

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПРОЕКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ
КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ
КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ»**

Студента 2 курсу 10м групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

(підпис)

Максимчука
Дмитра Ігоровича

Науковий керівник
к.е.н., доц.

(підпис)

Хлопяк Сергій
Васильович

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

(підпис)

Ткаченко Тетяна
Іванівна

Київ 2019

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

« _____ » _____ 20 _____ р.

ЗАВДАННЯ

на випускнукваліфікаційну роботу студентіві

Максимчуку Дмитру Ігоровичу

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Проектування туристичного продукту Київської області на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму»

Затверджена наказом ректора від «13» грудня 2018 р. № 4672

2. Термін здачі студентом закінченої роботи – 16.11.2019 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи – дослідження теоретико-методологічних засад формування та обґрунтування інноваційного проекту впровадження продукту культурно-пізнавального туризму Київської області на міжнародний ринок.

Об'єкт дослідження – процес формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти проектування туристичного продукту Київської області в сегменті лікувально-оздоровчого туризму на міжнародному ринку.

4. Перелік графічного матеріалу:

Рис. «Схема формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму», рис. «Структура туристично-рекреаційного потенціалу Київської області», рис.

«Етапиреалізаціїінноваційного проекту впровадження продукту культурно-пізнавального туризму Київської області на міжнародний ринок».

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Хлопяк С.В.	03.02.2019	03.02.2019
2	Хлопяк С.В.	03.02.2019	03.02.2019
3	Хлопяк С.В.	03.02.2019	03.02.2019

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

Вступ

Розділ 1. Концептуальні засади формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму.

1.1. Інноваційний продукт культурно-пізнавального туризму як об'єкт наукового дослідження.

1.2. Інноваційні практики реалізації продукту культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Передумови формування інноваційного туристичного продукту Київської області на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму.

2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Київської області.

2.2. Аналіз міжнародного ринку культурно-пізнавального туризму.

2.3. Стейкхолдери інноваційного туристичного продукту.

Висновки до розділу 2.

Розділ 3. Проект інноваційного туристичного продукту Київської області на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму.

3.1. Сутність та складові проекту інноваційного туристичного продукту в сегменті культурно-пізнавального туризму.

3.2. Механізми впровадження інноваційного продукту культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок.

3.3. Ефективність проекту туристичного продукту Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 3.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

7. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2018-12.12.2018 р.	12.12.2018
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	13.12.2018-03.02.2019 р.	03.02.2019
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	04.02.2019 - 24.05.2019 р.	24.05.2019
4	Написання та оформлення наукової статті	до 01.06.2019 р.	01.06.2019
5	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	25.05.2019-31.08.2019 р.	31.08.2019
6	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.09.2019-20.10.2019 р.	20.10.2019
7	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	21.10.2019-03.11.2019 р.	03.11.2019
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	04.11.2019-15.11.2019 р.	15.11.2019
9	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 16.11.2019 р.	16.11.2019
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи у екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

8. Дата видачі завдання «03» лютого 2019 р.

9. Науковий керівник

випускної кваліфікаційної роботи _____

С.В. Хлопяк

(підпис)

10. Гарант освітньої програми _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент _____

Д.І. Максимчук

(підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент

Максимчук Дмитро Ігорович виконав випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно із затвердженим календарним планом. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто концептуальні засади формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму, проаналізований туристично-рекреаційний

потенціал Київської області як передумова формування регіонального продукту

в сегменті культурно-пізнавальних подорожей.

На основі триманих результатів розроблений проект інноваційного туристичного продукту області на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму, обґрунтовані механізми його впровадження та очікувані результати.

Випускна кваліфікаційна робота є самостійною завершеною працею і рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Робота передана до електронного архіву інституційного репозитарію Київського національного торговельно-економічного університету.

Науковий керівник

випускної кваліфікаційної роботи _____

С.В. Хлопяк

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____

(ПІБ, підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

Завідувачка факультету _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	10
1.1. Інноваційний продукт культурно-пізнавального туризму як об'єкт наукового дослідження.....	10
1.2. Інноваційні практики реалізації продукту культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку.....	15
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТНА АНАЛІТИКА РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	23
2.1. Характеристика туристичного регіону прокладання маршруту.....	23
2.2. Аналіз міжнародного ринку в сегменті культурно-пізнавального туризму.....	30
2.3. Стейкхолдери інноваційного туристичного продукту.....	38
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ ІНОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОМУ ТУРИЗМУ.....	41
3.1. Сутність і складові проекту.....	41
3.2. Механізми впровадження проекту.....	50
3.3. Ефективність проекту.....	52
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	57

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм нині є однією із найважливіших галузей світової економіки. Саме туризм найбільш суттєво впливає на розвиток політичних, економічних, соціальних, культурних відносин і міжособистісних стосунків у міжнародному масштабі, стає змістом та стилем життя для мільйонів людей. Туристичний бізнес є глибоким соціальним та політичним явищем, що значно впливає на економіку країн і цілих регіонів.

Вибір теми обумовлений необхідністю вивчення культурно-пізнавального туризму регіону. Зокрема, вивчення його стану, недоліків та перспектив. Київська область має всі передумови для розвитку цього виду туризму: сприятливе економічне географічне положення, наявність великої матеріально-технічної бази, велика кількість туристичних маршрутів, історико-культурних об'єктів.

Через низку негативних факторів цей вид туризму в Київській області зменшується. Тому ця тема має велике значення для подальшого розвитку туризму не лише в регіоні, а й у всій країні. Також вдосконалення культурно-пізнавального туризму в майбутньому може мати дуже позитивний вплив на економіку регіону.

Сектор подорожей і туризму є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у світі: число прибувань різко зросло – з 25 мільйонів в 1950 році до 1323 мільйонів в 2017 році. У багатьох країнах туризм є основним джерелом економічного зростання і валютних надходжень. Міжнародні доходи зросли з 2,1 млрд. дол. США в 1950 році до 1340 млрд. дол. США в 2017 році. На цю галузь припадало понад 10% світового ВВП, забезпечуючи 1 з 10 робочих місць від загальної зайнятості в усьому світі (Організація Об'єднаних Націй, Всесвітня туристична організація 2018).

Актуальність теми можна пояснити тим, що в Київській області збереглася велика кількість пам'яток матеріальної культури

різних епох, які зацікавляють безліч туристів з різними поглядами та інтересами. Також потрібно згадати провідомі не тільки жителям України, а й навіть у світі рекреаційні зони, такі як Пуща Водиця, Конча-Заспа та ін. Також я вважаю що потрібно також вказати, що туризм є важливою галуззю надходжень до бюджету країни, в тому числі валютних. Саме завдяки розвитку туризму багато країн зробили потужний ривок у розвитку економіки. Київщина має потужний потенціал для розвитку та просування туризму на міжнародний ринок. Тут розташована велика кількість унікальних природно-заповідних комплексів, пам'яток античної культури, перлин архітектурного мистецтва.

Мета роботи – проаналізувати сучасний стан та перспективи розвитку туризму Київської області. Провести дослідження культурної спадщини краю. Визначити подальші проблеми та перспективи подальшого розвитку на міжнародному ринку.

Завданнями дослідження є:

- розглянути сучасний стан культурно-пізнавального туризму;
- вивчення методології аналізу культурно-пізнавального туризму;
- аналіз складу та структури культурно-пізнавального туризму;
- вивчення принципів та досвіду розвитку культурно-пізнавального туризму;
- оцінка рівня розвитку культурно-пізнавального туризму;
- оцінка туристичного потенціалу Київської області;
- аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму на Київщині;
- пошук шляхів перспективного розвитку культурно-пізнавального туризму на Київщині.

Об'єкт дослідження – процес формування інноваційного туристичного продукту на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти формування туристичної привабливості культурно-пізнавального туризму Київської області.

Методи дослідження. Випускню кваліфікаційну роботу виконано на основі фактичних матеріалів та результатів досліджень проблем розвитку культурно-пізнавального туризму на Київщині, а також на основі власних спостережень. Основними методами дослідження стану туризму є такі: аналітичний, просторовий, хронологічний (часовий), формально-логічний, географічний, культурний та комплексний аналіз, які розкривають сутність культурно-пізнавального туризму як багатогранного явища, важливої частини туристичної діяльності.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення випускної кваліфікаційної роботи висвітлено у науковій статті «Потенціал Київської області на міжнародному ринку культурно-пізнавального туризму», що опубліковано у збірнику студентських статей КНТЕУ (дод. А).

Наукове нововведення цього дослідження полягає в тому, що в даний час недостатньо кількості наукових праць про розвиток культурно-пізнавального туризму, а сучасні умови розвитку цього виду туризму потребують ретельного аналізу ситуації.

Практичне значення. Реалізація запропонованих заходів сприятиме розвитку культурно-освітнього туризму в регіоні, зробить цей вид туризму більш популярним у регіоні, підвищить економічний рівень Київщини та створить передумови для створення робочих місць.

Структура роботи побудована відповідно до завдань і складається з 3 розділів, вступу, висновків та пропозицій, переліку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Інноваційний продукт культурно-пізнавального туризму як об'єкт наукового дослідження

Туризм – один з найважливіших елементів сучасного культурного розвитку. Він стимулює активний пошук маловідомих облич національної, історичної, мистецької специфіки культури, збагачуючи культурний потенціал в особистісному розвитку. Врахування потреб та мотивацій різних категорій туристів сприяє більш повному використанню культурного потенціалу території країни, робить регіони культурної спадщини доступними для значного сегменту відвідувачів, реалізуючи освітню функцію туризму [3].

Деякі регіони України, культурні центри (Київ, Львів, Полтава, Чернігів, Рівне, Одеса) мають можливість генерувати вигідний туристичний продукт, здатний приваблювати гостей та відвідувачів туристів з усього світу, спираючись на їх культурно-історичний потенціал, фокусувати об'єкти туристичного інтересу, що становлять національну спадщину країни.

Дослідження ґрунтувалося на теоретичному наслідку відомих вітчизняних та закордонних учених ХХ ст., присвяченому проблемам розвитку сфери послуг та туризму. Актуальними, на тему дослідження, є праці як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників: А. Аветисова, І. Бланка, В. Герасименка, Н. Кабушкіна, Г. Карпової, В. Карсекіної, В. Квартальнової, Л. Малюк, Г. Папірян, С. Попович, В. Сеніна, Й. Уокер, А. Чудновський та ін. Кожен вчений розглядає окремі питання функціонування туристичного ринку, який він вважає найбільш важливим, і стосується проблем розвитку туризму, або відзначає його інтенсивний розвиток в інших країнах. Однак,

проаналізувавши професійну літературу, ми дійшли висновку, що не всі питання охоплені сучасним станом культурно-пізнавального туризму в Україні, є необхідність глибшого дослідження багатьох аспектів цього на національному та регіональному рівнях, виявлення шляхи вдосконалення управління всіма ресурсами, залученими в даний вид туризму [2].

