті”.

#Запоріжжя #експерсія #містоконтрастів #туризм #креативніпростори #історія #архітектура»



Рисунок 2.9 – Приклади рекламних постів до екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» для ТА «Мама де море»

Джерело: розроблено автором

б) Реклама в Google Ads:

Заголовок: «Запоріжжя – місто контрастів: екскурсія, яку ви повинні побачити!»

Опис: досліджуйте історію та сучасність Запоріжжя! Креативні простори, архітектура та індустріальні пам'ятки. Приєднуйтеся до екскурсії вже сьогодні!

3. Партнерські програми та PR

а) Колаборації з місцевими готелями та туристичними агентствами – партнерство з готелями, де туристи можуть отримати знижку на екскурсію при бронюванні ночі, а також з туристичними агентствами для просування екскурсії серед їхніх клієнтів.

б) Реклама через блогерів та інфлюенсерів – співпраця з місцевими блогерами, які можуть поділитися своїм досвідом екскурсії у своїх соцмережах. Вони можуть створити влоги або пости, які підкреслюють цікавість маршруту, арт-просторів та історичних об'єктів.

Для екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» можна розробити таку цінову політику та маркетингові цінові пропозиції, які будуть стимулювати попит серед різних категорій споживачів, зважаючи на включення подарунків та сувенірів у вартість (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Цінова політика для екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»

Категорія учасників	Ціна, грн	Коментарі
Дорослі	400	Звичайна ціна на одну особу
Діти (до 12 років)	250	Знижка для дітей до 12 років
Діти до 5 років	Безкоштовно	Безкоштовна участь для дітей до 5 років
Пільгові категорії (студенти, пенсіонери, інваліди)	300	Знижка для пільгових категорій
Групи 10-12 осіб (знижка)	360	10% знижка при груповому записі
Сувеніри та подарунки	Включено	Вартість сувенірів та подарунків включена в ціну екскурсії

Джерело: сформовано автором

Ця маркетингова кампанія включає інноваційний підхід до традиційної екскурсії завдяки впровадженню елементів квесту та гейміфікації, що дозволяє зробити її не лише пізнавальною, але й захопливою для туристів. Використання різноманітних маркетингових каналів – як онлайн, так і офлайн – дає можливість залучити широку аудиторію, охоплюючи потенційних клієнтів різних вікових категорій та інтересів [21].

Таблиця 2.5 – Рекомендації з маркетингових пропозицій для учасників екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»

Пропозиція	Умови отримання знижки
Акція «Запиши друга – отримай знижку»	10% знижка на наступну екскурсію для обох учасників при рекомендації
Сімейна знижка	15% знижка для сімей з 3-х і більше осіб
Знижка на святкові дати	20% знижка для родин, студентів або пільгових категорій
Раннє бронювання	5% знижка на екскурсію при бронюванні за 2 тижні до дати
Знижка для постійних клієнтів	10% знижка на наступну екскурсію для постійних клієнтів

Джерело: сформовано автором

Завдяки такій ціновій політиці можна залучити різноманітні категорії туристів, стимулювати сімейні групи та постійних клієнтів, а також зробити екскурсію доступною для дітей і пільгових категорій.

1. Креативна платформа «Млин» (Mlyn Platform)

Організований інтерактив:

– групи можуть переглядати коротку презентацію про історію цього місця та його роль у культурному розвитку міста;

– виставка сучасного мистецтва, яку можна вивчити за допомогою смартфонів з інтерактивними мітками.

2. Проспект Соборний – цей проспект є символом міста, де старі радянські будівлі переплітаються з сучасними торговими центрами та закладами для молоді. Тут можна побачити як історичні будівлі, так і яскраві інноваційні елементи архітектури.

Організований інтерактив:

– за допомогою планшетів можна порівняти фотографії цього проспекту в різні історичні етапи;

– вікторина з історії архітектури Запоріжжя – учасники повинні вгадати, який об'єкт є радянським, а який сучасним.

3. Майдан Героїв – це важливе місце для всіх запоріжців, що вшановує пам'ять героїв війни та революцій. Це також центральний майдан міста, де проходять основні культурні заходи, тут знаходяться пам'ятники, присвячені значимим історичним подіям.

Організований інтерактив:

– відеоінсталяція на основі архівних кадрів із подій Другої світової війни та Майдану;

– пошук історичних фактів через QR-коди, розташовані біля пам'ятників.

