

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
к.е.н., доцент Давиденко І.В.
“ ____ ” _____ 20 ____ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 «Туризм та рекреація»
за освітньою програмою «Економіка та організація
туристичної діяльності»

на тему:

Шляхи розвитку екскурсійного обслуговування в закладах туристичної
інфраструктури
(на прикладі студентського табору «Економіст»)

Виконавець

студентка ЦЗФН

Луценко Олександра Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С.Г.

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО – ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	7
1.1. Теоретичні та нормативно-правові засади організації екскурсійного обслуговування у закладах туристичної інфраструктури.....	7
1.2. Динаміка розвитку туристичної галузі України в умовах воєнного стану	14
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО ТАБОРУ «ЕКОНОМІСТ» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	21
2.1. Загальна характеристика спеціалізованого закладу розміщення туристів СТ «Економіст»	21
2.2. Аналіз господарської діяльності СТ «Економіст» в умовах воєнного стану	30
2.3. Дослідження конкурентного середовища СТ «Економіст» ...	40
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ЗАХОДІВ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У СТ «ЕКОНОМІСТ»	46
3.1. Організаційні заходи екскурсійного обслуговування туристів на засадах міжгалузевого територіального партнерства	46
3.2. Економічне обґрунтування заходів щодо організації екскурсійного обслуговування туристів в таборі	53
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62

АНОТАЦІЯ

Луценко О.О. «Шляхи розвитку екскурсійного обслуговування в закладах туристичної інфраструктури (на прикладі студентського табору «Економіст»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм та рекреація» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2026.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

У роботі розглядаються науково-теоретичні та практичні підходи щодо розвитку екскурсійного обслуговування в закладах туристичної інфраструктури. Досліджено процес адаптації господарської діяльності студентського табору «Економіст» в умовах воєнного часу, проведено аналіз фінансово-господарської діяльності, оцінювання стану конкурентного середовища табору. Розроблено та обґрунтовано пропозиції щодо вдосконалення екскурсійного обслуговування споживачів у студентському таборі «Економіст» на засадах територіального міжгалузевого партнерства, сформовано пакети екскурсійних послуг. Проведено економічне обґрунтування запропонованих заходів щодо доцільності територіального партнерства та впровадження розроблених екскурсійних послуг.

Ключові слова: спеціалізовані заклади розміщення, екскурсійне обслуговування, туризм, конкурентне середовище, територіальне партнерство.

ANNOTATION

Lutsenko O.O. “Ways of developing excursion services in tourist infrastructure institutions (on the example of the student camp “Economist”)”.

Qualification work for obtaining a bachelor’s degree in specialty 242 “Tourism and recreation” according to the educational program “Economics and organization of tourist activity”. – Odessa National Economic University. – Odesa, 2026.

Qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used.

The work considers scientific, theoretical and practical approaches to the development of excursion services in tourist infrastructure institutions. The process of adapting the economic activity of the student camp “Economist” in wartime conditions is studied, an analysis of economic activity is carried out, and an assessment of the state of the camp’s competitive environment is carried out. Proposals for improving excursion services for consumers in the student camp “Economist” on the basis of territorial inter-industry partnership have been developed and substantiated; excursion service packages have been formed. An economic justification of the proposed measures has been carried out regarding the feasibility of territorial partnership and the implementation of the developed excursion services.

Keywords: specialized accommodation facilities, excursion services, tourism, competitive environment, territorial partnership.

ВСТУП

Актуальність теми. Сфера екскурсійної діяльності суб'єктів туристичної галузі України має всі підстави відігравати ключову роль у розвитку напрямів культурно-пізнавального туризму та додаткових послуг рекреаційних закладів розміщення туристів. В умовах повоєнного відновлення, організація екскурсійної діяльності сприятиме духовному та рекреаційному відновленню продуктивних сил регіонів, забезпечує зростання доходів реального сектору економіки через створення нових робочих місць у галузі, залучення суб'єктів бізнесу до розвитку інфраструктури сфери туризму та гостинності. Світовий досвід доводить, що організація надання екскурсійних послуг сприяє знайомству туристів з об'єктами культурної спадщини, збереженню місцевих традицій, підвищує рівень життя місцевого населення та розширює світогляд мандрівників. Для рекреаційних закладів туристичної інфраструктури це шанс диверсифікувати власну господарську діяльність поза межами основних послуг з розміщення туристів.

Програмні засади та регіональні стратегії післявоєнного відновлення діяльності суб'єктів туристичної інфраструктури Одеської області спрямовані на подолання негативних соціально-економічних наслідків війни. Реалізація цих заходів потребує розробку шляхів удосконалення менеджменту екскурсійних послуг в рекреаційних закладах щодо психологічної реабілітації туристів та інших споживачів рекреаційних послуг, розширення асортименту та форм організації екскурсійних послуг.

Однією із найбільш актуальних проблем прикладного характеру стає впровадження заходів співробітництва закладів розміщення туристів з музейними установами, екскурсоводами-підприємцями та територіальними громадами, які утримують на балансі об'єкти історичної та культурної спадщини, туристичні локації природоохоронного значення. Потребує вдосконалення організаційний механізм менеджменту екскурсійної діяльності рекреаційних закладів. Необхідно сформулювати заходи розвитку

екскурсійного обслуговування молоді, відпочиваючих з дітьми, інших категорій споживачів рекреаційних послуг закладів розміщення.

Важливість зазначених проблем вимагають проведення сучасних досліджень та розробки заходів, які сприяють удосконаленню організації екскурсійного обслуговування в закладах туристичної інфраструктури, розвитку їх додаткових послуг, потребує розгляду та визначає актуальність кваліфікаційної роботи.

Мета кваліфікаційної роботи – визначити шляхи розвитку екскурсійного обслуговування в закладах туристичної інфраструктури.

Об'єктом дослідження є процеси організації екскурсійного обслуговування споживачів туристично-рекреаційних послуг в закладах туристичної інфраструктури.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних положень у сфері екскурсійної діяльності суб'єктів туристичної інфраструктури.

Завдання дослідження:

- розглянути теоретичні та нормативно-правові засади організації екскурсійного обслуговування у закладах туристичної інфраструктури;
- проаналізувати розвиток туристичної галузі України в умовах воєнного стану;
- надати загальну характеристику діяльності спеціалізованого закладу розміщення туристів СТ «Економіст»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності СТ «Економіст» в умовах воєнного стану;
- провести дослідження конкурентного середовища студентського табору;
- запропонувати організаційні заходи екскурсійного обслуговування туристів на засадах міжгалузевого територіального партнерства;
- провести економічне обґрунтування заходів щодо організації екскурсійного обслуговування туристів в таборі.

В кваліфікаційній роботі було використано методи фінансового та регіонального аналізу, синтезу, систематизації, узагальнення, формалізації, спостереження, методи статистичного та економічного аналізу, розрахунків точки беззбитковості послуг. Для обробки даних були використані прикладні пакети програми Microsoft Office, Excel, Microsoft Word.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є законодавча база, нормативно-правові акти, інструктивні та методичні матеріали організації діяльності закладів сфери туризму та рекреації. В роботі використовувалися наукові розробки дослідників, що представлено у матеріалах монографій, фахових публікаціях, тезах науково-практичних конференцій, збірниках та довідниках державної та галузевої статистики, наборах даних репозитаріїв, а також власні спостереження, інформаційні ресурси мережі Інтернет, дані управлінського обліку, фінансова звітність СТ «Економіст».

Практичне значення результатів, які одержані в результаті дослідження, полягають у можливості використання запропонованих заходів щодо удосконалення екскурсійного обслуговування у СТ «Економіст».

Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді ІХ Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством», яка відбулась 26 березня 2026 року у Полтавському державному аграрному університеті.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота містить 72 сторінок, 22 таблиці, 21 рисунок, список використаних джерел з 54 найменувань.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВО - ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

1.1. Теоретичні та нормативно-правові засади організації екскурсійного обслуговування у закладах туристичної інфраструктури

Заклади розміщення сфери гостинності є базовими складовими туристичної інфраструктури та визначають рівні привабливості туристичних DESTINACIY, їх територіальної спеціалізації. Організація діяльності закладів розміщення туристичної інфраструктури спрямовано на надання комплексу рекреаційних послуг споживачам. Послуги з розміщування та харчування, додаткові послуги, що надають ці заклади відносяться одночасно до туристичних та рекреаційних послуг.

Огляд нормативно-правових джерел дозволяє визначити основну структуру закладів туристичної інфраструктури. До закладів туристичної інфраструктури України відповідно до Закону України «Про туризм» відносять комплексну мережу установ, що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. До них належать готелі, хостели, санаторії, бази відпочинку, заклади харчування, транспортні підприємства, а також туристичні оператори та туристичні агенти, що забезпечують організацію подорожей [1].

Основними елементами туристичної інфраструктури в Україні є:

1. Заклади розміщення: готелі, мотелі, хостели, пансіонати, кемпінги, бази відпочинку.
2. Заклади харчування: ресторани, кафе, бари, кав'ярні, фастфуди.
3. Туристичні об'єкти та атракції: музеї, галереї, замки, історико-культурні заповідники, аквапарки, розважальні центри.
4. Інфраструктура транспорту та обслуговування: залізничні та автовокзали, аеропорти, стоянки, автозаправні станції (АЗС), банківські установи, страхові компанії.
5. Інформаційні та сервісні служби: туристичні інформаційні центри (ТІЦ), гіді-перекладачі, екскурсійні бюро.

Найбільш розвинену туристичну інфраструктуру в Україні мають Львівська область, Київ, Івано-Франківська, Закарпатська та Одеська області, які концентрують значну частину закладів розміщення та туристичних потоків, особливо у сфері культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого та гірськолижного туризму.

В науковій літературі розглядаються економічні аспекти туристичної інфраструктури, з погляду її призначення як механізму регулювання взаємодії елементів ринкової системи, оптимізації руху товарно-грошових потоків і забезпечення розвитку ринкових взаємовідносин [2]. Ринкова сутність туристичної інфраструктури полягає в забезпеченні функціонування та взаємодії суб'єктів різних секторів туристичної галузі та регулюванні матеріальних, фінансових та інформаційних потоків. Функціонування туристичної інфраструктури в сучасному світі забезпечує потреби мандрівників комплексом послуг та формує туристичну мобільність, а також приваблює туристичні потоки до регіональних DESTINACIЙ.

У фахових статтях щодо повоєнного відновлення туристичної інфраструктури у країнах, що зіткнулися з кризовими явищами військової агресії, дослідники звертають увагу на розвиток та стимулювання туристичної діяльності як драйверу процесу відбудови економіки туристичних DESTINACIЙ [3; 4]. Низка публікацій присвячена організації туристичної та екскурсійної діяльності в умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови міст та в цілому регіонів України. [5; 6]. Дослідники Л. Квасній, О. Моравська, Л. Малик пропонують декілька сценаріїв повоєнного розвитку сфери туризму України [7]. Науковці В. Єрмаченко, С. Мельниченко, М. Сідак, Т. Дупляк та Т. Лосіцька розробили концептуальні управлінські підходи до відновлення регіональної економіки на засадах сталого розвитку туризму [8]. В роботах українських науковців розглядаються засади відновлення та розвитку екскурсійно-рекреаційної діяльності, міського туризму, конкурентоспроможності закладів сфери гостинності [9; 10; 11].

Автори публікацій пропонують заходи цифровізації екскурсійного обслуговування туристів [12], модернізації технічних засобів надання екскурсійних

послуг музейними установами [13], подальшого розвитку волонтерських екскурсій для споживачів з інклюзивними потребами [14].

Навіть в умовах воєнного стану, треба відзначити, що інтерес екскурсантів до культурно-історичної спадщини та сучасних музейних експозицій, присвячених захисникам та захисницям що боронять Україну не зупинився [15]. Фахівці відмічають, що в цих не простих умовах, в різних регіонах України триває процес розробки екскурсійних турів, а також проведення авторських екскурсій гідями туристично-інформаційних центрів. За період 2022-2025 років, спостерігається збільшення кількості туристів, що здійснюють екскурсійні тури вихідного дня та відвідують місцеві музеї в Полтавському, Київському, Львівському регіонах.

Автори Слатвінська Л.А. та Збиранник О.М. висловили думку про те, що організація екскурсійного туризму сприяє досягненню цілей сталого розвитку та звертають увагу на моніторинг рівнів якості та задоволеності споживачів екскурсійних послуг [9].

Значний вклад у формування прикладної бази наукових досліджень здійснює Державне агентство розвитку туризму України та ГО Національна туристична організація України, які здійснюють моніторинг розвитку туристичного ринку, попиту споживачів на види туристичних послуг та внеску суб'єктів бізнесу до регіонального та державного бюджетів, а також формують заходи приваблення туристів до національної мережі «Туристичні магніти України» [16; 17].

Нормативно-правове забезпечення організації сфери екскурсійних послуг регулюється законом України «Про туризм». Загальною правовою основою цієї діяльності є Конституція, Цивільний кодекс, Закони про культуру та охорону спадщини, а також локальні нормативні акти (постанови КМУ, накази профільних міністерств та місцевих рад).

Категорійному апарату екскурсійної діяльності було надано юридичне підґрунтя у відповідних статтях Закону України про туризм. За аналізом наукової літератури та джерел з державного регулювання організації екскурсійної діяльності, можна визначити основні вимоги до її впровадження та нормативні обмеження, що наведено у рис. 1.1.

Основні вимоги до організації екскурсійної діяльності

Екскурсійна діяльність – діяльність з організації послуг, що не перевищують 24 годин, які не включають послуги розміщення, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеним маршрутом з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, визначними місцями.	Професійні вимоги до фахівців Гід (гід - перекладач) – особа, яка має вищу освіту та володіє фаховою інформацією про країну (місцевість) перебування, визначні місця, об'єкти показу, а також мовою цієї країни чи мовою іноземних туристів, яких приймають, надає екскурсійно-інформаційні, організаційні послуги та кваліфіковану допомогу учасникам в межах договору про надання екскурсійних послуг.	Надання послуг з екскурсійного обслуговування споживачам передбачає договірний характер взаємовідносин сторін договору та регулюється ст. 21 Закону України "Про туризм".
---	---	---

Рис. 1.1. Основні вимоги до організації екскурсійної діяльності

Складено автором за [1; 33].

Міжнародне регулювання туризму та організації туристично-екскурсійних послуг базується на конвенціях, деклараціях та стандартах, прийнятих під егідою ООН та Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО). Ключові документи встановлюють принципи безпеки, права туристів, етичні норми та стандарти якості послуг, включаючи Глобальний етичний кодекс туризму (1999) та Манільську декларацію (1980).

Науковці визначають шляхи підвищення якості обслуговування екскурсантів в Україні за рахунок створення державних та імплементації міжнародних стандартів. Сучасна стандартизація є формою державного регулювання та застосовуються в сфері екскурсійної діяльності. Європейський вектор інтеграції українського туризму, впровадження досвіду новітніх практик державного управління розвитком

сфери рекреації та туризму вимагає дотримання вимог міжнародних стандартів, які застосовуються в країнах ЄС та наведено нами у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Міжнародні стандарти серії ДСТУ ISO у сфері туристичної діяльності та екскурсійного обслуговування в Україні

№	Перелік стандартів	Сфера застосування
1	ДСТУ ISO 18065:2016 (ISO 18065:2015, IDT). Туризм та пов'язані з ним послуги. Туристичні послуги, що надають на природоохоронних територіях. Вимоги.	Стандарт визначає вимоги до надання туристичних послуг на природоохоронних територіях, з акцентом на збереження цих територій та забезпечення безпеки
2	ДСТУ ISO 14785:2016 (ISO 14785:2014, IDT). Офіси туристичні інформаційні. Туристична інформація щодо послуг з приймання туристів.	Стандарт встановлює мінімальні вимоги до якості послуг, що надаються туристичними інформаційними офісами (ТІО) будь-якого типу і розміру, державних чи приватних
3	ДСТУ EN 15565:2016 (EN 15565:2008, IDT). Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів.	Стандарт встановлює вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів.

Складено автором за [18]

Впровадження у екскурсійну діяльність суб'єктів туристичної інфраструктури міжнародних стандартів підвищує їх рівень обслуговування туристів, інтеграцію

процесу управління якістю та безпекою послуг, збереженню природоохоронних територій, міжнародних підходів до забезпечення професійної підготовки екскурсоводів та гідів - перекладачів.

Отже, за результатами дослідження наукової літератури, джерел базового законодавства, міжнародних та держаних галузевих стандартів можна визначити рівні правового забезпечення організації екскурсійної діяльності, які наведено на рис.1.2.