Основна ідея роботи з даної теми - визначити потенціал даного виду туристичних ресурсів розвитку культури: економічне зростання (додаткове фінансування джерел) та підвищення ефективності культурно-просвітницької діяльності. Надання можливостей взаємодії культурної та туристичної політики та їх економічного впливу. Підкреслюється, що культурно-освітній туризм залишається формою зближення культури та туризму; її галузь повинна включати різноманітну інституційну культуру. В даний час існує проблема мінімальної участі культури малих та середніх установ у туристичній галузі.

Для досягнення цієї мети було досліджено існуючі уявлення про роль та значення культурного та пізнавального туризму в організації туристичної діяльності. Виявилось, що протягом останніх десятиліть внесок культури і туризму в економічне і соціальне зростання, розвиток окремих країн. Взаємозв'язок між культурою та туризмом зростає, створює додаткові стимули для розвитку кожної з галузей промисловості і, таким чином, забезпечує збільшення загального позитивного ефекту. Взаємозв'язок ґрунтується на ролі культури у реалізації потреб, що лежать в основі туризму, та ролі туризму у задоволенні культурних потреб населення. Таким чином, культурно-пізнавальний туризм є способом зближення культури та туризму. Україна має значний потенціал для туристичної продукції та її просування на внутрішній та зовнішній ринки для трансформації туризму в основну економіку. За словами автора, в сучасних умовах існують резерви для вдосконалення діяльності закладів культури на ринку туристичних продуктів. Потенціал малих та середніх культурних закладів регіону особливо підкреслюється галуззю культурного туризму. В результаті

досліджень автору вдалося обґрунтувати механізм взаємодії між сферою культури та туризму, що дозволить:

- залучати всі рівні культурного туризму і, перш за все, спеціалізованого культурного туризму;
- збільшити внесок туризму в економіку країни за рахунок збільшення терміну перебування іноземних туристів в Україні [4].

Встановлено, що переважна більшість туристів приїжджає в Україну як група, тому стандартний пакет послуг базується на тому, що вони можуть бачити. Незалежний турист прагне стежити за туристами, які подорожують у складі групи. Якщо додати до програми перебування у містах групових туристів, які відвідують малі та середні заклади культури, це приверне і індивідуальних відвідувачів.

Взаємовідносини між туристичними компаніями та культурними установами є основою формування та просування туристичного продукту культурно-пізнавального туризму. В ідеалі ролі між ними слід розподіляти наступним чином:

- залучати всі рівні культурного туризму і, перш за все, спеціалізованого культурного туризму;
- збільшити внесок туризму в економіку країни за рахунок збільшення терміну перебування іноземних туристів в Україні [4].
- заклади культури є носіями, зберігачами та творцями культурної спадщини та культурних благ кожного регіону. Вони мають інформацію, факти культурної спадщини і становлять значущу частину культурного туристичного продукту;

Туристичні підприємства є посередниками, які рекламують культурний продукт як окрему категорію споживачів. Вони є джерелом актуальної інформації про зміни попиту та пропозицій на українському та міжнародному туристичних ринках та знають особливості, потреби та

очікування споживачів послуг, що надаються культурним туризмом. Туристичні фірми надають поради щодо адаптації діяльності закладів культури до вимог ринку. Але це не односторонній вплив та нав'язування туристичній компанії своїх ідей та вимог, а взаємовигідний, взаємовигідний та збагачуючий імпульс співпраці для подальшого розвитку. Цей тандем дозволяє в майбутньому врахувати створений культурним продуктом туризм два важливі компоненти - економічну вигоду та культурний розвиток. Однак внутрішня туристична сфера практично позбавлена вертикалі управління ефективністю. Якщо за національним профілем функціонує Міністерство культури, що складається з спеціалізованого органу (Державне управління туризму і туризму) курортів), то на регіональному рівні працювати над розвитком туристичної індустрії та супутніх послуг (екскурсії, готелі, захист прав туристів та організація їх безпеки) практично не проводиться. В багатьох обласних адміністраціях створено управління культури та туризму. Але реальність така, що ці структури базуються на управлінні культурою. Тому акцент робиться на відстеженні та фінансуванні роботи бібліотек, музеїв, театрів. А туризмом зазвичай справді займається туризм один-два фахівці. І найчастіше мова йде не про фахівців у польових органах, а також про місцевих цінителів, які добре знають маршрути. Інформація про просування культурно-пізнавального туризму наведена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні принципи просування культурно-пізнавального туризму

Принципи	Сутність
Планування призначення	Оскільки проблема глобалізації відбувається в цей сучасний час, проблема збереження небагатьох культурних спільнот у всьому світі стає важкою. У громаді, що базується на плем'ях, досягнення економічного прогресу з мінімальними негативними наслідками є важливою метою будь-якого планувальника призначення. Оскільки вони використовують культуру регіону як основну визначну пам'ятку, для них є важливим сталий розвиток місцевості для запобігання негативних наслідків через туризм.
Питання управління	Безумовно, принцип "один розмір підходить усім" не застосовується до планування призначення. Потреби, очікування та очікувана вигода від туризму відрізняються від грошей. Це чітко видно, як місцеві громади, що живуть у регіонах з туристичним потенціалом розробили його бачення, якому туризму вони хочуть сприяти, залежно від питань та проблем, які вони хочуть врегулювати чи задовольнити.
Місцева громада, туристи, місце призначення та сталий туризм	Незважаючи на те, що задоволення інтересів та потреб туристів може бути головним пріоритетом, також необхідно обов'язково подати інформацію про підсистему пункту призначення. Тиск на розробку слід передбачити та встановити на мініальному рівні, щоб заощадити ресурси району та запобігти насиченню місця призначення, щоб не зловживати продуктом та мешканцями відповідно.

Дотримуючись цих принципів та розуміючи їх сутність можна розвивати та покращувати культурно-пізнавальний туризм не тільки в Київському регіоні а й в Україні в цілому.

1.2. Інноваційні практики реалізації продукту культурно-пізнавального туризму на міжнародному ринку

В інноваційній діяльності туристичний бізнес опирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей і створенню нових напрямів туризму слід тільки після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і теперішнього. Глибоке розуміння сфери діяльності дозволяє передбачати розвиток подій і випереджати конкурентів. На впровадження інновацій в туризмі впливає економічна ситуація в країні, соціальне становище населення, національне законодавство, а також міжурядові і міжнародні угоди. Тому мотиви і причини появи інновацій в туристичній діяльності в кожній країні бувають різними. Але для будь-якої країни є декілька характерних рис:

- потреби населення, що зростають у зв'язку зі знайомством із способом життя в інших регіонах і отриманні нових знань;
- насичення багатьох класичних і традиційних напрямів поїздок (дестинацій);
- небезпека втрати квоти ринку у в'їзному туризмі; - загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;
- необхідність стримувати виїзд своїх громадян в зони, аналогічні за умовами регіонам своєї країни (природа, культура, клімат);
- гармонійне об'єднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвимогливіших туристів;
- технологічна революція і експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди по торгівлі послугами (ГАТС), в туристській сфері розвивається інноваційна діяльність по трьох напрямках:

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристичного бізнесу в системі і структурі управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі найновішої техніки і передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка і стимулювання робітників); раціональної економічної і фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку і звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).
2. Маркетингові інновації, які дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати клієнтів, не охоплених на певний період часу.
3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), що спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги. Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

До переходу до ринкових відносин (як і в даний час) у вітчизняній практиці знайшли широке застосування програмно-цільові методи управління в галузі науки і техніки. Ці методи передбачають формування й організацію виконання цільових комплексних програм (ЦКП), що являють собою комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення конкретних соціально-економічних цілей. Програми науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт розроблялися в державних і галузевих НДТ, а також на регіональних рівнях. В економіку

сучасної України інтенсивно входить відносно нова для неї концепція управління проектами (Project Management). Основу цієї концепції становить погляд на проект як на цілеспрямовану зміну вихідного стану кожної (не обов'язково соціотехнічної) системи, пов'язану з витратою часу і засобів. А процес цих змін, здійснюваних за заздалегідь розробленими правилами в рамках бюджету і тимчасових обмежень, – це управління проектами. Управління проектами стало визнаною в усіх розвинутих країнах методологією інвестиційної діяльності, частиною якої є й нововведення. Іноземний досвід використання програмно-цільового підходу в управлінні програмами і проектами різного рівня більш різноманітний.

У рамках програмно-цільової організації управління постійно виникають нові методи, організаційно-економічні форми та їхні різновиди, що найбільше мірі відповідають успішному вирішенню тих чи інших завдань соціально-економічного і техніко-економічного розвитку. Найбільшою міжнародною організацією в галузі управління проектами є Інтернет (INTERNET) – Міжнародна асоціація управління проектами, що поєднує більше двадцяти національних суспільств Європи й інших країн. Інноваційні проекти і програми їхньої реалізації становлять істотну частину господарського механізму, що формується, управління науково-технічним розвитком країни, регіонів і окремих підприємств.

Інноваційний проект — це порядок визначення цілей і задач для створення або впровадження окремого інноваційного продукту. Проект включає форми управління інноваційною діяльністю, процес її здійснення і комплект документів, який обґрунтовує і характеризує ці заходи.

Управління інноваційною діяльністю є системою взаємопов'язаних дій, обумовлених термінами, ресурсами, виконавцями і спрямованих на досягнення конкретних цілей.

Інноваційний процес включає організаційні, виробничі, технологічні, комерційні і інші заходи, що призводять до упровадження і розповсюдження інновацій.

Комплект документів містить різноманітну технічну, фінансову і розрахункову документацію, необхідну для реалізації інновацій.

Таким чином, інноваційний проект можна визначити як комплекс взаємозв'язаних програм, що забезпечують ефективне досягнення конкретної інноваційної мети, узгоджених за ресурсами, термінами, виконавцями і документально оформлених.

Інноваційні проекти характеризуються високою невизначеністю на всіх стадіях здійснення, вони не застраховані від появи у будь-який момент більш перспективнішої новинки. Навіть ті, які успішно минули стадію впровадження у виробництво проекти можуть не бути прийняті ринком, і їх виробництво повинно бути припинено.

Поняття "інноваційний проект" може розглядатися як:

- форма цільового управління інноваційною діяльністю;
- комплект документів.

Як форма цільового управління інноваційною діяльністю інноваційний проект являє собою складну систему взаємозумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей (завдань) на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки. Як процес здійснення інновацій – це сукупність виконуваних у визначеній послідовності наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, що приводять до інновацій. У той же час інноваційний проект – це комплект технічної, організаційно-планової і розрахунково-фінансової документації, необхідної для реалізації цілей проекту (на Заході для позначення цього аспекту проекту використовується термін "Design"). Найповніше і комплексно суть інноваційного проекту виявляється в його першому аспекті.