4. Соцмісто – це частина старого промислового Запоріжжя, де можна побачити перші радянські побудови, побудовані в стилі соцреалізму. Це місце, де архітектура дихає минулим, і все нагадує про соціалістичну епоху.

Організований інтерактив:

- віртуальна прогулянка за допомогою планшетів по інтер'єрах будівель, які є історичними пам'ятками;

- завдання для групи, як би вони вдосконалили ці будівлі для сучасного життя?

5. Запорізька площа – ще одне важливе місце для вшанування історії та сучасного розвитку міста. Вона поєднує в собі риси класичної архітектури з сучасними інфраструктурними елементами.

Організований інтерактив:

- завдання – знайти старовинні елементи на сучасних будівлях та вгадати, яка архітектурна епоха на них вплинула;

- фото-селфі з історичними об'єктами на фоні площі, з можливістю поділитися ними через соцмережі.

6. ДніпроГЕС є однією з основних енергетичних споруд України, яка зіграла ключову роль у розвитку промисловості та енергетики Запоріжжя. З оглядового майданчика відкривається захоплюючий вид на річку Дніпро і Хортицю.

Організований інтерактив: історична презентація про будівництво ДніпроГЕС і його значення для розвитку міста; вікторина на знання фактів про ДніпроГЕС та його вплив на економіку Запоріжжя.

Рекомендації щодо реалізації: усі завдання можуть проходити у форматі командного змагання (2–3 команди по 4–6 осіб); переможці отримують брендovanі сувеніри або сертифікати учасника; частина завдань інтегрується у телеграм-бот або мобільний додаток.

Переваги для учасників екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» з елементами квесту та гейміфікації можна охарактеризувати через кілька ключових аспектів, які роблять цей продукт привабливим для різних груп відвідувачів.

Таблиця 2.6 – Елементи квесту та гейміфікації до екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів»

Об'єкт	Гейміфіковані елементи та квест-завдання	Формат реалізації
Креативна платформа «Млин»	Пройди «Шлях митця»: зберіть QR-коди з підказками про мистецькі проекти, щоб знайти «таємне полотно» у виставці.	QR-коди на експонатах
	Вікторина «Креативне серце Запоріжжя» – короткі запитання після перегляду презентації.	Планшети/смартфони для доповненої реальності Подарункові наклейки за правильні відповіді
Проспект Соборний	«Архітектурне лото»: за зразками старих фото знайти об'єкти на проспекті	Планшети з фотопорівняннями
	«Радянське чи сучасне?» – інтерактивна вікторина на швидкість	Картки-лото з фішками Онлайн-кнопки для швидкої відповіді
Майдан Героїв	«Місце пам'яті» – знайди QR-коди на пам'ятниках і відкрий відеофакти	QR-коди на пам'ятниках
	Квест «Живі історії» – склади хронологію подій із підказками в інсталяціях	Віртуальні капсули часу Історичні ребуси
Соцмісто	«Епоха в деталях»: у грі «Знайди елемент» учасники шукають радянські символи та архітектурні риси	Ігрові мапи з об'єктами
	Місія «Нові мрії» – команди мають придумати сучасне призначення для старої будівлі	Презентація ідей із фото Нагороди за найоригінальніші варіанти
Запорізька площа	Квест-гра «Архісторик»: впізнай архітектурний стиль за деталями фасадів	Роздруковані фрагменти архітектури
	Фото-челендж #ZaporizhzhiaContrasts – зроби фото з певним об'єктом і завантаж у соцмережі з тегом	Онлайн завантаження з геолокацією Рандомні призи за участь
ДніпроГЕС	Інтелект-квест «Гігант енергії»: відповідай на 5 запитань про історію та вплив ГЕС, відкриваючи підказки на маршруті	Онлайн-квест у Telegram-боті
	«Вплив на місто» – створити міні-плакат або сторіз про значення ГЕС для Запоріжжя	Матеріали для міні-креативу (стікери, маркери) Подарунок за креативність

Джерело: сформовано автором

1. Залучення через емоції та гру – участь у екскурсії, яка поєднує традиційний формат з елементами гри, сприяє більш глибокому емоційному залученню учасників. Квестові завдання, інтерактивні елементи та використання технологій (QR-коди, планшети) створюють динамічну атмосферу, де учасники відчувають себе частиною події, а не лише спостерігачами. Вони активно взаємодіють з оточенням, розв'язують

головоломки, проходять різноманітні етапи та шукають підказки. Такий підхід дозволяє не лише розважитися, а й відчутти дух конкуренції, що мотивує до участі. Залучення через гру допомагає зняти психологічні бар'єри, особливо для тих, хто зазвичай не цікавиться екскурсіями через їх стандартність і одноманітність. Це також дозволяє зробити екскурсію більш доступною для різних вікових груп і сприяє взаємодії учасників, що збільшує емоційну привабливість.