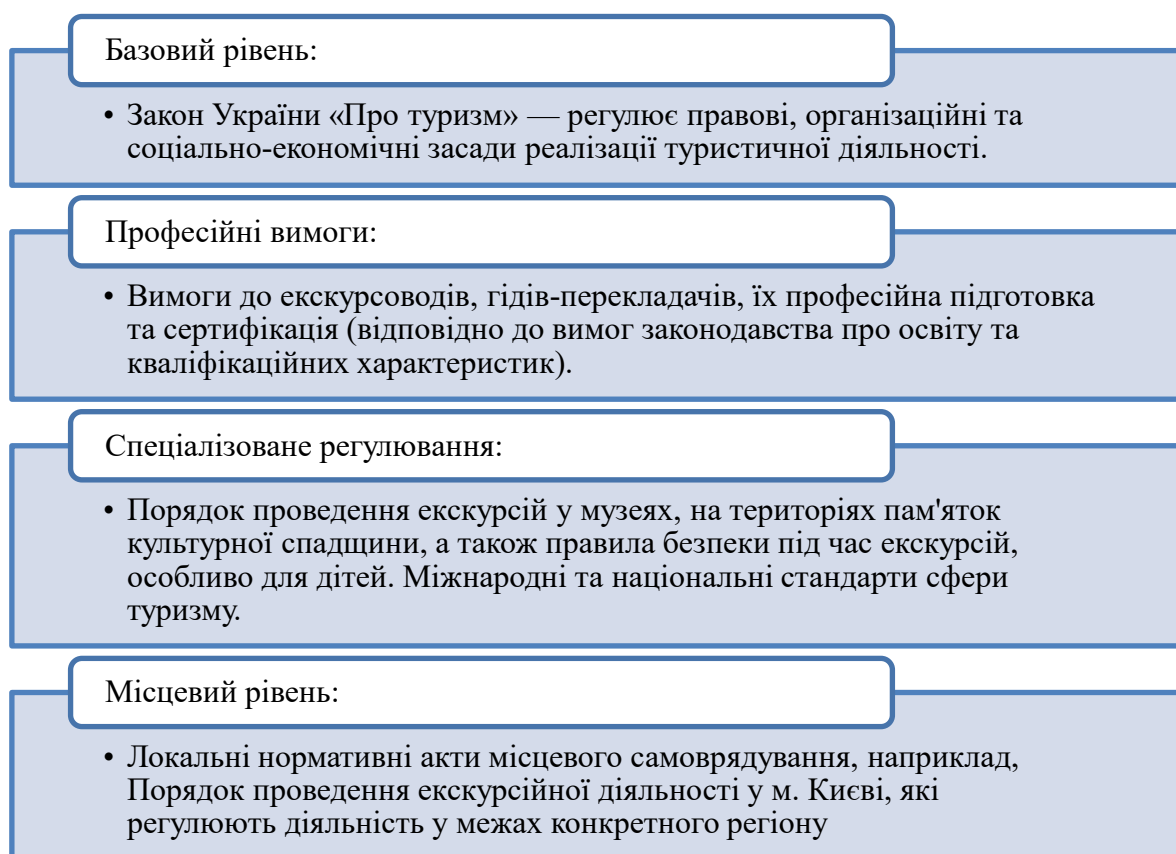


Рис. 1.2. Основні складові правового забезпечення організації екскурсійної діяльності в Україні

Складено автором за [1; 18; 21]

Отже, сучасна організація екскурсійного обслуговування туристів – це процес управління, прогнозування та моделювання попиту, виміру якості обслуговування та проведення заходів, що здійснюється на основі виконання вимог законодавства, яке регулює туристичну галузь. Він спрямований на забезпечення надання якісних екскурсійних послуг, правовому захисті суб'єктів туристичної діяльності.

Теоретичні підходи щодо науково-прикладних аспектів організації екскурсійного обслуговування викладено у роботах М. Поколодної, Т. Чернишової, О. Проскурня. Погляди науковців збігаються, щодо визначення поняття екскурсійної теорії як комплексу наукових поглядів, ідей, положень, які формують основні принципи екскурсійної діяльності закладів сфери туризму та рекреації [19; 20; 21].

Ми погоджуємось з підходами українських науковців що до розкриття сутності екскурсійного процесу та визначення завдання гідів щодо екскурсійного обслуговування туристів, які подано у рис. 1.3.



Рис. 1.3. Сутність екскурсійного процесу та завдання гідів

Складено автором за [19; 20; 21]

На основі дослідження вимог стандартів та фахової літератури можемо навести основні етапи проектування екскурсійних послуг на рис. 1.4.



1.4. Основні етапи проектування екскурсійних послуг

Складено автором за [19; 20]

Сучасний процес проектування екскурсій базується на державних стандартах [18] і передбачає створення комплексу технологічної документації. Це дозволяє суб'єктам туристичної інфраструктури та ФОП - екскурсоводам мінімізувати ризики

та адаптувати сервіс до сучасних викликів. На підставі наукових підходів [19; 20; 33] та вимог чинного законодавства можемо навести основний пакет технологічних документів екскурсії:

1. Технологічна карта екскурсії – базовий документ, що визначає логіку заходу. Вона містить детальний опис маршруту, точний хронометраж кожного етапу, перелік ключових локацій та тезовий виклад інформації для аудиторії.
2. Програма екскурсії – розгорнутий план, що регламентує черговість відвідування об'єктів, тематичні акценти та методику подачі матеріалу залежно від запитів групи.
3. Методична розробка екскурсії – практичні рекомендації щодо техніки проведення екскурсії, розповіді та показу об'єктів, ораторської майстерності, акцентування уваги на унікальних фактах, а також психологічні аспекти взаємодії з різними типами екскурсантів.
4. Протокол управління ризиками та безпекою – документ, що ідентифікує потенційні загрози (безпекова ситуація, погодні умови, складність рельєфу) та встановлює чіткі алгоритми дій для їхньої нейтралізації.
5. Логістична карта та цифрова навігація – графічна схема маршруту з позначенням точок збору, місць відпочинку санітарної гігієни та, що особливо важливо сьогодні, визначення альтернативних шляхів та сховищ на випадок непередбачуваних обставин.
6. Страховий супровід – пакет документів, що підтверджує обов'язкове страхування учасників (медичне та від нещасних випадків) згідно з вимогами законодавства.

Впровадження цієї документації дозволяє не лише підтримувати високі стандарти якості, а й оперативно реагувати на виклики часу, забезпечуючи максимальний комфорт і безпеку клієнтів.

Науковці Лагодієнко В. В., Павлов К. В., Павлова О. М., Саркісян Г. О. Бардей О. І. та Онуфрійчук Л. П., розглядаючи економічні особливості регіональних туристичних ринків звертають увагу на заходи інноваційного забезпечення організації туристично-рекреаційної діяльності [22].

Дослідження наукових підходів авторів щодо інноваційних складових екскурсійного обслуговування дозволяє визначити основні напрями впровадження інновацій у екскурсійному обслуговуванні:

1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних та групових екскурсій, проведення інтерактивних, у тому числі квест-екскурсій, анімаційних екскурсій, тематичні музейні екскурсії тощо);

2) з використанням ІТ- технологій (мультимедійні технології показу експозицій, ГІС – технології об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, 3-D екскурсії, використання аудіо – гідів, дисплеїв, QR- кодів тощо [23].

Дослідження літератури з проблем організації надання екскурсійних послуг дозволяє узагальнити підходи авторів щодо визначення основних складових, які формують технологічні та організаційні процеси організації проведення екскурсії, що подано нами на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Організаційні та технологічні процеси проведення екскурсії

Складено автором за [19; 20; 21]

Екскурсійний потенціал є фундаментальним підґрунтям для просування туристичного бренду України. Нагадаємо, що у 2014 році було презентовано бренд

«It's all about U», а з 2018 року розпочалася масштабна міжнародна промоція «Ukraine Now», спрямована на популяризацію іміджу країни через культурну взаємодію, туризм та бізнес. У 2020 році Уряд України дав старт проєкту «Мандруй Україною», заходи якого активізували внутрішній туристичний ринок.

Фахівці звертають увагу на форми надання екскурсійних послуг для осіб із особливими потребами та надають рекомендації щодо розвитку інклюзивних екскурсійних туристичних маршрутів туроператорів за допомогою мобільних застосунків [24].

Аналіз розвитку екскурсійного потенціалу природних і культурно-історичних ресурсів є фундаментальним для проєктування туристичних маршрутів і розробки моделей нових локацій. Науковці пропонують запровадити моніторинг сталості маршрутів через систему екологічних, соціальних та економічних індикаторів. Це дозволить оцінювати вплив туризму на екосистеми згідно з критеріями Global Sustainable Tourism Council. Для забезпечення сталого розвитку суб'єктам бізнесу рекомендовано впроваджувати smart-технології та інтегровані ГІС-карти [25].

Сучасні дослідження підтверджують: функціонування закладів туристично-рекреаційної сфери безпосередньо залежить від обсягу витрат споживачів, які наповнюють місцеві бюджети. Рекреаційні заклади розміщення, працюючи в конкурентному середовищі, використовують маркетингові інструменти для залучення клієнтів. Зокрема, вони пропонують широкий асортимент екскурсійних послуг, що стимулює додаткові витрати відвідувачів та приносить закладам прибуток [26, с. 104].

Отже, організація екскурсійного обслуговування - це комплекс заходів, що гармонізує інтереси всіх учасників процесу, дотримуючись законодавчих та етичних норм. Це відповідає базовим принципам сталому розвитку туризму, охороні культурної спадщини та популяризації природних цінностей.

Важливою складовою цієї діяльності є нормативно-правова база щодо юридичної відповідальності за порушення в галузі туризму. Її засади визначені в Кримінальному, Цивільному, Господарському кодексах, а також у Кодексі України про адміністративні правопорушення.

1.2. Динаміка розвитку туристичної галузі України в умовах воєнного стану

Дослідження потенціалу екскурсійної діяльності свідчить, що до початку військової агресії РФ, на державному обліку в Україні перебувало понад 130 тис. пам'яток, із них: 57 206 – пам'ятки археології (418 із яких національного значення), 51 364 – пам'ятки історії (147), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (45), 16 293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541). До екскурсійної мережі доєдналися 61 історико-культурний заповідник, 13 із яких мають статус національних та реалізують екскурсійні програми відвідування [27].

За даними туристичного порталу Zruchno Travel, лідером серед регіонів з надання екскурсійних послуг у 2021 році, визначено Львівський регіон, який приваблює туристів європейською атмосферою міст, рекреаційними ресурсами та розвиненою туристичною інфраструктурою [28].

В умовах розвитку інформаційних технологій та ринку мобільних додатків у туристичній індустрії, дослідники програм Horizon Europe, звертають увагу на формування цифрової стійкості галузі, потенціалу впровадження технологій штучного інтелекту, блокчейн-рішень і big data для посилення конкурентоспроможності держав та регіонів. За даними рейтингу Travel & Tourism Development Index (2024), Україна при загальному індексі конкурентоспроможності 71,2, має показник розвитку е-туризму 58,3, який відображає рівень цифрових ініціатив у туристичному секторі (тал.1.2).

Чинниками, які вплинули на загальний рейтинг є обмежена інтеграція цифрових сервісів, а також низький рівень представленості країни в міжнародних е-туристичних каналах. За сукупними показниками індексу конкурентоспроможності Україна посідає 54-е місце [29]. Аналіз чинників низького рівня конкурентоздатності сфери подорожей та туризму за показником розвитку е-туризму свідчить про незадіяний потенціал цифровізації та просування туристичних ресурсів у глобальних туристичних порталах Інтернет мережі.

Таблиця 1.2

Порівняльна характеристика рейтингу України серед інших країн у сфері
е-туризму за 2024 рік

Країна	Індекс розвитку ІКТ	Індекс розвитку е-туризму	Інтеграція цифрових платформ	Рівень цифрових сервісів для туристів	Місце у T&T Development Index
Сінгапур	91,3	88,5	Висока	Повна інтеграція	1
Іспанія	86,7	85,2	Висока	Високий рівень	2
Південна Корея	89,5	83,1	Висока	Сервіси доповненої реальності	4
Естонія	87,9	79,4	Середня	Державні цифрові портали	11
Україна	71,2	58,3	Низька	Обмежена інтеграція	54

Складено автором за [29]

Дослідження потенціалу розвитку та ключових показників економічного стану суб'єктів туристичної інфраструктури, нами проведено за даними Державного агентства розвитку туризму України. Загальні дані станом на 01.01.2025 року свідчать, що попри кризові явища у суспільстві, які пов'язано з повномасштабною війною, галузь продовжує функціонувати та забезпечує бюджетні надходження від суб'єктів туристичної діяльності. Частка секторів туристичної галузі у загальному обсязі бюджетних надходжень за 2024 рік наведено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Надходження до бюджету України за секторами туристичної галузі (2024 р.)

Сектор діяльності	Надходження, млн грн	Частка у загальному обсязі, %	Динаміка до 2023 року
Готелі та аналогічні засоби розміщення	1 954.0	66.5%	+50%
Туристичні оператори	304.7	10.4%	+48%
Туристичні агентства	265.2	9.0%	+37%
Турбази, дитячі табори відпочинку	201.1	6.8%	+38%
Кемпінги та стоянки для автофургонів	4.6	0.2%	+58%
Інші суб'єкти туристичної діяльності	208.4	7.1%	—
Усього	2 938.0	100%	+43%

Складено автором за [30]

Візуалізація динаміки розвитку галузі за 2021 – 2024 роки подано нами у рис.1.6.

ПОДАТКИ ЗА 2024 РІК

ДАРТ

2021	2 232 млн грн		
2022	1 551 млн грн		
2023	2 049 млн грн		
2024	2 938 млн грн	+89%	+43% +32%

КІЛЬКІСТЬ ПЛАТНИКІВ

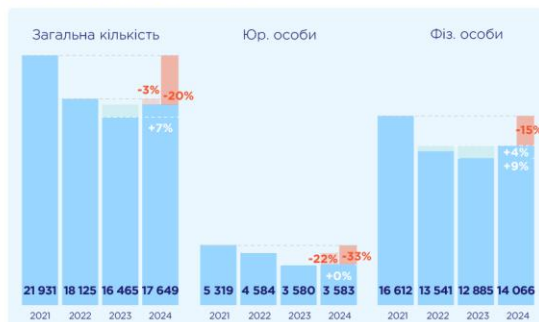


Рис. 1.6. Динаміка бюджетних надходжень за кількістю платників податків та видами економічної діяльності за 2021 – 2024 роки

Наведено автором за [30]

За даними рис. 1.4. бачимо, що у 2024 році відносно до 2021 року, галузь продемонструвала значне зростання податкових платежів:

- 2024 рік: 2 млрд 938 млн грн (найвищий показник);
- 2023 рік: 2 млрд 49 млн грн (зростання на 43%);
- 2021 рік (до російського вторгнення): 2 млрд 232 млн грн.

Аналізуючи структуру надходжень за видами діяльності у 2024 році, бачимо що найбільший внесок традиційно зробили засоби розміщення, що підтверджує перспективність розвитку їх інфраструктури.

За статистикою платників податків спостерігається наступна тенденція. Загальна кількість платників у 2024 році зросла на 7% порівняно з 2023 роком:

- Юридичні особи: залишилися стабільними (близько 3,5 тис.);
- Фізичні особи (ФОП): зросли на 9%.

Але порівняно з довоєнним 2021 роком загальна кількість платників все ще менша на 20%. Звісно, що наслідки та боєві дії повномасштабної війни РФ проти України вплинуло на розвиток галузі та призвело до адаптації туристичного бізнесу до нової ринкової реальності. Наприклад, навіть в умовах воєнних дій, готелі та аналогічні засоби розміщення забезпечили надходження до бюджету більше ніж 66% у порівнянні з 2021 роком. Аналіз наведених даних дозволяє зробити висновок про поступове відновлення та зростання внутрішнього туризму після кризових явищ пандемії 2020-2021 років та початку війни.

На деяких регіональних ринках рекреаційних послуг спостерігаються тенденції відновлення туристичної мобільності за курортною та рекреаційною спеціалізацією туристичних територій України. Тому доцільним є проаналізувати динаміку податкових надходжень за основними туристичними регіонами України в порівнянні даних за 2024 рік до 2021 року. Динаміка податкових надходжень від суб'єктів сфери туризму по цих регіонах України представлена у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Порівняльний аналіз податкових надходжень від туристичної галузі за вибірковими регіонами України за даними 2021 та 2024 років

Регіон	2021 рік (млн грн)	2024 рік (млн грн)	Темп росту 2024 до 2021, %	Статус щодо довоєнного рівня
м. Київ	773.9	982.0	+26.9%	Перевищено
Львівська обл.	258.1	425.8	+65.0%	Перевищено
Київська обл.	108.9	247.1	+126.9%	Перевищено
Івано-Франківська обл.	114.7	215.1	+87.5%	Перевищено
Закарпатська обл.	70.7	121.4	+71.7%	Перевищено
Дніпропетровська обл.	102.1	116.8	+14.4%	Перевищено
Полтавська обл.	43.5	65.1	+49.7%	Перевищено
Вінницька обл.	31.8	48.4	+52.2%	Перевищено
Одеська обл.	210.8	160.5	-23.9%	Не досягнуто
Харківська обл.	104.8	46.5	-55.6%	Спад
Херсонська обл.	58.7	3.0	-94.9%	Критичний спад

Складено автором за [31]

Візуалізація динаміки податкових надходжень від туристичної галузі за регіонами України, за 2021 – 2024 роки подано нами у рис.1.7.