За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) частка культурного туризму до 2020 р. складе 25 % від загальних показників світового туризму.

У мешканців країн ЄС та Америки поступово зростає попит на культурний туризм («discovery» tourism), який передбачає знайомство з культурно-історичною спадщиною різних країн. В цьому сенсі культурний туризм можна розглядати як вид розвиваючого дозвілля і поставити в один ряд з відвіданням музеїв, бібліотек, місцевих пам'яток. Так, більше половини туристів, які відвідують Італію, цікавляться саме культурною спадщиною країни. Зважаючи на зростання освітнього рівня туристів, збільшення кількості туристів похилого віку, країни в яких традиційно розвинений пляжний туризм, ведуть активний пошук додаткових пропозицій. Так, Міністерство культури Хорватії розробило стратегію розвитку культурного туризму, яка передбачає використання культурного потенціалу не тільки приморської, але і континентальної частини країни. Взаємними зусиллями науковців, діячів культури, туристичних фірм, власників готелів, бізнесменів культурні пам'ятки і події будуть перетворені на туристичний продукт, який урізноманітнить дозвілля туристів і сприятиме їх більш тривалому перебуванню в країні. Схожі програми існують в Іспанії, Португалії, Італії, Болгарії та інших країнах.

Для політики Європейського Союзу щодо культурного туризму характерним є визнання[4]:

- туризму, як чиннику стимулювання місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці;
- туризму, як чиннику актуалізації культурної та архітектурної спадщини і джерело фінансових надходжень на охорону і реставрацію;
- туризму, як фактору міжетнічної толерантності, спосіб досягнення іншої культури.

У європейських країнах депресивні регіони розглядають культурну спадщину і культурний туризм як джерело розвитку. Інтеграція окремих пам'яток культурної спадщини в туристичну сітку стимулює затвердження окремих програм реставрації, створенню нових музеїв, скансенів, ресторанів

традиційних страв, обладнанню місцевими жителями гостьових кімнат для туристів.

Для європейських країн є характерним рекламування власної культурної спадщини по телебаченню і радіо, стимулювання цікавості; проводяться маркетингові дослідження різних цільових груп (молодь, пенсіонери, діти, молоді пари, сім'ї); використовуються новітні ЗМІ.

Принципами сучасної туристичної політики європейських країн є децентралізація, делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм туризму, всебічна співпраця державного, приватного та комерційного секторів.

Культурно-пізнавальний туризм концентрується переважно в містах з багатою історією. Найбільш відомі культурно-історичні центри зосереджені в Європі та Азії – Париж, Рим, Венеція, Флоренція, Лондон, Прага, Єрусалим, Пекін.

Європейські музеї – справжні скарбниці мистецтва. Серед найбільш відомих і відвідуваних: Лувр (Париж), Національна галерея (Лондон), Ермітаж (Петербург), Прадо (Мадрид), Національна галерея (Берлін), Галерея Уффіці (Флоренція), Художньо-історичний музей (Відень). Щороку в світі з'являються нові музеї, нерідко з вельми екзотичними експонатами. Своєю незвичністю вони приваблюють натовпи туристів: музей картоплі (село Оттерап, Данія), музей саун (містечко Муурума, Фінляндія), музей Нессі (графство Івернесс, Великобританія), музей загадок (Пече, Угорщина), музей сміття (Нью-Джерсі, США), музей чортів (Каунас, Литва), музей мишоловок (Марктобердорф, Німеччина), музей дзвонів (Углич, Росія).

Об'єктами освітніх екскурсій стають «чудеса», створені людиною, що демонструють досягнення технічного прогресу. Наприклад, знаменита башта, творіння А. Г. Ейфеля, яка прикрашає Париж з 1889 р. Ейфелева вежа - найбільш відвідуваний об'єкт у світі.

Київ та Київський регіон нічим не поступається цим містам так як саме в цей регіон є культурно-історичним центром країни.

Київська область у силу свого географічного положення та особливостей історичного розвитку має всі необхідні ресурси для розвитку туризму. Сприятливі кліматичні умови, наявність численних водних об'єктів, а також джерел мінеральних вод, багатство культурно-історичних пам'яток визначають роль Київської області як важливого рекреаційного регіону.

Розташування Київщини і помірного кліматичного поясу сприяє створенню комфортних умов як для літнього, так і для зимового відпочинку. В області розвинені народні промисли, туристичні маршрути, сільське господарство з виробництва екологічно чистої продукції. Береги Дніпра малопоступаються ландшафтами полонинам Прикарпаття, а джерела мінеральних вод конкурують за своїми цілющими властивостями з кращими мінеральними водами України [8, с.2-3].

Київська область має один з найбільших в Україні історико-культурний потенціал. На державному обліку в місті пре буває понад 3,5 тис. пам'яток (потенціал - понад 10 тис.). З них 62 – пам'ятки археології, 1396 – пам'ятки історії, 433 – пам'ятки монументального мистецтва, 1814 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва, ландшафтні та об'єкти науки і техніки. Функціонує 21 історико-культурний заповідник [2].

Територія області з давніх-давен освоєна людьми, нашими предками-трипільцями, які вперше в Європі засіяли зерна відомого всім нині українського хліба. Київська область заснована 27 лютого 1932 року. Розташована в середній течії Дніпра з його притоками — річками Рось, Десна, Ірпінь, Трубіж, Прип'ять та іншими. Протяжність Дніпра в межах області — 246 км. Київщину пронизує 177 річок [5].

Найбільшими містами є Біла Церква, Бориспіль, Бровари, Васильків, Ірпінь, Фастів.

Біла Церква — найбільше місто Київської області, розташоване по обидва береги мальовничої річки Рось за 70 км від столиці. Засноване ще у 1032 році Ярославом Мудрим. Перлина Білої Церкви —

архітектурносадовий комплекс дендропарку "Олександрія", закладений графінею Олександрою Браницькою наприкінці 18 ст [6].

Ржищів — місто обласного значення, що розташоване у гірлі річки Легличі. Ржищів виник на місці старовинного міста Івангорода, яке згадується у літописах ще в 1151 році [6].

Отже, можна зробити висновок що Київська область, маючи чисельні та культурні цінності зможе досягти значного економічного розвитку в туристичному бізнесі. Загально визнане значення пам'яток історії і культури є її важливою частиною культурної спадщини, що уособлює собою невичерпний інформаційний потенціал людства, є важливою ланкою пам'яті народу, носієм багатотисячолітніх традицій. На території Київської області є пам'ятки історії, архітектури, мистецтва багато з них — загальнодержавні, а деякі мають світове значення. Історико-культурні ресурси є одним з туристично-рекреаційних факторів, що впливають на розвиток індустрії туризму.

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТНА АНАЛІТИКА РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Характеристика туристичного регіону прокладання маршруту

Розташована на Півночі України в басейні середньої течії Дніпра, в межах лісової і лісостепової географічних зон. Площа її становить 28,1 тис. кв. км (бл. 4,8% території країни). Річки, що пересікають сучасну Київщину, належать до басейну Дніпра, який тече в межах області на протязі 246 км. Всього в області 177 річок, серед яких - Прип'ять, Тетерів, Ірпінь, Стугна, Рось. На її території 55 водосховищ (найбільші з них Київське, більша частина Канівського), 2383 ставки. Річкові заплави утворюють понад 750 невеликих озер.

Впродовж багатьох десятиріч в області формувалась система музейних закладів, яка на сьогодні налічує 2 державних музеї-заповідники ("Битва за Київ в 1943 році" та Вишгородський історико-культурний), 15 державних музеїв з 17 філіями та 241 музейним закладом місцевого та відомчого підпорядкування, в тому числі, на громадських засадах. До кращих обласних музейних закладів по праву відносяться обласний археологічний музей (с.Трипілля – трипільська культура), Яготинський історичний, що включає музей-садибу народної художниці К.Білокур, археологічний музей "Добранічівська стоянка", Білоцерківський краєзнавчий музей та ціла низка музеїв-садиб визначних особистостей – І.Козловського, М.Островського, К.Стеценка, І.В.Задорожного, Т.Шевченка, К.Паустовського, М.Вовчка, О.Корнійчука, А.Малишка та інших. Предметом особливої гордості області є Національний історико-етнографічний заповідник "Переяслав", що налічує 23 музея.

Київська земля явила світові таких визначних державних мужів, як Ярослав Мудрий, Іван Мазепа, Феофан Прокопович, Шолом-Алейхем, І.М.Сошенко, П.П.Чубинський, Г.М.Косинка, І.С.Козловський, А.С.Малишко, К.В.Білокур, О.К.Диптан, А.М.Люлька, П.Р.Попович, Іван Драч, Ліна Костенко, та інших видатних особистостей.[6, с.39-43]

Місто Ірпінь розташоване за 27 км від столиці, відоме як оздоровниця державного значення. Виникло воно в 1902 році під час будівництва залізниці Київ — Ковель. Розташоване у мальовничій місцевості. місто Ірпінь широко відоме як кліматичний курорт.

В Ірпінському регіоні налічується близько двох десятків санаторіїв і профілакторіїв, будинків відпочинку, більше десяти таборів дозвілля і відпочинку.

Біла Церква – найбільше місто Київської області, розташоване по обидва береги мальовничої річки Рось за 70 км від столиці. Засноване ще у 1032 році Ярославом Мудрим. Перлина Білої Церкви — архітектурно-садовий комплекс дендропарку "Олександрія", закладений графінею Олександрою Браницькою наприкінці 18 ст.

Ржищів— місто обласного значення, що розташоване у гирлі річки Легличі. Ржищів виник на місці старовинного міста Івангорода, яке згадується у літописах ще в 1151 році.

Обухівський район знаходиться в центральній частині Київської області за 30 км від Києва. Обласний археологічний музей розташований на сивочолій дніпровській кручі на місці городища, де було давнє місто Триполь. Експозиція музею розповідає про історичні події, які відбувались на Київщині від палеоліту до кінця 18 ст. У музеї представлені старожитності зарубинецької, черняхівської, київської, колочинської, лука-райковецької, волинцівської та роменської культур.

Згурівський дендропарк був заснований у 60-х роках 19 ст. графом Кочубеєм і має 382 види дерев і кущів, завезених з Європи, Азії та Америки.

Яготинський парк. Заснований наприкінці 18 ст. князем Розумовським. Флора до парку була завезена з Європи, Азії, Америки.

Ташанський парк. Заснований князем Горчаковим наприкінці 18 ст.

Столична область є новим регіоном сільського зеленого туризму. розташування Київщини і помірного кліматичному поясі сприяє створенню комфортних умов як для літнього, так і для зимового відпочинку. В області розвинені народні промисли, туристичні маршрути, сільське господарство з виробництва екологічно чистої продукції. Береги Дніпра мало поступаються ландшафтами полониам Прикарпаття, а джерела мінеральних вод конкурують за своїми цілющими якостями з кращими мінеральними водами України. [8, с.2-3]

В області налічується 85 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, в т.ч. дендрологічний парк Олександрія і пам'ятки садово-паркового мистецтва - Згурівський і Кагарлицький парки.