2. Поглиблене запам'ятовування матеріалу – інтерактивний формат екскурсії дозволяє не тільки побачити пам'ятки, але й активно взаємодіяти з ними, що значно підвищує рівень засвоєння інформації. За допомогою інтерактивних завдань учасники не просто слухають розповіді екскурсовода, а й самі знаходять відповіді на питання, шукають підказки або вирішують логічні задачі, що стимулює до глибшого осмислення подій, фактів та історичних деталей. Ігрові елементи також підвищують зацікавленість у темі екскурсії, адже учасники заохочуються до вивчення деталей історії та культури, що зазвичай можуть бути не так явно помітні в традиційних екскурсіях. Завдяки цьому вони краще запам'ятовують матеріал, оскільки отримують можливість самостійно відкрити для себе частину знань, а не просто отримати їх від екскурсовода.

3. Соціальна активність (обмін фото, тегів, спогадів) – однією з ключових переваг для учасників є можливість активно поділитися своїми враженнями з іншими, що особливо актуально у сучасному цифровому світі. Під час екскурсії учасники можуть робити фото, відео та ділитися ними у соціальних мережах. Використання тегів, хештегів та участь у віртуальних конкурсах дозволяє створювати спільноту однодумців, що підвищує привабливість екскурсії для молодіжної аудиторії. Завдяки цьому формуються не лише спогади, але й можливість для учасників отримати більше соціальних взаємодій, що є важливою частиною сучасної культури, що дозволяє учасникам почуватися частиною більшого культурного процесу, створюючи позитивне ставлення до екскурсії та бренду туристичної агенції. Крім того,

такий підхід сприяє просуванню екскурсії через соціальні медіа, що дає можливість залучити нових клієнтів, які хочуть поділитися своїм досвідом з іншими.

Таким чином, ці переваги створюють додаткову цінність для учасників екскурсії, роблячи її більш захоплюючою, освітньою та соціально інтерактивною, що сприяє зростанню задоволення від туру і повторним відвідуванням або рекомендаціям серед друзів та родини.

Розглянемо детально сценарій квесту: «Перезапусти Соцмісто»

Локація: Соцмісто (район пр. Металургів)

Тема: переосмислення спадщини соціалістичної епохи крізь гру та уяву

Мета: залучити учасників до розуміння архітектури епохи соцреалізму, показати її потенціал для адаптації до сучасних потреб через інтерактив і спільне моделювання.

Реквізит:

- планшети або смартфони з доступом до інтернету (1 на команду);
- роздруковані «Паспорти будівель» з фото та базовими відомостями;
- аркуші для брейнштормінгу (розробка ідей);
- QR-коди, що ведуть до віртуальних турів та відеоінтерв'ю з жителями.

Тривалість: 20–25 хвилин

Структура квесту:

Етап 1. «Відчуй час» (5 хв)

Формат – віртуальна міні-прогулянка. Кожна команда отримує планшет з QR-кодом або посиланням на віртуальний тур (360° або відеоогляд однієї із будівель Соцміста). Завдання: знайти 3 деталі в інтер'єрі/екстер'єрі, які типові для соцреалізму, наприклад: масивні арки, ліпнина, великі вікна, соц. символи.

Результат: учасники фіксують знайдені елементи у картці-спостереженні.

Етап 2. «Архітектори майбутнього» (10 хв)

Формат – творча робота в команді

– учасники отримують паспорт об'єкта (наприклад: «Житловий будинок працівників заводу» рік побудови, функція, стан);

– завдання: запропонувати 3 ідеї, як вдосконалити цей об'єкт без втрати історичної цінності.

Приклади ідей: «перетворити на коворкінг зі збереженням фасаду»; «зробити молодіжний арт-простір з виставками в бомбосховищі»; «переобладнати під еко-хостел для туристів».

Етап 3. «Захист ідей» (5–8 хв)

– кожна команда презентує одну ключову ідею (1–2 хвилини);

– ведучий (гід) або інші учасники можуть поставити 1 запитання.

