

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

*Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та туризму*

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Арзанов Дмитро Олександрович

УДК 338.48

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**Розробка та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для
іноземних туристів**

Спеціальність 242 «Туризм»

Подається на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ **Арзанов Д. О.**

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи:

Анна Сергіївна Осіпчук
доцент кафедри економіки,
підприємництва та туризму

Житомир – 2025

Висновок кафедри економіки, підприємництва та туризму: за результатами попереднього захисту

Протокол засідання кафедри економіки, підприємництва та туризму

№ __ від «__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму

д.е.н., професор _____ Наталія ВАЛІНКЕВИЧ
(науковий ступінь, вчене звання) (підпис) (прізвище ,ім'я, по батькові)
«__» _____ 20__ р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти _____ захистив (ла)
(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за шкалою ECTS _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК

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

АНОТАЦІЯ

Арзанов Д. Розробка та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів – Кваліфікаційна робота на правах рукопису. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 242 «Туризм». – Поліський національний університет, Житомир, 2025.

Розглянуто методичні засади розробки та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів. Вивчено теоретичні основи розробки та впровадження туристичних маршрутів. Надано організаційно-управлінську характеристику діяльності туристичної агенції. Проведено аналіз економічного та туристичного потенціалу туристичної агенції. Здійснено оцінку сучасного стану планування та впровадження туристичних маршрутів туристичної агенції. Обґрунтовано напрями розробки та впровадження туристичних маршрутів для іноземних туристів у повоєнні роки у туристичній агенції.

Ключові слова: туризм, туристична діяльність, туристичний маршрут, туристичний продукт, військовий туризм.

SUMMARY

Arzanov D. Development and implementation of tourist routes in the post-war years for foreign tourists - Qualification work on manuscript rights. Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 242 "Tourism". – Polissia National University, Zhytomyr, 2025.

The methodological principles of developing and implementing tourist routes in the post-war years for foreign tourists are considered. The theoretical foundations of developing and implementing tourist routes are studied. An organizational and managerial characteristic of the activities of a travel agency is provided. An analysis of the economic and tourist potential of a travel agency is carried out. An assessment of the current state of planning and implementation of tourist routes in a travel agency is carried out. The directions of developing and implementing tourist routes for foreign tourists in the post-war years in a travel agency are substantiated.

Keywords: tourism, tourist activity, tourist route, tourist product, military tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ.....	9
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ТА ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ У ТУРИСТИЧНІЙ АГЕНЦІЇ «Клуб Датур».....	17
2.1. Організаційно-управлінська характеристика діяльності туристичної агенції «Клуб Датур»	17
2.2. Аналіз економічного та туристичного потенціалу туристичної агенції «Клуб Датур».....	24
2.3. Оцінка сучасного стану планування та впровадження туристичних маршрутів туристичної агенції «Клуб Датур».....	32
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ У ПОВОЄННІ РОКИ У ТУРИСТИЧНІЙ АГЕНЦІЇ «Клуб Датур».....	42
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	59

ВСТУП

Актуальність теми. Розробка та впровадження туристичних маршрутів є важливим етапом у розвитку туристичної галузі, що сприяє залученню туристів, підтримці місцевої економіки та збереженню культурної спадщини. У сучасних умовах туристичні маршрути виконують не лише функцію знайомства з визначними місцями, а й є засобом освітнього, екологічного та культурного обміну між різними народами. Процес створення туристичних маршрутів вимагає глибокого аналізу потреб цільових аудиторій, вивчення особливостей місцевості, історичних та культурних аспектів, що дозволяє створювати унікальні та привабливі пропозиції для туристів. Одним з ключових аспектів є правильне планування маршруту, яке включає в себе визначення точок інтересу, транспортні засоби, супровід професійних гідів та організацію додаткових послуг.

Сучасні туристичні маршрути повинні бути не лише цікаві та пізнавальні, а й безпечні, доступні та зручні для туристів. Важливою складовою розробки є створення інфраструктури, що відповідає вимогам сучасного ринку туризму. Для цього необхідно враховувати зручність транспорту, наявність інформаційних центрів, готельних комплексів та місць для відпочинку. Поява нових напрямків туризму, таких як військовий, екологічний, гастрономічний або спортивний, дозволяє привернути різноманітні групи туристів з усього світу.

Розробка туристичних маршрутів також має важливе значення для регіонального розвитку. Це створює нові робочі місця, стимулює малий бізнес та сприяє збереженню локальних традицій і культури. В умовах післявоєнного відновлення України розробка нових маршрутів, що відображають історичні події та національні трагедії, може стати важливим інструментом для підтримки міжнародної підтримки і формування позитивного іміджу країни. Таким чином, туризм стає не тільки економічним, а й культурним важелем для відновлення соціального розвитку суспільства.

Аналіз останніх досліджень. Важливим аспектам дослідження науково-прикладної проблематики розробки та впровадження туристичних маршрутів в середовищі туристичних підприємств присвячені праці провідних українських учених-економістів, таких як: Л.В. Безкоровайна, Г.Ф. Бойко, М.Д. Герасименко, А.М. Гринасюк, В.Ф. Кифяк, К.А. Компанец, Н.О. Коцан, О.О. Любіцева, Г.І. Михайліченко, І.М. Писаревський, О.Є. Поморцева, О.Р. Роїк, В.М. Шевчук, Г.П. Щука та інші.

Метою бакалаврської кваліфікаційної роботи є дослідження сучасного стану, а також формування напрямів удосконалення розробки та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів.

Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких **завдань:**

- вивчити теоретичні основи розробки та впровадження туристичних маршрутів;
- надати організаційно-управлінську характеристику діяльності туристичної агенції;
- провести аналіз економічного та туристичного потенціалу туристичної агенції;
- здійснити оцінку сучасного стану планування та впровадження туристичних маршрутів туристичної агенції;
- обґрунтувати напрями розробки та впровадження туристичних маршрутів для іноземних туристів у повоєнні роки у туристичній агенції.

Об'єктом дослідження є процес розробки та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів у туристичній агенції «Клуб Датур».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади розробки та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів у туристичній агенції «Клуб Датур».

Методи дослідження. Теоретичну основу дослідження становлять основні принципи та наукові концепції, а також сучасні розробки в галузі теорій

управління та маркетингу туризму. Для аналізу використано загальні наукові методи пізнання економічних явищ і процесів, включаючи наукові узагальнення. У роботі застосовано проблемно-теоретичний аналіз і синтез літературних джерел, методи порівняння, узагальнення, формалізації, систематизації та абстрагування. Також були використані методи групування та опитування (інтерв'ювання), конкурентний аналіз, а також оцінка фінансово-економічних показників діяльності туристичної агенції. Для обробки даних застосовувалися графічні та матричні методи.

Інформаційною базою дослідження були основні положення фундаментальних праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, присвячені різноманітним аспектам розробки туристичних маршрутів, матеріали науково-практичних конференцій, нормативно-правові акти, документація підприємства, матеріали періодичних видань, наукових конференцій та інші матеріали оприлюднені у друкованій формі та в мережі Інтернет.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що вони сприяють розвитку індустрії туризму в повоєнний період України. Результати дослідження дозволяють сформулювати нові підходи до розробки та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів в середовищі вітчизняних туристичних агенцій.

Перелік публікацій автора за темою дослідження. Основні результати дослідження оприлюднені на конференціях:

1. Арзанов Д. О. Формування та просування туристичних маршрутів для іноземних туристичних груп : збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України» (м. Київ, 12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. С. 14-17.

2. Булуй О. Г., Арзанов Д. О., Стаховська Д. О. Роль родових поселень у організації туристичної діяльності : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конференції Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети (м. Житомир, 10-11 квітня 2024 р.). Житомир: Поліський національний

університет, 2024. С. 55-59

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 56 сторінках друкованого тексту. Робота містить 19 таблиць та 5 рисунків. Список використаних літературних джерел налічує 50 джерел, що викладені на 4 сторінках. Робота містить 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі зростає значення розробки та впровадження нових туристичних маршрутів. Зміна поведінки споживачів, поява нових форматів відпочинку та підвищення вимог до якості послуг вимагають від туристичних підприємств гнучкості та інноваційності. Туристи дедалі частіше шукають унікальні враження, автентичність, безпечність і комфорт. Тому розробка маршрутів, що враховують культурні, природні та соціальні особливості регіонів, стає пріоритетним завданням [2].

Нові туристичні продукти дозволяють задовольнити інтереси різних цільових аудиторій - від сімей із дітьми до мандрівників, які прагнуть активного або екологічного туризму. Впровадження інноваційних маршрутів сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства та формує позитивний імідж території. Крім того, це забезпечує рівномірне розподілення туристичних потоків і зменшує навантаження на популярні об'єкти. Ефективно розроблені маршрути можуть стимулювати місцеву економіку, створюючи нові робочі місця та підтримуючи малий бізнес. Таким чином, туристичні маршрути є не лише інструментом задоволення нових потреб туристів, а й важливим чинником сталого розвитку регіону. Це вимагає від туристичних підприємств системного підходу до планування, аналізу попиту та маркетингових стратегій.

Туристичний маршрут - це заздалегідь спланований шлях пересування туристів, який включає в себе перелік визначених об'єктів показу, пунктів зупинок, засобів пересування та організаційних заходів, що забезпечують повноцінне задоволення пізнавальних, рекреаційних, культурних чи інших потреб мандрівників. Він може бути одноденним або багатоденним, лінійним, кільцевим чи радіальним, і формуватися з урахуванням географічних, історико-культурних, природних, соціальних та економічних особливостей території [8].

У широкому сенсі плановий туристичний маршрут - це комплексно

організований і заздалегідь розроблений напрям подорожі, що передбачає чітку послідовність пересування туристів у просторі та часі з урахуванням визначених об'єктів відвідування, способів пересування, тривалості зупинок, умов проживання та харчування [28]. Такий маршрут спрямований на максимальне задоволення потреб туристів, забезпечення їхньої безпеки, комфорту та емоційного досвіду. Він є результатом аналітичного планування з урахуванням туристичних ресурсів території, інтересів цільової аудиторії, сезонності, логістичних можливостей та інших факторів. Плановий туристичний маршрут може бути як стандартним (типовим), так і індивідуалізованим відповідно до запитів конкретної групи або туриста [36].

Плановим туристичним маршрутам притаманна низка характерних рис, які визначають їхню важливу роль, місце й значення на сучасному етапі розвитку індустрії туризму (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Характерні риси планових туристичних маршрутів

Характерна риса	Суть та значення
Повсюдність туристичних маршрутів	Туристичні маршрути охоплюють різні регіони - від мегаполісів до сільських і природоохоронних територій, сприяючи рівномірному розвитку туризму.
Загальнодоступність маршрутів	Вони орієнтовані на широке коло туристів з різними фізичними можливостями, соціальним статусом та віковими групами, що робить туризм масовим явищем.
Висока насиченість пізнавальними елементами	Маршрути включають об'єкти культурної, історичної, архітектурної та природної спадщини, задовольняючи пізнавальні інтереси туристів і сприяючи розвитку внутрішнього туризму.
Оздоровча функція маршрутів	Туристичні подорожі позитивно впливають на фізичне та психоемоційне здоров'я людей, особливо якщо маршрути проходять через природні або курортні зони.
Економічна функція маршрутів	Вони є джерелом доходів для туристичних підприємств, сприяють залученню інвестицій, розвитку малого бізнесу та створенню робочих місць.
Вплив на розвиток інфраструктури та суміжних галузей	Сприяють будівництву доріг, готелів, ресторанів, розвитку торгівлі, ремесел, транспорту й місцевого виробництва, особливо в туристично привабливих регіонах.
Соціальний характер маршрутів	Сприяють соціалізації, культурному обміну, зміцненню національної ідентичності, підвищенню якості дозвілля та духовного розвитку населення.

Джерело: складено автором на основі [22; 48]

Отже, планові туристичні маршрути мають низку важливих рис, які зумовлюють їх значну роль у розвитку туризму. Вони є доступними, пізнавальними, оздоровчими та економічно ефективними інструментами задоволення потреб туристів. Такі маршрути сприяють розвитку інфраструктури, підтримують місцеву економіку й активізують суміжні галузі. Завдяки своєму соціальному та культурному значенню, туристичні маршрути стають важливим фактором сталого розвитку регіонів [36].

Процес створення планових туристичних маршрутів відбувається в умовах постійних змін соціально-економічного середовища, що формує до нього низку важливих вимог (рис. 1.1).