Сприятливі кліматичні умови, наявність численних водних об'єктів визначають роль Київської області як важливого рекреаційного регіону, де функціонують санаторії, будинки і бази відпочинку, дитячі табори. Серед курортів найважливіші - Біла Церква, Ворзель, Ірпінь, Конча-Заспа, Миронівка. Рекреаційно-оздоровче значення мають також курортні місцевості - Піритове, Лютіж, Клавдієво-Тарасове, Буча. В області є 30 готелів.

В області функціонують 16 музеїв, у тому числі три заповідники - історико-етнографічний "Переяслав", музей-заповідник "Битва за Київ у 1943 р." у с Нові Петрівці, історико-культурний заповідник у місті Вишгороді.

Важливу роль для задоволення пізнавальних потреб туристів відіграють історико-культурні ресурси. Це, насамперед, пам'ятки історії та культури, музеї, промислові та сільськогосподарські підприємства та ін., які використовуються для пізнання краю, його історії, обрядів, звичаїв населення та інших культурних цінностей.

Усі історико-культурні об'єкти, які зацікавлюють туристів і екскурсантів оцінюються в залежності від ступеня їх пізнавального та виховного значення, природного оточення, сучасного використання. Як свідчить аналіз, роль пам'яток історії та культури в туризмі зводиться до виконання таких основних функцій:

- виховної – виховання патріотичних почуттів, любові до рідного краю;
- просвітницької – поширення відмінностей і знань у галузі науки, культури, мистецтва;
- містобудівної – формування своєрідного художньо-виразного середовища відпочинку, розкриття історичної індивідуальності конкретного населеного пункту, його архітектурної традиції;
- економічної – пом'якшення сезонної нерівномірності завантаження туристичних підприємств, підвищення рентабельності туристичних послуг шляхом організації екскурсійних заходів, створення умов для ефективного і змістовного цілорічного відпочинку населення;
- практичної – стосується пам'яток архітектури, які мають експлуатаційну цінність і можуть служити базою для розгортання постійних або тимчасових експозицій, туристичних закладів та ін.

В Київській області діє розгалужена мережа установ культури, до якої входять 848 клубів, 918 бібліотек, концертно-творча організація «Київщина», 237 музейних установ, зокрема всесвітньо відомий Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» 1. Значна частина музеїв розташована в меморіальних садибах, будинках, квартирах, тобто безпосередньо в нерухомих пам'ятках історії та культури. Наприклад, музей –К. Стецька (Київська обл.), «Битва за Дніпро в районі Переяслава-Хмельницького» (відділ Переяслав – Хмельницького історико-культурного заповідника).

Київський обласний археологічний музей розташований на дніпровській кручі у сьї Трипілля. У музеї представлені старожитності зарубинецької, черняхівської, пеньківської, колочинської, волинцівської та

рогденської культур. За сучасними дослідженнями на території Київського Подніпров'я відомо понад 100 пам'яток трипільської культури. До музейного комплексу входить Дівич-гора де виявлено святилище і могильник зарубинецької культури II ст.. до н. е.

На Київщині велика кількість пам'яток історії, архітектури та мистецтва. Багато з них мають загальнодержавне, а деякі – світове значення.

Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини-музей просто неба, розташований в околицях Переяслав-Хмельницького. Входить до складу національного – етнографічного заповідника «Переяслав».

В музеї представлено українське село Середньої Наддніпрянщини, як кінця XIX, початку XX ст., так і будівлі та стоянки з часів пізнього палеоліту до часів Київської Русі. На території 30 га розміщено 13 тематичних музеїв, які є органічним продовженням музею-села.

Музей ознайомлює з народною культурою, архітектурою та творчістю, звичаями та обрядами українців Середньої Наддніпрянщини. До уваги відвідувачів 122 пам'ятки народної архітектури, понад 30 тисяч пам'яток матеріальної і духовної культури.

Пам'ятки народної архітектури, понад 30 тисяч пам'яток матеріальної і духовної культури.

На території музею розташовано 185 об'єктів, з них 104 пам'ятки народної архітектури XVII-XIX ст., в тому числі 20 дворів з хатами та господарськими будівлями, 23 різноманітні установки та майстерні, більше 20тисяч витворів народного мистецтва, знарядь праці, речей побуту, зібраних в лісостеповій зоні України. Прикрасою музею є два рукотворні ставки, дендропарк з десятками тисяч дерев та кущів, дбайливо доглянуті двори та городи.

Музей українських обрядів та звичаїв. Музей знаходиться на території музею просто неба, відкритий під час святкування Зеленої Неділі у 1989 р. Експозиція складається із чотирьох кімнат, що розповідають про звичаї, обряди, традиції від давнього часу до наших днів.

Перша зала містить експонати, які свідчать про звичаї наших пращурів у дохристиянський період. У другій залі можна побачити «ряжених», які ходили під час різдвяних свят, вітаючи господарів з народженням Ісуса Христа. Далі зображено святкування Водохреща, Великодня, Зелених свят та ін.

У наступній залі розповідається про родинно-побутові свята і звичаї пов'язані з ними. Це – весілля, народження дитини, вечорниці, поховальні обряди. В останній залі можна ознайомитися з сучасними українськими обрядами і звичаями.

Музей історії української православної церкви. В унікальній пам'ятці дерев'яного мистецтва (Сухоярській церкві) 1775 року, перевезеній до заповідника із села Сухий Яр Ставицького району Київської області, знаходиться Музей історії Української православної церкви. Будівля трьохзрубна з трьома банями, середній зруб – довший і ширший.

В музеї експонується підбірка матеріалів, пов'язаних із життям Ісусу Христа, Богородиці та інших святих, ікона «Хрещення Русі у 988 році».

У вітринах розміщено релігійну літератур, стародруки, твори Василя Великого, Іоана златоуста, Григорія Богослова. На стіні висять ікони з зображення митрополита Переяславського Єфрема, день пам'яті якого відзначається 10 лютого.

У XVI-XVII ст. церква стає національною. В експозиції показано портрет СлїссяПлетенецького архімандрита Києво-Печерської Лаври, який заклав у Лаврі друкарню і в 1616 році видав «Часопис». Далі портрети гетьмана Сагайдачного, який переконав патріарха Феофана відновити у Києві у 1620 році православну митрополію, а також Перта Могили який зібрав Київський собор і затвердив «Катахізіс» української православної церкви; ікони 12-тинайголовніших свят, пов'язаних із життям Ісуса Христа – (Різдво, Хрещення, Великдень, вознесіння).

Яготинський державний історичний музей розташований у центрі міста. Це великий музейний комплекс, що складається з об'єднаних в єдине

ціле темою історії рідного краю окремих відділів – музеїв, широко відомих не лише на Київщині.

Місто Яготин – одне з найстародавніших міст Київщини. Історія сягає в глибоку давнину. Життя території Яготинщини зародилася в добу палеоліту.

Музейна експозиція розміщена в 14 зала і висвітлює історію Яготинщини з найдавніших часів до сьогодення нерозривному зв'язку з історією України.

Музей має 7 філіалів: «Картинна галерея», музей «Флігель Тараса Шевченка», «Музей етнографії», археологічний музей «Добронічівська стоянка», меморіальний музей – народної художниці України Катерини Білокур, краєзнавчий музей ім. двічі Героя Радянського Союзу А. Г. Кравченка та краєзнавчий музей С. Капусниці.

Також, на території Київщини проходить значна кількість фестивалів. Які під час проведення допомагають по-перше розвитку в економічній сфері області, по-друге в туристичній. А саме 13 Ювілейний Фестиваль Всеукраїнської авторської лісової пісні «Лісова Фієста» у м. Боярка, фестиваль культури та історії «Парк Київська Русь» с. Копачев Обухівського району Київської області тощо.

Отже, на території Київської області знаходиться чимала кількість пам'яток історії, архітектури та мистецтва. Нинішня Київщина налічує біля 6000 пам'яток культурної спадщини, зокрема, 1194 пам'ятки різних епох-давніх поселень, городищ, могильників, курганів, змійових валів, місць битв та історичних подій, що входять до значних прошарків історії, які впродовж тисячоліть створювали підвалини сучасної цивілізації на території області. 2010 археологічних пам'яток області занесена до Реєстру нерухомих пам'яток, вісім міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення.

2.2. Аналіз міжнародного ринку в сегменті культурно-пізнавального туризму

Всесвітня Туристична Організація визначає туристичні послуги через суб'єктів туристичної діяльності:

- турагенти;
- туроператори;
- екскурсоводи і заклади екскурсійного обслуговування.

Туризм в США є найбільшою галуззю економіки, яка щороку надає послуги мільйонам туристів як з-за кордону, так і з самих США. Туристи приїжджають в США, щоб подивитися на міста, природу, історичні пам'ятки, а також відвідати різні визначні пам'ятки і місця розваг. Те ж саме цікаво і для самих американців, які, крім усього іншого, часто відвідують зони відпочинку.

В даний час США приваблює туристів своїми Національними парками, парками розваг, фестивалями, центрами азартних ігор, полями для гольфу, історичними будівлями і пам'ятниками, готелями, музеями, галереями, відпочинком на природі, спа, ресторанами і спортивними заходами.

В класифікації США туристичні послуги відносять до сфери обслуговування дозвілля і включають наступні сегменти: готельні підприємства; спеціалізовані підприємства відпочинку і розваг; державні зони відпочинку та історичні пам'ятні місця.

Світові тенденції розвитку туризму свідчать про зростання його ролі як на локальних рівнях, так і світовому. Міжнародні туристичні потоки протягом 2010-2017 років характеризувалися позитивними зрушеннями (рис. 2.1).