Оцінюються: креативність; дотримання історичного стилю; реалістичність ідеї.

Фінал: нагородження «Архітекторів майбутнього» (брендовані блокноти або сувеніри); усі команди отримують цифрові сертифікати учасника квесту; ідеї з квесту можуть бути зібрані в Instagram-історію або допис на сторінці «Мама де море» з тегами учасників.

Результати та переваги: учасники емоційно включаються в історію району; сформоване розуміння архітектурної спадщини; активізується командна взаємодія; екскурсія перетворюється на інтелектуальну пригоду.

Розглянемо детально сценарій квесту для локації «ДніпроГЕС», який інтегрується у пішохідну екскурсію «Запоріжжя – місто контрастів»

Назва квесту: «Гігант енергії: розгадати силу Дніпра»

Тривалість: 15–20 хвилин

Формат: командна гра (2–3 команди по 4–6 осіб), або індивідуально з планшетом/смартфоном.

Вступ (1–2 хвилини). Гід (ведучий) коротко розповідає:

«Перед вами ДніпроГЕС – символ індустріального прориву ХХ століття. Але ви знаєте, що її історія містить більше, ніж просто бетон і турбіни. Сьогодні ви станете дослідниками, які відкриють 5 таємниць

гідроелектростанції. Вирушайте на пошуки фактів, розгадуйте коди, і дізнайтесь – як ця споруда змінила Запоріжжя!»

Таблиця 2.7 – Квест-завдання по 5 локаціях

Завдання	Місце (підказка)	Що робити
«Камінь часу»	На оглядовому майданчику	Знайдіть камінь із пам'ятною табличкою. Сфотографуйте рік побудови станції.
«Інженерний ребус»	QR-код на стенді з технічними даними	Відскануйте код, щоб побачити схему. Питання: Скільки турбін було встановлено на початку? (варіанти відповіді)
«Голос минулого»	Архівне аудіо через QR-код	Прослухайте уривок з радіопередачі 1932 року. Запишіть ключову фразу, яку виголошував диктор.
«Місто світла»	Вигляд Запоріжжя	Гід ставить завдання: Які райони міста першими отримали електрику після запуску ГЕС? Підказка в коментарях під історичним фото в Telegram-боті.
«Код енергії»	Кінцева точка – лавка з видом на Хортицю	Команди складають 5 слів-кодів із попередніх завдань. Вони утворюють фінальну фразу: «Енергія творить місто!»

Джерело: сформовано автором

Завершення та нагородження:

– всі учасники, які виконали квест, отримують наліпки або магніти з символікою ДніпроГЕС;

– команда, яка першою завершить з правильним кодом – отримує брендovanі сувеніри (екосумка / блокнот / сертифікат «Юний енергетик»).

Технічна реалізація: QR-коди розміщуються тимчасово або інтегруються у вже наявні інформаційні стенди; Google Forms для інтерактивних підказок та перевірки відповідей; планшети (надаються ТА «Мама де море» або власні смартфони).

2.3. Економічне обґрунтування нового екскурсійного туру в ТОВ «Мама де море»

Економічне обґрунтування є ключовим етапом при розробці нового туристичного продукту, оскільки дозволяє оцінити його доцільність,

визначити рівень витрат, потенційний прибуток та рентабельність. У контексті ТА «Мама де море» нова екскурсія «Запоріжжя – місто контрастів» розглядається як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму, орієнтований на місцевих жителів, туристів з інших регіонів України, а також шкільні групи. Проаналізуємо витрати на організацію маршруту, цінову політику, прогнозований попит та очікувані фінансові результати, що дасть змогу обґрунтувати ефективність впровадження даного продукту в діяльність агентства.

Розрахуємо річний дохід від впровадження екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» ТА «Мама де море», за умов:

- період – квітень–жовтень (7 місяців);
- кількість екскурсій на місяць – 6 разів;
- середня кількість осіб у групі – 12 учасників;
- передбачається, що усі групи – за груповим записом (зі знижкою);
- ціна при груповому записі – 360 грн з особи.