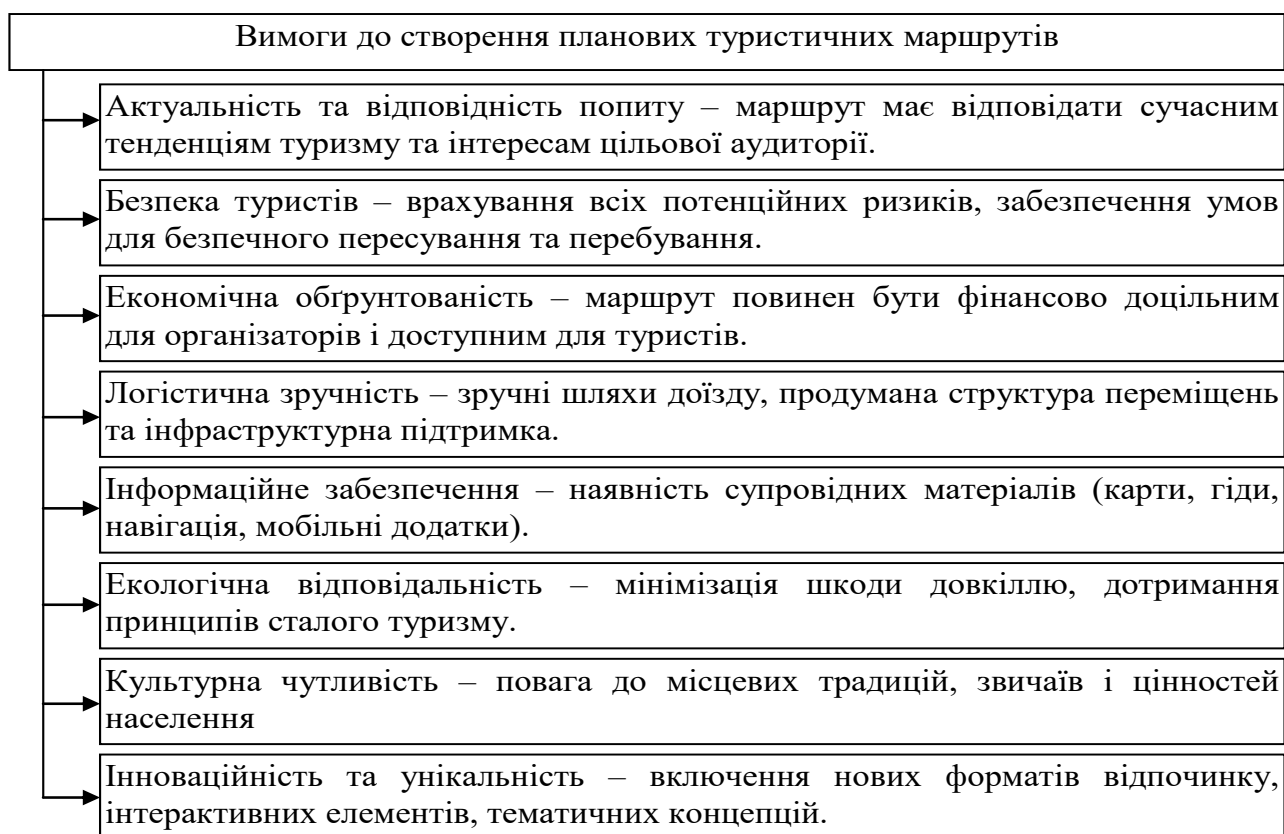


Рис. 1.1. Вимоги до створення планових туристичних маршрутів

Джерело: складено автором на основі [2; 8; 28]

Розробка туристичних маршрутів - це складна багатоступінчата процедура, що вимагає ретельного планування, аналітичного підходу та міждисциплінарної взаємодії. Вона потребує [20; 36]:

- комплексного дослідження туристичних ресурсів території - вивчення

природних, історико-культурних, соціальних та інфраструктурних можливостей регіону;

- визначення цільової аудиторії - аналіз інтересів, потреб, вікових, соціальних та економічних характеристик потенційних туристів;

- розробки логістичної структури маршруту - оптимізація шляхів пересування, тривалості зупинок, варіантів транспорту;

- оцінки потенційних ризиків та безпеки - включення заходів з попередження небезпек і забезпечення комфортних умов подорожі;

- формування інформаційного супроводу - створення карт, путівників, інформаційних стендів, мобільних застосунків;

- прорахунку економічної ефективності - оцінка витрат, ціноутворення, фінансової доцільності та можливостей монетизації маршруту;

- узгодження з місцевою владою та громадами - врахування інтересів жителів, отримання дозволів, підтримка локальних ініціатив;

- тестування та коригування маршруту - апробація на практиці, отримання відгуків, удосконалення маршруту перед офіційним запуском.

Цей процес потребує участі фахівців з туризму, маркетингу, логістики, географії, охорони природи, що забезпечує якість і привабливість кінцевого туристичного продукту.

Процес розробки та впровадження туристичних маршрутів має особливості в залежності від типів маршрутів. Типи туристичних маршрутів класифікують за різними ознаками залежно від цілей подорожі, тривалості, форми організації, способу пересування тощо (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація типів туристичних маршрутів

Критерій класифікації	Типи маршрутів	Характеристика
1	2	3
За формою прокладання	Лінійні, кільцеві, радіальні	Лінійні - мають початкову й кінцеву точку; кільцеві - повернення в початкову точку; радіальні - з базою.
За тривалістю	Короткострокові (одноденні), середньої тривалості, тривалі	Залежить від кількості днів і ночівель у межах маршруту.

Продовження таблиці 1.2

1	2	3
За способом пересування	Пішохідні, автомобільні, велосипедні, водні, кінні, комбіновані	Визначаються основним видом транспорту чи поєднанням декількох.
За географією	Місцеві, регіональні, національні, міжнародні	Визначаються масштабом охопленої території.
За змістом і метою подорожі	Культурно-пізнавальні, екологічні, релігійні, пригодницькі, лікувальні, гастрономічні тощо	Орієнтовані на специфічні інтереси туристів.
За способом організації	Самостійні (індивідуальні), організовані (групові, агентські)	Відрізняються ступенем участі туроператора або туриста в організації подорожі.
За сезоном	Літні, зимові, цілорічні	Визначаються природними умовами й сезонною доступністю локацій.

Джерело: складено автором на основі [21; 29; 48]

Представлена класифікація дозволяє туристичним підприємствам розробляти маршрути з урахуванням потреб різних категорій мандрівників, підвищуючи привабливість і конкурентоспроможність туристичного продукту.

Розробка туристичного туру - це поетапний процес, що охоплює низку послідовних дій, спрямованих на створення якісного, безпечного та привабливого туристичного продукту [42].

Етапи процесу розробки та впровадження туристичних маршрутів наведено на рис. 1.2.

Детальний опис етапів процесу розробки та впровадження туристичних маршрутів наведемо нижче [8; 24]:

Етап I. Вибір пунктів маршруту. На цьому етапі визначаються ключові туристичні об'єкти, які можуть бути включені до маршруту. Враховуються природні, історичні, культурні та інші привабливі місця. Важливо оцінити доступність пунктів, їхню безпеку та відповідність туристичним інтересам. Об'єкти мають відповідати меті туру (пізнавальна, оздоровча, гастрономічна тощо). Завдання - створити попередній перелік можливих зупинок, які будуть цікаві туристам.

Етап II. Ієрархізація пунктів маршруту. Після вибору пунктів проводиться їх ранжування за значущістю, популярністю та тематичним змістом.

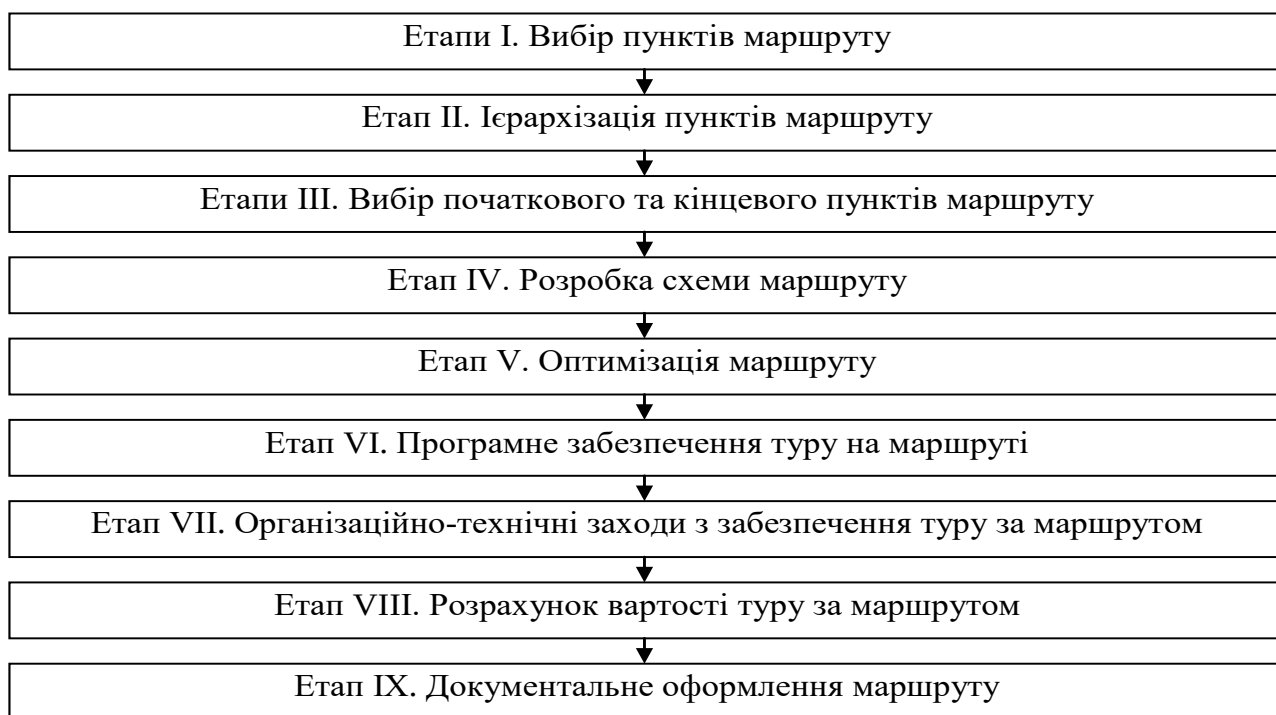


Рис. 1.2. Етапи процесу розробки та впровадження туристичних маршрутів

Джерело: складено автором на основі [8; 24]

Це дає змогу виділити основні (ключові) та другорядні (допоміжні) об'єкти. Важливо також врахувати логістичну зручність та тривалість відвідування кожного пункту. Основні пункти стають "магнітами" маршруту, а другорядні - доповненням. Це забезпечує структурованість маршруту й кращу організацію подорожі.

Етап III. Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту. На цьому етапі визначається логічний початок і завершення маршруту. Зазвичай початковим пунктом обирається місце з розвиненою транспортною інфраструктурою. Кінцевий пункт може бути таким самим або іншим, залежно від типу маршруту (кільцевий, лінійний). Також важливо врахувати можливість комфортного доїзду або повернення туриста. Цей вибір впливає на загальну привабливість і зручність туру.

Етап IV. Розробка схеми маршруту. Будується загальна схема переміщення туристів між пунктами маршруту. Вона включає розташування зупинок, послідовність відвідувань та відстані між ними. Проводиться оцінка часу на дорогу та перебування в кожному пункті. Враховується транспорт, дорожні

умови та наявність інфраструктури. Це дозволяє створити логічну і реалістичну картину подорожі.

Етап V. Оптимізація маршруту. На основі побудованої схеми маршрут аналізується на предмет ефективності. Оптимізація включає зменшення часу на переміщення, уникнення дублювань та покращення логістики. Переглядаються черговість об'єктів, тривалість зупинок, можливі альтернативи. Також враховуються витрати і комфорт туристів. Результат - більш збалансований і привабливий маршрут.

Етап VI. Програмне забезпечення туру на маршруті. Складається детальна програма туру: дати, час, послідовність дій, заходи, екскурсії. Програма має бути зручною, зрозумілою та привабливою для туристів. Важливо передбачити як обов'язкові, так і вільні пункти (час на відпочинок, вільний огляд). Уточнюються послуги: харчування, проживання, супровід гіда. Програма стає основою рекламних матеріалів та договорів із туристами.

Етап VII. Організаційно-технічні заходи з забезпечення туру за маршрутом. Здійснюється бронювання транспорту, готелів, екскурсій, ресторанів та інших послуг. Встановлюються контакти з постачальниками послуг і перевіряється їхня надійність. Готуються інформаційні матеріали: карти, путівники, бейджі, квитки. Організовується супровід (гіди, перекладачі, медпрацівники тощо). Це забезпечує безперебійну та комфортну реалізацію туру.

Етап VIII. Розрахунок вартості туру за маршрутом. Проводиться повний фінансовий розрахунок собівартості туру. Враховуються витрати на проживання, харчування, транспорт, екскурсії, страхування, адміністрування тощо. Формується кінцева ціна туру з урахуванням рентабельності. Ціна має бути конкурентоспроможною та відповідати якості послуг. Також можуть бути розроблені цінові пакети - базовий, розширений, VIP.

Етап IX. Документальне оформлення маршруту. Підготовка всіх необхідних документів: туристичні договори, страховки, ліцензії, дозволи на відвідування окремих об'єктів. Складається маршрутна карта й програмна

документація. Документи передаються туристам або туристичним агентствам. Оформляються угоди з партнерами, постачальниками послуг. Це фіналізує процес і дозволяє офіційно запускати тур у продаж [24].

Таким чином, можна зробити висновок, що розробка та впровадження туристичних маршрутів є важливим аспектом туристичної діяльності, що потребує комплексного підходу на кожному етапі. Початковим кроком є вибір пунктів маршруту, який залежить від привабливості об'єктів і зручності доступу для туристів. Після цього важливо здійснити ієрархізацію пунктів, розставивши їх за значущістю та зручністю пересування. Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту має велике значення для оптимізації часу та зусиль туристів. Розробка схеми маршруту допомагає чітко спланувати всі етапи подорожі, враховуючи відстані та зручність транспортування. Оптимізація маршруту зменшує час на переміщення та підвищує ефективність подорожі. Програмне забезпечення туру гарантує комфорт туристів і узгодженість усіх елементів подорожі, таких як екскурсії, харчування та проживання. Організаційно-технічні заходи включають підготовку всіх необхідних послуг і ресурсів для успішного проведення туру. Розрахунок вартості забезпечує економічну ефективність маршруту та дає змогу пропонувати конкурентоспроможні ціни. Оформлення документів є завершальним етапом, що забезпечує юридичну чистоту та готовність маршруту до реалізації. Таким чином, кожен етап розробки маршруту важливий для створення привабливого, безпечного та економічно вигідного туристичного продукту.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ТА ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ У ТУРИСТИЧНІЙ АГЕНЦІЇ «Клуб Датур»

2.1. Організаційно-управлінська характеристика діяльності туристичної агенції «Клуб Датур»

Об'єктом дослідження актуальних питань розробки та впровадження туристичних маршрутів обрано регіональне туристичне підприємство, а саме туристичну агенцію ПП «Клуб Датур». Датур - надійний туристичний партнер з 2004 року. Агентство пропонує різноманітні напрямки відпочинку в Україні та за кордоном [39].

Організаційно-правова характеристика туристичної агенції ПП «Клуб Датур» представлена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Організаційно-правова характеристика підприємства ПП «Клуб Датур»

Ознаки	Характеристика
Повне найменування юридичної особи	ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО ДАТУР
Скорочена назва	ПП «Клуб Датур»
Статус юридичної особи	Зареєстровано
Код ЄДРПОУ	36859252
Дата реєстрації	13.11.2009 р.
Уповноважені особи	Козловська Оксана Анатоліївна
Організаційно-правова форма	Приватне підприємство
Розмір статутного капіталу	50 000,00 грн.
Форма власності	Приватна
Види діяльності	79.11 Діяльність туристичних агентств Інші: 77.40 Лізинг інтелектуальної власності та подібних продуктів, крім творів, захищених авторськими правами 79.12 Діяльність туристичних операторів 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
Місцезнаходження юридичної особи	вулиця Київська, 79, Житомир, Житомирська область, 10001

Джерело: складено автором за даними підприємства

Отже, юридична особа ПП «Клуб Датур», код ЄДРПОУ 36859252, було зареєстровано 13.11.2009 р. Розмір статутного капіталу юридичної особи складає 50 000,00 грн. На час останнього оновлення даних 09.04.2025 р. стан юридичної особи - зареєстровано. Уповноваженою особою юридичної особи ПП «Клуб Датур» є Козловська Оксана Анатоліївна.