Рис. 1.7. Податкові надходження від платників податків сфери туризму за регіонами України (2021 – 2024 роки)

Наведено автором за [31]

За даними аналізу податкових надходжень від туристичної галузі за регіонами України за 2021 – 2024 роки можемо зробити такі висновки:

1. Спостерігається географічне зміщення (релокація) попиту, що пов’язано з перерозподілом туристичних потоків. Найбільший темп росту демонструють західні та центральні регіони. Зокрема, Київська (+127%) та Львівська (+65%) області стали новими хабами не лише для туризму, а для ділових та гуманітарних поїздок, що генерують податки через готельний сектор.
2. Західні регіони: Івано-Франківська та Закарпатська області підтверджують статус найбільш безпечних та популярних напрямків. Їхній ріст на 70-80% прямо корелює з розвитком рекреаційних послуг та активним розвитком та забудовою нових засобів розміщення.

3. Спостерігається позитивна динаміка у Київській та Полтавській областях, ріст податкових надходжень у 1.5–2 рази відносно 2021 року. У той же час, відмітимо спад у прифронтових зонах Одеській, Харківській та Херсонській областях, які демонструють від'ємну динаміку через безпекові ризики та обмеження діяльності закладів морської рекреації.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, аналіз надходжень туристичного збору є одним із вагомих індикаторів реального «фізичного» потоку туристів, оскільки цей збір сплачується безпосередньо за проживання у закладах гостинності. Нижче наведено аналіз тенденцій за 2021–2024 роки, який демонструє суттєве переформатування карти внутрішнього туризму (табл. 1.5)

Таблиця 1.5

Порівняння надходжень туристичного збору за регіонами (2021–2024 рр.)

Регіон	2021 рік (млн грн)	2024 рік (млн грн)	Темп росту 2024 до 2021, %	Характер змін
м. Київ	76.8	57.0	-25.8%	Спад (відсутність іноземних туристів)
Львівська обл.	23.0	54.8	+138.3%	Стрімке зростання (у 2.4 рази)
Закарпатська обл.	11.7	25.4	+117.1%	Стрімке зростання (у 2.2 рази)
Івано-Франківська обл.	14.7	24.3	+65.3%	Стабільний ріст
Київська обл.	5.5	14.5	+163.6%	Найвищий темп росту (у 2.6 рази)
Чернівецька обл.	2.1	4.8	+128.6%	Подвоєння показників
Полтавська обл.	2.9	4.3	+48.3%	Помірний ріст
Одеська обл.	20.3	11.2	-44.8%	Суттєвий спад
Миколаївська обл.	5.5	0.9	-83.6%	Критичний спад
Усього (Україна)	244.0	273.0	+11.9%	Загальний приріст

Складено автором за [32]

Візуалізація динаміки надходжень туристичного збору за 2021 – 2024 роки подано нами у рис.1.8.

ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЗА 2024 РІК

ДАРТ



Рис. 1.8. Динаміка надходжень туристичного збору за 2021 – 2024 роки

Наведено автором за [32]

На основі аналізу динаміки надходжень туристичного збору за 2021 – 2024 роки, можна виділити три ключові тренди:

1. Удосконалення адміністрування туристичного збору та стимулювання розвитку підприємництва призвело до зростання його надходжень від закладів сфери гостинності. Західні регіони (Львівщина, Закарпаття), а також Київщина стали лідерами росту. Зростання туристичного збору на 117–164% свідчить про те, що внутрішній туристичний потік переорієнтувався на тривале проживання в безпечних зонах з розвиненою інфраструктурою та асортиментом рекреаційних послуг.

2. Зміна структури туристичних пропозицій на програмами турів «Відпочинок та реабілітація». Спад надходжень туристичного збору у м. Києві (-25.8%) пояснюється відсутністю іноземних делегацій та великих форумів. Натомість ріст у

Київській області (+163.6%) вказує на попит на заміський відпочинок у в рекреаційних зонах (recreation & escape). Люди шукають короткострокового перепочинку неподалік від великих міст, що є прямим шансом для територіальних громад в напрямку розвитку послуг рекреаційної сфери.

3. Стійкість туристичної галузі та адаптація. Загальний приріст туристичного збору по країні на 11.9% (з 244 до 273 млн грн) на тлі повномасштабної війни - це унікальний показник. Він доводить, що туристична сфера є однією з найбільш адаптивних. Для бюджетів територіальних громад це стає надійним джерелом прямих доходів, які не залежать від державних субвенцій.

Висновки до I розділу. Розглянувши науково-теоретичні аспекти екскурсійної діяльності, можна дійти до висновку, що організація екскурсійного обслуговування, – це комплекс заходів, що гармонізує інтереси всіх учасників процесу, дотримуючись законодавчих та етичних норм. Такий підхід сприяє сталому розвитку туризму, охороні культурної спадщини та популяризації природних цінностей. Важливою складовою цієї діяльності є нормативно-правова база щодо юридичної відповідальності за порушення в сфері туристичного обслуговування.

В умовах воєнного стану в різних регіонах України триває процес розробки екскурсійних турів, а також проведення авторських екскурсій гідами туристично-інформаційних центрів. За період 2022-2025 років, спостерігається збільшення кількості туристів, що здійснюють екскурсійні тури вихідного дня та відвідують місцеві музеї в Полтавському, Київському, Львівському регіонах. Західні регіони: Івано-Франківська та Закарпатська області підтверджують статус найбільш безпечних та популярних напрямків.

Доведено, що організація екскурсійної діяльності викликана попитом на споживання не лише основних послуг, що надаються закладами гостинності але і прагненням туристів до вивчення культурної та історичної спадщини, духовного розвитку, що забезпечують екскурсійні послуги.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО ТАБОРУ «ЕКОНОМІСТ» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Загальна характеристика спеціалізованого закладу розміщення туристів СТ «Економіст»

Характеризуючи діяльність студентського табору «Економіст» (далі СТ «Економіст») в умовах воєнного стану, треба звернути увагу, що його діяльність була перервана вже раз у період глобальної пандемії, а сезон 2022 року був розгорнутий тільки з 2 – х місячною експлуатацією. У 2022-2024 роках у зв'язку з повномасштабними воєнними діями табір не працював. На процес здійснення господарської діяльності табору вплинуло декілька чинників: знищення туристичної інфраструктури на узбережжі рекреаційної зони Кароліно - Бугаз; закриття більшості підприємств гостинності в зоні розташування табору; мінування та небезпечність користування громадськими пляжами у зоні морської рекреації; відтік кваліфікованого персоналу внаслідок виїзду або мобілізації; зменшення попиту туристів; порушення логістики ланцюгів постачання; воєнний стан, який передбачає пристосування студентського табору «Економіст» до комендантської години і забезпечення функціонування укриття у час повітряних тривог.

Отже виклики воєнного часу з якими зіштовхнувся суб'єкт господарювання, вимагають від керівництва табору адаптації до нових реалій, співпраці з туристичними операторами та туристичними агентами, співробітництва з територіальними партнерами та органами місцевого самоврядування щодо залучення споживачів рекреаційних послуг. Це накладає обов'язки на керівництво табору щодо зваженого підходу до використання рекреаційно-туристичних та фінансових ресурсів закладу розміщення в контексті їх максимальної оптимізації.

В умовах скорочення туристичної мобільності постає завдання адаптації господарської діяльності до ризиків та вимог туристичного ринку в цілях свого виживання та отримання доходів [33]. СТ «Економіст» відповідно до класифікації відноситься до спеціалізованих закладів, що призначені для відпочинку населення, в яких відпочиваючі протягом певного терміну розміщуються і харчуються або тільки

розміщуються. Такі заклади можуть надавати послуги протягом цілого року або сезону. За поширеним визначенням науковців, рекреаційно-туристські ресурси – це об’єкти та явища природного, природно-антропогенного, соціального походження, що використовуються для туризму, лікування, оздоровлення та впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності.

Наявність певної ресурсної бази рекреаційної діяльності закладу розміщування СТ «Економіст», вже забезпечує мінімальний рівень потреб для організації надання туристичних послуг, організації видів екскурсійної діяльності та оздоровчої рекреації. Нами наведено структура та характеристика економічних ресурсів господарської діяльності табору на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Структура та характеристика економічних ресурсів господарської діяльності студентського табору «Економіст»

Складено автором за [34]

Господарська діяльність студентського табору «Економіст» з організації рекреаційно-туристичних послуг здійснюється з 1993 року. Географічне місце розташування - 60 км від міста Одеси та 27 км від міста Білгород-Дністровська у курортної зоні с. Кароліно – Бугаз Одеської області на Чорноморському узбережжі. Офіційна адреса спортивного табору: Одеська область, Білгород-Дністровський район, с. Кароліно - Бугаз, 28, Вокзальна, 24. В таблиці 2. 1 наведено класифікаційні ознаки студентського табору «Економіст».

Таблиця 2.1

Класифікаційні ознаки закладу розміщення студентського табору «Економіст»

Показники	Значення
Тип засобу розміщування	Спеціалізовані засоби розміщування
Категорія	Не встановлено
Кількість номерів	32
Загальна кількість місць	250
Кількість поверхів	Один 2 – х поверховий корпус та одноповерхові будиночки сезонного типу
Кількість та категорія закладів харчування у таборі	Одна їдальня та буфет
Розрахунковий час	о 12 годині
Засоби здійснення бронювання	e-mail, телефонний зв'язок, бронювання з мобільного додатку у соціальних мережах

Джерело: складено автором

Положення ОНЕУ щодо організації діяльності студентського табору «Економіст» відносить його до спеціалізованого колективного закладу розміщення, категорія табору не встановлена. Заклад розміщення надає послуги протягом активного сезону з червня по серпень. Для розміщування споживачів туристично-рекреаційних послуг табір утримує балансове майно ОНЕУ, яке формує його матеріально-технічну базу та складається із приміщень номерного фонду кількістю 32 номерів для розміщування студентів, співробітників, туристів та інших категорій споживачів [34].

Станом на 01.01. 2026 року на території студентського табору «Економіст» знаходиться комплекс житлових приміщень, які складаються з дерев'яних будиночків, одноповерхових, двоповерхових кам'яних корпусів із оснащеними номерами на 2, 3 та 4 особи, що розраховано на одночасний прийом 250 рекреантів.

Загальна структура туристично-рекреаційних послуг табору складається з набору компонентів, які забезпечують попит споживачів (рис.2.2).

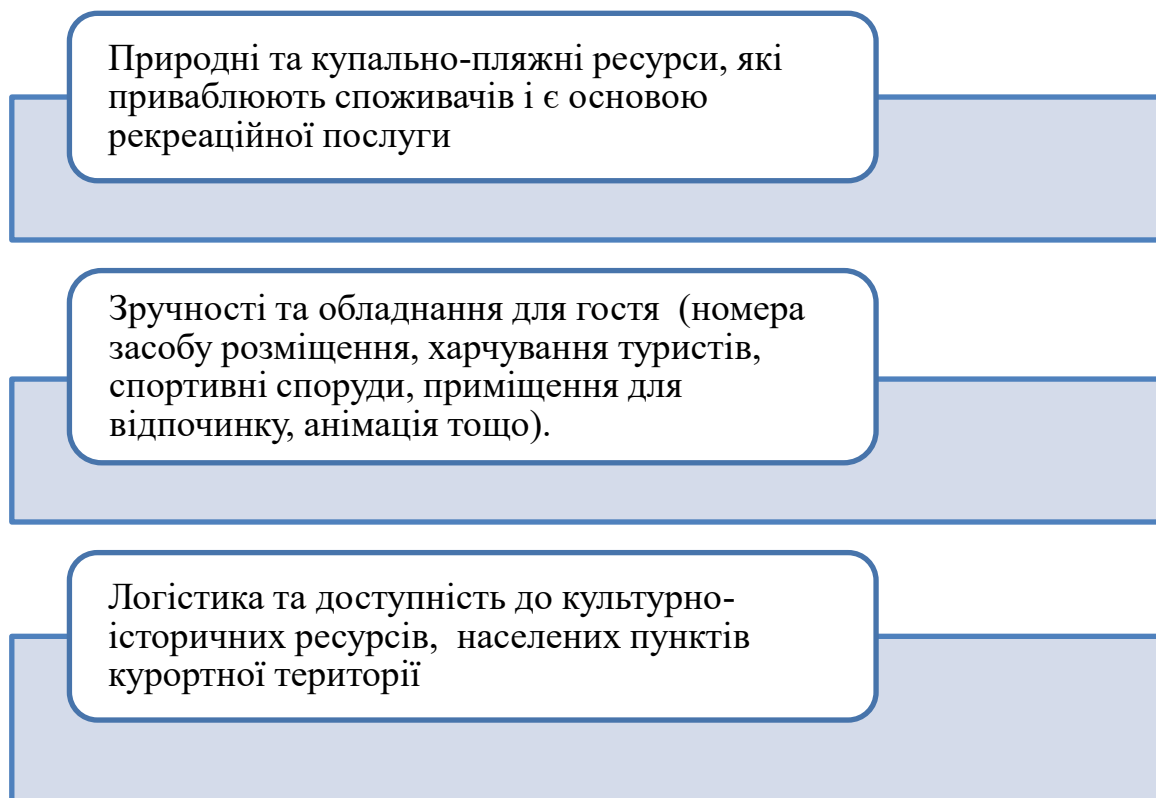


Рис. 2.2. Загальна структура туристично-рекреаційних послуг табору

Складено автором

Територія табору «Економіст» має необхідне зонування та озеленення зон відпочинку. Його загальна площа – 2,7 гектари. Територія табору відноситься до рекреаційних зон активного відпочинку. Споживачам надаються спортивні та оздоровчі послуги, на території розміщено: футбольне та волейбольне поле, баскетбольний майданчик, а також тенісні столи.

Студентський табір як тимчасово діючий влітку заклад, по-перше призначений для відпочинку студентів ОНЕУ. Положення про студентський табір «Економіст» ОНЕУ регулює кадрове забезпечення та організацію основних та додаткових послуг закладу розміщення [34]. Основним видом господарської

діяльності студентського табору «Економіст» є надання послуг з тимчасового проживання у 2-, 3- та 4-місних номерах в житлових корпусах.

Аналіз структури житлових приміщень табору за площею номерів та їх кількістю, показав що 70% номерного фонду відноситься до третьої категорії та знаходиться у дерев'яних будиночках з мінімальними зручностями, а 30% номерів розташовано кам'яному корпусі з усіма зручностями. Структура номерного фонду представлено у таблиці 2. 2, а візуалізація корпусу та номерів на рис. 2. 3.

Таблиця 2.2

Структура житлових приміщень студентського табору «Економіст»

Категорія номеру	Площа номерів	Кількість номерів	Характеристика номерів
Перша категорія (2 та 4 корпуси)			
2-місний номер у двоповерховому кам'яному корпусі з усіма зручностями	30 кв. м.	12	Однокімнатний номер зі всіма зручностями. Доступний в кількох варіантах: з двоспальним ліжком або двома односпальними.
Друга категорія (1 та 2 корпуси)			
3-місний номер у двоповерховому кам'яному корпусі з усіма зручностями	40 кв. м.	12	Номер обладнаний меблями. Можливе розміщення гостей на одному двоспальному та одному односпальному або на 3-х односпальних ліжках.
Третя категорія (дерев'яні будиночки)			
3 та 4-місний номер у будиночку	25 кв. м.	8	Номер обладнаний меблями, в тому числі, односпальними ліжками

Джерело: складено автором



Рис. 2.3. Візуалізація номеру та житлового корпусу табору

Наведено автором за [37]

В умовах воєнного часу з урахуванням обмеженого доступу до морського узбережжя, було прийнято рішення про обладнання території, установки модульного басейну та шезлонгів (рис. 2.4). Враховуючи зовнішні чинники, керівництвом табору та профспілковим комітетом студентів ОНЕУ, була обґрунтована та проведена нова тарифікація вартості номерів на сезон 2025 року залежно від облаштування номерів та рівнів сервісу.