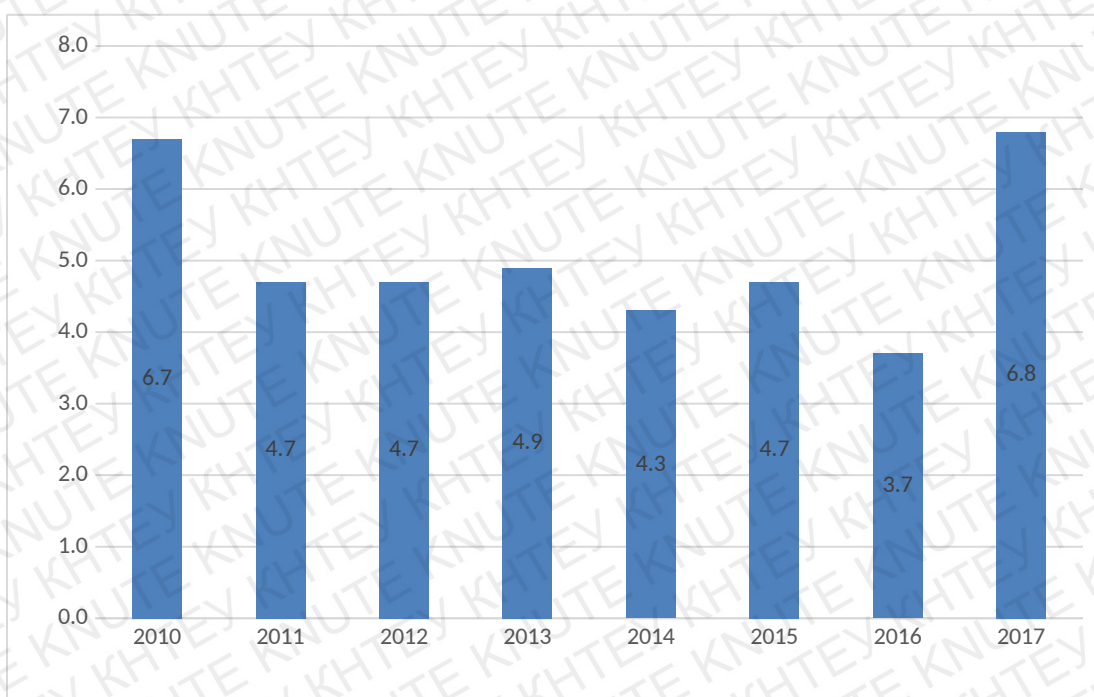


Рис. 2.1. Динаміка зміни міжнародних туристичних потоків, %

Отже, досліджуючи динаміку процесів у туристичних потоках протягом 2010-2017 років, можна спостерігати позитивну тенденцію зростання міжнародних туристичних потоків в 2017 році. Поділ туристичних потоків за географічним принципом дозволяє відслідкувати динаміку даного процесу у 2017-2018 рр. (табл 2.1)

Таблиця 2.1

Динаміка зміни туристичних потоків, %

Географічний регіон	Приріст 2017р.		Приріст 1 кв. 2018р.
	млн. осіб	%	%
Європейський регіон	678	8,4	6,8
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	324	5,6	7,8
Американський регіон	207	3,3	3,0
Африканський регіон	62	9,0	5,6
Регіон країн сходу	58	4,6	4,5

Аналізуючи світові туристичні потоки слід зазначити, що 2017 рік характеризувався більш стрімким їх зростанням ніж 2016 рік, зокрема за

вказаний період обсяги туристів зросли на 6,8%. Причому, лідерами за відвідуваністю є Франція, Іспанія та США.

Згідно з Законом України «Про туризм» суб'єктами туристичної діяльності є підприємства, установи, організації, незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. В такому контексті туристичні послуги визначаються як кінцевий продукт діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб та реалізації діяльності людей у вільний час: відпочинок, екскурсії, подорожі.

Задоволення потреб і попиту на туризм передбачає необхідність забезпечення великої кількості туристичних послуг. З точки зору господарської діяльності інтерес являють матеріальні та нематеріальні туристичні послуги. Іноді матеріальні послуги виступають у формі товару, їх головною характеристикою є те, що вони не обмежені кількісно. Споживання нематеріальних послуг туризму відбувається виключно в місці, де вони виробляються. Вони не можуть бути транспортованими до споживача і використовуються туристами тільки після міграції в район локалізації послуг. Такими послугами є, наприклад, послуги розміщення, які локалізовані в певному місці для приваблення туристів, послуги харчування, які передбачають конкретні ресторани, послуги розваг, які задовольняють оперні, драматичні театри, казино і т.ін. в туристичних центрах.

Отже, реалізацію туристичної діяльності в широкому контексті господарювання здійснюють різні підприємства — економічні агенти світового туристичного ринку.

Суб'єктами ринкових відносин в контексті туристичної діяльності виступають організатори і продавці (туроператори і турагенти) туристичного продукту, їх контрагенти — виконавці послуг (готелі, ресторани, компанії-перевізники, екскурсійні бюро) і покупці (споживачі) як комплексного турпродукту, так і окремих туристичних послуг.

Важливо вирізняти гуртову та роздрібну реалізацію турпродукту.

Гуртова реалізація – це діяльність з продажу тур-послуг тим, хто купує їх з метою подальшого перепродажу. Вона здійснюється за посередницьким договором, який має форму договору-доручення, договору комісії або агентської угоди. Гуртовою торгівлею турами займаються крупні туроператори, які проводять крупномасштабні операції з продажу турів.

Роздрібний продаж турпродукту кінцевому споживачеві визначається як діяльність з продажу цих послуг кінцевим споживачам (туристам), тобто не для комерційного використання, а особистого споживання. Роздрібні фірми працюють на основі прямих контактів з клієнтами.

В міжнародній практиці відомі і широко використовуються угоди і контракти, які регулюють взаємовідношення контрагентів з турагентами і туроператорами. Наприклад, взаємовідносини з контрагентами — транспортними підприємствами, зокрема з авіаперевізниками, можуть бути оформлені договорами фрахтування (чартер, субчартер), які визначають орендні зобов'язання по відношенню до всієї або частини місткості транспортного засобу, який здійснює чартерний рейс, або договорами на придбання блоку місць в транспортному засобі (блок-чартер), які визначають відношення купівлі-продажу прав на послуги з перевезення пасажирів, їх багажу чартерним або регулярним рейсом.

Таким чином, ключовими суб'єктами туристичної діяльності, які взаємодіють в процесі розробки і реалізації турпродукту, надання і споживання туристичних послуг є:

- виробник (організатор) і гуртовий продавець тура — туроператор;
- виконавці туристичних послуг (контрагенти) — підприємства і компанії, які надають окремі послуги з розміщення, харчування, транспортні, екскурсійні, страхові, послуги, які пов'язані з оформленням закордонних паспортів і віз, бронюванням і купівлею квитків, та ін., що входять до складу турпакету, туру — це готелі, ресторани, транспортні компанії (компанії-перевізники), підприємства культури (музеї, театри), спорту (клуби,

стадіони), лікувально-оздоровчі заклади, екскурсійні підприємства тощо. Вони виступають в якості національних або іноземних контрагентів, які постачають туроператорам послуги, що входять в тур;

- роздрібний продавець – турагент;
- турист (споживач) – будь-яка фізична особа, яка використовує, купує або має намір придбати туристичні послуги (турпродукт) для особистих потреб.

Допускається поєднання деяких з перерахованих функцій окремими суб'єктами.

В Європі туризм – це об'єкт підвищеної уваги, що пояснюється значними обсягами надходжень від в'їзного туризму і тим, що це найпопулярніший напрям подорожей у світі. Тому програми розвитку туристичної галузі розробляються на державному рівні. Так, в Іспанії розвиток туризму курирує Національне агентство з туризму “Turespaña” разом з міністерством промисловості, енергетики і туризму, в Італії – Національне агентство з туризму. Туристична галузь у Франції орієнтується на складений Агентством розвитку туризму “AtoutFrance” маркетинговий п'ятирічний план (2010–2015) у рамках загальної глобальної стратегії (2010–2020). Уряд Великобританії за участі Національного туристичного агентства “VisitBritain” визначив для себе амбітну стратегію розвитку в'їзного туризму на 2012–2020 рр.: планується щороку залучати до 40 млн. туристів .

Програми мають багато спільного, а їх базовими орієнтирами є:

- подолання проблем, основними з яких є охорона і безпека(екологічна, політична і соціальна);
- безпека проживання та харчування;
- соціально-культурні загрози сталомурозвитку;
- сезонність туристичного продукту; труднощі в пошуку та збереження
- кваліфікованого персоналу; задоволення цивілізаційних запитів у сфері IT-розробок;

- прагнення країн Європейського Союзу до лідерства на ринку туристичних послуг як усередині нього, так і на світовому ринку;
- досягнення поставлених цілей за допомогою таких інструментів, як покращення міжнародного позиціонування, впізнаваності та посилення бренду – ключового активу економіки;
- державно-приватне співробітництво та взаємна відповідальність;
- максимальна орієнтація на клієнта;
- знання і компетенції в туристичному секторі;
- заохочення інновацій в управлінні туристичним бізнесом;
- систематичний моніторинг і контроль розвитку туристичного сектору економіки .

Максимальна орієнтація на клієнта стала ключовою при розробці Програми розвитку туризму в Італії за участі Національної обсерваторії з туризму. Так, у 2014 р. запущено новий туристичний продукт “Зроблено в Італії”, орієнтований на вісім європейських ринків, на які припадає 50% туристів: Німеччина, Австрія, Чехія, Польща, Франція, Скандинавія, Великобританія і Росія. Його ідея полягає в індивідуальному підході, задоволенні очікувань та побажань кожного іноземного гостя щодо обслуговування “на замовлення”. Великобританія у стратегії розвитку туризму робить акцент на партнерстві держави та приватного сектору, що відіграє ключову роль в індустрії туризму.

Заслуговує на увагу схвалена 18 вересня 2015 р. у Польщі Програма розвитку туризму до 2020 року, розроблена міністерством спорту і туризму. Будучи змістовною, вона визначає головну мету розвитку туризму, стратегічні та оперативні завдання. Серед них можна виокремити екотуризм, перехід на “зелену” енергетику, створення функціональних структур для координації та розвитку (Національного центру з управління туризмом (KCZT) при міністерстві спорту та туризму, Національного центру державно-приватного партнерства у сфері туризму та Обсерваторії туризму),

проведення науково-дослідних робіт у туристичній сфері, управління якістю туристичного продукту, сертифікацією послуг.

Слід зазначити, що розроблені індивідуальні програми розвитку міжнародного туризму вписуються в загальноєвропейську стратегію розвитку туристично-го сектору, а заплановані заходи з його сталого розвитку та компетенції підкріплено коштами спеціальних європейських фондів, таких як Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF), Європейський соціальний фонд (ESF), Європейський фонд управління сільським господарством (EAFRD) та ін. [15].

У цілому дослідження довели, що програми розвитку туризму різних країн мають багато спільного у принципах, завданнях і базових орієнтирах, але саме процес вирішення завдань багато в чому залежить від досягнутого рівня розвитку туризму в певній країні. Тому в Україні в умовах сучасного фінансового стану глобальне оновлення туристичного сервісу, на нашу думку, може відбуватися поступово, а розпочинати слід з актуалізації та популяризації внутрішнього туризму.

Фінансування яке виділяється на розвиток туризму нереально низьке. При цьому Київська міська рада визнає що туризм є однією з провідних, високоприбуткових та найбільшдинамічних галузей світового господарства.