До послуг входять автобусні та авіатури, гірськолижні подорожі, SPA-курорти, корпоративні тури, а також лікувальні та весільні поїздки. Допомога в оформленні віз, купівлі авіаквитків та страхування робить планування поїздок простим і зручним. Місце розташування - Житомир, вулиця Київська, 79 [39].

Метою діяльності туристичної агенції ПП «Клуб Датур» є надання високоякісних туристичних послуг, що відповідають індивідуальним потребам клієнтів. Агенція прагне забезпечити комфортні та безпечні подорожі, створюючи незабутні враження для туристів через організацію турів різного рівня складності та напрямків. Важливим аспектом є розвиток довгострокових партнерських відносин з провідними туроператорами, готелями та іншими постачальниками послуг. ПП «Клуб Датур» також орієнтується на задоволення потреб клієнтів у наданні спеціалізованих турів, що включають пізнавальні, екологічні та активні види відпочинку. Мета компанії - створити ефективну бізнес-модель, що поєднує високу якість послуг, конкурентоспроможні ціни та індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Предметом діяльності туристичної агенції ПП «Клуб Датур» є організація та реалізація туристичних послуг для клієнтів. Це включає планування, продаж і обслуговування різноманітних турів, таких як культурно-пізнавальні, екскурсійні, відпочинкові, активні та спеціалізовані тури. Агенція займається бронюванням авіаквитків, готелів, транспортних послуг, а також організацією екскурсій та інших супутніх послуг. Крім того, ПП «Клуб Датур» надає консультації щодо вибору туристичних напрямків, організовує корпоративні тури, групові поїздки та інші індивідуальні запити. Важливим напрямком є забезпечення високої якості обслуговування та розробка персоналізованих маршрутів для клієнтів [39].

Основними напрямками діяльності підприємства ПП «Клуб Датур» є:

- надання послуг в сфері міжнародного та внутрішнього туризму;
- супутні послуги;
- послуги з розміщення туристів в засобах розміщення;
- послуги кемпінгів та таборів відпочинку;
- транспортні послуги;
- оренда транспортних засобів;
- послуги організації екскурсійних програм;
- послуги різних видів страхування туристів та їх майна;
- виробництво та реалізація сувенірної продукції;
- паспортно-візові послуги;
- фінансові послуги (обмін валют, обслуговування туристичних кредитів та кредитних карт);
- послуги в сфері культури (музеї, театри, зоосади, ботанічні сади тощо);
- спортивні та рекреаційні послуги (гольф-клубів, лижних баз, пляжів, шкіл верхової їзди, оренди туристичного та спортивного знаряддя, тощо);
- послуги з організації відпочинку та розваг.

Місія, бачення, стратегічні цілі та принципи розвитку туристичної агенції ПП «Клуб Датур» на ринку наведено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Місія, бачення, стратегічні цілі та принципи розвитку туристичної
агенції ПП «Клуб Датур» на ринку**

Елемент	Опис
1	2
Місія	Забезпечення високоякісних туристичних послуг, орієнтуючись на індивідуальні потреби клієнтів, створення незабутніх подорожей через професіоналізм, комфорт та безпеку.
Бачення	Стати лідером серед туристичних агенцій, забезпечуючи клієнтів інноваційними і зручними туристичними рішеннями, що відповідають найвищим стандартам якості на ринку.
Стратегічні цілі	1. Розширення спектру послуг та розробка нових туристичних продуктів. 2. Збільшення ринкової частки через активну маркетингову діяльність. 3. Розвиток партнерських відносин з туроператорами та постачальниками послуг для покращення обслуговування клієнтів.

Продовження таблиці 2.2

1	2
Принципи розвитку	1. Орієнтація на індивідуальний підхід до кожного клієнта. 2. Постійне вдосконалення якості послуг через навчання та розвиток персоналу. 3. Врахування сучасних тенденцій та технологій в туризмі для покращення клієнтського досвіду. 4. Забезпечення доступності та безпеки турів.

Джерело: складено автором за даними підприємства

Визначені елементи визначають основні напрямки розвитку та операційну стратегію ПП «Клуб Датур», сприяючи його успішному функціонуванню на конкурентному туристичному ринку.

Організаційна структура управління туристичної агенції ПП «Клуб Датур» є важливою складовою для ефективного функціонування та розвитку компанії. Вона включає кілька основних підрозділів, кожен з яких відповідає за конкретні напрямки діяльності, що забезпечує чітку організацію процесів і високий рівень обслуговування клієнтів. У структурі агентства виділяються такі ключові функції: маркетинг та продажі, організація турів, фінансовий та юридичний відділи [33]. Особливістю є наявність гнучкої ієрархії, що дозволяє швидко реагувати на зміни ринку та потреби туристів. Компанія активно співпрацює з партнерами для розширення спектру послуг, що пропонуються клієнтам. Таким чином, організаційна структура ПП «Клуб Датур» сприяє не тільки стабільному веденню бізнесу, а й розвитку нових можливостей у туристичному секторі.

Структура управління підприємством ПП «Клуб Датур» представлена на рис. 2.1.

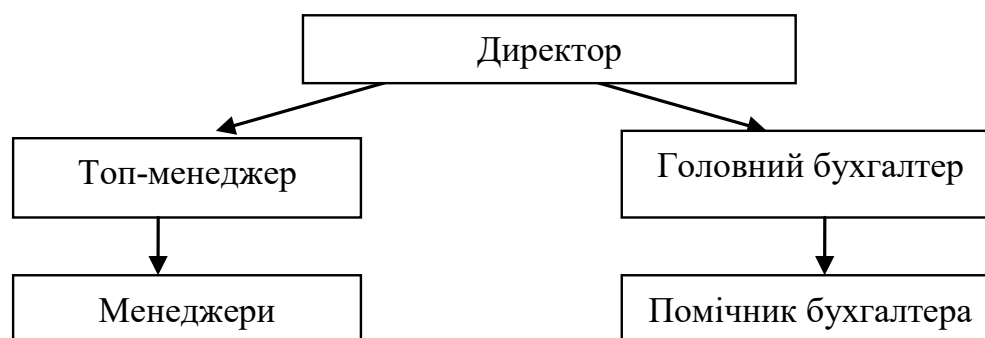


Рис. 2.1. Структура управління ПП «Клуб Датур»

Джерело: складено автором за даними підприємства

При вивченні організаційної структури підприємства ПП «Клуб Датур» важливо здійснити детальний аналіз всіх підрозділів та їх взаємозв'язків, що дозволяє отримати повне уявлення про ефективність функціонування організації. Кожен підрозділ має своє чітко визначене місце в структурі і відповідає за конкретні функції, які впливають на загальний результат діяльності. Також аналізуються відносини між підрозділами: як вони взаємодіють, чи є ефективне управління потоками інформації та ресурсів. Окрім того, визначається тип організаційної структури (наприклад, органічна, механічна, дивізіональна або матрична), що допомагає зрозуміти, як керуються процеси на підприємстві та які методи управління застосовуються [21].

Узагальнені результати аналізу розподілу функцій управління ПП «Клуб Датур» представимо у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз розподілу функцій управління всередині ПП «Клуб Датур»

№ з/п	Назва посадової особи, підрозділу підприємства	Основні функції посадової особи, підрозділу підприємства	Кількість працівників підрозділу
1	Директор	- формування стратегічних цілей і завдань розвитку підприємства; - керування поточною діяльністю підприємства; - делегування повноважень на нижчі рівні управління; - перевірка фінансової звітності підприємства; - формування кадрового потенціалу підприємства; - розподіл ресурсів всередині підприємства	1
2	Головний бухгалтер	- ведення бухгалтерського, управлінського, податкового обліку; - формування фінансової стратегії підприємства; - складання фінансової звітності підприємства;	1
3	Помічник бухгалтера	- ведення синтетичного обліку; - складання первинної документації; - формування фінансових звітів підприємства	1
4	Топ-менеджер	- розробка нових тур продуктів; - формування ціни на туристичні продукти; - зв'язки з громадськістю; - формування маркетингової та збутової стратегії	1
5	Менеджери	- ведення поточних переговорів з клієнтами; - збут туристичних продуктів; - складання документів на обслуговування туристів	2

Джерело: складено автором за даними підприємства

Аналіз розподілу функцій управління всередині ПП «Клуб Датур» показує чітке та ефективне поділ обов'язків між працівниками на всіх рівнях. Кожен підрозділ виконує свої специфічні функції, що забезпечує оптимізацію процесів на підприємстві. Директор підприємства займається стратегічним управлінням та розподілом ресурсів, забезпечуючи загальний напрямок розвитку компанії. Головний бухгалтер відповідає за фінансове планування та облік, що є важливим для фінансової стабільності. Помічник бухгалтера та менеджери займаються виконанням поточних операцій, що дозволяє знизити навантаження на керівників і підвищити ефективність роботи компанії. В цілому, структура розподілу функцій відповідає вимогам до туристичного бізнесу та забезпечує злагоджену роботу всіх підрозділів.

ПП «Клуб Датур» має статус юридичної особи, веде самостійний баланс і має рахунки в українських та іноземних банках, зокрема розрахунковий і валютний. Воно має круглу печатку з власним найменуванням, фірмові бланки, емблему та знак для товарів і послуг. Підприємство функціонує на принципах самоокупності та самоуправління, має право набувати майнових і немайнових прав, виконувати зобов'язання, а також виступати позивачем або відповідачем у судових, арбітражних та третейських справах. Його діяльність орієнтована на отримання максимального прибутку від використання наявних ресурсів та подальший розвиток туризму та інших видів діяльності. Основною метою ПП «Клуб Датур» є забезпечення ринку товарами і послугами в межах своєї діяльності та отримання прибутку.

SWOT-аналіз є важливим інструментом стратегічного управління, який дозволяє підприємствам оцінити свої сильні і слабкі сторони, а також можливості та загрози з зовнішнього середовища. Він дає змогу приймати обґрунтовані рішення, оптимізувати ресурси та адаптуватися до змін на ринку. Проведення SWOT-аналізу допомагає підприємствам виявити ключові напрямки для розвитку, мінімізувати ризики та максимізувати потенціал. Це необхідний крок для будь-якого бізнесу, який прагне забезпечити свою конкурентоспроможність та стабільне зростання [9].

Для оцінки сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз стратегічного розвитку ПП «Клуб Датур» можна побудувати матрицю SWOT наступним чином (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Матриця SWOT стратегічного розвитку ПП «Клуб Датур»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Досвідчена команда менеджерів і консультантів.	1. Обмежені фінансові ресурси для масштабної рекламної кампанії.
2. Надійні партнерські відносини з провідними туроператорами.	2. Недостатня автоматизація та використання новітніх технологій.
3. Широкий асортимент туристичних послуг та продуктів.	3. Обмежена присутність на міжнародних ринках.
4. Гнучкість у формуванні індивідуальних турів.	4. Нестабільність кадрового складу через сезонність бізнесу.
5. Високий рівень задоволення клієнтів та відгуків.	5. Залежність від певних постачальників послуг і продуктів.
6. Професійний маркетинг і брендування компанії.	6. Недостатня інвестиційна активність для масштабування.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Розширення діяльності на нові географічні ринки.	1. Зростання конкуренції в туристичній галузі.
2. Збільшення попиту на еко- та активний туризм.	2. Політична нестабільність, що може вплинути на безпеку туристів.
3. Впровадження цифрових технологій для покращення сервісу.	3. Коливання обмінних курсів, що впливає на фінансові результати.
4. Розвиток внутрішнього туризму у зв'язку з пандемічною ситуацією.	4. Зміни в туристичному законодавстві та регуляціях.
5. Розширення асортименту послуг через партнерства з новими постачальниками.	5. Невизначеність у відновленні туристичних потоків після криз.
6. Тренд на онлайн-бронювання та електронні тури.	6. Ризики, пов'язані з природними катастрофами та кліматичними змінами.

Джерело: складено автором

Матриця SWOT для ПП «Клуб Датур» демонструє, що підприємство має кілька сильних сторін, зокрема досвідчену команду, надійні партнерські відносини та широкий асортимент туристичних послуг. Однак серед слабких сторін виокремлюються обмежені фінансові ресурси, нестабільність кадрового складу та залежність від окремих постачальників. Підприємство має можливості для розвитку, включаючи розширення на нові ринки, зростаючий попит на еко- та активний туризм та впровадження нових технологій. Водночас існують загрози у вигляді конкуренції, політичної нестабільності та ризиків,

пов'язаних з коливаннями обмінних курсів. Для максимального використання своїх сильних сторін і можливостей ПП «Клуб Датур» необхідно вирішити наявні слабкості та розробити стратегії для мінімізації загроз. Успішна адаптація до змінного ринкового середовища та управління ризиками допоможуть підприємству залишатися конкурентоспроможним.

Таким чином, можна зробити висновок, що ПП «Клуб Датур» демонструє стабільний розвиток завдяки досвідченій команді, надійним партнерствам та широкому асортименту туристичних послуг. Однак, існуючи фінансові обмеження та потреба в оновленні технологічної бази, компанії необхідно інвестувати в модернізацію своїх процесів і залучення нових клієнтів. Розширення на нові ринки та впровадження цифрових технологій може значно покращити конкурентоспроможність підприємства. Проте, ПП «Клуб Датур» стикається з зовнішніми загрозами, такими як посилення конкуренції та політична нестабільність, що вимагає обережного управління ризиками. Загалом, підприємство має хороші перспективи для подальшого розвитку, якщо зможе ефективно використовувати наявні можливості та впоратися з викликами.

2.2. Аналіз економічного та туристичного потенціалу туристичної агенції «Клуб Датур»

Оцінка економічного потенціалу туристичної агенції ПП «Клуб Датур» є важливим етапом у стратегічному управлінні, оскільки вона дозволяє визначити ресурси та можливості підприємства для досягнення конкурентних переваг на ринку. Зрозуміти фінансову стабільність, ефективність використання ресурсів та здатність до масштабування є ключовим для подальшого розвитку компанії. Така оцінка допомагає виявити сильні та слабкі сторони, що дозволяє своєчасно коригувати стратегії та інвестиційні рішення. Крім того, аналіз економічного потенціалу сприяє прийняттю обґрунтованих рішень щодо розширення асортименту послуг, вдосконалення внутрішніх процесів і

розвитку нових напрямків. Це дозволяє ПП «Клуб Датур» ефективно реагувати на зміни в економічному середовищі та зберігати високу конкурентоспроможність. Оцінка економічного потенціалу є необхідною для забезпечення стабільного і сталого зростання підприємства в умовах динамічного ринку туризму.