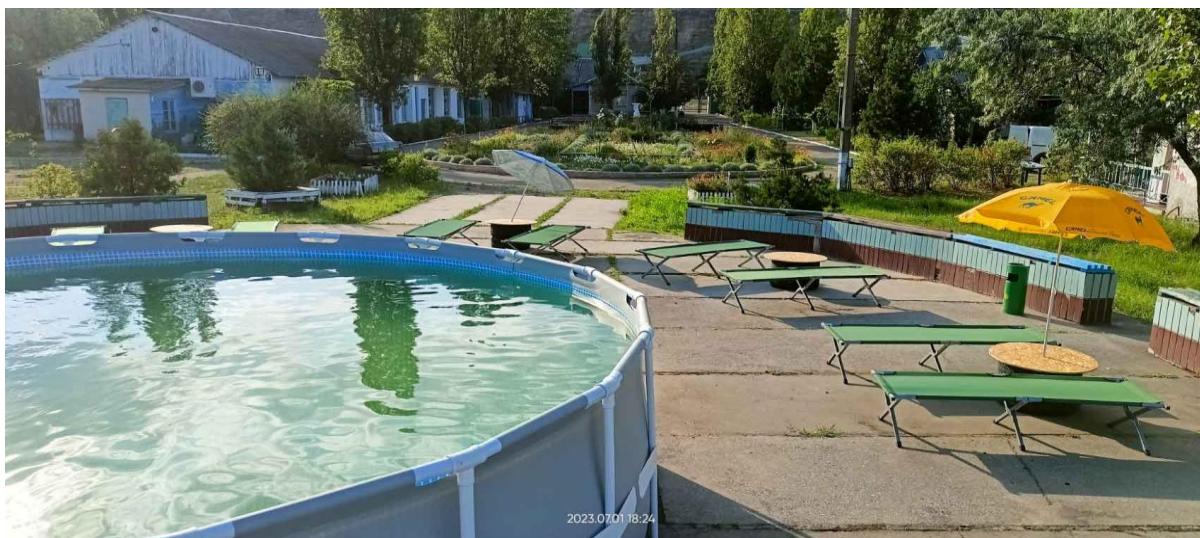


Рис. 2.4. Обладнання зони басейну СТ «Економіст»

Джерело: складено автором за [37]

На рис. 2.5. нами згруповано основні види туристично-рекреаційних послуг, які надаються відпочиваючим у СТ «Економіст».

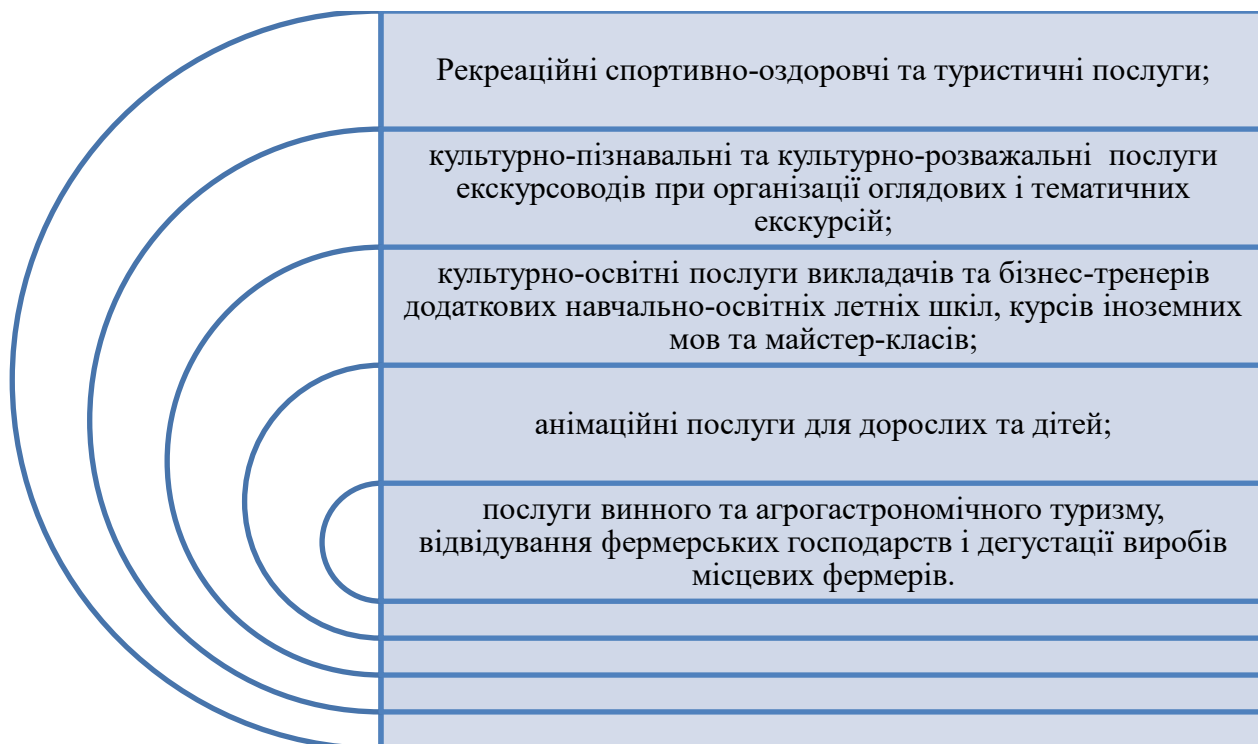


Рис. 2.5. Перелік туристично-рекреаційних послуг СТ «Економіст»

Джерело: складено автором

Студентський табір «Економіст» за характером господарської діяльності є спеціалізованим рекреаційним закладом розміщення, що надає послуги з масового відпочинку та оздоровлення. Заклад не має статусу юридичної особи, перебуває у складі Одеського національного економічного університету та діє на підставі Положення, затвердженого засновником.

Керівництво табором здійснює начальник. Він забезпечує належні умови перебування відпочиваючих, а також спільно із засновником відповідає за дотримання в закладі санітарно-гігієнічного режиму, екологічної безпеки, охорони праці та правил протипожежного захисту.

Матеріальну базу табору становлять матеріальні та нематеріальні активи, основні фонди, оборотні засоби та інші цінності, вартість яких відображена на балансі університету. Фінансування витрат на утримання табору «Економіст» здійснюється згідно з кошторисом, який затверджується ректором університету та профкомом студентів.

2.2. Аналіз господарської діяльності СТ «Економіст» в умовах воєнного стану

Аналіз організаційної структури управління студентським табором СТ «Економіст» доводить, що за своїм типом вона характеризується лінійною формою зв'язку. Це класична ієрархічна модель, де комплекс функцій управління зосереджений в одній ланці – на рівні начальника табору.

Звернемо увагу як змінилися функції управління в умовах воєнного стану. В умовах дії правового режиму воєнного стану функціонал начальника табору суттєво розширюється. До базових управлінських функцій додаються критично важливі напрями:

1. Забезпечення безпеки та цивільного захисту: організація роботи укриття, розробка планів евакуації та проведення інструктажів щодо дій під час повітряної тривоги.

2. Координація з силовими структурами: взаємодія з ДСНС, територіальною обороною та поліцією для забезпечення правопорядку.

3. Кризовий менеджмент: оперативне прийняття рішень у разі надзвичайних ситуацій, пошкодження інфраструктури або перебоїв у постачанні енергоресурсів.

4. Контроль ресурсного забезпечення: створення стратегічних запасів (води, продуктів, медикаментів, палива для генераторів) та встановлення прямих відносин із надійними постачальниками.

Начальник табору виступає центральним комунікатором, забезпечуючи такі види зв'язків:

- Внутрішні комунікації (вертикальні): розпорядження персоналу та отримання звітів про виконання; підзвітність ректору ОНЕУ.
- Зовнішні комунікації: взаємодія з гостями (реагування на скарги, роз'яснення правил безпеки), переговори з постачальниками та контрагентами.
- Кризові комунікації: термінове сповіщення всіх учасників рекреаційного процесу про загрози або зміни в режимі роботи закладу.

Кожен працівник СТ «Економіст» безпосередньо підпорядковується лише начальнику, що забезпечує єдиноначальність та швидкість виконання наказів, що є критично важливим для стабільної роботи підрозділу університету в сучасних умовах. У свою чергу, начальник табору є підзвітним ректору ОНЕУ. Організаційна структура управління СТ «Економіст» подана у рис. 2.6.

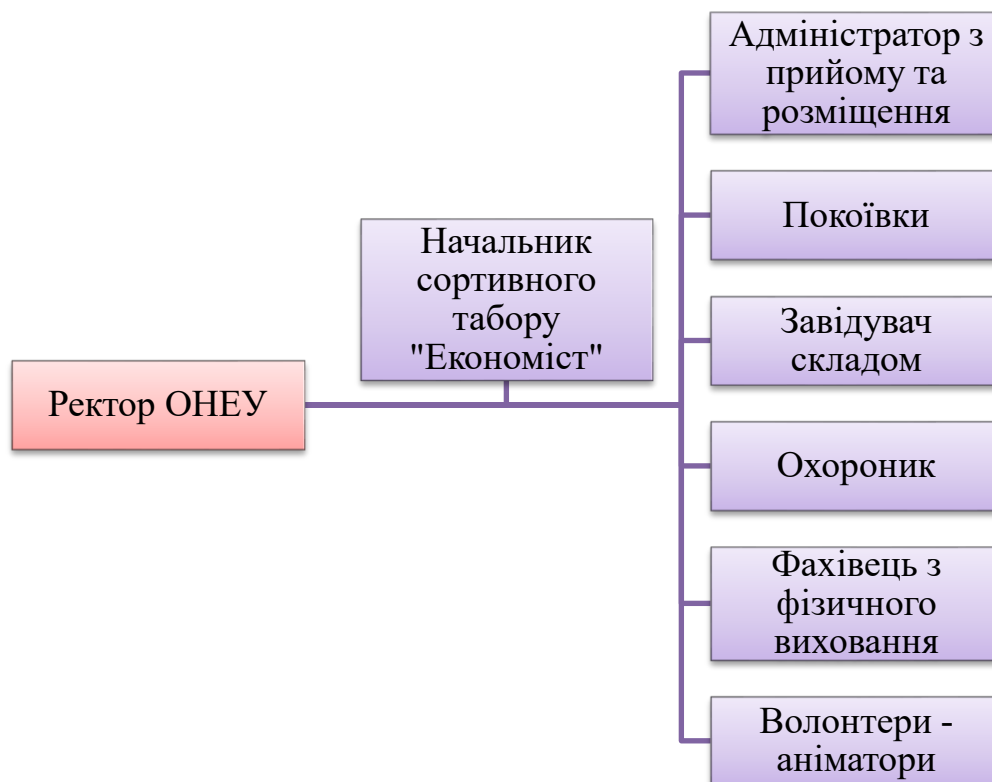


Рис. 2.6. Організаційна структура управління СТ «Економіст»

Джерело: складено автором за [34]

Розглянемо кадрове забезпечення та організацію роботи персоналу СТ «Економіст». Управлінська вертикаль табору базується на принципах професійної відповідальності та залучення студентського активу. Згідно з Положенням, начальник табору призначається на постійну штатну посаду наказом ректора ОНЕУ.

Кадрова політика закладу має комбінований характер:

1. Адміністративний ресурс: у період активного надання послуг споживачам до штату може вводиться посада заступника начальника табору (із числа штатних працівників університету) для підсилення операційного управління.

2. Медичний та обслуговуючий персонал: медичні працівники залучаються до роботи на підставі трудових угод.

3. Харчування: працівники харчоблоку приймаються на посади безпосередньо орендарем їдальні, що розмежовує зони відповідальності між табором та суб'єктом господарювання.

4. Студентське волонтерство та анімаційна діяльність. Особливістю організаційної структури «Економіста» є активне залучення волонтерів-аніматорів із числа студентів ОНЕУ. Волонтери відповідають за змістовне дозвілля, організацію культурно-масових заходів, спортивних змагань та психологічне розвантаження відпочивальників. Студенти-волонтери діють під загальним керівництвом начальника табору або його заступника, проте мають автономію у розробці креативних програм. В умовах воєнного часу аніматори також виконують функцію помічників із безпеки, допомагаючи координувати групи під час евакуації до укриттів.

Така модель дозволяє поєднувати сувору лінійну підпорядкованість штатного персоналу з гнучкістю та енергією студентського самоврядування, що підвищує якість рекреаційних послуг. У складі основного штату персоналу працювало 8 осіб, станом на сезон 2025 року. Аналіз структури персоналу за категоріями та їх розподіл за частками наведено у рис. 2.7. Найбільша частка співробітників припадає на допоміжний персонал та охоронців – 50 % від загальної кількості, далі на покоївок – 3 осіб (33%).

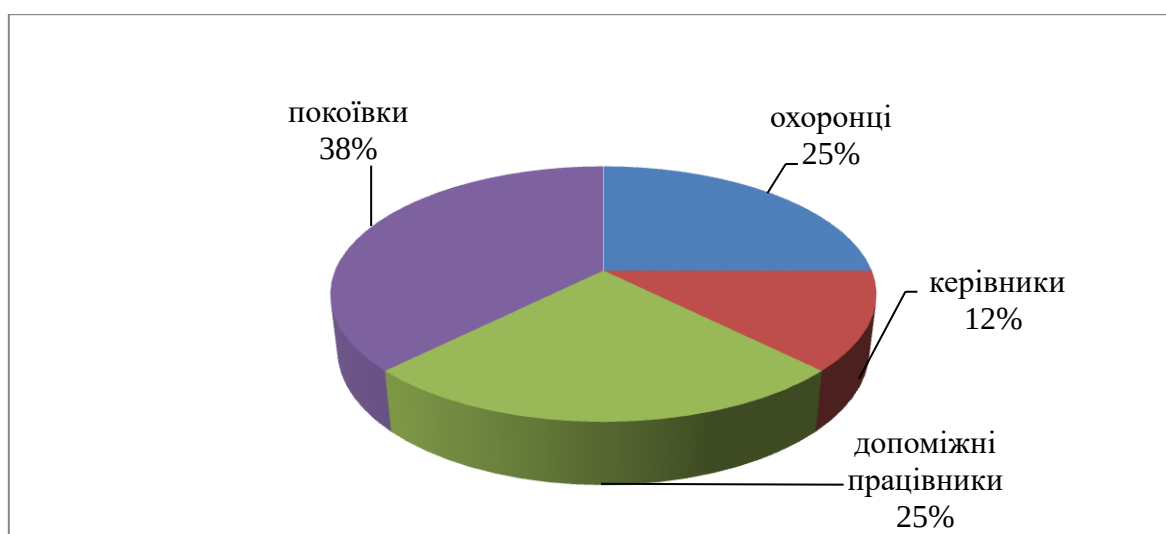


Рис. 2.7. Структура штатного персоналу за категоріями

Джерело: складено автором за [50]

В умовах скорочення туристичної мобільності та попиту місцевого населення на рекреаційні послуги, внаслідок військових дій РФ на території України, СТ «Економіст» у 2023 - 2024 роках не здійснював господарську діяльність.

Джерелами фінансування господарської діяльності студентського табору СТ «Економіст» у 2025 році, як і в довоєнний період, є надходження від реалізації путівок, кошти профспілкових організацій (спрямовані на часткову оплату відпочинку студентів і співробітників), а також бюджетні асигнування ОНЕУ на культурно-масову та спортивно-оздоровчу роботу.

Додатково залучаються власні кошти університету з фонду виробничого та соціального розвитку, а також доходи від прямих продажів путівок туристам, корпоративним замовникам та суб'єктам туристичного ринку (туроператорам і агентам).

Комплексний аналіз господарської діяльності закладу дозволяє визначити динаміку чинників, що впливають на загальний економічний результат, забезпечують конкурентоспроможність рекреаційних послуг та високий рівень лояльності споживачів.

Оцінка економічних ресурсів дозволила проаналізувати базові параметри діяльності табору за такими критеріями:

- номерний фонд: кількість місць для тимчасового проживання та загальна місткість;
- операційні показники: обсяг наданих послуг та середня тривалість перебування одного гостя;
- фінансовий результат: доходи від основного виду діяльності як ключовий показник ефективності використання експлуатаційної спроможності СТ «Економіст»;
- цінова політика та структура витрат.

За результатами сезону 2025 року встановлено, що вартість добового проживання коливається у межах 250–390 грн на одну особу, залежно від категорії обраного номера (табл. 2.3).

У вартість путівки включено проживання, паркування та доступ до спортивно-оздоровчої інфраструктури. Послуги харчування не входять до базової вартості та оплачуються споживачами окремо. Калькулювання собівартості рекреаційних послуг базується на чіткому розподілі витрат, які включають:

- прямі витрати: фонд оплати праці персоналу, нарахування єдиного соціального внеску (ЄСВ) та амортизація основних засобів.
- непрямі витрати: адміністративні та загальновиробничі витрати, а також витрати на маркетинг і збут, що розподіляються згідно із загальноприйнятою методикою обліку.