Таблиця 2.8 – Розрахунок очікуваного річного доходу від організації екскурсії

Показник	Значення
Кількість місяців проведення екскурсій	7 (квітень – жовтень)
Кількість екскурсій на місяць	6
Загальна кількість екскурсій на рік	$6 * 7 = 42$
Середня кількість учасників у групі	12
Ціна за одного учасника (групова)	360 грн
Доходи з однієї екскурсії	$12 * 360 = 4\,320$ грн
Очікуваний річний дохід	$4\,320 * 42 = 181\,440$ грн

Джерело: розраховано автором

Очікуваний річний дохід від впровадження екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» за базовим сценарієм становить 181440 гривень. Розрахунки базуються на припущенні, що щомісячно з квітня по жовтень буде проводитися по 6 екскурсій, кожна з яких збиратиме повну групу з 12 осіб, що скористаються груповою знижкою (вартість 360 грн з особи). До вартості

включено сувенірну продукцію та подарунки, що підвищує привабливість туру. Ці розрахунки дозволяють оцінити потенційну прибутковість продукту й сформуванню фінансову стратегію його просування.

Важливою складовою економічного обґрунтування нового туристичного продукту ТА «Мама де море» є розрахунок витрат на його реалізацію, що дозволяє оцінити фінансову доцільність проєкту. Для ефективного планування бюджету та визначення рентабельності екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» з елементами квесту та гейміфікації було здійснено розрахунок основних витрат на проведення однієї екскурсії, а також загальних витрат на річний обсяг реалізації туру в період з квітня по жовтень. Ці дані дають змогу сформуванню цілісне уявлення про потенційне фінансове навантаження, визначити поріг рентабельності та оцінити прибутковість проєкту.

Таблиця 2.9 – Розрахунок річних витрат від організації екскурсії

Стаття витрат	Витрати на 1 екскурсію, грн	Витрати на рік (42 екскурсії), грн
Заробітна плата гідів	1200	50400
Сувеніри та подарунки	600	25200
Реклама (пропорційно на тур)	300	12600
Оренда техніки	400	16800
Друк матеріалів (картки, мапи)	150	6300
Транспортні витрати гідів	150	6300
Усього витрати	2800	117600

Джерело: розраховано автором

Загальні витрати на проведення однієї екскурсії складають 2800 грн. Найбільшу частку становить заробітна плата екскурсовода (1200 грн), що відповідає рівню професійної оплати за проведення авторського туру. Також важливими статтями є сувеніри (600 грн) та оренда планшетів для віртуальної прогулянки та інтерактивів (400 грн).

Рекламні витрати (300 грн) відображають щомісячну активність у соцмережах, таргетинг та поліграфію. Витрати на транспорт і друк

інформаційних матеріалів залишаються відносно невеликими, але необхідними.

Протягом року, при реалізації 42 екскурсій, загальні витрати становитимуть 117600 грн. Цей показник дозволяє оцінити поріг рентабельності проекту та закласти резерви на непередбачувані витрати.

Важливим етапом економічного обґрунтування нового туристичного продукту є визначення його фінансової ефективності шляхом розрахунку прибутку, рівня рентабельності та точки беззбитковості. Ці показники дають змогу оцінити очікуваний фінансовий результат від реалізації екскурсії, виявити економічну доцільність проекту та сформувану стратегію управління витратами й доходами. Такий підхід дозволяє заздалегідь визначити критичний обсяг реалізації, за якого проект стає прибутковим, а також прийняти ефективні управлінські рішення щодо ціноутворення та оптимізації витрат.

Таблиця 2.10 – Розрахунок прибутку, рентабельності та точки беззбитковості

Показник	Значення
Очікуваний річний дохід	181440 грн
Річні витрати	117600 грн
Прибуток (дохід – витрати)	63840 грн
Рентабельність, % (Прибуток / Витрати) * 100	54,30%
Витрати на одну екскурсію	2800 грн
Точка беззбитковості, у кількості екскурсій	$117600 / 2800 = 42$
Точка беззбитковості, у кількості учасників	$117600 / 360 = 327$ осіб

Джерело: розраховано автором

На основі отриманих даних видно, що при реалізації 42 екскурсій на рік із середньою групою у 12 осіб, туристичне агентство «Мама де море» може очікувати прибуток у розмірі 63840 грн. Рентабельність туристичного продукту складає 54,3%, що свідчить про високу ефективність реалізації екскурсії. Річна точка беззбитковості становить 42 екскурсії або 327 учасників, тобто проект починає приносити прибуток після повної реалізації запланованої кількості турів. Ці показники підтверджують фінансову

доцільність впровадження нового туру та обґрунтовують його комерційну привабливість.