Динаміка формування основних економічних показників діяльності ПП «Клуб Датур» представлена у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Основні економічні показники діяльності ПП «Клуб Датур»

Показники	Роки			2024 р. до 2022 р.	
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	+, –	%
Чистий дохід, тис. грн.	1131,8	5120,0	2918,1	1786,3	157,83
Чистий прибуток, тис. грн.	915,9	2883,0	2918,1	2002,2	У 2,18 р.б.
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	2566,6	3968,9	11454,8	8888,2	У 3,46 р.б.
Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	7,8	4,8	5,2	-2,6	-33,33
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	2558,8	3964,1	11449,6	8890,8	У 3,47 р.б.
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	6	6	6	0	0,00
Фондовіддача, грн.	145,10	1077,89	561,17	416,07	У 2,86 р.б.
Фондоозброєність, тис. грн /ос.	1,30	0,79	0,87	-0,43	-33,33
Продуктивність праці, тис. грн. /ос.	188,63	853,33	486,35	297,72	157,83
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,44	1,29	0,25	-0,19	-42,38

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз економічних показників діяльності ПП «Клуб Датур» за період 2022-2024 років свідчить про значні зміни в фінансових результатах підприємства. Чистий дохід підприємства значно зріс, з 1131,8 тис. грн у 2022 році до 5120,0 тис. грн у 2023 році, що свідчить про збільшення на 157,83%. Це вказує на ефективне розширення діяльності та здатність компанії адаптуватися до змін на ринку. Чистий прибуток також зріс з 915,9 тис. грн у 2022 році до 2883,0 тис. грн у 2023 році, що є підвищенням на 2002,2 тис. грн, що перевищує в 2,18 рази показник попереднього року.

Водночас середньорічна вартість активів підприємства збільшилась з

2566,6 тис. грн у 2022 році до 11454,8 тис. грн у 2024 році, що свідчить про значне зростання інвестиційних можливостей компанії. Проте середньорічна вартість необоротних активів знизилась, що є негативним фактором, зменшившись на 33,33%, вказуючи на можливе зниження довгострокових інвестицій. Оборотні активи, навпаки, зросли на 3,47 рази, що відображає збільшення поточних активів і можливостей для операційної діяльності.

Чисельність працівників залишилась стабільною, що свідчить про ефективність використання трудових ресурсів. Фондовіддача зменшилась, що може свідчити про менш ефективне використання основних засобів в порівнянні з попередніми роками. Зниження фондоозброєності та коефіцієнта оборотності оборотних активів вказує на потенційні проблеми з ефективністю використання оборотних коштів. Продуктивність праці зросла, що може бути результатом покращення виробничих процесів або більш високої вартості туристичних послуг.

Загалом, хоча ПП «Клуб Датур» демонструє суттєве зростання доходів і прибутку, зниження ефективності використання активів та зниження фондоозброєності є факторами, на які слід звернути увагу для подальшого поліпшення фінансових результатів.

Оцінка майнового стану підприємства ПП «Клуб Датур» представлена у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Оцінка майнового стану підприємства ПП «Клуб Датур»

Показник	Роки			2024 р. до 2022 р.
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	
1	2	3	4	5
Загальна вартість активів (майна), тис.грн.	3405,8	4526,6	18372,5	14966,7
Вартість необоротних активів, тис. грн.	4,2	5,3	5,1	0,9
Вартість оборотних активів, тис. грн.	3401,6	4526,6	18372,5	14970,9
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	3370,5	4387,0	17997,6	14627,1
Грошові кошти, тис. грн.	31,1	0,0	0,0	-31,1
Зареєстрований капітал, тис. грн.	50,0	50,0	50,0	0,0
Власний капітал, тис. грн.	1639,1	4522,1	7440,2	5801,1
Залучений капітал, тис. грн.	1766,7	4,5	10932,3	9165,6
Поточні зобов'язання, тис. грн.	1766,7	4,5	10932,3	9165,6

Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4	5
Робочий (чистий оборотний) капітал, тис. грн.	1634,9	4522,1	7440,2	5805,3
Частка власних оборотних активів	0,48	1,00	0,40	-0,08
Коефіцієнт постійності активів	0,00	0,00	0,00	0,00
Коефіцієнт мобільності активів	1,00	1,00	1,00	0,00
Коефіцієнт співвідношення:				
необоротних і оборотних активів	0,01	0,01	0,01	0,00
оборотних і необоротних активів	809,89	854,07	3602,44	2792,55

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз майнового стану ПП «Клуб Датур» за період з 2022 по 2024 роки свідчить про суттєві зміни в структурі активів та капіталу підприємства. Загальна вартість активів компанії значно зросла з 3405,8 тис. грн у 2022 році до 18372,5 тис. грн у 2024 році, що є збільшенням на 14966,7 тис. грн. Це відображає значне розширення матеріальних та фінансових ресурсів компанії. Однак вартість необоротних активів залишалась стабільною, знизившись лише на 0,9 тис. грн, що вказує на відсутність суттєвих інвестицій у довгострокові активи. Основним зростанням стало збільшення вартості оборотних активів, які виросли з 3401,6 тис. грн у 2022 році до 18372,5 тис. грн у 2024 році, що є значним позитивним зміщенням у структурі активів. Однак, значна дебіторська заборгованість, яка склала 17997,6 тис. грн у 2024 році, є значним ризиком для підприємства, оскільки це вказує на можливі проблеми з отриманням коштів від клієнтів. Водночас, грошові кошти на рахунках підприємства зменшились до нуля, що свідчить про можливі фінансові труднощі або значні виплати, здійснені в кінці звітного періоду.

Зареєстрований капітал підприємства залишився незмінним - 50 тис. грн, що вказує на відсутність змін у статутному капіталі. Власний капітал зріс із 1639,1 тис. грн у 2022 році до 7440,2 тис. грн у 2024 році, що демонструє покращення фінансової стабільності та здатності підприємства генерувати власні ресурси. Залучений капітал значно зріс, що також вказує на залучення додаткових фінансових ресурсів для підтримки активної діяльності. Поточні зобов'язання підприємства виросли до 10932,3 тис. грн у 2024 році, що майже

дорівнює величині залученого капіталу, що може вказувати на високий рівень фінансової залежності.

В цілому, ПП «Клуб Датур» демонструє значний ріст активів, але збереження високої дебіторської заборгованості та збільшення поточних зобов'язань вказує на необхідність подальшої уваги до фінансової ліквідності та управління дебіторськими платежами.

Динаміка формування фінансових результатів діяльності підприємства ПП «Клуб Датур» проаналізовано у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

**Динаміка формування фінансових результатів діяльності
ПП «Клуб Датур», тис. грн.**

Показники	Роки			2024 р. до 2022 р.	
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	+, –	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1131,8	5120,0	2918,1	1786,3	157,83
Валовий прибуток	1131,8	5120,0	2918,1	1786,3	157,83
Інші операційні доходи	0,0	0,0	661,9	661,9	100,00
Інші операційні витрати	153,8	1686,2	2,1	-151,7	-98,63
Фінансовий результат від операційної діяльності	978,0	3433,8	3577,9	2599,9	у 2,65 р.б.
Інші витрати	42,7	475,0	513,9	471,2	у 11,03 р.б.
Фінансовий результат до оподаткування	935,3	2958,8	3064,0	2128,7	у 2,27 р.б.
Чистий фінансовий результат	915,9	2883,0	2918,1	2002,2	у 2,18 р.б.

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз фінансових результатів діяльності ПП «Клуб Датур» за період з 2022 по 2024 рік показує позитивну динаміку основних показників. Чистий дохід від реалізації продукції значно зріс з 1131,8 тис. грн у 2022 році до 2918,1 тис. грн у 2024 році, що є збільшенням на 157,83%. Валовий прибуток слідує за тенденцією чистого доходу, що свідчить про зростання ефективності операційної діяльності компанії. Одним з позитивних моментів є поява інших операційних доходів у 2024 році (661,9 тис. грн), що відображає диверсифікацію джерел прибутку. Водночас, значне зменшення інших операційних витрат (до 2,1 тис. грн у 2024 році) на 98,63% є позитивним

сигналом щодо оптимізації витрат компанії.

Фінансовий результат від операційної діяльності зріс з 978,0 тис. грн у 2022 році до 3577,9 тис. грн у 2024 році, що майже в 2,65 рази більше, свідчить про значне покращення результатів основної діяльності підприємства. Інші витрати збільшились, але не настільки критично, з 42,7 тис. грн у 2022 році до 513,9 тис. грн у 2024 році, що свідчить про наявність додаткових витрат, але вони залишаються під контролем. Загальний фінансовий результат до оподаткування також демонструє позитивну динаміку, зрісши на 2128,7 тис. грн, що є відображенням успішної фінансової стратегії підприємства. Чистий фінансовий результат на кінець 2024 року досяг 2918,1 тис. грн, що вказує на стабільне зростання чистого прибутку і ефективне управління фінансами.

Динаміка показників оцінки фінансового стану підприємства ПП «Клуб Датур» представлена у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Динаміка показників оцінки фінансового стану ПП «Клуб Датур»

Показники	Роки			2024 р. до 2022 р.	
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	+, –	%
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,93	1005,91	1,68	-0,25	-12,95
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0,00	0,00	-0,02	-100,00
Чистий оборотний капітал, млн.грн.	1634,9	4522,1	7440,2	5805,30	у 3,55 р.б.
Коефіцієнт автономії	0,48	1,00	0,40	-0,08	-16,67
Коефіцієнт фінансової залежності	2,08	1,00	2,47	0,39	18,75
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,93	1004,91	0,68	-0,25	-26,88
Коефіцієнт оборотності активів	0,44	1,29	0,25	-0,19	-43,18
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,96	1,66	0,49	-0,47	-48,96
Рентабельність активів, %	35,69	72,69	25,49	-10,20	x
Рентабельність власного капіталу, %	77,54	93,59	48,79	-28,75	x
Загальна економічна рентабельність	36,44	74,60	26,76	-9,68	x

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Аналіз фінансового стану ПП «Клуб Датур» за період 2022-2024 років виявляє певні зміни в його фінансових показниках. Коефіцієнт загальної ліквідності знизився з 1,93 у 2022 році до 1,68 у 2024 році, що свідчить про зниження здатності компанії покривати свої поточні зобов'язання. Коефіцієнт

абсолютної ліквідності знизився до 0,00 в 2023 і 2024 роках, що вказує на відсутність достатніх ліквідних активів для покриття короткострокових зобов'язань у ці роки. Чистий оборотний капітал збільшився на 5805,3 тис. грн, що є позитивним сигналом і свідчить про покращення фінансової гнучкості підприємства. Коефіцієнт автономії зменшився з 0,48 у 2022 році до 0,40 у 2024 році, що вказує на зниження частки власного капіталу в загальному фінансуванні підприємства і зростання залежності від зовнішніх джерел. Коефіцієнт фінансової стійкості також знизився на 26,88%, що вказує на зниження фінансової стабільності підприємства. Коефіцієнт оборотності активів і коефіцієнт оборотності власного капіталу показали значне зниження, що може свідчити про зменшення ефективності використання активів і капіталу. Рентабельність активів і власного капіталу також знизилася, що вказує на зменшення прибутковості та ефективності використання ресурсів підприємства в порівнянні з попередніми роками. Загальна економічна рентабельність знизилася на 9,68%, що свідчить про погіршення фінансових результатів в цілому.

Дослідження туристичного потенціалу ПП «Клуб Датур» є важливим кроком для оцінки здатності компанії ефективно використовувати свої ресурси та можливості на ринку туризму. Вивчення цих показників допомагає виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості для його подальшого розвитку. Таке дослідження є необхідним для прийняття стратегічних рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності компанії. Аналіз туристичного потенціалу дозволяє оптимізувати процеси надання послуг і вдосконалити маркетингові стратегії. У кінцевому результаті це сприяє збільшенню доходів, поліпшенню іміджу компанії та залученню нових клієнтів [9].

Динаміка показників використання туристичного потенціалу ПП «Клуб Датур» представлена у табл. 2.9. Аналіз динаміки показників використання туристичного потенціалу ПП «Клуб Датур» за 2022-2024 роки показує позитивні тенденції в ряді важливих аспектів діяльності турагенції.

**Динаміка показників використання туристичного
потенціалу ПП «Клуб Датур»**

Показники	Роки			2024 р. до 2022 р.	
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	+, –	%
Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	1131,8	5120	2918,1	1786,3	157,83
Чистий прибуток, тис. грн.	915,9	2883	2918,1	2002,2	у 2,18 р.б.
Кількість туристів, осіб, в т.ч.:	1032	2365	3587	2555	у 2,47 р.б.
- внутрішні туристи	976	2241	3373	2397	у 2,45 р.б.
- іноземні туристи	56	124	214	158	у 2,82 р.б.
Кількість завершених туристичних програм, од.	8	12	17	9	112,50
Кількість розроблених туристичних маршрутів, од.	4	3	4	0	0,00
Середній дохід на одного туриста, грн.	1096,7	2164,9	813,5	-283,2	-25,82
Частка туристичних послуг на локальному ринку, %	5,1	8,3	7,2	2,1	41,18
Кількість турів на одного співробітника	172	394	598	426	у 2,47 р.б.
Час реалізації одного туру, дні	7	5	6	-1	-14,29
Загальні витрати на рекламні кампанії, тис. грн.	50,4	202,1	312,6	262,2	у 5,20 р.б.
Витрати на утримання співробітників, тис. грн.	128,2	150,5	183,9	55,7	43,45

Джерело: розраховано за даними підприємства

Аналіз показав, що кількість туристів, як внутрішніх, так і іноземних, зросла на 2,47 рази, що вказує на зростання попиту на послуги підприємства. Проте, кількість розроблених туристичних маршрутів залишилася незмінною, що може бути ознакою необхідності оновлення і розширення асортименту. Середній дохід на одного туриста зменшився на 25,82%, що може свідчити про зниження вартості послуг або зміну цінової політики. Частка туристичних послуг на локальному ринку також зменшилась на 41,18%, що вказує на зниження конкурентоспроможності в регіональному сегменті. Кількість турів на одного співробітника зросла на 2,47 рази, що вказує на підвищення ефективності праці персоналу. Час реалізації одного туру скоротився на 14,29%, що вказує на покращення процесу обслуговування. Витрати на рекламні кампанії зросли в 5,2 рази, що підтверджує активну рекламну діяльність для залучення нових клієнтів. Однак витрати на утримання

співробітників зросли на 43,45%, що може вказувати на необхідність оптимізації витрат на персонал.