Таблиця 2.3

Вартість за категоріями номерів у СТ «Економіст» на сезон 2025 р., грн. на добу

Категорія номерів	Кількість номерів	Кількість місць	Вартість номера	Вартість міста
Перша категорія (2 та 4 корпуси): 2-місний номер у двоповерховому кам'яному корпусі з усіма зручностями	12	24	780	390
Друга категорія (1 та 2 корпуси): 3-місний номер у дерев'яному будиночку	20	60	750	250
Усього (*у експлуатації сезону 2025 року працює 32 номери, загальна кількість місць у таборі - 250)	32	250*	X	X

Джерело: складено автором за [36]

Аналіз чинників, що зумовили зниження вартості послуг у 2022 році, чітко вказує на наслідки воєнного стану та загальне падіння туристичної мобільності в Україні. Основні зовнішні детермінанти ціноутворення в СТ «Економіст» охоплюють: пропозицію рекреаційних послуг за сегментами ринку, споживчий попит, ринкову кон'юнктуру, конкурентне середовище та глобальні макроекономічні чинники. За ступенем впливу закладу на ці процеси зовнішні фактори доцільно розподілити на частково контрольовані та неконтрольовані.

До факторів прямого впливу, що піддаються управлінню, належать канали просування, система збуту путівок та гнучка політика щодо пільгових категорій споживачів. Зокрема, менеджмент СТ «Економіст» безпосередньо регулює вибір

каналів дистрибуції та розмір агентської винагороди посередникам. Варто зазначити, що в довоєнних умовах функціонування ринку основна увага була зосереджена на оцінці споживчого попиту, оскільки саме вподобання клієнтів були визначальним вектором цінової стратегії. Водночас до неконтрольованих факторів, які суттєво обмежують гнучкість ціноутворення, належать:

- ✓ безпекова ситуація та форс-мажорні обставини: безпосередній вплив воєнних дій на можливість функціонування табору;
- ✓ макроекономічні показники: рівень інфляції, коливання курсу валют та зростання вартості енергоносіїв;
- ✓ державне регулювання: зміни в податковому законодавстві та нормах санітарно-епідеміологічного контролю;
- ✓ демографічні та соціальні зміни: міграційні процеси, що впливають на кількісний склад цільової аудиторії (студентів та співробітників).

Аналіз динаміки вартості послуг у таборі розміщення свідчить, що в 2025 році у порівнянні з 2021 роком, вартість послуги підвищилась і складає за основним номерним фондом 250 грн. У 2022 році вартість була суттєво знижена, що є наслідком розміщення в студентському таборі переселенців за договором ОНЕУ та ТОВ «Автомагістраль Південь» від 15.06.2022 року (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка тарифів на основні послуги студентського табору «Економіст»
за 2021 – 2025 роки (грн за добу, ліжко-місце)

Категорія номерів /роки	2021	2022	2025	2025 до 2021, %
Перша категорія: 2-місний номер у двоповерховому кам'яному корпусі з усіма зручностями	350	160	390	11,1%
Друга категорія (1 та 2 корпуси): 3-місний номер у дерев'яному будиночку	240	100	250	10,4%

Джерело: складено автором [44: 50]

Далі нами проаналізовано динаміку кількісних показників реалізації послуг, характерних для готельного господарства загалом, а саме: кількість обслугованих споживачів та загальний час їх перебування (див. рис. 2.8). Нами використовується комбінований підхід щодо аналізу загальної ефективності діяльності табору, який враховує попит споживачів та обсяги реалізації послуг у натуральному виразі, а також отриманий дохід. Дослідження цих показників надає підґрунтя для визначення прогнозу подальшого розвитку студентського табору «Економіст».

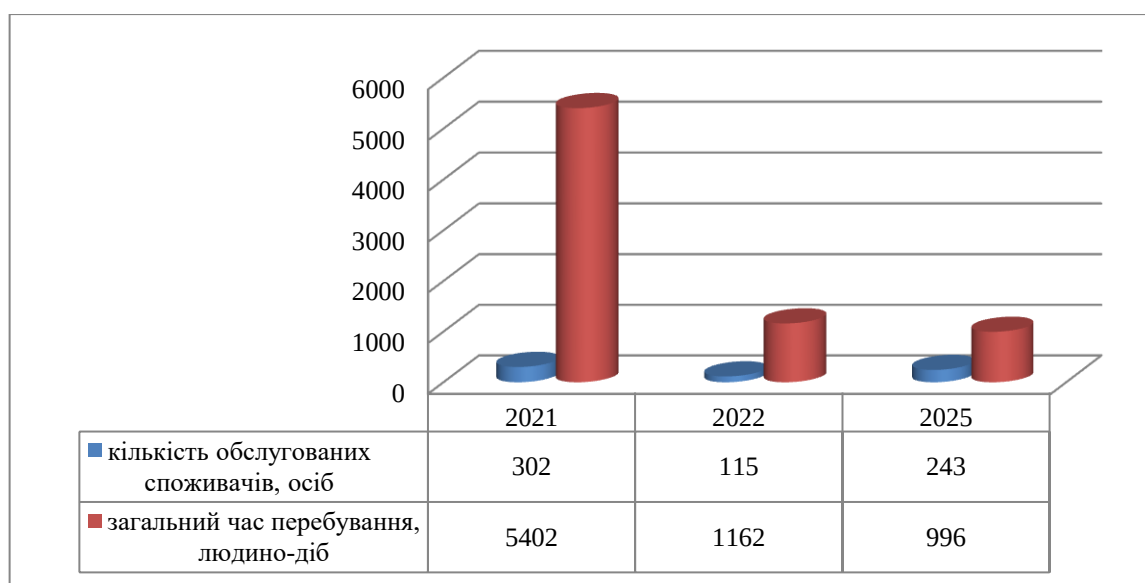


Рис. 2.8. Динаміка кількісних показників реалізації послуг розміщення у СТ «Економіст» за 2021-2025 роки

Джерело: складено автором [50]

Аналіз даних, що наведено у табл. 2.8 свідчить, що спостерігається зменшення кількості обслугованих споживачів та загальний час їх перебування у таборі за період воєнного стану (2022 та 2025 роки) у абсолютних одиницях попиту, що пов'язано з наслідками військових дій. Загальний час перебування туристів у таборі у 2025 році в порівнянні з 2021 роком зменшено майже у 5,5 разів, що складає 18,4% від досягнутого показника у 2021 році.

Динаміка доходів від надання послуг розміщення за 2021-2025 роки, в т.ч. у розрахунку на од. послуг, наведено у таблиці 2.5. Як бачимо, доходи від реалізації у 2025 в розрахунку на од. послуг, збільшились майже на 70,6% у порівнянні з 2021 р.

Таблиця 2.5

Динаміка доходів від реалізації послуг розміщення (2021-2025)

Рік	Доходи від реалізації, грн	У розрахунку на од. послуг, грн
2021	789885	867,1
2022	209280	1868,5
2025	359600	1480
2025 до 2021, п. в.	28, 4%	+70,6%

Джерело: складено автором [50]

Спостерігається тенденція щодо скорочення загального часу перебування відвідувачів у аналізованому періоді, майже у 2, 2 рази зменшився загальний дохід від наданих послуг розміщення, у порівнянні з 2021 роком. Далі проведемо аналіз показників ефективності економіко-експлуатаційної діяльності СТ «Економіст» за 2021 – 2025 років. Порівняння цих показників наведено нами у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Динаміка економіко-експлуатаційних показників діяльності студентського табору «Економіст» за 2021 – 2025 роки

Показники	2021	2022	2025	2025 до 2021, %
1	2	3	4	5
1. Одночасна місткість, розміщених осіб	250	250	250	100
2. Пропускна спроможність табору, кількість осіб/дів	22500	22500	22500	100
3. Надано послуг, кількість осіб/дів	5402	1162	996	18,4
4. Кількість обслугованих гостей, осіб	302	115	243	80,4
5. Середня тривалість перебування одного гостя, дів	17,8	10,10	4,09	88,1
6. Середня завантаженість одного готельного місця, осіб/рік, %	2,05	4,3	3,7	180,0
7. Коефіцієнт пропускної спроможності табору	0,25	0,25	0,25	0,25
8. Коефіцієнт завантаження табору	10,6	27,8	12,8	83,3
9. Загальні доходи табору від надання основних послуг, грн.	789885	209280	359600	28, 4
10. Середня вартість проживання, грн. за добу	295	130	320	108,5

Джерело: розраховано автором за [50]

СТ «Економіст» знаходиться на балансі ОНЕУ. Тому платником податків є власник основних засобів. Економічна діяльність з надання послуг розміщення туристів передбачає перерахування до місцевого бюджету туристичного збору. Динаміка видатків туристичного збору від надання послуг розміщення за 2021-2025 роки наведено у таблиці 2.7. Як бачимо, туристичний збір у 2025 році зменшився майже у 4 рази у порівнянні з 2021 р.

Таблиця 2.7

Динаміка видатків туристичного збору від реалізації послуг (2021-2025)

Роки	Видатки туристичного збору, грн
2021	100 386,00
2022	27 757,20
2025	23 904,00
2025 до 2021, п. в.	24, 6%

Джерело: складено автором за [50]

Отже, динаміка основних економіко-експлуатаційних показників діяльності студентського табору «Економіст» за 2021 – 2025 роки загалом свідчить, о кризових явищах у сфері рекреаційно-туристичних послуг Одеського регіону. У той же час господарська діяльність табору в 2025 році дозволяє дійти до висновку, що послуги закладу користувалися попитом та у цілому забезпечили рентабельну діяльність студентського табору.

Для підвищення загальної ефективності діяльності закладу рекомендується розширення асортименту додаткових послуг, а саме у сфері організації екскурсійного обслуговування. Комплексний аналіз господарської діяльності закладу дозволяє визначити динаміку чинників, що впливають на загальний економічний результат, забезпечують конкурентоспроможність рекреаційних послуг та високий рівень лояльності споживачів.

2.3. Дослідження конкурентного середовища СТ «Економіст»

Для визначення конкурентного середовища студентського табору «Економіст» було визначено аналогічні рекреаційні заклади розміщення, які розташовані на курортній території морського узбережжя, що наведено на рис. 2.9. Для конкурентного аналізу відібрано найближчі конкуренти, які мають рейтингові оцінки за даними відгуків відвідувачів мережі Інтернет – платформи Google, та сайтів litomore.com.ua, moreleto.com.ua, а саме бази відпочинку: «Дельфін» та «Медик» [49; 50].

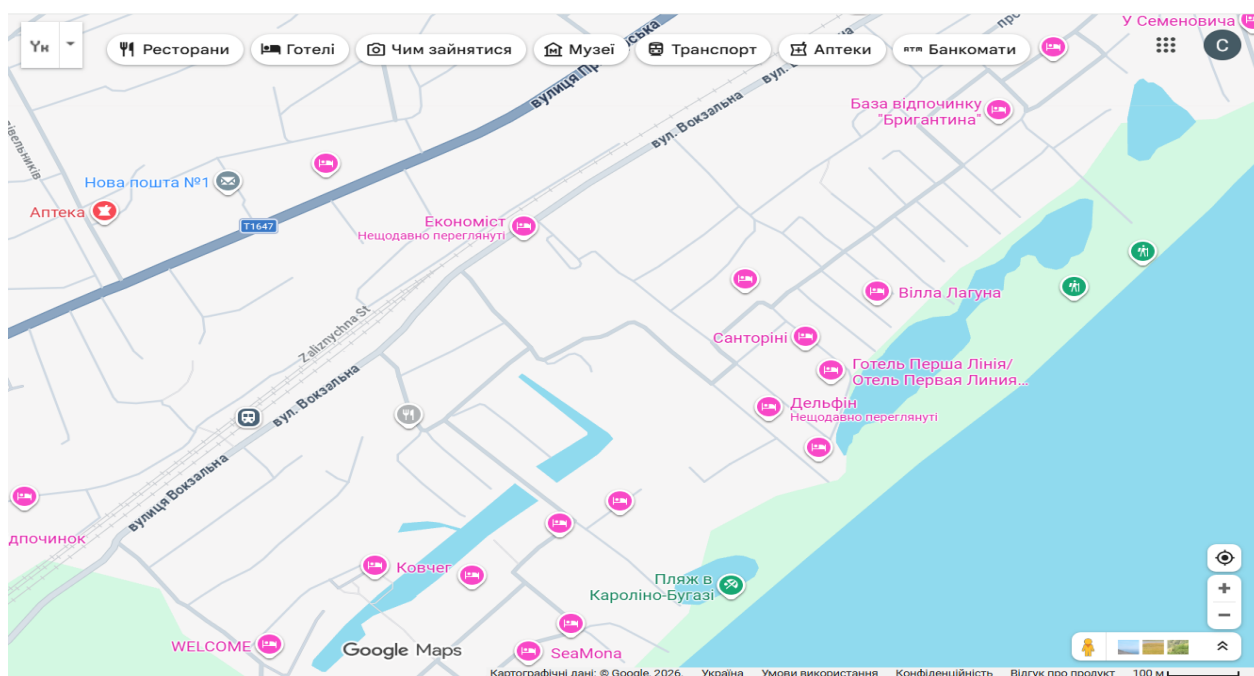


Рис. 2.9. Геолокація студентського табору «Економіст»

Джерело: складено автором за [37]

База відпочинку «Дельфін» розташована на другій лінії від моря та для перебування туристів надає три апартаменти сімейного типу, (які включають в себе дев'ять окремих номерів), кожен номер має свою індивідуальну характерність та привабливість, а також комфортабельні двохмісні номери. Вартість проживання за 2-х місний номер зі зручностями (санвузол, духова, телевізор, холодильник, кондиціонер у номері) – за домовленістю [49].

База відпочинку «Медик» знаходиться у селищі Затока (Кароліно-Бугаз), вул. Вокзальна, 72. Відстань від бази до пляжу становить 160 метрів. База з великою кількістю зелені, басейном і різними корпусами. Харчування в кафе/барі, автостоянка. Вартість проживання за 3-х місний номер зі зручностями (санвузол, духова, телевізор, холодильник) – 1200 - 1600 грн/доба [50].

Обґрунтуванням щодо відібраних закладів розміщення для оцінювання конкурентного середовища є такі ознаки:

1. За типом закладу розміщення – спеціалізовані колективні заклади сезонного обслуговування з однотипними категоріями номерів;
2. За географією знаходження – розташовані в курортній зоні Кароліно-Бугазького узбережжя;
3. За видом економічної діяльності – надають сезоні послуги у колективних закладах розміщення рекреаційно-туристичної спеціалізації.

В умовах динамічної конкуренції на ринку рекреаційних послуг, конкурентна перевага закладу розміщення забезпечується не лише базовими характеристиками продукту, а й технологіями сервісу, гнучкою ціновою політикою, кваліфікацією персоналу та ефективними інструментами лояльності.

Одним із найбільш репрезентативних інструментів оцінювання конкурентного середовища та діагностики рівня конкурентоспроможності послуг є моніторинг споживчих відгуків у соціальних мережах та на спеціалізованих сервісах (агрегатор Google, moreleto.com.ua).

Для об'єктивізації дослідження СТ «Економіст» та його основних конкурентів (база відпочинку «Медик» та база відпочинку «Дельфін») було застосовано комплексний підхід, що поєднує три методи оцінювання:

1. Метод стратегічного порівняльного аналізу досліджуваного закладу розміщення у конкурентному середовищі.

Цей підхід базується на методиці ранжування закладів гостинності [43], що дозволяє визначити ринкову позицію підприємства на основі інтегрального сприйняття бренду споживачами за офіційними рейтингами сайтів - агрегаторів.

Якісний аналіз тональності відгуків дає змогу виявити «больові точки» сервісу та порівняти сукупність економічних і сервісних ресурсів конкурентів.

2. SWOT-аналіз СТ «Економіст» на фоні конкурентного середовища.

3. Метод бального оцінювання обслуговування споживачів послуг за шкалою Лайкерта.

Для отримання кількісних показників було використано адаптовану 5-бальну шкалу Лайкерта (де 1 – критично низький рівень, 5 – еталонний рівень). З метою верифікації даних, оцінювання проводилося за вектором – розширений споживчий досвід (8 показників). Даний перелік дозволяє детально проаналізувати кожен аспект перебування гостя у закладі:

1. Комфорт номерів (ергономіка, стан меблів).
2. Чистота та гігієна (регулярність та якість прибирання).
3. Якість обслуговування (професіоналізм та привітність персоналу).
4. Інфраструктура для дітей (наявність майданчиків, анімації).
5. Співвідношення ціна/якість (відповідність очікувань вартості послуг).
6. Харчування та кухня (різноманітність та смакові якості їжі).
7. Зручність локації (близькість до моря, транспортна розв'язка).
8. Додаткові послуги (організація дозвілля, екскурсійна програма).