Планування зростання попиту на нову екскурсію є важливою складовою економічного обґрунтування туристичного продукту, адже дозволяє оцінити перспективи розвитку та прибутковість проєкту в середньостроковій перспективі. Моделювання на 2–3 роки вперед враховує поступове зростання кількості проведених екскурсій і збільшення середньої чисельності учасників завдяки ефективному маркетингу, популяризації маршруту та позитивним відгукам клієнтів. Такий підхід дозволяє сформувати фінансову стратегію розвитку туристичної пропозиції й обґрунтувати доцільність її масштабування. У табл. 2.11 представлено прогнозований план зростання попиту на екскурсію «Запоріжжя – місто контрастів» на період 2025–2027 рр. Базовий сценарій на 2025 р. передбачає проведення 42 екскурсій із середньою кількістю учасників – 12 осіб, що забезпечує очікуваний річний дохід у розмірі 181440 грн.

Таблиця 2.11 – Прогнозоване зростання попиту та доходу на 2025–2027 рр.

Показник	2025 (базовий рік)	2026	2027
Кількість екскурсій на рік	42	46	51
Середня кількість учасників у групі	12	13	14
Ціна з однієї особи, групова, грн	360	360	360
Дохід з однієї екскурсії, грн	4320	4680	5040
Річний дохід, грн	181440	215280	257040

Джерело: розраховано автором

У 2026 р., згідно з моделлю помірною зростання, передбачено збільшення кількості екскурсій на 10% (до 46), а середньої кількості учасників – на 5% (до 13), що забезпечить приріст доходу до 215280 грн. У 2027 р. тренд продовжується: планується 51 екскурсія на рік із середньою наповненістю 14 осіб, що дозволить отримати річний дохід у розмірі 257040 грн. Такий підхід до прогнозування дозволяє агентству «Мама де море» формувати стратегічний

план розвитку, обґрунтовано збільшувати рекламний бюджет, а також планувати можливе розширення штату гідів або технічного забезпечення для супроводу зростаючого попиту.

Впровадження нової екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» з елементами квесту та гейміфікації є перспективним напрямом розвитку туристичної агенції «Мама де море». Розроблений туристичний продукт поєднує освітній, культурний та розважальний аспекти, що сприяє залученню різних цільових аудиторій: як молоді, так і сімей із дітьми, студентів, пенсіонерів та туристів, зацікавлених у незвичних формах пізнання історії міста. Формат гри, інтерактивних завдань, використання планшетів та QR-кодів робить екскурсію сучасною, цікавою та емоційно насиченою.

Розрахунки підтверджують прибутковість продукту: за реалізації 42 екскурсій на рік при середній ціні 360 грн очікуваний дохід перевищує 181 тис. грн, а прибуток становить близько 63,8 тис. грн. Рентабельність сягає понад 54%, точка беззбитковості – 28 екскурсій на рік. Прогноз на 2–3 роки свідчить про зростання попиту завдяки підвищенню популярності маршруту, рекламі та формуванню клієнтської бази, що створює передумови для масштабування діяльності. Загалом, новий туристичний продукт є економічно обґрунтованим, креативно розробленим і відповідає сучасним тенденціям у сфері туризму. Його впровадження дозволить ТА «Мама де море» зміцнити конкурентні позиції, розширити аудиторію клієнтів, підвищити впізнаваність бренду та створити умови для сталого розвитку на ринку туристичних послуг.

Впровадження нової екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» також приносить значні переваги для самого регіону. Туристичний продукт сприятиме підвищенню популярності Запоріжжя як туристичної локації, привертаючи не лише внутрішніх, а й іноземних туристів. Завдяки інтерактивному формату екскурсії, місто буде асоціюватися з інноваційними та сучасними методами пізнання історії, що може сприяти розвитку культурного туризму та підтримці місцевих підприємств, зокрема сувенірних магазинів, кафе та ресторанів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Підсумовуючи результати бакалаврської кваліфікаційної роботи, можна зазначити наступне:

1. Оцінено діяльність туристичної агенції «Мама де море» та ефективність надання послуг, зокрема, шляхом аналізу існуючих операційних процесів, обсягів наданих послуг, рівня задоволення клієнтів та фінансових результатів. Агенція має стабільний попит на деякі типи екскурсій, однак наявні програми вимагають оновлення та вдосконалення для задоволення вимог сучасних туристів. Наявність досвіду та репутації є сильними сторонами агенції, однак впровадження нових інноваційних послуг, таких як екскурсії з елементами квесту та гейміфікації, дозволить значно підвищити ефективність діяльності та розширити клієнтську базу.