На рис 2.2 ми можемо побачити різкий спад іноземних туристів в 2014 році, та невеликий підйом за останні 5 років. Враховуючи, що за даними незалежних експертів та результатами відповідних досліджень кожен іноземець витрачає під час перебування в м. Києві в середньому 100 євро (2500 грн.). В 2018 році при середній тривалості перебування 4 дні, вони залишать в столиці України біля 350 млн. євро (8,4 млрд. грн.). Витрати туристів у м. Києві зображені на рис. 2.3.

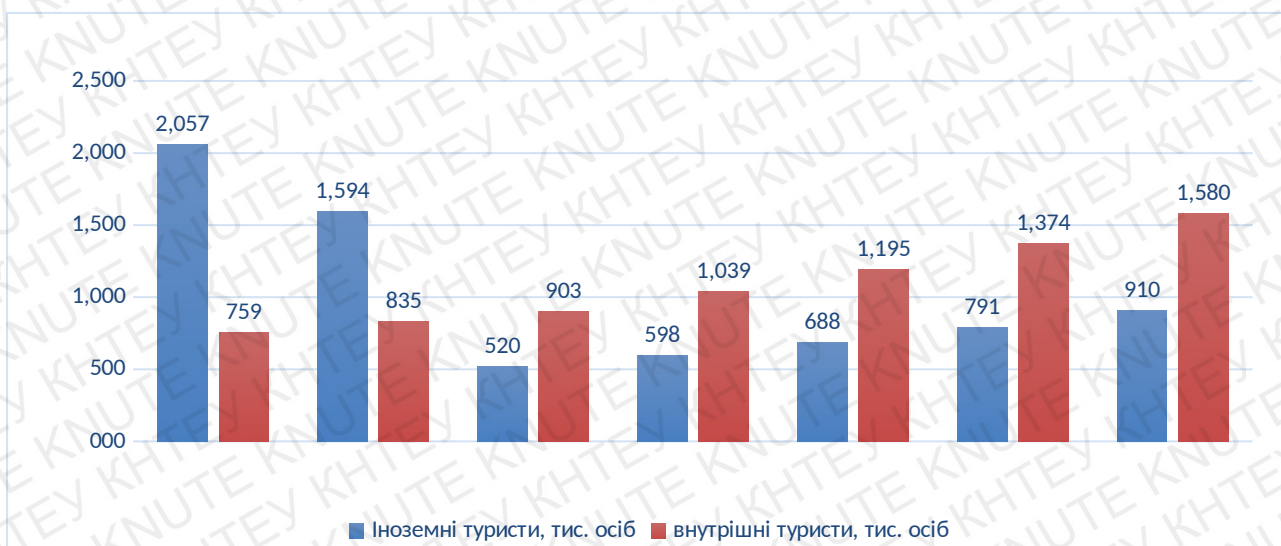


Рис. 2.2. Туристичні потоки до м. Києва, 2012 - 2018 роки

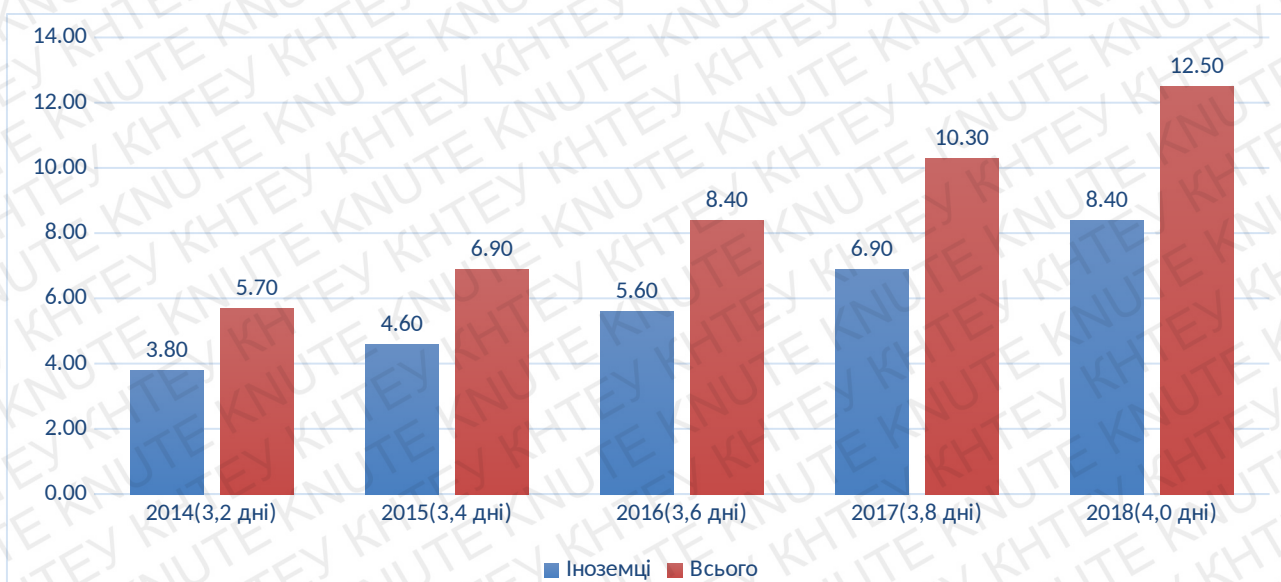


Рис. 2.3. Витрати туристів у м. Києві в залежності від тривалості перебування, млрд. грн.

При цьому, оскільки протягом останніх трьох років (окрім 2014 року) спостерігалася позитивна динаміка надходження до міського бюджету коштів від справляння туристичного збору, можна розраховувати, що бюджет м. Києва у 2018 році тримає понад 18 млн. грн., що більше ніж у 2014 році в 2,4 рази [7].

2.3 Стейкхолдери інноваційного туристичного продукту

В Україні в умовах сучасного фінансового стану глобальне оновлення туристичного сервісу, на нашу думку, може відбуватися поступово, а розпочинати слід з актуалізації та популяризації внутрішнього туризму. З огляду на це фундаментальне переформатування вітчизняної туристичної галузі повинно починатися з алгоритму формування Програми розвитку внутрішнього туризму в Україні, який умовно включає вісім поступових етапів:

- 1) моніторинг стану і розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- 2) виявлення основних груп факторів середовища, які впливають на туристичну діяльність;
- 3) визначення основних стейкхолдерів, їх градація та алгоритм взаємодії;
- 4) побудова проблемовмісної моделі внутрішнього туризму в Україні та визначення проблемовирішальних резервів;
- 5) структурно-логічна схема побудови проблемовирішальної моделі;
- 6) ключові цілі, драйвери і ресурси формування “дорожньої карти”;
- 7) створення “дорожньої карти” розвитку внутрішнього туризму;
- 8) формування інноваційної структури управління розвитком туристичного бізнесу в Україні, де б поєднувалися всі учасники туристичного бізнесу, державні структури, наука і освіта.

На даному етапі розвитку культурно-пізнавального туризму в Київській області потрібне фінансування. Для цього потрібно визначити основних стейкхолдерів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Зацікавленість стейкхолдерів в розвитку культурно-пізнавального туризму

Стейкхолдери	Зацікавленість
--------------	----------------

Місцева влада	Прихід коштів в державний бюджет, розвиток інфраструктури регіону
Український державний центр національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді	Розвиток та популяризація культурно-пізнавального туризму серед молоді та туристів з інших країн, можливість проведення з'їздів, наукових конференцій, семінарів-практикумів
Національна Організація Туризму України	Розвиток культурно-пізнавального туризму в Київській області та просування туристичного продукту на міжнародний ринок
Стейкхолдери	Зацікавленість
Готелі	Розміщення туристів, фінансове збагачення, розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Київському регіоні
Туристичні підприємства	Збільшення потенційних клієнтів, розвиток туристичної галузі в країні, покращення сервісів, збільшення асортименту туристичного підприємства
Ресторани	Збільшення доходу від іноземних туристах та розвиток ресторанної галузі в країні
Екскурсійні бюро	Доступ до нового потоку клієнтів, фінансове збагачення
Транспортні компанії	Значне збільшення потоку клієнтів на послуги трансферу
Фізичні особи підприємці	Збільшення клієнтської бази та значне збільшення продажу пропонованих товарів та послуг

Отже, можна зробити висновок, що розвиток культурно-пізнавального туризму в Київській області вигідний всім. Розвиток туризму та збільшення фінансових надходжень, до країни, несе за собою також збільшення робочих місць, як в державних структурах, так і сферах обслуговування. Київська область має великий потенціал для розвитку туризму в цілому але потрібно також враховувати перешкоди, які є на шляху розвитку туристичної галузі. Однією з таких перешкоде є фінансування, яке виділяється на розвиток туристичної галузі, яке з кожним роком зменшується.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТ “УКРАЇНСЬКИЙ КОЛОРИТ” ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Сутність та складові проекту

Суть проекту – продемонструвати туристам красоти Києва та київської області, ознайомити з історією Києва, ознайомити з колоритом та традиціями українців.

Київ – Єрусалим Землі руської, столиця Лисих гір, Місто з людським обличчям. Історія Києва сягає у сиву давнину і налічує кілька тисячоліть. За старих часів говорили: «Гора править, Поділ працює, Печерськ молиться».

Маршрут туру зображений на рис.3.1.

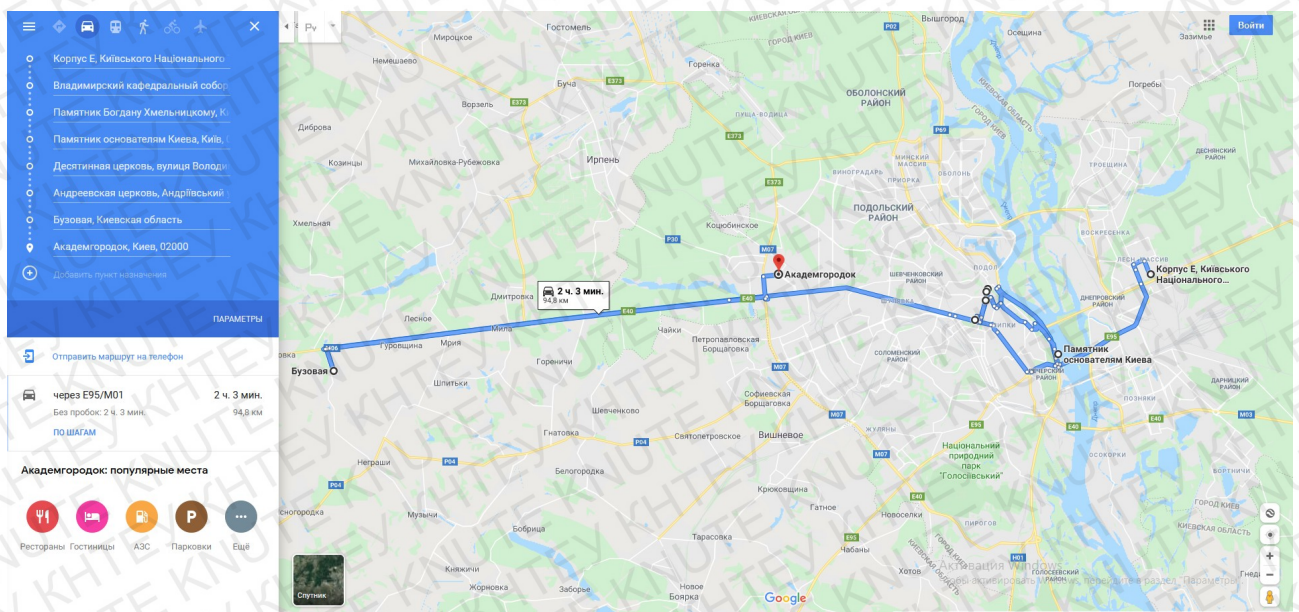


Рис 3.1 Маршрут туру

Програма туру

День 1

9:30 Зустріч групи з гідом на Кіото 19

9:50 – 11:40 Автобусна екскурсія Києвом

11:50 – 12:30 Пішохідна прогулянка Андріївським узвозом

12:40 – 13:40 Трансфер до села Бузова

13:50 – 14:20 Обід

14:25 – 16:20 Експерсія в українському селі

16:30 – 16:50 Відвідування сувенірної лавки

17:00 – 17:40 Трансфер до Києва

На нашій оглядовій експерсії по Києву ми відвідаємо всі три історичні райони Міста, познайомимося з його головними визначними пам'ятками, сфотографуємося на найкрасивіших оглядових майданчиках над Дніпром!