Поєднання кількісних (бальних) та якісних (змістовний аналіз відгуків) методів дозволяє нівелювати суб'єктивізм поодиноких коментарів. Залучення декількох джерел інформації (агрегатор Google, moreleto.com.ua) підвищує рівень достовірності даних та дозволяє заповнити інформаційні прогалини, які виникають при використанні лише одного методу діагностики. Такий підхід формує об'єктивну базу для розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності СТ «Економіст» через впровадження нових рекреаційних продуктів.

На основі моніторингу сервісів відгуків споживачів (агрегатор Google), проведено порівняльний аналіз основних конкурентів СТ «Економіст» та результати наведено у таблиці 2.8. Цей аналіз допоможе зрозуміти місце табору на конкурентному ринку рекреаційних послуг та визначити зони росту для досягнення цільових показників нового сезону.

Таблиця 2.8

Ранжування СТ «Економіст» та його основних конкурентів за даними відгуків
споживачів сервісів агрегатору Google

Параметр	СТ «Економіст»	БВ «Медик»	БВ «Дельфін»
Рейтинг Google	3.7	3.8	4.3
Кількість відгуків	263	419	96
Локація	Лиманська сторона (2-га лінія)	Лиманська сторона (2-га лінія)	Сонячна (1-ша лінія)
Ключова перевага	Доступна ціна, табір для молоді та спортивно-оздоровчої рекреації	Велика зелена територія, дитяча анімація	Нові номери, високий сервіс, близькість до морського узбережжя
Слабкі сторони	Застарілий номерний фонд (частково), сервіс	Проблеми з прибиранням, відсутність чайників у номерах	Вища ціна, менша територія

Джерело: складено автором за [46]

Детальний аналіз конкурентів показав, що прямим конкурентом СТ «Економіст» є база відпочинку «Медик». Це найближчий суперник за територією та ціновим сегментом. Вищий рейтинг отримано тому, що споживачі цінують базу відпочинку «Медик» за розвинену інфраструктуру для дітей: дитячі майданчики, дискотеки та навіть міні-зоопарк. Це приваблює сімейні пари, які готові пробачити певні недоліки сервісу заради зайнятості дітей. У базі відпочинку «Медик» майже вдвічі більше відгуків (419) ніж у СТ «Економіст», що свідчить про вищу пізнаваність та більший потік туристів. Базу відпочинку «Дельфін» можемо розглядати як якісний орієнтир. Хоча кількість відгуків менша (96), їхня якість значно вища (4.3). База відпочинку «Дельфін» зробила ставку на комфорт: чисті номери, привітний персонал та краще розташування. Відвідувачі у відгуках часто вказують на «сучасний ремонт», що є значущим фактором для сучасного споживача та платоспроможних туристів.

Далі на основі власного спостереження, проведеного ранжування СТ «Економіст» та його основних конкурентів за даними відгуків споживачів сервісів Google, можемо навести SWOT - аналіз СТ «Економіст» в умовах конкурентного середовища для визначення загроз та можливостей (табл. 2. 9).

Таблиця 2. 9

SWOT- аналіз СТ «Економіст» у конкурентному середовищі

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Стабільна база постійних клієнтів (263 відгуків). 2. Досвід роботи в сегменті спортивно-оздоровчої реабілітації 3. Наявність студентів – волонтерів, які працюють аніматорами.	1. Найнижчий рейтинг серед трійки конкурентів (3.7). 2. Менш активне просування в сфері Digital маркетингу (порівняно з базою відпочинку «Медик») 3. Відчуття «радянського» стилю в очах нових туристів.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Впровадження чат-бота та діджиталізації пропозицій щодо організації додаткових послуг (це випередить базу «Медик») 2. Агресивний маркетинг екскурсійних послуг (чого немає у конкурентів).	3. Перетікання сімейних туристів до бази відпочинку «Медик» через дитячу інфраструктуру. 4. Демпінг цін з боку сусідніх бюджетних закладів розміщення.

Джерело: складено автором

За результатами дослідження конкурентного становища можемо зробити висновки щодо підвищення рейтингу табору з 3.7 до 4.0 та вище. Достатньо випередити конкурентів у сервісі та враженнях. Для досягнення цієї мети необхідно:

1. Організувати запуск чат-бота для бронювання послуг СТ «Економіст» та розміщення QR-кодів створить імідж сучасного табору відпочинку.
2. Організувати роботу з відгуками споживачів: необхідно активно відповідати на кожен відгук у Google (особливо на негативні), це підвищить лояльність алгоритмів Google та довіру клієнтів до табору.

3. Сформувати екскурсійні та анімаційні переваги: у відгуках конкурентів споживачі часто скаржаться на нудьгу ввечері. Необхідно впроваджувати нові форми анімації та екскурсійні програми.

Отже конкурентне середовище СТ «Економіст» щільне, але не монолітне. База відпочинку «Медик» виграє за рахунок анімації для дітей, база відпочинку «Дельфін» – за рахунок комфорту. СТ «Економіст» може виграти за рахунок організації дозвілля та цифрових зручностей. Для проведення об'єктивного оцінювання задоволеності споживачів якістю обслуговування у порівнянні з конкурентами ми використаємо 5-бальну шкалу Лайкерта, де 1 – дуже погано, а 5 – відмінно. Оцінки виставлені на основі аналізу тональності та змісту відгуків на Інтернет-платформах: litomore.com.ua та zatoka-info.com.ua (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Порівняльна оцінка задоволеності споживачів якістю обслуговування

№	Критерій оцінки (бали)	СТ «Економіст»	База відпочинку «Медик»	База відпочинку «Дельфін»
1	Комфорт номерів	3	3	5
2	Чистота та гігієна	3	3	4
3	Якість обслуговування персоналом	4	3	4
4	Інфраструктура для дітей	3	5	3
5	Співвідношення ціна/якість	5	4	4
6	Харчування та кухня	4	4	4
7	Зручність локації (розташування)	4	4	5
8	Додаткові послуги (дозвілля)	4	4	3
Середній бал		3.75	3.75	4.0

Джерело: складено автором

Далі можемо надати деталізацію сильних та слабких сторін учасників ранжування за результатами аналізу відгуків споживачів, а також сформувати

висновки за результатами оцінки задоволеності споживачів якістю обслуговування за шкалою Лайкерта:

1. Студентський табір «Економіст» (3.75)

- ✓ Сильні сторони: клієнти часто відзначають адекватну ціну та «душевну» атмосферу. Багато позитивних згадок про персонал та адміністрацію.
- ✓ Слабкі сторони: основна критика стосується старого меблевого фонду та сантехніки в економ-номерах, загальних санітарних зручностей.
- ✓ Висновок: СТ «Економіст» займає міцні позиції у сегменті «бюджетний відпочинок». Але сучасна організація дозвілля за рахунок екскурсійних програм можуть підняти бал за «Додаткові послуги, дозвілля» до 5, що виведе середній бал табору вище за базою відпочинку «Медик».

2. База відпочинку «Медик» (3.75)

- ✓ Сильні сторони: безумовний лідер у категорії «Дитяча інфраструктура та анімація». Велика кількість відгуків про майданчики та анімацію.
- ✓ Слабкі сторони: хаотичність у роботі персоналу та скарги на «шумність» через велику кількість дітей.
- ✓ Висновок: головний конкурент на ринку масового туризму, який виграє за рахунок дозвілля та емоцій дітей, але програє у персоналізованому сервісі.

3. База відпочинку «Дельфін» (4.0)

- ✓ Сильні сторони: високий бал за стан номерів та близькість до моря. Це типовий рекреаційний заклад розміщення, який намагається дотримуватись базових стандартів організації відпочинку в курортній зоні.
- ✓ Слабкі сторони: висока ціна та обмежена територія. Менше уваги приділяється організації групового дозвілля поза межами бази.
- ✓ Висновок: база відпочинку «Дельфін» позиціонує послуги для заможних споживачів, які вибирають категорійні послуги комфортного розміщення, але також оперує номерним фондом економ-класу. СТ «Економіст» може конкурувати з ними, пропонуючи унікальні пропозиції додаткових послуг, яких немає у цього конкурента.

Можемо надати рекомендації СТ «Економіст» щодо підвищення якості організації обслуговування на основі ранжування за 5-бальною шкалою Лайкерта:

1. Звернути увагу на показник «Чистота та гігієна»: це найдешевший спосіб підняти рейтинг. Навіть у старому номері ідеальна чистота додає +1 бал до загальної оцінки клієнта.
2. Зробити акцент на показнику «Ціна/Якість»: це головна перевага (5 балів) та її потрібно закріпити у соціальних мережах, надавши звучний слоган.
3. Зробити випередження власних пропозицій через показник «Додаткові послуги (дозвілля)»: більшість баз у курортному районі Затоці (включаючи «Дельфін») просто надають ліжко. Треба сформулювати заходи екскурсійного обслуговування як шлях до оцінки 5.0 у відповідному показнику рейтингу, що зробить загальний рейтинг вищим у порівнянні з базою відпочинку «Медик».

Результати проведеного аналізу конкурентного середовища надають керівництву табору підґрунтя щодо розробки заходів удосконалення екскурсійного обслуговування та розвитку екскурсійних послуг, розширені асортименту власних додаткових послуг.

Висновки до 2 розділу. Динаміка основних економіко-експлуатаційних показників діяльності студентського табору «Економіст» за 2021 – 2025 роки демонструє кризові явища, які характерно для галузі загалом у зв'язку з воєнним станом. Аналіз даних, свідчить про зменшення кількості обслугованих споживачів та загальний час їх перебування у таборі. Загальний час перебування туристів у таборі у 2025 році в порівнянні з 2021 роком зменшено майже у 5,5 разів, що складає 18,4% від досягнутого показника у 2021 році.

Детальний аналіз конкурентів показав, що прямим конкурентом СТ «Економіст» є база відпочинку «Медик». Це найближчий суперник за територією та ціновим сегментом. Вищий рейтинг отримано тому, що споживачі цінують базу відпочинку «Медик» за розвинену інфраструктуру для дітей. СТ «Економіст» може підвищити власний рейтинг за рахунок організації дозвілля та цифрових зручностей.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ЗАХОДІВ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У СТ «ЕКОНОМІСТ»

3.1 Організаційні заходи екскурсійного обслуговування туристів на засадах міжгалузевого територіального партнерства

У попередньому розділі кваліфікаційної роботи за результатами аналізу господарської діяльності було визначено необхідність пошуку додаткових джерел щодо фінансування рекреаційної інфраструктури табору за рахунок диверсифікації видів діяльності. Одним із інструментів диверсифікації є впровадження різних форм кооперації, територіального та міжгалузевого партнерства [41; 42; 43].

У науковій літературі партнерство розглядається як добровільне, рівноправне співробітництво різних за природою суб'єктів, об'єднаних спільною метою. У сфері рекреаційної діяльності партнерство може проявлятися у формі державно-приватного партнерства між малим бізнесом та органами місцевого самоврядування, мереж музейних закладів та туристичних підприємств, громадських організацій, а також кооперації з територіальними суб'єктами туристичної інфраструктури.

В умовах адаптації закладів розміщення до викликів воєнного стану та післявоєнного відновлення сфери туризму необхідно розглядати різні форми партнерства як механізм, що дозволяє досягти більшої ефективності у сумісному використанні природно-рекреаційних, туристичних ресурсів, диверсифікації певної господарської діяльності з метою отримання прибутків. Наприклад, ОНЕУ вже має досвід з розвитку партнерства з територіальними громадами, що дозволяє забезпечити підготовку кадрів для туристичної галузі регіону, здійснювати науковий супровід прийнятих стратегій соціально-економічного розвитку адміністративних територіальних утворень.

В нашому регіоні прийнято та реалізується План заходів з реалізації Стратегії відновлення та розвитку Одеської області до 2027 року, яким передбачено створення базових умов для стабільного функціонування економіки та соціальної інфраструктури. Зокрема, до плану включаються територіальні проєкти та заходи

партнерства, що сприяють відновленню соціальних послуг, модернізації інфраструктури [45]. Стратегією визначено, що одним із пріоритетів є розбудова інфраструктури туристично-екскурсійного маршруту «Збереження культурних традицій. Дороги вина і смаку України», що надає СТ «Економіст» додаткові конкурентні переваги за рахунок його географічного розташування за вказаним маршрутом та організації екскурсійного обслуговування відпочиваючих.

Прикладний досвід рекреаційних закладів розміщення регіонів України доводить, що для удосконалення процесу надання екскурсійних послуг необхідна розробка схеми управління цією сферою. Нами пропонується блок – схема управління, яку можна розглядати як інтегровану систему, що складається з таких основних підсистем: управління екскурсійною діяльністю СТ «Економіст»; управління територіальним партнерством с закладами туристичної інфраструктури, музейними установами; суб'єктами малого бізнесу; формування асортименту екскурсійних послуг; управління маркетинговими комунікаціями; управління персоналом (аніматори) табору; управління враженнями споживачів та формування їх лояльності (рис.3.1).

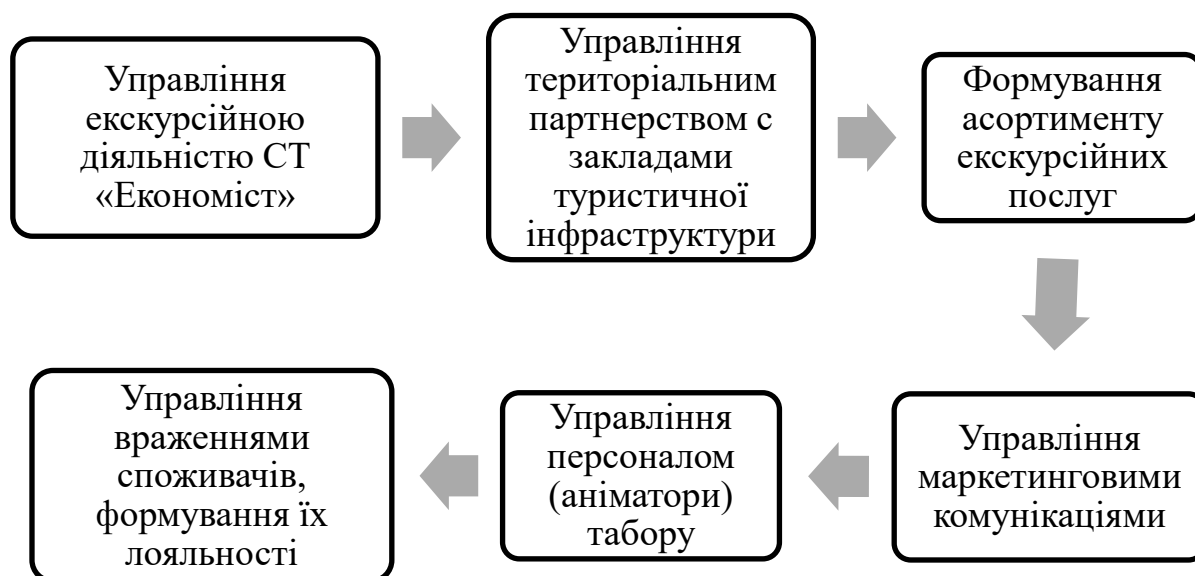


Рис. 3.1. Блок - схема управління екскурсійною діяльністю студентського табору «Економіст»

Джерело: складено автором

Загальна мета організації екскурсійною діяльності СТ «Економіст» полягає в розвитку форм культурного дозвілля та отримання додаткового прибутку. Управління розвитком екскурсійної діяльності студентського табору «Економіст» також спрямовано на підвищення рівня конкурентоспроможності його рекреаційних послуг. Тому менеджмент СТ «Економіст» повинен включати у себе всю сукупність економічних елементів господарської діяльності щодо організації екскурсійної діяльності, у тому числі, економічних відносин з територіальними суб'єктами туристичної інфраструктури та органами місцевого самоврядування.

Для розвитку територіального міжгалузевого партнерства у сфері організації екскурсійної діяльності нами пропонується розглянути підприємства та заклади культури, які географічно знаходяться на території Білгород – Дністровського району. До потенційних учасників партнерства можна залучити КП «Фортеця», Центр Культури Вина SHABO ТОВ «ПТК Шабо», Білгород-Дністровський краєзнавчий музей та ресторан місцевої кухні «Шабський дворик». Розглянемо загальну характеристику учасників партнерства.

1. Комунальне підприємство «Фортеця» утримає на своєму балансі Аккерманську фортецю та музей, що знаходиться в 70 кілометрах від Одеси і є історичним центром Білгорода-Дністровського. У XIV столітті на залишках античного міста Тіра була зведена фортеця. Комунальне підприємство «Фортеця» надає екскурсійні послуги відвідувачам, а також є місцем проведення театральних та музичних фестивалів у регіоні [51] (див. рис. 3.1).