Таким чином, можна зробити висновок, що ПП «Клуб Датур» продемонструвало значний економічний розвиток протягом 2022-2024 років, зокрема через значне зростання чистого доходу та прибутку, що свідчить про ефективне управління ресурсами та високий попит на туристичні послуги. Кількість туристів, як внутрішніх, так і іноземних, зросла, що свідчить про розширення ринків та збільшення клієнтської бази. Однак, зниження середнього доходу на одного туриста та зменшення частки туристичних послуг на локальному ринку вказує на потенційні проблеми з ціноутворенням та конкурентоспроможністю в регіоні. Витрати на рекламні кампанії зросли, що свідчить про активну маркетингову стратегію, але витрати на персонал також зросли, що вимагає оптимізації. Незважаючи на зниження часу реалізації турів та збільшення кількості турів на одного співробітника, компанія потребує оновлення та розширення туристичних маршрутів для задоволення зростаючого попиту. Загалом, ПП «Клуб Датур» має позитивні перспективи для подальшого розвитку, але для підтримки зростання необхідно враховувати питання конкурентоспроможності та ефективності витрат.

2.3. Оцінка сучасного стану планування та впровадження туристичних маршрутів туристичної агенції «Клуб Датур»

Планування та впровадження туристичних маршрутів є одним з основних напрямків діяльності туристичної агенції ПП «Клуб Датур», оскільки це забезпечує створення конкурентоспроможних та привабливих пропозицій для туристів. Розробка нових маршрутів дозволяє агентству не лише задовольняти попит на традиційні туристичні напрямки, але й пропонувати інноваційні варіанти для різних груп клієнтів. Важливість цього процесу полягає в тому, що ефективно спланований маршрут може значно підвищити рівень задоволеності туристів, що сприяє повторним зверненням та рекомендаціям [22].

Крім того, розширення асортименту маршрутів дозволяє агентству виходити на нові ринки та залучати нових клієнтів, що є критичним фактором для забезпечення сталого розвитку компанії. Важливим аспектом є врахування індивідуальних переваг туристів, що вимагає детального аналізу потреб різних цільових груп [36]. Туристичні маршрути повинні бути різноманітними, враховувати сезонність та специфіку регіонів, а також бути економічно обґрунтованими для забезпечення рентабельності. ПП «Клуб Датур» активно інвестує в розробку нових маршрутів, зокрема в сферу екологічного та активного туризму, що відповідає сучасним тенденціям у галузі.

Планування та впровадження маршрутів вимагає тісної співпраці з місцевими організаціями та підприємствами для забезпечення високого рівня сервісу. Оскільки туристичний ринок є динамічним та конкурентним, постійне оновлення маршрутів і адаптація до змінюваних умов є необхідною умовою для підтримки лідерства на ринку [48]. Таким чином, планування та впровадження туристичних маршрутів займає центральне місце в стратегії розвитку ПП «Клуб Датур», сприяючи його конкурентоспроможності та зростанню.

Туристична агенція ПП «Клуб Датур» виконує кілька ключових функцій щодо розробки та пропозиції туристичних маршрутів, що забезпечують її конкурентоспроможність на ринку та задоволення потреб клієнтів (рис. 2.2).

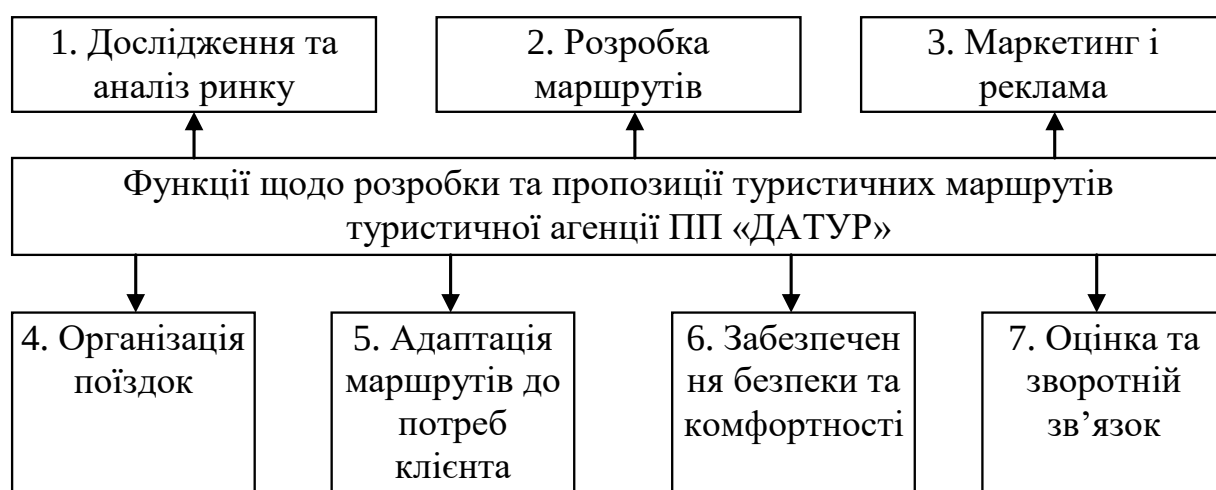


Рис. 2.2. Функції щодо розробки та пропозиції туристичних маршрутів туристичної агенції ПП «Клуб Датур»

Джерело: складено автором за даними підприємства

Розглянемо функції щодо розробки та пропозиції туристичних маршрутів туристичної агенції ПП «Клуб Датур»:

1. Дослідження та аналіз ринку. Першою функцією є вивчення попиту на туристичні маршрути, аналіз тенденцій у туристичній галузі та дослідження конкурентів. Це дозволяє агенції визначити, які маршрути є найпопулярнішими, а також виявити незадоволені ніші, де можна створити нові пропозиції.

2. Розробка маршрутів. ПП «Клуб Датур» розробляє нові туристичні маршрути, враховуючи інтереси різних категорій туристів, такі як культурні, екологічні, активні чи історичні тури. Розробка маршрутів включає вибір цікавих та безпечних локацій, розрахунок тривалості подорожі, визначення вартості та організацію всіх аспектів поїздки.

3. Маркетинг і реклама. Після розробки туристичних маршрутів агенція здійснює їх просування через різноманітні маркетингові канали — сайти, соціальні мережі, рекламні кампанії та співпрацю з партнерами. Ціль полягає в залученні потенційних туристів, інформуванні їх про доступні маршрути та їх особливості.

4. Організація поїздок. ПП «Клуб Датур» не лише розробляє маршрути, але й забезпечує повну організацію подорожей. Це включає бронювання транспорту, готелів, екскурсій, а також надання супроводжуючих послуг, таких як гіді, туристичні інструктори та інші необхідні сервіси для комфортного перебування туристів.

5. Адаптація маршрутів до потреб клієнта. Агенція «Клуб Датур» активно враховує індивідуальні запити клієнтів, пропонуючи можливість змінювати програми турів або створювати спеціальні тури для груп, сімей, корпоративних клієнтів або осіб з особливими потребами.

6. Забезпечення безпеки та комфортності. Туристичні агенції повинні забезпечувати безпеку туристів, тому «Клуб Датур» гарантує перевірку всіх елементів маршруту, таких як транспорт, готелі та екскурсії, на відповідність стандартам безпеки та якості.

7. Оцінка та зворотній зв'язок. Після завершення туру агенція «Клуб Датур» збирає відгуки від туристів для оцінки якості наданих послуг та вдосконалення майбутніх маршрутів. Це дозволяє покращити продукцію і задоволення клієнтів.

Завдяки цим функціям ПП «Клуб Датур» забезпечує ефективну розробку, впровадження та популяризацію туристичних маршрутів, що відповідають вимогам сучасного туристичного ринку.

Динаміка показників, що відображають діяльність ПП «Клуб Датур» щодо розвитку туристичних маршрутів у 2022-2024 роках представлена у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Динаміка показників діяльності щодо розвитку туристичних маршрутів ПП «Клуб Датур» у 2022-2024 роках

Показники	Роки			2024 р. до 2022 р.	
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	+, –	%
Кількість проведених екскурсій, од.	45	82	118	73	162,22
Кількість партнерів (готелів, ресторанів, перевізників), од.	12	18	24	12	100,00
Рівень завантаженості маршрутів у високий сезон, %	60	75	85	25	41,67
Середній рейтинг турів за відгуками клієнтів (за 5-бальною шкалою), балів	4,1	4,4	4,6	0,5	12,20
Частка повторних замовлень турів, %	22	34	41	19	86,36
Частка онлайн-бронювань, %	35	53	68	33	94,29
Кількість працівників, задіяних у розробці маршрутів, осіб	3	4	5	2	66,67
Кількість проведених рекламних акцій, од.	5	9	13	8	160,00
Кількість турів, адаптованих під осіб з інвалідністю, турів	1	2	4	3	У 3,00 р.б.
Кількість нових напрямків у сільському або екотуризмі, од.	0	2	3	3	У 3,00 р.б.

Джерело: складено за даними підприємства

Аналіз наведених даних свідчить про суттєве зростання ефективності діяльності ПП «Клуб Датур» у сфері розвитку туристичних маршрутів упродовж 2022–2024 років. Зокрема, кількість проведених екскурсій зросла на 73 одиниці, що становить приріст на 162,22%, що вказує на активізацію туристичної діяльності підприємства. Кількість партнерів, з якими співпрацює

агенція, подвоїлась, що є важливим фактором для підвищення якості туристичних послуг. Рівень завантаженості маршрутів у високий сезон зріс на 25%, що демонструє зростання попиту на тури ПП «Клуб Датур». Середній рейтинг турів за відгуками клієнтів також покращився - з 4,1 до 4,6 бала, що свідчить про задоволення споживачів якістю організації. Значно зросла частка повторних замовлень, що говорить про зростання лояльності клієнтів.

Водночас рівень онлайн-бронювань зріс майже вдвічі, що є показником ефективного впровадження цифрових технологій. Збільшення кількості працівників, залучених до розробки маршрутів, із 3 до 5 осіб, дозволяє створювати більш різноманітні туристичні продукти. Активізація рекламної діяльності підтверджується зростанням кількості акцій у 2,6 рази. Важливо також відзначити соціальну відповідальність підприємства - кількість турів для осіб з інвалідністю та напрямків у сільському туризмі зросла до 4 та 3 відповідно, що розширює доступність туризму та диверсифікує пропозицію агенції.

Проведення бенчмаркінгової оцінки є важливим інструментом для визначення ефективності діяльності підприємства у сфері розвитку туристичних маршрутів. Для ПП «Клуб Датур» така оцінка дозволяє зіставити власні досягнення з показниками провідних туристичних агенцій м. Житомир. Це сприяє виявленню сильних і слабких сторін у процесі планування, реалізації та просування туристичних продуктів. Порівняльний аналіз забезпечує об'єктивну основу для прийняття стратегічних рішень щодо удосконалення маршрутів, підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності [33]. Отже, бенчмаркінг виступає ефективним інструментом підвищення результативності діяльності ПП «Клуб Датур» у динамічному середовищі туристичного ринку.

Узагальнена інформація щодо діяльності найбільш відомих туристичних агенцій м. Житомир у сфері надання туристичних послуг представлена у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Узагальнена інформація щодо діяльності найбільш відомих туристичних
агенцій м. Житомир у сфері надання туристичних послуг**

Назва компанії	Адреса	Основні напрями діяльності	Спеціалізація	Канали просування
Турфірма «САВІ ТРЕВЕЛ»	вул. Бориса Лятошинського, 15, Житомир	Продаж пакетних турів, індивідуальні подорожі, страхування туристів	Закордонний туризм, сімейні тури	Вебсайт, соцмережі, туристичні виставки
Турагенція «Патріот»	просп. Миру, 21, Житомир	Організація екскурсій по Україні, патріотичні тури, дитячий туризм	Внутрішній туризм, тури для шкіл та груп	Instagram, Facebook, друкована реклама
Туристичне агентство «Miracle travels»	вул. Київська, 94, Житомир	Продаж авіаквитків, бронювання готелів, авторські тури	Екзотичні напрямки, молодіжні подорожі	Сайт, блог-платформа, відгуки клієнтів
Турагентство «Всесвіт»	вул. Перемоги, 76, Житомир	Тури по Європі, організація круїзів, візова підтримка	Європейські напрямки, діловий туризм	Контекстна реклама, співпраця з туристичними платформами

Джерело: складено автором

Узагальнюючи діяльність туристичних компаній м. Житомир, можна відзначити їхню спеціалізацію на різних сегментах туристичного ринку, що дозволяє задовольнити потреби широкого кола клієнтів. Турфірми пропонують як внутрішні, так і міжнародні тури, включаючи авторські подорожі, сімейний та молодіжний відпочинок. Активно використовуються сучасні канали просування – соціальні мережі, сайти та платформи з відгуками. Компанії також прагнуть до розширення спектру послуг: від бронювання квитків і готелів до візової підтримки й організації екскурсій. Такий підхід свідчить про динамічний розвиток туристичної галузі в регіоні.

Результати бенчмаркінгової оцінки «Клуб Датур» серед турагенцій м. Житомир у сфері організації туристичних маршрутів представлено у табл. 2.12.

Таблиця 2.12

**Результати бенчмаркінгової оцінки «Клуб Датур» серед турагенцій
м. Житомир у сфері організації туристичних маршрутів**

Показники	ДАТУР»	SABİ TRAVEL	Патріот	Miracle Travels	Всесвіт	Максимальне значення	Рейтингова оцінка «Клуб Датур»
Кількість обслуговуваних маршрутів, од.	17	14	19	16	15	19	4
Кількість проведених екскурсій, од.	118	95	105	89	76	118	5
Рівень завантаженості в сезон, %	85	83	88	81	80	88	4
Повторні замовлення, %	41	38	42	37	35	42	4
Онлайн-бронювання, %	68	70	75	64	62	75	4
Рейтинг турів (із 5), балів	4,6	4,4	4,7	4,5	4,3	4,7	4
Кількість працівників, задіяних у розробці	5	4	6	5	4	6	4
Партнерська мережа (готелі, ресторани тощо), од.	24	22	30	18	20	30	3
Кількість інклюзивних маршрутів	4	2	3	3	2	4	5
Рекламні кампанії, од.	13	9	14	11	10	14	4
Нові напрями у сільському/екотуризмі	3	2	3	2	1	3	5
Точність виконання графіку турів, %	96	95	97	94	92	97	4
Кількість туристів, осіб	3587	3120	3890	3055	2780	3890	4
Середній дохід на одного туриста, грн	813,5	905	860	840	799	905	3
Витрати на маркетинг, тис. грн	312,6	280	330	290	260	330	4
Загальна рейтингова оцінка							61
Максимальна рейтингова оцінка							75

Джерело: складено автором

Узагальнення результатів бенчмаркінгової оцінки свідчить, що ПП «Клуб Датур» демонструє високий рівень ефективності у сфері розробки та організації туристичних маршрутів. Підприємство отримало 61 бал зі 75 можливих, що свідчить про його конкурентоспроможність серед туристичних агентств м. Житомир. Найвищі показники зафіксовано у сфері інклюзивного туризму, розвитку нових напрямів у сільському та екотуризмі, а також у кількості проведених екскурсій. Разом із тим, є потенціал для зростання у сфері партнерської співпраці та середнього доходу на одного туриста. Загалом ПП «Клуб Датур» займає провідні позиції на локальному ринку завдяки активному

впровадженню сучасних підходів у туризмі.