Наш маршрут поділяється у часі на дві частини. Перша частина – автобусна. Ми з вами проїдемо по Києву в затишному автобусі і почуємо цікаву розповідь гіда:

- про Місто і його знаменитих жителів;
- про найцікавіші пам'ятки та архітектурні родзинки столиці;
- про давню історію Київської Русі і Золотий вік Києва.

Під час оглядової експерсії по Києву у нас буде декілька зупинок в найгарніших місцях Міста. Ми побуваємо:

- у Володимирському Соборі і побачимо знамениті розписи Віктора Васнецова, Михайла Нестерова, Павла Сведомського, Вільгельма Котарбінського і Михайла Врубеля;
- у найвищій точці над Дніпровськими кручами біля найулюбленішого киянами пам'ятника;
- у гостинах у засновників давнього Києва: Кия, Щека, Хорива та Либеді;
- на найдавнішій площі Міста, де побачимо знамениту Софію Київську і дізнаємося чому кажуть: “поки стоїть Софія – буде стояти Київ”
- в самому серці Київської Русі на Старокиївській горі на місці фундаменту Десятинної церкви і древніх слов'янських капищ.
- біля красуні Андріївської церкви, де дізнаємося про дивовижну історію Любові імператриці Єлизавети Петрівни до українського козака Олексія Розумовського.

Також туристів чекає пішохідна прогулянка найзнаменитішою, найбільш творчою, найромантичнішою і найбільш містичною вулицею Міста – Андріївським узвозом!

В обрамленні Лисої гори і «Замку з привидами» на цій вулиці розташувалися знамениті театри, кафе і музеї, один з яких знаходиться в Булгаковському “будинку побудови дивовижної” і пам’ятає великого Майстра, – письменника-містика Михайла Булгакова! Як точно він зауважив: «Не всі киянки відьми, але всі відьми – киянки!» Туристи дізнаються, чому Київ вважається столицею Лисих гір і навіть побачать одну з них – Замкову гору.

Закінчиться наша незвичайна оглядово-пішохідна екскурсія по Києву на Подолі біля стін знаменитої Києво-Могилянської академії.

У самому серці України переплелася історія, романтика і містика 15-ти століть. Під час нашої екскурсії ви обов’язково відчуєте всю красу і велич Києва і полюбите це Місто всією душею.

Всі туристи сідають в автобус і прямують в справжнє українське село яке знаходиться в селі Бузова.

Туристи потрапляють на екскурсію в українське село.

На цій екскурсії туристи побувають і ознайомляться з стародавніми українськими побутом, зможуть зайти в справжню кузню, винокурню, хлібопекарню, шопу для зберігання сіна та гончарню, а також відвідають аутентичні інтер’єри стародавніх хат з 6 регіонів України: Полісся, Подолу, Гуцульщини, Слобожанщини, Придніпрянщини і Півдня.

У Музеї Українське село також розташований міні зоопарк, в якому мешкає безліч птахів, кабанів, свиней, ослів, овець, поні, оленів, кроликів і т.п. Також на території Ви зможете побачити православний храм св. Дмитра з дзвіницею. На екскурсії у Вас буде можливість взяти участь в майстер-класах з гончарства та ковальства, а зголоднівши зайти в українську колибу або пекарню, де печуть дуже смачний хліб.

Для дітей на території музею передбачені дитячі майданчики, а для туристів також є сувенірна крамниця з оригінальними виробами.

Під час екскурсії кожний відвідувач має змогу більш детально розглянути предмети вжитку та знаряддя праці. Подекуди навіть найактивніші знавці української етнографії черпають для себе в музеї щось нове, відкривають по-новому знайомий експонат, адже до нього можна доторкнутись, роздивитись з усіх боків або ж з задоволенням слухати мелодійну розповідь екскурсовода. Під час екскурсії турист має змогу почути про ідею та історію створення етнографічного комплексу «Українське село», про цікаві експедиції по селах різних регіонів України, про те, як той чи інший експонат старенька бабця діставала зі свого горища, про різноманітні історії, які довелось почути нашим експедиторам від мешканців українських сіл. Особливе враження складає на учасників екскурсії та й на самих екскурсоводів, коли хтось з відвідувачів, сідаючи на лаву або торкаючись колиски, розпочинає свої розповіді про батьківський або бабусин дім, ніби такий самий як у музеї, з такою ж піччю, біля якої поралась мати або ж такою ж коморою. А також і нас трохи навчити, бо такі емоційні спогади простих людей несуть справжню автентіку: назви предметів, притаманний регіональний говір, рецепти страв, традиції, дотепні сільські вислови та цікаві історії.

Музей «Українське село» знаходиться на невеликій території гарного лісового парку і складається з 6-ти автентичних хат, бережно перевезених з різних регіонів України: Гуцульщини, Півдня, Поділля, Полісся, Середньої Наддніпрянщини та Слобожанщини. Навколо хат розташовані господарські споруди, майстерні та тваринники зі свійськими тваринами. Компактне розміщення музейних споруд дає можливість з задоволенням оглянути весь музей за невеликий проміжок часу.

Під час відвідування музею ви зможете побачити наступне:

- діючий православний дерев'яний храм в честь святого великомученика Димитрія Солунського з пишним барокальним убранством – різьбленим іконостасом, писаними іконами і рушниками. В храмі вам розкажуть про його заснування, архітектуру і головні внутрішні елементи. Також, ви матимете можливість помолитися, поставити свічку та написати записку на молитву.

- шість стародавніх автентичних хат з різних регіонів України: Гуцульщини, Півдня, Поділля, Полісся, Середньої Наддніпрянщини та Слобожанщини;

- майстерні з народних ремесел - зайдете до гончарні, кузні, пекарні, олійниці, кобзарського цеху (у вихідні дні тут працюють майстри, тож якщо пощастить, то побачите процес творіння чогось цікавого на власні очі);

- міні-зоопарк зі свійськими тваринками та птахами: свинки, овечки, кролики, нутрії, різноманітні кури, качки та лебеді, пави, фазани, цесарки, індики та голуби, тощо;

- відвідаєте сувенірну крамницю, де матимете можливість придбати унікальні народні вироби і сувеніри, що виготовляються майстрами «Українського села» та кращими митцями з усієї України.

З метою поглиблення інтересу аудиторії музею до українських традицій, уявлень, особливостей духовної та матеріальної культури, щоб збагатити ваші знання українську культуру, розкрити більш ширше тему з етнографії або історії рідного краю для школярів, здивувати друзів та колег на корпоративному етнозаході вам допоможуть народознавчі зустрічі у форматі цікавих лекцій, розважальної програми, традиційного свята, навчального тренінгу, які проводять фахівці своєї справи етнографи та фольклористи, реставратори традиційного українського вбрання, обрядів та подій. Учасники зможуть отримати нові практичні та теоретичні знання, знайти відповіді на свої запитання з фольклору та етнографії, оцінити що ми зберегли, а що змінилось у ХХ столітті та просто цікаво провести час.

Тематика народознавчих зустрічей може бути підібрана та опрацьована за бажанням та потребами клієнта:

- народний календар та свята,
- традиції та обряди,
- різноманітні теми: весілля, дитяча етно-педагогіка, народні ремесла, тощо,
- чоловічі та жіночі посиденьки.

В етнографічному комплексі «Українське село» можна провести яскравий, незабутній і колоритний квест в стилі «етно». Квест – це динамічна командна взаємодія, захоплююча гра для дорослих, що передбачає спільне досягнення мети, командний успіх та відчуття перемоги.

Етноквест – це квест з українським колоритом. Окрім того, що це весело, квест передбачає можливість налагодити стосунки, дізнатися більше один про одного, побачити сильні сторони своїх колег та згуртуватися як команда. Корпоративний квест – це захоплююча, динамічна гра, та вирішення усією командою інтелектуальних, творчих, пошукових та фізичних завдань різної складності.

Тривалість: від 1,5 до 4 годин (тривалість квесту залежить від кількості завдань, що виконують учасники та може бути збільшена чи зменшена, залежно від потреб групи).

Кількість учасників: від 10 до 80 осіб (одночасно у квесті може брати участь до 6 груп по 10-15 осіб)

Учасники об'єднуються в команди, кожна обирає собі отамана за стародавнім козацьким звичаєм та має дружно виконати цілий ряд завдань, та здобути в результаті оберіг, який завжди захищатиме компанію від усіх лих, криз та нещасть. Оберіг має чарівну силу, але здобути його не так просто. Для цього, рухаючись від станції до станції, команди мають справитися з різними завданнями та долати перешкоди, які так часто трапляються на чумацькому шляху!

А ще команда має спільно приготувати собі смачний чумацький обід чи вечерю: запашний та наваристий куліш на багатті. І справитися з цим завданням буде не так просто, оскільки варити його будуть усі по черзі.

Варіанти завдань (наведено тільки окремі завдання, повний перелік уточнюється у комерційній пропозиції):

Творчі:

«Ліпимо та куємо» - Одна частина команда працює в гончарні, друга – в кузні. Працюють під наглядом майстрів, кожен обов'язково бере участь в процесі створення шедеврів. А що саме за шедеври мають виготовити учасники – про це вони взнають від майстрів.

Фізичні:

«Чоботом у ціль» - Змагання не лише для міцних і сильних чоловіків, але і для влучних жінок. Командам треба якнайдалі пожбурнути важкий чобіт! А ще й потрапити ним у ціль.