Рис. 3.1. Музичний фестиваль у Аккерманській фортеці

Джерело: наведено автором за [51]

2. Центр Культури Вина SHABO відома у регіоні та в Україні туристична локація, яка поєднує двохсотлітні швейцарські підвали, теруари, сучасні арт об'єкти, музеї, кінотеатри, музичний фонтан, професійні дегустації й масштабне виробництво. Він також є організатором винних турів. З 2009 року це місце надає можливість кожному туристу особисто побачити, де створюються благородні напої та відчути себе частиною українського виноробства (рис. 3.2).

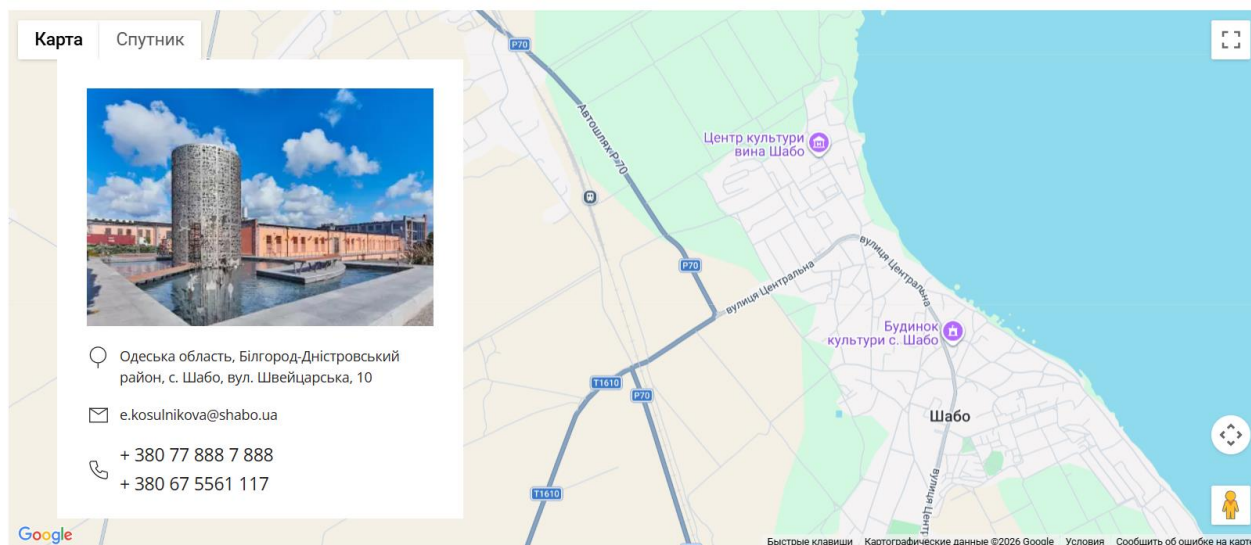


Рис. 3.2. Геолокація Центру Культури Вина SHABO

Джерело: наведено автором за [52]

3. Білгород-Дністровський краєзнавчий музей працює з 1940 року, його фондова колекція музею складає більше 84 тисяч експонатів: предмети археології, історико - побутові, нумізматики, мистецтва тощо. Однією з найбагатших є археологічна колекція античного міста Тіри та Черняхівської культури (VI ст. до н. е. — IV ст. н. е.). У музей має колекцію вогнепальної і холодної зброї XVIII—XIX ст., унікальні рукописні та друковані документи з історії іноземної колонізації краю першої половини XIX ст. [53].

4. Ресторан «Шабський дворик» розташовано навпроти «Центру культури вина» в селі Шабо. Заклад являє собою будинок, побудований у швейцарському стилі, де обладнані просторий основний зал, бенкетний зал, старовинний винний льох і крита літня тераса. Кухарі готують виключно з екологічно чистих

фермерських продуктів. Інтер'єр ресторану гармонійно поєднує в собі сучасну класику і стиль лофт, туристи мають змогу познайомитись зі стравами етнічної кухні (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Ресторан «Шабський дворик»

Джерело: наведено автором за [54]

Керівництву СТ «Економіст» можемо рекомендувати, розроблений нами План заходів партнерства щодо удосконалення організації екскурсійного обслуговування:

1. Організаційно-правовий етап (термін: 1 місяць)

- ✓ *Підписання меморандумів:* Укладання чотиристоронньої угоди про співпрацю.
- ✓ *Впровадження «Єдиного квитка»:* створення пакетної пропозиції (СТ «Економіст» + КП «Фортеця» + Білгород-Дністровський краєзнавчий музей + Центр Культури Вина SHABO + ресторан «Шабський дворик»).
- ✓ *Призначення координатора:* визначення відповідальної особи від табору для логістики та бронювання екскурсійних послуг.

2. Продуктова інтеграція та логістика (постійно)

- ✓ *Створення трансферного маршруту:* можлива організація «туристичного шаттла» від спортивного табору до об'єктів.
- ✓ *Формування тематичних екскурсійних пакетів:* «Історичний день»: ранкова екскурсія в Білгород-Дністровський краєзнавчий музей (огляд античної Тіри) → обід → вечірня екскурсія та прогулянка Аккерманською фортецею та

.«Смак Бессарабії»: екскурсія в Центр культури вина Шабо з дегустацією + обід + відвідування етнографічної експозиції музею.

- ✓ *Аудіогіди та контент*: спільна розробка QR-кодів на території табору з інформацією про історію міста та об'єкти партнерів.

3. Маркетинг та просування (термін: передсезонний період)

- ✓ *Створення інформаційного кутка у зоні прийому та розміщення туристів*: облаштування яскравої стійки з буклетами, мапами та актуальним розкладом екскурсій.
- ✓ *Крос-маркетинг*: розміщення банерів СТ «Економіст» на сайтах партнерів (наприклад, у розділі «де зупинитися»).
- ✓ *Digital-кампанія*: спільні розіграші в соціальних мережах (наприклад: «Виграй вихідні в СТ «Економіст» + екскурсія до Центру Культури Вина у Шабо»).

4. Підвищення якості обслуговування (щосезону)

- ✓ *Навчання персоналу*: проведення інфо-турів для адміністраторів та аніматорів СТ «Економіст» по об'єктах партнерів, щоб вони могли професійно консультувати гостей.
- ✓ *Зворотний зв'язок*: впровадження анкет або он-лайн опитування для туристів після проведених екскурсій для коригування маршрутів та рівнів сервісу.

5. Очікувані результати для СТ «Економіст»:

1. Зростання лояльності: гість отримує готовий екскурсійний пакет без потреби самостійного планування дозвілля.
2. Додатковий дохід від продажу екскурсійних пакетів та удосконалення форм організації екскурсійного обслуговування.
3. Конкурентна перевага: статус СТ «Економіст» як офіційного партнера головних пам'яток регіону.

Таким чином, розвиток партнерських взаємодій щодо диверсифікації бізнесу є важливою функцією управління в «економіці вражень», а пізнавальні та духовні властивості екскурсійних послуг притаманні всім ланцюгам процесу організації дозвілля. Види взаємодії партнерів СТ «Економіст» з організації екскурсійного обслуговування наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Види взаємодії партнерів СТ «Економіст» з організації екскурсійного
обслуговування

Партнер	Що надає партнерство СТ «Економіст»	Вигода для партнера
КП «Аккерманська фортеця»	Пріоритетне бронювання вечірніх та театралізованих екскурсій.	Стабільний потік організованих груп.
Білгород-Дністровський краєзнавчий музей	Можливість проведення виїзних лекцій-екскурсій, майстер-класів або виставок на території табору.	Популяризація маловідомих сторінок історії міста та отримання доходів.
Центр Культури Вина Шабо	Спеціальні ціни на групові дегустації та сувенірну продукцію.	Залучення платоспроможної аудиторії споживачів та туристів до реалізації власної продукції.
Ресторан «Шабський дворик»	Спеціальні ціни на групове обслуговування та меню	Популяризація ресторану та просування послуг, отримання прибутку.

Джерело: складено автором

Розробка заходів партнерства щодо організації екскурсійного обслуговування дозволяє оптимізувати процес надання екскурсійних послуг у таборі, який буде відбуватися у вигляді постійного ланцюга взаємодії партнерів – виробників послуг та споживачів. Впровадження «Єдиного квитка» та створення пакетної пропозиції комплексних тематичних екскурсій спрямовано на організацію дозвілля рекреантів, їх реабілітацію у період воєнного стану та пропозицій у повоєнний період.

Для удосконалення організації екскурсійної діяльності, нами пропонуються заходи удосконалення маркетингових комунікацій щодо оформлення сторінки СТ «Економіст» на сайті ОНЕУ та соціальних мережах:

1. Візуалізація екскурсійних пропозицій: рекомендується використовувати контрастні фото, які відображають величні мури фортеці на фоні неба та золотисте вино у келиху на фоні виноградників або старовинних підвалів. Візуальна концепція (інфографіка) повинна бути спрямовано на те, щоб

туристу було легше зрозуміти логіку екскурсійних маршрутів, рекомендовано використовувати схематичну карту регіону.

2. Візуальне маркування: на рецепції табору рекомендується розмістити два стенди: один у стилі «старого пергаменту» (для історичного туру), а інший – у стилі «винної етикетки» (для екскурсії з дегустацією). Це миттєво привертає увагу туристів.
3. Розмістити заклик до дії (СТА) як для туристів, так і туристичних агенцій: рекомендується використовувати фразу: *"Бронюйте пакет разом із проживанням та заощаджуйте 15% на екскурсійних пакетах!"*
4. Враховувати зручність для туристів: обов'язково треба вказати таймінг для екскурсії (наприклад: 10:00 – виїзд, 17:00 – повернення), щоб гості могли планувати свій відпочинок.

Для сторінки табору у соціальних мережах рекомендується така структура екскурсійних пропозицій: оберіть свій формат екскурсійної пропозиції бренду «Подорож крізь 2500 років за один день» за пакетами, що наведено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Екскурсійні пакети бренду «Подорож крізь 2500 років за один день»

Екскурсійний пакет	Фокус на споживання послуг	Цільові сегменти
«Історичний день»	Глибоке занурення в історію, антична архітектура, фортечні мури.	Сім'ї, любителі історії, прихильники фотосесій.
«Смак Бессарабії»	Культура виноробства, етно-традиції, релакс та смак.	Гурмани, сімейні пари, компанії друзів.

Джерело: складено автором

Таким чином, впровадження заходів партнерських взаємодій щодо диверсифікації бізнесу є важливою функцією адаптації до нових реалій – зміна стратегій підприємств відповідно до змін попиту на туристичному ринку [35].

3.2. Економічне обґрунтування заходів щодо організації екскурсійного обслуговування туристів в таборі

На основі запропонованого Плану заходів партнерства щодо організації екскурсійного обслуговування в СТ «Економіст» необхідно провести калькулювання собівартості екскурсійних пакетів «Історичний день» та «Смак Бессарабії», які закладено у вищезазначений план, з урахуванням умов адаптації табору к умовам зовнішнього середовища. Тому доцільно у структуру калькуляції комплексних тематичних екскурсій включати витрати, які спрямовано на організацію дозвілля туристів та їх психологічну реабілітацію у період воєнного стану та у повоєнний період. В сучасних умовах, широко практикується просування заздалегідь підготовлених інформаційних відеоматеріалів за участю партнерів, що можуть бути використані без додаткових витрат та розміщено у соціальних мережах. Запропоновані для реалізації пакети екскурсійних послуг розраховано для мінімальної групи у кількості 6 осіб, що наведено у таблицях 3.3 та 3.4.

Таблиця 3.3

Калькуляція екскурсійного пакету «Історичний день»

Розрахунок на 1 особу при групі від 6 осіб.

Складова екскурсійного пакету	Опис / Умови	Вартість (грн/особу)
Білгород-Дністровський краєзнавчий музей	Вхідний квиток + групова екскурсія	80
Обід (ресторан)	Етно - меню (комплекс)	400
Аккерманська фортеця	Офіційний квиток (дорослий)	150
Послуги гіда	400 грн за групу /400 : 6	67
Логістика за маршрутом екскурсії	Трансфер (пальне, амортизація)	100
Туристичний супровід груповода табору	Бонус груповоду	50
Собівартість разом		847
Ціна для гостя		1050
Прибуток табору (Маржа)		203

Джерело: складено автором

Таблиця 3.4

Калькуляція екскурсійного пакету «Смак Бессарабії»

Розрахунок на 1 особу при групі від 6 осіб.

Складова екскурсійного пакету	Опис / Умови	Вартість (грн/ос)
Білгород-Дністровський краєзнавчий музей	Вхідний квиток + екскурсія	80
Обід (ресторан «Шабський дворик»)	Етно - меню (комплекс)	400
Центр Культури Вина SHABO	Екскурсія + дегустація (офіційна ціна)	380
Логістика за маршрутом екскурсії	Трансфер (пальне, амортизація)	120
Туристичний супровід	Бонус груповоду	50
Собівартість разом		1030
Ціна для гостя		1300
Прибуток табору (Маржа)		270

Джерело: складено автором

Для розрахунку точки беззбитковості (ТБ) нам потрібно визначити суму всіх постійних витрат за сезон (90 днів) та порівняти їх із маржинальним прибутком, який ми отримуємо з кожного туриста.

Аналіз точки беззбитковості (Break-Even Analysis), - це інструмент фінансового планування, який визначає обсяг продажів, за якого дохід дорівнює витратам, а прибуток становить нуль. Він допомагає розрахувати мінімальний обсяг продукції для покриття витрат, встановити ціни та оцінити ризики. Досягнення цієї точки означає початок отримання прибутку.

Точка беззбитковості покаже, скільки саме туристів потрібно обслужити туристів за сезон, щоб просто вийти в «нуль» (покрити витрати на зарплату, рекламу та оренда транспорту). Далі наведено алгоритм нашого розрахунку:

1. Розрахунок постійних витрат за сезон (90 днів).

Припустимо середні витрати на формування екскурсійних пакетів табору на 2026 рік складають:

- оплата праці організатора екскурсій: $10\,000 \text{ грн} \times 3 \text{ місяці} = 30\,000 \text{ грн}$;
- рекламні листівки (500 шт.): друк якісних флаєрів $\approx 1\,500 \text{ грн}$;
- оренда міні - автобуса: враховуємо лише фіксовану вартість оренди. Візьмемо орієнтовно 4 500 грн на сезон.
- Інші операційні витрати: зв'язок, канцелярія, дрібний реквізит $\approx 2\,000 \text{ грн}$.

Разом постійних витрат (FC): 38 000 грн за сезон.

2. Розрахунок маржинального прибутку з одного туриста (MP)

Це різниця між ціною пакета та його собівартістю (без урахування зарплати організатора екскурсій та витрат на рекламні листівки).

- Середній прибуток з пакета «Історичний день»: 203 грн.
- Середній прибуток з пакета «Смак Бессарабії»: 270 грн.
- Середньозважений прибуток (MP): $(203 + 270) / 2 = 236,50 \text{ грн}$.

3. Розрахунок точки беззбитковості (ТБ) за формулою:

$\text{ТБ} = \text{Постійні витрати за сезон} / \text{Середній прибуток з одного туриста}$

$$\text{ТБ} = 38000 / 236,5 = 161$$

4. Аналіз результатів (формування плану реалізації на сезон)

Щоб СТ «Економіст» не надавав екскурсійні послуги в збиток за 90 днів сезону, необхідно реалізувати екскурсійні пакети для 161 туриста.

Можемо навести розподіл реалізації по навантаженню обслуговування:

- ✓ За сезон (90 днів): 161 особа.
- ✓ За місяць: 54 особи.
- ✓ За тиждень: 13 осіб.
- ✓ Кількість груп: при групі у 6 осіб СТ «Економіст» потрібно організувати 27 виїздів за сезон (це приблизно 2 виїзди на тиждень).

Таким чином, для прийняття управлінських рішень можна звести розраховані показники у таблицю 3.5.

Таблиця 3.5

Показники обґрунтування управлінських рішень щодо реалізації пакетів
екскурсійних послуг у СТ «Економіст»

Показник	Значення показників
Витрати на запуск програми екскурсійного обслуговування на сезон, грн	38 000
План "точка безбитковості" (екскурсійних пакетів/осіб)	161 (екскурсійних пакетів/осіб)
План "Прибуток" (300 туристів), грн	+32 950 чистого доходу*
Рівень ризику	Низький (потрібно забезпечити реалізацію пакетів всього для 2 груп на тиждень)

*Розрахунок прибутку при обслуговуванні 300 осіб за сезон: $(300 - 161) \times 236,5$ грн.

Джерело: складено автором

Порівняльна таблиця 3.6. демонструє рентабельність екскурсійних пакетів та вказує, який пакет швидше веде до окупності постійних витрат табору на організацію екскурсійного обслуговування споживачів послуг (38000 грн).