2. Досліджено клієнтську базу та асортимент туристичних послуг ТА «Мама де море», що дало змогу виявити актуальні потреби різних цільових груп. Аналіз показав, що серед клієнтів переважають сім'ї з дітьми, молодь, студенти та пенсіонери, а також іноземні туристи. Проте відзначено, що для забезпечення сталого зростання компанії необхідно розширити асортимент туристичних послуг, включивши до нього нові екскурсії та тематичні маршрути, що поєднують культурні, освітні та розважальні елементи. Сегментація клієнтської бази та створення персоналізованих пропозицій дозволить краще задовольнити потреби різних груп та збільшити обсяг продажу екскурсій.

3. Визначено перспективи розширення туристичних продуктів ТА «Мама де море» через екскурсійну діяльність, яка є перспективним напрямком для розвитку компанії. Розробка нових інноваційних екскурсійних продуктів на основі креативних підходів, таких як інтерактивні квести та гейміфікація, дозволить не лише залучити нових туристів, а й розширити ринок послуг. Впровадження таких екскурсій дозволить підвищити інтерес до міста серед різних аудиторій та забезпечить компанії можливість

диверсифікації продуктового портфеля, що в свою чергу сприятиме зміцненню її конкурентоспроможності.

4. Досліджено процес розробки та просування авторської екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів», в результаті чого було створено унікальний туристичний продукт. Основна ідея екскурсії полягає у поєднанні історичних, культурних та розважальних елементів, що робить маршрут цікавим для різних цільових груп. Розроблені інтерактивні елементи, такі як квест та використання планшетів для візуалізації історичних подій, роблять екскурсію сучасною та емоційно насиченою. Успішне просування цього продукту на ринку потребує використання ефективних маркетингових інструментів, таких як соціальні мережі, реклама та партнерства з іншими туристичними агентствами.

5. Оцінено технологію проведення екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів» з використанням елементів квесту та гейміфікації, що дозволяє зробити екскурсію не тільки освітньою, але й інтерактивною. Інтеграція технологій, таких як планшети та QR-коди для взаємодії з туристами, значно підвищує інтерес та залученість учасників. Окрім того, впровадження гейміфікації стимулює командну взаємодію, а також дозволяє краще запам'ятовувати історичні факти та події. Аналіз свідчить про високий потенціал цього формату для залучення нових клієнтів та підвищення якості наданих послуг.

6. Досліджено економічне обґрунтування нового туристичного продукту – екскурсії «Запоріжжя – місто контрастів», що дозволило оцінити фінансову доцільність його впровадження. Проаналізовано витрати на організацію та проведення екскурсій, а також прогнозований дохід від продажу квитків. Визначено, що рентабельність продукту є високою, а точка беззбитковості досягається вже після проведення 28 екскурсій на рік. Оцінка економічних показників свідчить про те, що новий туристичний продукт має потенціал для значного прибутку та може стати ключовим елементом у стратегії розвитку компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арсененко І.А., Іванова В.М. Експурсійна діяльність як основа функціонування ринку експурсійних послуг. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*. 2015. №19 (33). С. 191-196. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/10470/Arsenenko.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Білецький М., Котик Л. Територіальні відмінності розвитку експурсійного туризму в Україні. Сучасні вектори розвитку туризму : тенденції та перспективи країн Європейського регіону : міжнародна монографія (колектив авторів за загальною редакцією Л. Заставецької). Тернопіль : Видавничий центр ТНПУ. 2020. С. 38-74.
3. Бордун О. Ю. Формування та оптимізація геопросторової системи туристичних потоків: міжнародний, національний, регіональний та локальний рівні : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка. 2019. 344 с.
4. Гринюк В.І., Кіцелюк І.П. Розробка квест-експурсії з використанням геоінформаційних систем. *Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2022. № 2(26). С. 89-100. DOI: 10.31471/2409-0948-2022-2(26)-89-100.
5. Зайцева В. М., Гурова, Д. Д., Корнієнко, О. М., Кукліна, Т. С., Журавльова, С. М. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія. Запоріжжя: Дике Поле. 2015. 144 с.
6. Експурсія на Хортицю. URL: <https://moris.dp.ua/uk/hortycja>.
7. Запоріжжя – пізнаємо рідний край разом! URL: <https://surli.cc/cvkxzi>.
8. Казаркіна Д. О. Інноваційні технології в експурсійній діяльності (на прикладі досвіду м. Біла Церква). Туристичний та готельноресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 832–834.