З метою оцінки рівня задоволеності клієнтів та ефективності організації туристичних маршрутів було проведено опитування серед відвідувачів туристичної агенції «Клуб Датур». Вибіркова сукупність складала 100 респондентів, які скористалися послугами компанії упродовж останнього року.

Основна мета дослідження - виявити сильні та слабкі сторони у наданні туристичних послуг, зокрема у сфері організації маршрутів, рівня обслуговування та комфорту під час подорожей. Результати опитування дозволили отримати важливу зворотну інформацію безпосередньо від клієнтів, яка стане основою для удосконалення туристичних програм. Проведене дослідження є вагомим інструментом для підвищення якості обслуговування та посилення конкурентоспроможності ПП «Клуб Датур» на ринку.

Результати опитування щодо рівня задоволеності та ефективності організації туристичних маршрутів туристичної агенції «Клуб Датур» представлено у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Результати опитування щодо рівня задоволеності та ефективності організації туристичних маршрутів туристичної агенції «Клуб Датур»

Питання	Варіанти відповідей	Частка відповідей, %
Оцінка загального враження від туру	Відмінно / Добре / Задовільно / Незадовільно	52 / 34 / 10 / 4
Наскільки зручними були умови транспортування?	Дуже зручно / Зручно / Незручно	60 / 32 / 8
Рівень комфорту проживання під час туру	Високий / Середній / Низький	55 / 38 / 7
Чи задоволені ви роботою екскурсовода?	Так / Частково / Ні	72 / 22 / 6
Чи відповідала вартість туру його якості?	Так / Ні / Важко сказати	64 / 21 / 15
Наскільки доступною була інформація про маршрут до початку туру?	Повністю / Частково / Недостатньо	66 / 28 / 6
Як ви оцінюєте різноманіття туристичних маршрутів?	Широке / Середнє / Обмежене	47 / 42 / 11
Чи плануєте ви знову скористатися послугами агенції «Клуб Датур»?	Так / Можливо / Ні	70 / 23 / 7
Чи порекомендуєте ви компанію своїм знайомим?	Так / Не впевнений / Ні	75 / 20 / 5
Загальна оцінка туру за 10-бальною шкалою	Середній бал	8,6

Джерело: складено автором за результатами опитування

За результатами проведеного дослідження вважаємо за доцільне визначити перелік позитивних переваг та виявлених недоліків діяльності турагенції «Клуб Датур» у сфері розвитку туристичних маршрутів (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Систематизація позитивних переваг та виявлених недоліків у сфері розвитку туристичних маршрутів турагенції «Клуб Датур»

Критерії	Позитивні переваги	Недоліки
Різноманітність маршрутів	Великий вибір туристичних маршрутів по Україні та за її межами, що задовольняє різні смаки.	Іноді обмежений асортимент маршрутів для специфічних груп клієнтів (наприклад, екологічні тури).
Якість обслуговування	Високий рівень сервісу, персонал кваліфікований і обізнаний про туристичні продукти.	Деякі клієнти відзначають потребу в більшій кількості варіантів для різних категорій туристів.
Ціноутворення	Помірні ціни на тури, що робить їх доступними для широкого кола клієнтів.	Іноді ціни можуть бути вищими на деякі ексклюзивні тури в порівнянні з конкурентами.
Маркетингові стратегії	Активна присутність на ринку, ефективне використання онлайн-реклами та соцмереж.	Недостатня реклама на локальних ринках, що може обмежити попит у певних регіонах.
Гнучкість в організації турів	Можливість налаштувати маршрути під індивідуальні потреби клієнтів (корпоративні тури, спеціальні маршрути).	Відсутність достатньої кількості турів, орієнтованих на індивідуальні запити в сфері здоров'я та відпочинку.
Співпраця з місцевими підприємствами	Співпраця з готелями та ресторанами підвищує якість обслуговування.	Обмежена кількість партнерів у віддалених регіонах.
Безпека та організація турів	Високий рівень безпеки, організація трансферів та страхування.	Потрібно покращити безпеку в деяких регіонах через недостатнє співробітництво з місцевими службами.
Інноваційність	Використання сучасних технологій для бронювання та планування турів.	Обмежена інноваційність в окремих аспектах, таких як інтерактивні екскурсії або віртуальні тури.

Джерело: складено автором за результатами дослідження

Визначено, що турагенція «Клуб Датур» має переваги у вигляді різноманітних маршрутів, високого рівня обслуговування та доступних цін, що приваблює широкий спектр клієнтів. Компанія активно використовує маркетингові стратегії, але їй варто більше уваги приділяти локальній рекламі. Хоча організація турів та гнучкість пропозицій є сильними сторонами, деякі маршрути та послуги потребують подальшого вдосконалення, особливо в

специфічних сегментах, таких як тури для людей з особливими потребами. Покращення співпраці з місцевими підприємствами та підвищення рівня безпеки в окремих регіонах можуть сприяти покращенню репутації та зростанню попиту.

Таким чином, можна зробити висновок, що туристична агенція «Клуб Датур» має значний потенціал для розвитку та впровадження нових туристичних маршрутів, особливо в умовах повоєнного часу, коли зростає попит на відновлення туризму. Одним із перспективних напрямків є розширення пропозицій для іноземних туристів, які прагнуть ознайомитись з культурними, історичними та природними пам'ятками України. В умовах постійних змін важливо орієнтуватися на розвиток безпечних і комфортних маршрутів, що враховують потреби і запити туристів, зокрема в контексті відновлення інфраструктури після війни. Крім того, інтеграція сучасних технологій для зручності туристів та активне використання цифрових платформ для просування маршрутів можуть значно підвищити конкурентоспроможність компанії. Залучення іноземних туристів потребує створення спеціальних пакетів турів, адаптованих до іноземних вимог, а також маркетингових кампаній для популяризації туристичних напрямків. Успішне впровадження нових маршрутів допоможе «Клуб Датур» не тільки відновити свою позицію на ринку, але й сприятиме розвитку туристичної індустрії в Україні загалом.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ У ПОВОЄННІ РОКИ У ТУРИСТИЧНІЙ АГЕНЦІЇ «Клуб Датур»

Війна в Україні суттєво вплинула на розвиток туристичної галузі, призвівши до значних змін як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туризму. Загострення безпекової ситуації, руйнування інфраструктури та відсутність стабільності стали основними чинниками, що стримують потік туристів в Україну. Багато популярних туристичних напрямків, особливо в прифронтових зонах, стали недоступними для відвідувачів, що викликало значні втрати для місцевої економіки. Крім того, міжнародні санкції, а також погіршення репутації країни на міжнародній арені значно знизили інтерес іноземних туристів до українських туристичних продуктів [19]. Внутрішній туризм також зазнав значних втрат через невизначеність, обмеження переміщення та зниження платоспроможності населення. В умовах війни в Україні туризм став однією з найбільш вразливих галузей економіки, що потребує комплексного відновлення та адаптації до нових реалій. Однак, попри ці труднощі, з часом можуть з'явитися нові можливості для розвитку туризму, зокрема через відновлення безпеки та стабільності в країні [10].

В таких умовах постає питання про розробку нових туристичних продуктів та туристичних маршрутів, здатних привернути увагу туристів, в першу чергу, іноземних, в період післявоєнного відновлення економіки України. Важливо створювати привабливі, безпечні та унікальні маршрути, що будуть відображати культурну спадщину, природні багатства та історичні пам'ятки країни. Сучасні туристичні продукти повинні орієнтуватися на нові тенденції у світі туризму, зокрема екологічний туризм, авантюрні подорожі та культурно-освітні програми. Це дозволить не лише відновити туристичний потік, але й зробити його більш стійким до можливих кризових ситуацій. Розвиток інфраструктури, відновлення транспортних зв'язків та підвищення рівня

сервісу стануть важливими кроками в залученні іноземних туристів. Крім того, важливо зміцнювати міжнародні зв'язки та проводити ефективну рекламну кампанію для відновлення іміджу країни як туристичної дестинації. Такий підхід не тільки сприятиме розвитку галузі, а й стане важливим кроком у відновленні національної економіки після війни [1; 45].

На нашу думку, серед найбільш перспективних напрямів розвитку нових туристичних маршрутів у повоєнні роки України для іноземних туристів можуть бути ті, що представлено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Найбільш перспективні напрями розвитку нових туристичних маршрутів у повоєнні роки України для іноземних туристів

Напрямок розвитку	Опис	Цільова аудиторія	Особливості
1	2	3	4
Військовий туризм	Туристичні маршрути, що включають відвідування місць бойових дій, військових меморіалів та музеїв (які будуть побудовані після завершення війни).	Іноземні туристи, зацікавлені в історії російсько-української війни	Відвідування бойових точок, музеїв, пам'яток національної боротьби за незалежність українців з росіянами.
Екологічний туризм	Розвиток маршрути, орієнтованих на природні заповідники, національні парки та екологічні стежки.	Любителі природи та екології, сім'ї	Підвищення уваги до природних ресурсів України, екологічно чисті маршрути з можливістю відпочинку на природі.
Культурно-освітній туризм	Туристичні маршрути, що включають відвідування культурних та історичних пам'яток України.	Іноземні туристи, культурні дослідники	Залучення до вивчення української культури, традицій, архітектури, національної спадщини.
Агротуризм	Туристичні маршрути, що включають відвідування сільських господарств, органічних ферм та виноробень.	Туристи, які шукають автентичність	Знайомство з українським сільським побутом, органічними продуктами, виноробством, традиціями сільського життя.
Пригодницький туризм	Туризм, пов'язаний з активними видами відпочинку, як-от рафтинг, гірські походи, веломаршрути.	Молоді люди, любителі активного відпочинку	Можливість для іноземців спробувати активні види спорту та екстремальні подорожі в Україні.

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
Винотуризм	Розвиток туризму, орієнтованого на українські виноробні регіони, дегустації вин та відвідування винних підвалів.	Любителі вина, гастрономічні туристи	Проведення дегустацій, знайомство з українським виноробством, історією виноробства в Україні.
Релігійний туризм	Туристичні маршрути, що включають відвідування святих місць, церков, монастирів та інших релігійних пам'яток.	Релігійні туристи, паломники	Залучення туристів до відвідування релігійних святинь України, історичних монастирів, церков та святкових місць.
Сільський туризм	Туризм, який орієнтується на знайомство з життям сільських громад, традиціями, ремеслами.	Сім'ї, туристи, які шукають спокій	Залучення туристів до сільського способу життя, участь у традиційних ремеслах.

Джерело: складено автором за []

Визначені напрямки сприятимуть не тільки розвитку туризму в Україні, а й відновленню її іміджу на міжнародному рівні, підвищенню інтересу до культурної та природної спадщини країни.

Одним з найбільш цікавих та інноваційних напрямів розвитку туристичної діяльності турагенції «Клуб Датур» є залучення іноземних туристів через розробку та впровадження військових турів по місцям ведення бойових дій у війні росії проти України. Цей напрямок туризму набуває все більшої популярності у світі, оскільки іноземні туристи мають великий інтерес до вивчення сучасних конфліктів та їхнього впливу на країни, де вони відбуваються. Починаючи з 2014 року, коли розпочалась агресія росії проти України, і до повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року, Україна пережила великі зміни, що змінили історичний контекст і сприйняття війни.

Військові тури надають можливість туристам безпосередньо ознайомитися з важливими місцями на фронті, музеями та пам'ятками, що мають символічне значення для національної історії. Важливою особливістю таких маршрутів є не лише історична складова, але й можливість для іноземних туристів зрозуміти контекст та значення війни для українського народу [49]. «Клуб Датур» має намір використати цей напрямок як один із ключових для просування України

на міжнародній туристичній арені. Розвиток військового туризму відкриває можливості для зміцнення зв'язків між Україною та міжнародною спільнотою.

Характеристика позитивних можливостей для розвитку турагенції «Клуб Датур» та загалом туристичної галузі України від впровадження військових турів представлена на рис. 3.1.