Таблиця 3.6

Порівняння показників рентабельності екскурсійних пакетів для організації
екскурсійного обслуговування у СТ «Економіст»

Показник	Пакет «Історичний день»	Пакет «Смак Бессарабії»
Ціна для туриста, грн	1050	1300
Собівартість (пряма), грн	847	1030
Маржинальний прибуток (МР), грн	203	270
Рентабельність продажу (ROS), %	19.3	20.8
Кількість екскурсійних пакетів/осіб для окупності витрат, осіб	187	141

Джерело: складено автором

План заходів партнерства щодо удосконалення організації екскурсійного обслуговування в СТ «Економіст» передбачає отримання вигоди кожним із партнерів. Вигоди від партнерства - це взаємна стратегічна перевага, що виникає при об'єднанні ресурсів, знань та зусиль двох або більше сторін для досягнення спільної мети. Основні переваги включають розподіл ризиків і витрат, отримання

доступу до нових ринків, прискорення зростання бізнесу. У таблиці 3.7 наведено прогноз доходу партнерів студентського табору «Економіст» за туристичний сезон (90 днів), де передбачається реалізація 300 екскурсійних пакетів для туристів. Прогноз складено при розподілі реалізації 50/50 між двома екскурсійними пакетами.

Таблиця 3.7

Прогноз загального доходу партнерів студентського табору «Економіст» на туристичний сезон 2026 року

Партнер	Кількість реалізованих екскурсійних пакетів/обслуговано осіб	Розрахунок доходу	Загальний дохід (грн)
Ресторан «Шабський дворик»	300	300×400	120 000
Студентський табір «Економіст»	300	$150 \times 203 + 150 \times 270$	70 950
Центр Культури Вина SHABO	150	150×380	57 000
Аккерманська фортеця	150	$150 \times 150 + (150 / 6 \times 400)$	32 500
Білгород-Дністровський краєзнавчий музей	300	300×80	24 000
Оренда транспорту за договорами під групи	300	$150 \times 100 + 150 \times 120$	33 000

Джерело: складено автором

Таким чином, можна підсумувати основні вигоди від організації партнерства студентського табору «Економіст», які включають:

- Розподіл ризиків та ресурсів: партнери ділять фінансові витрати, виробничі потужності та матеріальну відповідальність.
- Доступ до нових можливостей: можливість для СТ «Економіст» вийти на нові ринки, отримати нові клієнтські бази або впровадити технології, що доповнюють один одного.

- Підвищення репутації: співпраця з авторитетним партнером підвищує довіру до пропозицій та власного бренду.
- Ефективність та швидкість: об'єднання зусиль дозволяє швидше досягати поставлених цілей, ніж працюючи поодиноці.
- Економія на масштабі: спільна діяльність часто знижує витрати на одиницю туристичних послуг.
- Зменшення конфліктів: довірливі відносини мінімізують юридичні складнощі.

Отже за прогностичними розрахунками найбільший дохід припадає на двох партнерів:

1. Для студентського табору «Економіст»: чиста маржа за сезон складе понад 70 000 грн. Це кошти, які табір отримує за удосконалення екскурсійного обслуговування споживачів послуг за туристичний сезон.
2. Для ресторану «Шабський дворик»: ресторан є найбільшим фінансовим бенефіціаром серед партнерів (прогнозний дохід 120 тис. грн), що надає керівництву табору сильні позиції для переговорів щодо кращих дисконтних пропозицій меню та додаткових компліментів для туристів табору.

Розрахунок територіального економічного ефекту показує, що загальний оборот коштів у Білгород – Дністровському районі в межах запропонованого партнерства складе понад 337 000 грн за туристичний сезон.

Висновки до 3 розділу. Розробка заходів партнерства щодо організації екскурсійного обслуговування дозволяє оптимізувати процес надання екскурсійних послуг у таборі, який буде відбуватися у вигляді постійного ланцюга взаємодії партнерів – виробників послуг та споживачів. Впровадження «Єдиного квитка» та створення пакетної пропозиції комплексних тематичних екскурсій спрямовано на організацію дозвілля рекреантів, їх реабілітацію у період воєнного стану та пропозицій у повоєнний період. План заходів партнерства щодо удосконалення організації екскурсійного обслуговування в СТ «Економіст» передбачає отримання вигоди кожним із партнерів. Економічно обґрунтовано план реалізації розроблених екскурсійних пакетів для споживачів послуг. Для студентського табору «Економіст» за прогностичними розрахунками, рівень чистого доходу складе 32 950 грн.

ВИСНОВКИ

1. Розглянувши науково-теоретичні аспекти організації екскурсійного обслуговування туристів, можна вважати, що – це процес управління, прогнозування та моделювання попиту на екскурсійні послуги, виміру якості обслуговування туристів та розробка заходів, спрямованих на його удосконалення, що здійснюється закладами туристичної інфраструктури на основі виконання вимог законодавства, яке регулює туристичну галузь.

2. У роботі визначено, що наслідки повномасштабної війни рф проти України вплинуло на розвиток галузі та призвело до адаптації туристичного бізнесу до нової ринкової реальності. У той же час, навіть в умовах воєнних дій, готелі та аналогічні засоби розміщення забезпечили надходження до бюджету більше ніж 66% у порівнянні з 2021 роком. Аналіз наведених даних дозволяє зробити висновок про поступове відновлення та зростання внутрішнього туризму після кризових явищ пандемії 2020-2021 років та початку війни.

3. Встановлено, що господарська діяльність студентського табору здійснюється на основі Положення ОНЕУ щодо організації діяльності СТ «Економіст», який відноситься до спеціалізованого колективного закладу розміщення, категорія табору не встановлена. Заклад розміщення надає послуги протягом активного сезону з червня по серпень. Для розміщування споживачів туристично-рекреаційних послуг табір утримує балансове майно ОНЕУ, яке формує його матеріально-технічну базу та складається із приміщень номерного фонду кількістю 32 номерів для розміщування студентів, співробітників, туристів та інших категорій споживачів.

4. Аналіз господарської діяльності студентського табору «Економіст» свідчить, що спостерігається зменшення кількості обслугованих споживачів та загальний час їх перебування за період воєнного стану (2022 та 2025 роки) у абсолютних одиницях попиту, що пов'язано з наслідками військових дій. Загальний час перебування туристів у таборі у 2025 році в порівнянні з 2021 роком зменшено майже у 5,5 разів, що складає 18,4% від досягнутого показника у 2021 році.

5. Для оцінювання конкурентного середовища та діагностики рівня конкурентоспроможності послуг СТ «Економіст» використано методика поєднання кількісних та якісних методів аналізу. На основі моніторингу сервісів відгуків споживачів, проведено порівняльний аналіз основних конкурентів, який показав, що прямим конкурентом СТ «Економіст» є база відпочинку «Медик». Це найближчий суперник за територією та ціновим сегментом. Результати проведеного аналізу конкурентного середовища надають керівництву табору підґрунтя щодо розробки заходів удосконалення екскурсійного обслуговування та розвитку екскурсійних послуг, розширені асортименту власних додаткових послуг.

6. В роботі розроблено заходи організації екскурсійного обслуговування споживачів послуг СТ «Економіст» на засадах територіального міжгалузевого партнерства. У якості економічних партнерів запропоновано підприємства та заклади культури, які географічно знаходяться на території Білгород – Дністровського району: КП «Фортеця», Центр Культури Вина SHABO ТОВ «ПТК Шабо», Білгород-Дністровський краєзнавчий музей та ресторан місцевої кухні «Шабський дворик». Доведено, що заходи партнерства дозволяють оптимізувати процес надання екскурсійних послуг у таборі, який буде відбуватися у вигляді постійного ланцюга взаємодії партнерів – виробників послуг та споживачів. Впровадження «Єдиного квитка» та створення пакетної пропозиції комплексних тематичних екскурсій спрямовано на організацію дозвілля рекреантів, їх реабілітацію у період воєнного стану та пропозицій у повоєнний період.

7. З метою вдосконалення організації екскурсійного обслуговування споживачів послуг студентського табору «Економіст», в роботі розроблено пакети екскурсійних послуг «Історичний день» та «Смак Бессарабії» з подальшою реалізацією на засадах територіального партнерства. Для прийняття управлінських рішень було проведено їх економічне обґрунтування та прогнозний розрахунок точки беззбитковості. Для студентського табору «Економіст» за прогнозними розрахунками, рівень чистого доходу складе 32 950 грн за туристичний сезон.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України. Про туризм в редакції від 10 жовтня 2024 року N 4017-IX
<https://ips.ligazakon.net/document/Z950324?an=476345>
2. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові.
https://tourlib.net/statti_ukr/kryvega.htm
3. Boyd, S., Reddy, M. V., Kulshreshtha, S., & Nica, M. (2021). Post-conflict tourism opportunity spectrum (POCTOS): a framework for destinations recovering from conflict. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(1), 131–148. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1993866>
4. Shehab Edais, Ahmad Puad Mat Som (2025). Reviving Jerusalem's tourism amidst geopolitical uncertainty post-October 7 conflict. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 17(3), 405–412. DOI: <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2025-0063>.
5. Шевченко Н. (2023). Переосмислення ролі культурної спадщини в післявоєнній туристично-рекреаційній діяльності. *Культура і сучасність*, (1), 23-28.
6. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес у період кризового стану: проблеми розвитку та регулювання : колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Чепурди Л. М.; М-во освіти і науки України ; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2023. – 306 с.
7. Kvasnii L., Moravska O., Malyk L., Shulzhyk Y., Orlova O., & Scherban O. (2023). Scenarios of the development of enterprises of the tourist industry of Ukraine in the conditions of the war and post-war periods. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(49), 313–325.
8. Yermachenko V., Melnychenko S., Sidak M., Dupliak T., & Lositska T. (2024). Sustainable tourism in the post-war reconstruction of territorial communities in Ukraine. *Science, Business, Innovation in Digital Economy*, 5(1), 34-57. DOI: [https://doi.org/10.46656/access.2024.5.1\(3\)](https://doi.org/10.46656/access.2024.5.1(3)).
9. Слатвінська, Л., Збиранник, О., Тельпіс, В. (2025). Управління інтеграційними процесами в екскурсійно-рекреаційній сфері туризму України в умовах війни та післявоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*, (75).

10. Хитра, О., Кобилянська, А., Цегельник, М. (2025). Роль міського туризму в забезпеченні сталого розвитку і відновлення українських міст від наслідків воєнного урбіциду. Економіка та суспільство, (81).

11. Черчик Л., Кувіка Г. Сутність і складові менеджменту конкурентоспроможності закладів сфери гостинності. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2023. 3 (29). 102-112. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023>

12. Шинкаренко Л., Воропай Н., Шинкаренко А. (2025). Цифровізація як чинник сталого розвитку індустрії туризму та гостинності. Сталій розвиток економіки. 4(55). 389 - 395. DOI:10.32782/2308-1988/2025-55-53. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/1432>

13. Єгорова О. В. Значення музеїв у формуванні туристичної атрактивності регіону (на прикладі комунальних музеїв Полтавської області): кваліфікаційна робота ... магістра: 242 Туризм і рекреація / Олена Володимирівна Єгорова; наук. кер. П. В. Шуканов. – Полтава : ПУЕТ, 2025. – 126 с.

14. Обrameць, С. О., Спик, Л. І. (2025). Туристичний бізнес України в реаліях воєнного часу. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтієвича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків: ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с., 352.

15. У Музеї війни презентували виставку «Захисники», присвячену українським воїнам (2023). URL: <https://mincult.gov.ua/news/u-muzei-viyny-prezentuvaly-vystavku-zakhysnyky-prysviachenu-ukrainskym-voinam/>

16. Державне агентство розвитку туризму України. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» (2022). URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

17. Національна туристична організація України. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.

18. Перелік національних стандартів сфери туризму. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=ecfd6c5a-1760-4d8d-a9313a63f64e2310&title=GaluzeviStandarti?ccvhomwjzwcldg>
19. Покоłodна, М. М. (2017). Організація екскурсійної діяльності: підручник. Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/46998/>
20. Чернишова Т.М. Організація екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Житомир: Поліський національний університет, 2022. 160 с.
21. Проскурня О. М. Організація екскурсійної діяльності : текст лекцій / О. М. Проскурня; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків: Моделіст, 2020. 64 с.
22. Лагодієнко В. В., Павлов К. В., Павлова О. М., Саркісян Г. О. Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання: монографія. Луцьк: друкарня «Волиньполіграф», 2022. 402. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21739>
23. Бардей О. І., Онуфрійчук Л. П. (2022). Особливості організації екскурсійної діяльності в Україні. URL: <http://46.63.9.20:88/jspui/bitstream/123456789/693/>
24. Бедрадіна Г. К., Нездоймінов С. Г. (2025). Розвиток послуг інклюзивно-реабілітаційного туризму як складова туроперейтингу в Україні. Інфраструктура ринку, 83. 314–319. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastructure83-55>
25. Демко, В. С., Васильченко, О. О. (2026). Сталий розвиток маршрутів зеленого туризму: міжнародні стандарти, бар'єри та інституційні рішення для України. Здобутки економіки: перспективи та інновації, (27). URL: <https://zenodo.org/records/19094920>
26. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції: монографія / за ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2019. – 332 с.
27. Державний реєстр нерухомих пам'яток України. URL: <https://www.mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk>.
28. Leaders of excursion tourism. Travel-Journal. Zruchno. Travel. URL: <http://surl.li/rjnqh>

29. Перегуда, Ю. А. (2025). Міжнародна конкурентоспроможність держав у сфері е-туризму. Інклюзивна економіка, (3 (09)), 92-99.

30. У 2024 році туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzheth-mayzhe-3-mlrd-grn>

31. Туристична статистика: податкові надходження від туристичної галузі по регіонах (2024). URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-podatkovi-nadhodzhennya-vid-turgaluzi-po-regionah-2>

32. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru>

33. Барвінок Н. В. (2023). Адаптаційні стратегії туристичних підприємств в умовах кризи спричиненої глобальними безпековими факторами. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/article/view/6942> DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.19.56-68>

34. Положення про студентський табір «Економіст». URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/11/economist_polozh.pdf

35. Студентській табір “Економіст”. URL: <http://oneu.edu.ua/sportivniy-tabir-ekonomist/>

36. Публікація вартості послуг у СТ «Економіст». Одеський національний економічний університет. URL: <https://surl.li/mqrfgz>

37. База відпочинку «Економіст», Кароліно-Бугаз. URL: https://ua.dorogovkaz.com/baza_otdyha_ekonomist.php

38. Демко В. С. Організація екскурсійної діяльності: конспект лекцій. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. 170 с.

39. Завербний А. С. (2026). Рекреаційні підприємства: менеджмент та міжнародний досвід. Актуальні питання економічних наук, (21). <https://doi.org/10.5281/zenodo.19205600>

40. Мартинова Н. С., Павлоцький В. Я. Ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємств у сфері екскурсійного обслуговування. Вісник соціально-економічних досліджень. 2024. 3-4 (90-91). 189 - 203.

41. Нєчева Н. В., Давиденко І. В. (2022). Тенденції сервісного управління підприємств санаторно-курортного комплексу. Економіка та суспільство. 40. 22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-19>

42. Саковська О. (2023). Вплив рекреаційної діяльності на розвиток туристичних дестинацій. Економіка та суспільство. 52.

43. Nezdoyminov, S., Baldzhy, M., Kniazhkovska, H. (2021). Regional measurement of the hotel sector development of a tourist destination (on the example of Odessa region, Ukraine). Journal of Geology, Geography and Geoecology, 30(2), 344-354.

44. Звіти профкому ОНЕУ за 2021 – 2025 роки.

45. Бази відпочинку. URL: <https://zatoka-ua.com/>

46. Сайт Літо з морем. URL: <https://litomore.com.ua/>

47. Google агрегатор відгуків. URL: <https://surl.li/epmei>

48. Сайт бази відпочинку «Медик». URL: <https://moreleto.com.ua/resorts/zatoka-vtoraya-liniya/hotels/baza-otdyha-medik/>

49. Сайт бази відпочинку «Дельфін». URL: <https://www.otel-delfin.com.ua/cenu/>

50. Фінансові звіти СТ «Економіст». За даними бухгалтерії ОНЕУ за 2021 – 2025 роки.

51. Офіційний сайт КП «Фортеця». URL: <http://akkerman-fort.od.ua/>

52. Офіційний сайт Центру Культури Вина Шабо. URL: <https://shabo.ua/>

53. Білгород-Дністровський краєзнавчий музей. URL: <https://www.facebook.com/bilgoroddnistrovskiyumusey/>

54. Ресторан «Шабський дворик». URL: <https://www.facebook.com/shabskyidvoryk/>

55. Нездоймінов С., Луценко О. Напрями міжгалузевої територіальної кооперації СТ «Економіст». URL: https://drive.google.com/drive/folders/1-VJLjkuLzHs-PEikyP2WDNp5vqTdPofU?usp=drive_link