9. Кіщук А. Р., Зігунова І. С. Інновації в екскурсійній діяльності. Сумський ДПУ. С. 25-30. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f903ebd7-886d-4fdd-a6fd-9912378609be/content>.
10. Коломицева О. В., Васильченко Л. С., Пепчук С. М. Маркетингові комунікації підприємства: стратегічні вектори розвитку в епоху цифрової економіки: монографія. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : видавець Гордієнко Є. І. 2022. 455 с.
11. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг в туризмі: навч. посіб. Чернівці: ЧНУ. 2016. 144 с.
12. Креативна платформа «Млин» Запоріжжя: від історії Нибура до сучасного хабу. URL: <https://omore.city/articles/368193/kreativna-platforma-mlin-zaporizhzhya-vid-istorii-nibura-do-suchasnogo-habu->.
13. Лазарева Д.О. Перспективи розширення туристичних продуктів ТА «Мама де море» через екскурсійну діяльність. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тренди розвитку менеджменту, підприємництва та сфери послуг в умовах новітніх глобальних викликів» 17 квітня 2025 р. Дніпро: Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2025. С. 474-477.
14. Лисюк Т., Терещук О., Білецький Ю. Перспективи розвитку екскурсійної діяльності у зв'язку із посиленням інтеграційних процесів на українсько-польському прикордонні. *Економіка та суспільство*. 2022. (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-1>.
15. Лисюк Т.В., Терещук О. С., Дмитрук О. О. Екскурсійне обслуговування у структурі туристичного продукту. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 258 (1). 2018. С. 175-178.
16. Мельниченко О.А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків : НУЦЗУ. 2017. 153 с.
17. Одноденні тури в Запорізькій області. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/tours_catalog/3313-13-odnodenni-turi-zaporizhia-oblast.htm.

18. Олійник В. Сучасний стан та перспективи розвитку екскурсійного туризму. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*. 2023. (845). С. 5-11. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2023.845.5-11>
19. Організація екскурсійної діяльності: конспект лекцій. / Н.А. Леоненко. Х.: НУЦЗУ, 2019. 167 с. URL: <https://surl.li/vgezcl>.
20. Організація екскурсійної діяльності : навч. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Л. А. Слатвінська. Умань: Візаві, 2022. 205 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0053098.pdf>.
21. Островська Н., Луговий Б. Інструменти політики стимулювання розвитку підприємництва у сфері екскурсійної діяльності в Україні в умовах кризи. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2024. (11). С. 17-23. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-11-2>.
22. Офіційний сайт ТОВ «Мама де море». URL: <https://mamademore.com/>.
23. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності: підручник/ М. М. Покоłodна; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2017. 180 с. URL: <https://core.ac.uk/reader/141489400>.
24. Серєда Н. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків. *Економіка та суспільство*. 2023. (57). DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-100>.
25. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі. Дніпро: Журфонд, 2021. 137 с.
26. Сидорук А. А. Роль екскурсій як засобу засвоєння соціокультурного простору в етнічному туризмі. *Економіка і суспільство*. 2022. № 37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-34>.
27. Сокол Т. Г., Плиська І. І. Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України. *Вчені записки університету*

«Крок». 2017. № 47. С. 165-170. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzduk_2017_47_24

28. Ткаченко Т., Гладкий О., Жученко В. Рекреаційний туризм: диверсифікація продуктового портфеля. *Scientia Fructuosa*. 2021. № 138 (4). С. 81–90. DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(138\)06](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(138)06).

29. Торяник В. М., Хрідочкін А. В., Джинджоян В.В. Екскурсологія : підручник. За заг. ред. доктора юридичних наук, професора, В.О. Негодченка. Дніпро: ДГУ. 2022. 370 с. URL: <https://surli.cc/akjabі>.

30. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку : монографія / За ред. проф. В. В. Александрова. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2016. 268 с.

31. Хитра О. Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64>.

32. Цимбалюк А. М., Зігунова І. С. Віртуальні екскурсії як інноваційна форма екскурсійної діяльності в період пандемії. *Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи*. Суми. 2021. С. 22–26. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/11614>

33. Чернишова Т. М. Організація екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Житомир: Поліський національний університет. 2022. 160 с. URL: http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/13044/1/OED_2022_160p.pdf.

34. Clarity-project загальна та фінансова інформація ТОВ «Мама де море». URL: <https://clarity-project.info/edr/45594040>.