Етнографічні:

«Хатня справа» - Команда отримає 12 різних господарчих інструментів та предметів побуту з колекції етнографічного музею. Необхідно швидко сказати як називається кожний предмет і для чого він служив та довести його призначення.

Пошукові:

«Плутанина» - Команда отримує перелік з різними запитаннями знайти відповіді на які можна тільки завдяки неабиякому комунікативному таланту!

Важливо зазначити, що всі завдання об'єднані єдиним сюжетом та проходять у різних місцях етнографічного комплексу. На усіх станціях передбачене освітлення, усі станції захищені від дощу, тому квест можна проводити як рано вранці так і до пізньої ночі а також за будь-якої погоди. Кожні 20 хвилин відбувається зміна подій і це тримає драйв та дозволяє взнати багато нового навіть найскептичнішим учасникам!

Такого роду ігри будуть цікаві як нашим туристам так і туристам які не знайомі з українським колоритом і тільки дізнаються про нашу багату історію.

Етнографічний комплекс "Українське село" дає унікальну можливість усім хто бажає приєднатися до української культури через навчання багатьом українським ремеслам. В багатьох музеях відвідувачам надається можливість лише споглядати на витвори мистецтва та на побутові речі своїх пращурів, а ми даємо вам можливість самим зробити те ж саме, що робили колись наші діди-прадіди. Після того, як зі шматочка глини у ваших руках народжується справжній глиняний посуд; шматок металу стає цвяхом або підковою; солома стає прикрасою, а звичайні обдирки старого одягу перетворюються на вишукану ляльку-мотанку – ви зовсім по-інакшому почнете сприймати культуру і побут своїх предків, адже ви самі зробили те, що вже стало шедевром рідної культури.

Досвідчені майстри народних промислів і ремесел, проводячи майстер-клас, навчать будь-кого і будь-якого віку, хто, лише, має бажання.

Туристам також пропонується прийняти участь і навчитися наступним майстер-класам з українських ремесел, що проходять в "Українському селі":

- Ангели з тканини;
- Валяння з вовни;
- Вареники;
- Випікання з тіста;
- Витинанка;
- Вовняна акварель;
- Гончарство;
- Дерев'яна іграшка;
- Картини з круп;
- Квілінг;
- Ковальство;
- Ліплення свистунців;

- Лялька-мотанка;
- Малярство на склі;
- Народний оберіг;
- Петриківський розпис;
- Писанкарство;
- Прикраси з біжутерії;
- Прикраси з кераміки;
- Різьба по дереву;
- Розпис дзвоників;
- Самогоноваріння;
- Свічникарство;
- Соломкоплетіння;
- Солоне тісто;
- Чумацький куліш;
- Яворівський розпис;

У вартість туру входить:

- Переїзд по маршруту;
- Екскурсійний супровід ;
- Екскурсія в музеї Українське село;
- страховка;
- обід;
- проведення мастер класу Писанкарство

Вартість туру 600 грн з однієї особи. В середньому в групі 12 людей.

В місяць проведено 10 турів отже 132 000 грн обороту на 22 робочих дні.

3.2. Механізми впровадження проекту

Інвестиційні витрати які необхідні для створення проекту зображені у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Інвестиційні витрати за проектом «Український колорит»

Статті	Сума, грн
Покупка транспорту для перевезення туристів	550 000
Відкриття та реклама сайту	10 000
Відкриття та реклама сторінки Instagram	5000
Закупівля форми та аксесуарів для гідів	1000
Оренда приміщення для офісу	15 000
Реєстрація СПД ФО-П платником єдиного податку 1-ї; 2-ї; або 3-ї групи.	400
Реєстрація книги обліку доходів платника єдиного податку в податковій інспекції	200
Виготовлення печатки	350
Отримання свідоцтва платника ПДВ	600
Покупка касового апарата	1500
Реєстрація касового апарата (нового)	900
Разом	584950

Поточні витрати за місяць зображені у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Поточні місячні витрати за проектом

Статті	Сума, грн
Оренда приміщення	20 000
Заробітна плата водія	12 000
Заробітна плата гіда	15000

Податок за ФОП і робітників	5000
Витрати на паливо в місяць	8500
Разом	60 500

Доходи за місяць зображені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Місячні доходи за проектом

Статті	Сума, грн
Дохід з реклами на сайті	4000
Дохід з реклами в Instagram	7000
Дохід з продажу сувенірної продукції	20 000
Товарооборот	72 000
Разом	103 000

Прибуток розрахуємо за формулою:

$$\text{Прибуток} = \text{Доходи} - \text{Витрати}, \quad (3.1)$$

Прибуток складає:

$$\text{Прибуток} = 103\,000 - 60\,500 = 42\,500 \text{ (грн).}$$

Період окупності проекту розрахуємо за формулою:

$$\text{ПО} = \text{Інвестиційні витрати за проектом} / \text{Прибуток місячний} \quad (3.2)$$

Період окупності проекту складає:

$$\text{ПО} = 584\,950 / 42\,500 = 13,7 \text{ (міс.)}$$

Отже, період окупності проекту складає 13,7 місяців.

3.3. Ефективність проекту

Даний проект можна назвати ефективним тому що, проект почне приносити чистий прибуток вже за тринадцять місяців. Також проект добре підходить і є цікавим як українцям так і іноземним туристам. Інформація якою володіє гід є цікава і актуальна.

Головною метою створення продукту є розвиток та культурно-пізнавального туризму та просування нашого продукту на міжнародному ринку. Також був зроблений акцент на тому щоб українцям продукт був не менш цікавий ніж іноземцям. Даний продукт створений для того щоб кожна людина, якій не байдуже, якого вона роду і де вона живе, на власні очі пізнала велич і красу Української землі та її народу.

Отже, можна зробити висновок що продукт є актуальним, цікавим і прибутковим. Він підходить як іноземним туристам так і українцям. Даний продукт буде розвивати та покращувати стан культурно-пізнавального туризму.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами виконаної роботи можна зробити наступні висновки:

1. Туристичний бізнес є глибоким соціальним та політичним явищем, що значно впливає на економіку країн і цілих регіонів.
2. Вибір теми обумовлений необхідністю вивчення культурно-пізнавального туризму регіону. Зокрема, вивчення його стану, недоліків та

перспектив. Київська область має всі передумови для розвитку цього виду туризму: сприятливе економічне географічне положення, наявність великої матеріально-технічної бази, велика кількість туристичних маршрутів, історико-культурних об'єктів.

3. Через низку негативних факторів цей вид туризму в Київській області зменшується. Тому ця тема має велике значення для подальшого розвитку туризму не лише в регіоні, а й у всій країні.

4. В інноваційній діяльності туристичний бізнес опирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей і створенню нових напрямів туризму слід тільки після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і теперішнього.

5. Світові тенденції розвитку туризму свідчать про зростання його ролі як на локальних рівнях, так і світовому.

6. Дослідивши динаміку процесів у туристичних потоках протягом 2010-2017 років, можна спостерігати позитивну тенденцію зростання міжнародних туристичних потоків в 2017 році. Поділ туристичних потоків за географічним принципом дозволяє відслідкувати динаміку даного процесу у 2017-2018.

7. На даному етапі розвитку культурно-пізнавального туризму в Київській області потрібне фінансування. Для цього потрібно визначити основних стейкхолдерів.

8. У випускній кваліфікаційній роботі представлений інноваційний туристичний продукт «Український колорит», представлений для міжнародного ринку культурно-пізнавального туризму. Суть проекту – продемонструвати туристам красоти Києва та Київської області, ознайомити з історією Києва, ознайомити з колоритом та традиціями українців.

9. Туристи ознайомляться зі стародавнім українським побутом, зможуть зайти в справжню кузню, винокурню, хлібопекарню, шоу для зберігання сіна та гончарню, а також відвідають аутентичні інтер'єри

стародавніх хат з 6 регіонів України: Полісся, Подолу, Гуцульщини, Слобожанщини, Придніпрянщини і Півдня.

10. Головною метою створення продукту є розвиток культурно-пізнавального туризму та просування продукту на міжнародному ринку. Також був зроблений акцент на тому щоб українцям продукт був не менш цікавий, ніж іноземцям. Даний продукт створений для того щоб кожна людина, якій не байдуже, якого вона роду і де вона живе, на власні очі пізнала велич і красу української землі та її народу.

11. Прибуток на місяць від реалізації продукту та додаткових послуг становить 42 500 грн.

12. Період окупності проекту становить 13,7 місяців.

13. Продукт є актуальним, цікавим і прибутковим. Він підходить як іноземним туристам, так і українцям. Даний продукт буде розвивати та покращувати стан культурно-пізнавального туризму міста Києва та Київської області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 05.09.95 р. // Відомості Верховної Ради. – 1995. - № 31.
2. Рішення про затвердження Міської цільової програми розвитку туризму в місті Києві на 2016-2018 роки - Київська міська рада I сесія VIII скликання [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/>
3. Болховітінов Е. Вибрані праці з історії Києва / Е. Болховітінов. – М.: Центр навчальної літератури, 2019. – 486 с.

4. Козловський Е. Правове регулювання туристичної діяльності / Е. Козловський. – М.: Центр навчальної літератури, 2015. – 272 с.
5. Кудла Н. Управління якістю в туризмі / Н. Кудла. – М.: Центр навчальної літератури, 2015. – 328.
6. Мельниченко О.А., Величко Л.Ю. Сучасні концепції державного регулювання розвитку індустрії туризму // Державне будівництво. - 2015
7. Петранівський В.Л. Туристичне краєзнавство / В. Петранівський. – М.: Знання, 2008. – 575 с.
8. Тичина А. Україна. Центр. Південь: путівник / А. Тичина. – М.: Фоліо Харків, 2015. – 252 с.
9. Шевченко А. Прогнозування розвитку рекреації в Україні: соціально-економічний еквілібріум / А. Шевченко. – М.: Університетська книга, 2017. – 336 с.
10. Стадницький Ю.І. Просторова економіка: навчальний посібник / Ю.І.Стадницький, І.В.Бакушевич, Ю.Ю.Стадницька. -Тернопіль: ТІСІТ, 2011.-400 с
11. Івченко А.С. Вся Україна. – М.: Картографія, 2015. – 656 с.
12. Міжнародний туризм зберігає темпи зростання, незважаючи на виклики [Електронний ресурс]. - Режим доступу: - <http://www.world-tourism.org>. - 2011.
13. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <http://www.pvu.org.ua>. - 2011.
14. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.tourism.org.ua>. - 2011.
- 15.Український туристичний портал, - Режим доступу: <http://www.turkraina.info.news>.
16. Сайт інформаційного центру Україна-2012 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.Ukraine2012.gov.ua>. -2011.
17. Офіційний сайт Головного управління статистики у Київській області [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua>.

ДОДАТКИ

Додаток А