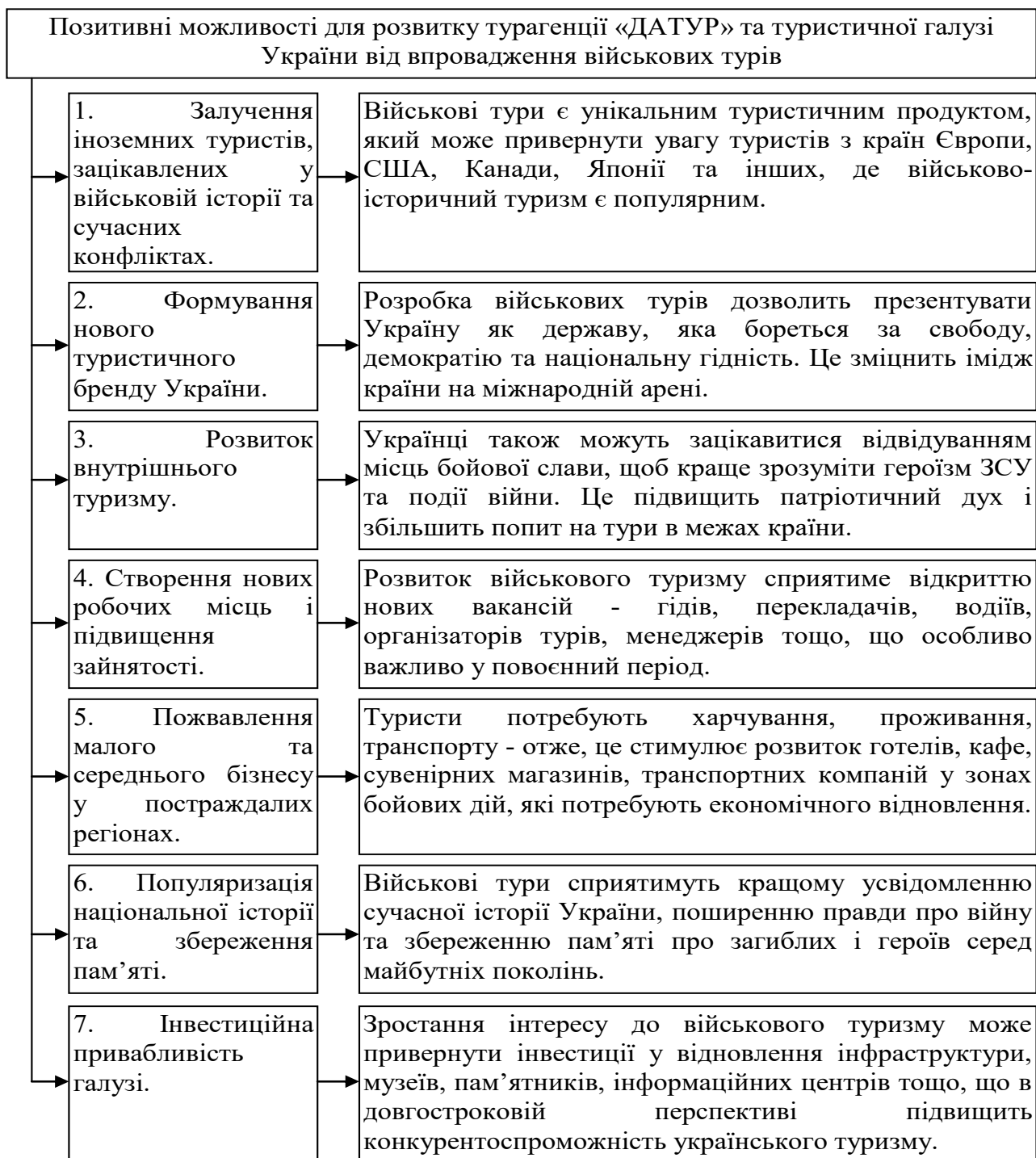


Рис. 3.1. Позитивні можливості для розвитку турагенції «Клуб Датур» та туристичної галузі України від впровадження військових турів

Джерело: складено автором

Пропонуємо розробку на базі турагенції «Клуб Датур» нового туристичного маршруту для групи іноземних туристів за напрямом «військово-історичний тур», який матиме назву «Незламна Україна!». Туристичний маршрут проходитиме місцями бойових дій у Київській області у 2022 році.

Пропозиція щодо туристичного маршруту «Незламна Україна!» від турагенції «Клуб Датур» представлена у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Пропозиція щодо туристичного маршруту «Незламна Україна!»
від турагенції «Клуб Датур»**

Параметр туру	Характеристика
Напрямок туру	Військово-історичний тур для групи іноземних туристів
Назва туру	«Незламна Україна!»
Географія маршруту	Київська область, місця бойових дій 2022 року
Короткий опис	Туристичний маршрут «Незламна Україна!» покликаний ознайомити іноземних відвідувачів із подіями, що розгорталися в Київській області в перші місяці повномасштабного вторгнення росії в Україну у 2022 році. Тур охоплює ключові локації, які стали символами спротиву та мужності українського народу. Іноземні туристи матимуть змогу побачити на власні очі наслідки воєнних злочинів, відвідати меморіали, поспілкуватися з місцевими мешканцями та волонтерами, а також отримати достовірну інформацію про перебіг подій.
Основні точки маршруту	- Буча - меморіал жертв масових розстрілів, церкви та житлові райони, які стали символом трагедії та спротиву. - Ірпінь - зруйновані мости, житлові квартали, інтерактивна виставка світлин «Місто героїв». - Гостомель - територія навколо аеропорту «Антонов», де відбулися одні з найзапекліших боїв. - Ворзель та Мощун - селища, які опинилися в епіцентрі бойових дій та витримали серйозні атаки. - Київ - завершальна екскурсія до Музею історії України у Другій світовій війні з оновленою експозицією про сучасну війну.
Тривалість туру	2 дні
Формат туру	- автобусна подорож - екскурсії з гідами-істориками - зустрічі з очевидцями, волонтерами, ветеранами - перегляд документальних фільмів та фотовиставки
Цільова аудиторія	Іноземні туристи, історики, студенти, журналісти, представники міжнародних організацій
Мета туру	Популяризація правдивої інформації про війну, підтримка національної пам'яті, стимулювання розвитку місцевого туризму та економіки постраждалих регіонів.

Джерело: розроблено автором

Отже, запропонований військово-історичний тур «Незламна Україна!» від турагенції «Клуб Датур» є інноваційним напрямом, спрямованим на ознайомлення іноземних туристів з подіями повномасштабного вторгнення росії у 2022 році. Маршрут охоплює знакові локації Київської області, які стали символами героїзму, стійкості та трагедії українського народу. Тур поєднує пізнавальні екскурсії, живе спілкування з очевидцями та візуальні матеріали, що забезпечують глибоке емоційне занурення. Така ініціатива сприяє формуванню об'єктивного уявлення про війну та її наслідки, а також підтримує відновлення туристичної галузі в постраждалих регіонах. Водночас тур має потенціал стати важливим інструментом міжнародної культурної дипломатії України.

Деталізована програма туру «Незламна Україна!» за туристичним маршрутом місцями оборони Київщини для іноземних туристів тривалістю 2 дні представлена у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Деталізована програма туру «Незламна Україна!» за туристичним маршрутом місцями оборони Київщини для іноземних туристів

День / Час	Локація	Опис маршруту
1	2	3
День 1		
08:00 – 09:00	Київ	Збір групи, знайомство з гідом, інструктаж, виїзд автобусом
09:30 – 11:30	Буча	Меморіал жертв, житлові райони, зустріч з місцевими мешканцями, покладання квітів
12:00 – 13:30	Ірпінь	Зруйнований міст, виставка «Місто героїв», історична довідка
13:30 – 14:30	Ірпінь	Обід у місцевому кафе
14:30 – 16:30	Гостомель	Територія аеропорту «Антонов», розповідь гіда, перегляд документального відео
17:30	Київ	Заселення до готелю
19:00 – 20:30	Київ	Вечірній перегляд документального фільму про оборону Київщини англійською мовою, обговорення, чай/кава
День 2		
08:00 – 09:00	Київ	Сніданок, виїзд на маршрут
09:30 – 11:00	Ворзель	Екскурсія по селищу, волонтерські центри, інтерв'ю з мешканцями
11:30 – 13:00	Мощун	Позиції оборони Києва, лісова зона боїв, зустріч з ветеранами або теробороною
13:00 – 14:00	Мощун або	Пікнік-обід або традиційна кухня в ресторані

	околиці	
--	---------	--

Продовження таблиці 3.3

1	2	3
14:30 – 16:30	Київ	Музей історії України у Другій світовій війні, оновлена експозиція, тематична екскурсія
17:00 – 18:00	Київ	Завершення туру, вручення сертифікатів, фотосесія, трансфер до готелю/вокзалу/аеропорту
Додатково включено: Професійний перекладач (англійська, за потреби інші мови) Страхування на час туру Супровід історика/гіда Туристичний пакет з картою маршруту, довідковими матеріалами та брошурами		

Джерело: розроблено автором

Можна стверджувати, що туристичний маршрут «Незламна Україна!» є прикладом інноваційного підходу до розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення. Дводенна програма дозволяє іноземним туристам глибше ознайомитися з подіями 2022 року на Київщині, які стали символом героїчного спротиву українського народу. Тур включає відвідування знакових місць бойових дій, спілкування з очевидцями та інтерактивні елементи, що створюють емоційно насичений досвід. Такий формат сприяє формуванню об'єктивного міжнародного уявлення про війну та її наслідки. Крім того, маршрут має потенціал для підтримки місцевих громад і розвитку національного туризму.

Розрахунок вартості туристичного маршруту є важливим етапом планування будь-якого туристичного продукту, адже дозволяє визначити економічну ефективність та комерційну доцільність його реалізації. Для турагенції «Клуб Датур» створення нового військово-історичного маршруту «Незламна Україна!» потребує чіткого фінансового обґрунтування, аби забезпечити прибутковість і стабільність діяльності. Аналіз витрат дає змогу врахувати всі основні складові, пов'язані з організацією туру, та уникнути можливих збитків. Водночас правильно сформована ціна надає змогу зробити тур доступним для цільової аудиторії та привабливим на міжнародному ринку. Такий підхід сприяє зміцненню позицій турагенції на ринку, розвитку

внутрішнього та в'їзного туризму, а також підтримці національної економіки України.

Приклад розрахунку вартості туру «Незламна Україна!» для групи іноземних туристів в кількості 15 осіб представлено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

**Приклад розрахунку вартості туру «Незламна Україна!» для
групи іноземних туристів в кількості 15 осіб**

Стаття витрат	Одиниця виміру	Кількість	Ціна за одиницю (грн)	Загальна вартість (грн)	Примітки
Оренда туристичного автобуса	дні	2	10000	20000	Вартість оренди з водієм на два дні
Послуги гіда-історика	дні	2	3000	6000	Професійний гід з історії війни
Проживання туристів	ночі	15	2000	30000	1 ніч у готелі середнього рівня
Харчування (сніданок, обід, вечеря)	дні × особи	30	1000	30000	2 дні × 15 осіб
Вхідні квитки до музеїв, виставок	особи	15	500	7500	Включає екскурсію до музею, фотозони, документальне кіно
Сувеніри / інформаційні матеріали	особи	15	200	3000	Брошури, магніти, карти
Технічне забезпечення (екран, звук тощо)	тур	1	3000	3000	Для перегляду фільмів та презентацій
Медичне страхування	особи	15	200	3000	Обов'язкове для іноземців на час туру
Організаційні витрати	тур	1	5000	5000	Адміністративні витрати, зв'язок, бронювання
Разом прямих витрат, грн.				107500	Сума усіх витрат
Резерв на непередбачувані витрати (10%), грн.				10750	Рекомендовано для стабільності
Загальна собівартість туру, грн.				118250	
Собівартість на 1 туриста, грн.				7 883	72 050 ÷ 15
Рекомендована ціна з націнкою (20%), грн.				9460	Оцінювана ціна продажу

Джерело: розроблено автором

Розрахунок вартості туру «Незламна Україна!» для групи іноземних

туристів у кількості 15 осіб включає всі основні витрати, необхідні для організації туру. Загальна собівартість туру складає 118 250 грн, що забезпечує покриття витрат на оренду транспорту, послуги гіда, проживання, харчування, вхідні квитки, сувеніри, технічне забезпечення та медичне страхування. Для забезпечення фінансової стабільності враховано резерв на непередбачувані витрати у розмірі 10%. Оцінювана собівартість на одного туриста становить 7 883 грн, що є основою для подальшого визначення ціни продажу. Рекомендована ціна туру з націнкою (20%) складає 9 460 грн на одну особу, що дозволяє забезпечити комерційну доцільність та прибутковість для турагенції «Клуб Датур».

Таким чином, можна зробити висновок, що розробка туру «Незламна Україна!» для іноземних туристів є важливим кроком для розвитку туристичної діяльності турагенції «Клуб Датур» в умовах післявоєнного відновлення України. Такий маршрут дозволяє не лише популяризувати правдиву інформацію про війну та героїзм українського народу, але й сприяє формуванню міжнародної підтримки та розуміння ситуації в Україні. Військово-історичний тур є інноваційним напрямом, який має високий потенціал для залучення іноземних туристів, зокрема в умовах посиленої уваги до історії та культури країни після війни. Розробка такого маршруту також підтримує розвиток місцевого туризму та економіки постраждалих регіонів. Крім того, тур має важливе значення для збереження національної пам'яті та привернення уваги до важливих історичних подій. Він також є важливим інструментом для створення позитивного іміджу України на міжнародній арені. Таким чином, реалізація цього проекту має стратегічне значення для розвитку як бізнесу, так і для підтримки культурної та історичної спадщини України.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеної розробки та впровадження туристичних маршрутів у повоєнні роки для іноземних туристів можна зробити наступні висновки:

1. Визначено, що туристичний маршрут - це заздалегідь спланований шлях пересування туристів, який включає в себе перелік визначених об'єктів показу, пунктів зупинок, засобів пересування та організаційних заходів, що забезпечують повноцінне задоволення пізнавальних, рекреаційних, культурних чи інших потреб мандрівників. Він може бути одноденним або багатоденним, лінійним, кільцевим чи радіальним, і формуватися з урахуванням географічних, історико-культурних, природних, соціальних та економічних особливостей території.

2. Узагальнено, що планові туристичні маршрути мають низку важливих рис, які зумовлюють їх значну роль у розвитку туризму. Вони є доступними, пізнавальними, оздоровчими та економічно ефективними інструментами задоволення потреб туристів. Такі маршрути сприяють розвитку інфраструктури, підтримують місцеву економіку й активізують суміжні галузі. Завдяки своєму соціальному та культурному значенню, туристичні маршрути стають важливим фактором сталого розвитку регіонів.

3. Встановлено, що розробка туристичного туру - це поетапний процес, що охоплює низку послідовних дій, спрямованих на створення якісного, безпечного та привабливого туристичного продукту. Цей процес потребує участі фахівців з туризму, маркетингу, логістики, географії, охорони природи, що забезпечує якість і привабливість кінцевого туристичного продукту. Розробка та впровадження туристичних маршрутів є важливим аспектом туристичної діяльності, що потребує комплексного підходу на кожному етапі.

4. Обґрунтовано, що Датур - надійний туристичний партнер з 2004 року. Агентство пропонує різноманітні напрямки відпочинку в Україні та за кордоном. Метою діяльності туристичної агенції ПП «Клуб Датур» є надання

високоякісних туристичних послуг, що відповідають індивідуальним потребам клієнтів. Агенція прагне забезпечити комфортні та безпечні подорожі, створюючи незабутні враження для туристів через організацію турів різного рівня складності та напрямків.

5. Аналіз економічних показників діяльності ПП «Клуб Датур» за період 2022-2024 років свідчить про значні зміни в фінансових результатах підприємства. Чистий дохід підприємства значно зріс, з 1131,8 тис. грн у 2022 році до 5120,0 тис. грн у 2023 році, що свідчить про збільшення на 157,83%. Це вказує на ефективне розширення діяльності та здатність компанії адаптуватися до змін на ринку. Чистий прибуток також зріс з 915,9 тис. грн у 2022 році до 2883,0 тис. грн у 2023 році, що є підвищенням на 2002,2 тис. грн, що перевищує в 2,18 рази показник попереднього року.

6. Встановлено, що планування та впровадження туристичних маршрутів є одним з основних напрямків діяльності туристичної агенції ПП «Клуб Датур», оскільки це забезпечує створення конкурентоспроможних та привабливих пропозицій для туристів. Розробка нових маршрутів дозволяє агентству не лише задовольняти попит на традиційні туристичні напрямки, але й пропонувати інноваційні варіанти для різних груп клієнтів. Важливість цього процесу полягає в тому, що ефективно спланований маршрут може значно підвищити рівень задоволеності туристів, що сприяє повторним зверненням та рекомендаціям.

7. Узагальнення результатів бенчмаркінгової оцінки свідчить, що ПП «Клуб Датур» демонструє високий рівень ефективності у сфері розробки та організації туристичних маршрутів. Підприємство отримало 61 бал зі 75 можливих, що свідчить про його конкурентоспроможність серед туристичних агентств м. Житомир. Найвищі показники зафіксовано у сфері інклюзивного туризму, розвитку нових напрямів у сільському та екотуризмі, а також у кількості проведених екскурсій.

8. Визначено, що турагенція «Клуб Датур» має переваги у вигляді різноманітних маршрутів, високого рівня обслуговування та доступних цін, що

приваблює широкий спектр клієнтів. Компанія активно використовує маркетингові стратегії, але їй варто більше уваги приділяти локальній рекламі. Хоча організація турів та гнучкість пропозицій є сильними сторонами, деякі маршрути та послуги потребують подальшого вдосконалення, особливо в специфічних сегментах, таких як тури для людей з особливими потребами. Покращення співпраці з місцевими підприємствами та підвищення рівня безпеки в окремих регіонах можуть сприяти покращенню репутації та зростанню попиту.

9. Обґрунтовано, що одним з найбільш цікавих та інноваційних напрямів розвитку туристичної діяльності турагенції «Клуб Датур» є залучення іноземних туристів через розробку та впровадження військових турів по місцям ведення бойових дій у війні росії проти України. Запропоновано розробку на базі турагенції «Клуб Датур» нового туристичного маршруту для групи іноземних туристів за напрямом «військово-історичний тур», який матиме назау «Незламна Україна!». Туристичний маршрут проходитиме місцями бойових дій у Київській області у 2022 році. Тур включає відвідування знакових місць бойових дій, спілкування з очевидцями та інтерактивні елементи, що створюють емоційно насичений досвід.

10. Доведено, що розробка туру «Незламна Україна!» для іноземних туристів є важливим кроком для розвитку туристичної діяльності турагенції «Клуб Датур» в умовах післявоєнного відновлення України. Такий маршрут дозволяє не лише популяризувати правдиву інформацію про війну та героїзм українського народу, але й сприяє формуванню міжнародної підтримки та розуміння ситуації в Україні. Військово-історичний тур є інноваційним напрямом, який має високий потенціал для залучення іноземних туристів, зокрема в умовах посиленої уваги до історії та культури країни після війни. Розробка такого маршруту також підтримує розвиток місцевого туризму та економіки постраждалих регіонів. Крім того, тур має важливе значення для збереження національної пам'яті та привернення уваги до важливих історичних подій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батиченко С., Мельник Л., Савков П., Сторубльов О. Особливості розвитку військового туризму в Україні. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки. 2021. №48. С. 66–69.
2. Безкоровайна Л.В. Основи проектування туристичного продукту: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Туризмознавство (за видами)». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 100 с.
3. Бейдик О. О. Оцінка природних рекреаційно-туристських ресурсів регіону для організації адаптивного туризму. Регіон – 2014: стратегія оптимального розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 6–7 листоп. 2014 р. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. С. 56–59.
4. Бейдик О.О. Класифікація та нові типи адаптивного туризму. Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матеріали II-ї міжнар. наук.-практ. конф., 16 вересня 2014 р. Черкаси : Брама-Україна, 2014. С. 8–13.
5. Бейдик О.О., Топалова О.І. Адаптивний туризм: передумови та перспективи розвитку, лідери духу і волі. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 402 с.
6. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Грушка В.В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. Економіка та суспільство. 2024. Випуск 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/3343/3270/>
7. Військовий туризм: що це таке? URL: <https://wartours.in.ua/2023/01/21/war-tourism-miliatry-tourism-ukraine-2023/>
8. Гринасюк А., Нечипорук М., Єрко І. Проектування туристичних маршрутів за універсальним дизайном. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2019. №1 (385). С. 142-149.
9. Гринько Т.В. Удосконалення управління підприємствами туристичної

сфери. Економіка. Фінанси. Право. 2017. №5. С. 13–15.

10. Гуда А. Концептуальні аспекти воєнного туризму. Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2024. №3 (3). С. 124–133.

11. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. №5. С. 63–67.

12. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>

13. Домбровська С.М., Білотіл О.М., ПомазаПономаренко А.Л. Державне регулювання туристичної галузі України : монографія. Х. : НУЦЗУ, 2016. 196 с.

14. Заварика Г. Військовий туризм як особливість розвитку туризму на постконфліктній території. Журнал геології, географії та геоекології. 2022. № 31(1). С. 186–193.

15. Закон України «Про курорти» від 5 жовтня 2000 року № 2026-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>

16. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25 червня 1991 року № 1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>

17. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>

18. Зарубіна А.В., Сіра Е.О., Демчук Л.І. Особливості туризму в умовах воєнного часу. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484>

19. Каднічанський Д., Каднічанська М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід : матеріали XIV Міжнарод. наук. конф-ції, м. Львів, 9 жовтня 2020 р. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2020. С. 132–138.

20. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : 2008. 344 с.

21. Кіптенко В. М. Менеджмент туризму. Київ: Знання, 2010. 502 с.

22. Компанець К.А., Бойко Г.Ф. Методичні підходи до формування туристичного продукту (маршруту). Інфраструктура ринку. 2018. Випуск 18. С. 51-58.

23. Костинець Ю.В., Костинець В.В., Шевченко О.О. Розвиток туризму України в умовах війни. Економіка. 2023. №3(261). С. 51-57.

24. Коцан Н., Мазурець Р. Розробка туристичних й екскурсійних маршрутів у Східноєвропейському національному університеті імені Лесі Українки. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. №10 (383). С. 189-195.

25. Коцан Н.Н. Розробка історично-краєзнавчого туристичного транскордонного маршруту «Українськопольське поєднання: від Замойщини до Волині». Актуальні проблеми краєзнавчої науки : матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 14–15 травня 2015 р.) / за ред. В. Й Лажніка. Луцьк : Вежа-Друк, 2015. С. 164–168.

26. Кучинська І. В. Теоретичні та прикладні аспекти організації туризму для людей з обмеженими можливостями на природоохоронних територіях. Наук. вісн. НЛТУ України. 2012. Т. 22. Вип. 13. С. 98–106.

27. Любіцева О.О. Геопросторова організація туристичного процесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт.геогр.наук: спец. 11.00.02 «економічна та соціальна географія». Київ, 2003. 27 с.

28. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навч. посіб.. К. : Альтерпрес, 2003. 104 с.

29. Любіцева О.О. Методика розробки турів: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.

30. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2004. 436 с.

31. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. 2022. URL: <https://ukraine.segodayna.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>.

32. Майстро С.В., Домбровська С.М. Особливості державного управління

рекреаційним туризмом України : монографія. Х., 2017. 198 с.

33. Менеджмент і маркетинг туризму: навч. посібник / Т.М. Афонченкова, О.В. Булюк, Б.П. Масенко та ін.; за ред. О.Є. Лугініна. К.: Видавництво Ліра, 2012. 364 с.

34. Михайліченко Г.І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.ек.наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Київ, 2001. 22 с.

35. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2003. 156 с.

36. Михайліченко Г.І. Удосконалення технологій створення туристичного продукту. К: Вісник КДТЕУ. 2000. № 2. С. 41–50.

37. Моца А.А., Шевчук С.М., Серeda Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. Випуск 41. 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>

38. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>

39. Офіційний сайт туристичної агенції «Клуб Датур». URL: <https://datour.com.ua/ua/>

40. Писаревський І.М., Тонкошкура М.В. Планування та організація туристських маршрутів: Підручник. Харк. нац. акад. міськ госпва. Х. : ХНАМГ. 2012. 304 с.

41. Помаза-Пономаренко А.Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. Том 33 (72). № 5. 2022. С. 6-11.

42. Поморцева О.Є., Герасименко М.Д. Розробка туристичного маршруту за допомогою геоінформаційних технологій. Системи обробки інформації. 2019. Випуск 1(156). С. 37-43.

43. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України

у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 46. 2022. С. 11-15.

44. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. Modern economics. 2018. № 9. С. 93-104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2018_9_14

45. Ткаченко Т.І. та ін. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні: аналітичний звіт з науково-дослідної роботи. Київ, 2023. 105 с. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-librarywar-%D0%86mpact-analysis.pdf>

46. Форми меморіалізації визначних місць пам'яті. Історична правда. 18 листопада 2022 р. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2022/11/18/162060/>

47. Шевченко О. Туризм в Україні у післявоєнний період: досвід зарубіжних країн. Матеріали III міжнародної науково-практичної інтернет-конференція «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку». Київ, КНУТД. 10 червня 2022 року. С. 93-95.

48. Шевчук В.М., Бурштинська Х.В. Розроблення туристичного маршруту “Шляхами князя Лева” засобами ГІС. Геодезія, картографія і аерофотознімання. 2013. Вип. 78. С. 111-119.

49. Щука Г., Журба І., Коробейникова Я. Шляхи формування пропозиції на ринку в'їзного воєнного туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2024. №64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-88>

50. Щука Г.П., Несторишен І.В., Медвідь Л.І. До питання про розвиток воєнного (військового) туризму в Україні. Інфраструктура ринку. 2024. Випуск 80. С. 209-213.

ДОДАТКИ

Фінансова звітність ПП «Клуб Датур» за 2022-2024 роки

Дата звіту 28.02.2023
 Період 2022 рік, 12 міс
 КАТОТТГ UA18040190010115253

Фінансова звітність малого підприємства за 2022 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Основні засоби:	1010	11.40	4.20
первісна вартість	1011	70.10	75.10
знос	1012	58.70	70.90
Усього за розділом I	1095	11.40	4.20
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	19.40	45.70
у тому числі з податку на прибуток	1136	19.40	19.40
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1 696.60	3 324.80
Гроші та їх еквіваленти	1165		31.10
Усього за розділом II	1195	1 716.00	3 401.60
Баланс	1300	1 727.40	3 405.80

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50.00	50.00
Додатковий капітал	1410	120.90	120.90
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	552.30	1 468.20
Усього за розділом I	1495	723.20	1 639.10
Короткострокові кредити банків	1600	999.50	
розрахунками з бюджетом	1620	0.50	
розрахунками зі страхування	1625	1.60	1.70
розрахунками з оплати праці	1630	2.60	2.80
Інші поточні зобов'язання	1690		1 762.20
Усього за розділом III	1695	1 004.20	1 766.70
Баланс	1900	1 727.40	3 405.80

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 131.80	387.10
Інші операційні витрати	2180	153.80	101.10
Інші доходи	2240		0.10
Інші витрати	2270	42.70	21.60
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	1 131.80	387.20
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	196.50	122.70
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	935.30	264.50
Податок на прибуток	2300	19.40	
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	915.90	264.50

Дата звіту
Період
КАТОТТГ

29.02.2024
2023 рік, 12 міс
UA18040190010115253

Фінансова звітність малого підприємства за 2023 рік

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Основні засоби:	1010	4.20	
первісна вартість	1011	75.10	41.80
знос	1012	70.90	41.80
Усього за розділом I	1095	4.20	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	45.70	50.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	19.40	31.80
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 324.80	4 342.30
Гроші та їх еквіваленти	1165	31.10	
Витрати майбутніх періодів	1170		134.30
Усього за розділом II	1195	3 401.60	4 526.60
Баланс	1300	3 405.80	4 526.60

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50.00	50.00
Додатковий капітал	1410	120.90	120.90
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 468.20	4 351.20
Усього за розділом I	1495	1 639.10	4 522.10
розрахунками з бюджетом	1620		0.10
розрахунками зі страхування	1625	1.70	1.70
розрахунками з оплати праці	1630	2.80	2.70
Інші поточні зобов'язання	1690	1 762.20	
Усього за розділом III	1695	1 766.70	4.50
Баланс	1900	3 405.80	4 526.60

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5 120.00	1 131.80
Інші операційні витрати	2180	1 686.20	153.80
Інші витрати	2270	475.00	42.70
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	5 120.00	1 131.80
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	2 161.20	196.50
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	2 958.80	935.30
Податок на прибуток	2300	75.80	19.40
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	2 883.00	915.90

Дата звіту

03.03.2025

Період

2024 рік, 12 міс

КАТОТТГ

UA18040190010115253

Кількість працівників

6

Фінансова звітність малого підприємства за 2024 рік

АКТИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
накопичена амортизація	1002	0.00	0.00
первісна вартість	1011	41.80	41.80
знос	1012	41.80	41.80
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	50.00	46.70
у тому числі з податку на прибуток	1136	31.80	46.30
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 342.30	17 956.00
Витрати майбутніх періодів	1170	134.30	369.80
Усього за розділом II	1195	4 526.60	18 372.50
Баланс	1300	4 526.60	18 372.50

ПАСИВ

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього року, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	50.00	50.00
Додатковий капітал	1410	120.90	120.90
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4 351.20	7 269.30
Усього за розділом I	1495	4 522.10	7 440.20
товари, роботи, послуги	1615		82.00
розрахунками з бюджетом	1620	0.10	1.00
розрахунками зі страхування	1625	1.70	1.90
розрахунками з оплати праці	1630	2.70	3.40
Інші поточні зобов'язання	1690		10 844.00
Усього за розділом III	1695	4.50	10 932.30
Баланс	1900	4 526.60	18 372.50

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 918.10	2 883.00
Інші операційні доходи	2120	661.90	
Інші операційні витрати	2180	2.10	1.70
Інші витрати	2270	513.90	172.50
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	3 580.00	2 883.00
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	516.00	174.20
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	3 064.00	2 708.80
Податок на прибуток	2300	145.90	75.80
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	2 918.10	2 633.00