

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Кафедра туризму та рекреації**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**Просування туристичного продукту Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок**

Студента 2 курсу, 11 групи,  
освітнього ступеня «магістр»,  
спеціальності 242 «Туризм»,  
спеціалізації «Міжнародний  
туристичний бізнес»

\_\_\_\_\_ *підпис студента*

Олійник Дмитро  
Іванович

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ *підпис керівника*

Жученко Валентина  
Григорівна

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор

\_\_\_\_\_ *підпис керівника*

Ткаченко Тетяна  
Іванівна

**Київ 2020**

**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

\_\_\_\_\_ Г. І. Ткаченко

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ р.

**Завдання**

**на випускню кваліфікаційну роботу студентіві**

Олійнику Дмитру Івановичу

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:**

«Просування туристичного продукту Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок»

Затверджена наказом КНТЕУ від «13» грудня 2019 р. № 4303.

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** 20.11.2020 р.

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

*Мета роботи:* дослідити тенденції розвитку культурно-пізнавальної сфери туризму та розробити стратегію просування культурно-пізнавального туру на міжнародний ринок

*Об'єкт дослідження:* процес просування туристичного маршруту на міжнародний ринок

*Предмет дослідження:* теоретичні, методичні та практичні аспекти розроблення стратегії просування туристичного маршруту на міжнародний ринок

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Жученко В.Г.		
2	Жученко В.Г.		
3	Жученко В.Г.		

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

Вступ

Розділ 1. Теоретичні засади формування туристичного продукту в Україні

1.1. Сутність та передумови розвитку туристичного продукту

1.2. Досвід просування туристичного продукту у сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок

Висновки до розділу 1

Розділ 2. Обґрунтування стратегії просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму

2.1. Аналіз стану культурно-пізнавального потенціалу Київської області

2.2. Дослідження ринку туристичних послуг Київської області

2.3. Стейкхолдери стратегії просування туристичного маршруту

Висновки до розділу 2

Розділ 3. Стратегія просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму

3.1. Концепція стратегії просування туристичного маршруту

3.2. Ефективність стратегії просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму

Висновки до розділу 3

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

**6. 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	01.09.2019-04.11.2019	
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	05.11.2019-05.12.2019	
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	06.12.2019 - 22.05.2020	
4.	Написання та оформлення наукової статті	до 22.05.2020	
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	23.05.2020-15.09.2020	
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	16.09.2020-01.11.2020	
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	02.11.2020-08.11.2020	
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2020-19.11.2020	
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 20.11.2020	
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

**7. Дата видачі завдання** «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи**  
Жученко В.Г.

(прізвище, ініціали, підпис)

**9. Гарант освітньої програми**  
Ткаченко Т. І.

(прізвище, ініціали, підпис)

**10. Завдання прийняв до виконання студент**  
Олійник Д.І.

(прізвище, ініціали, підпис)



## ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Теоретичні засади формування туристичного продукту в Україні ...	9
1.1. Сутність та передумови розвитку туристичного продукту.....	9
1.2. Досвід просування туристичного продукту у сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок .....	16
Висновки до розділу 1.....	22
Розділ 2. Обґрунтування стратегії просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму .....	24
2.1. Аналіз стану культурно-пізнавального потенціалу Київської області .	24
2.2. Дослідження ринку туристичних послуг Київської області .....	28
2.3. Стейкхолдери стратегії просування туристичного маршруту .....	33
Висновки до розділу 2.....	39
Розділ 3. Стратегія просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму .....	41
3.1. Концепція стратегії просування туристичного маршруту .....	41
3.2. Ефективність стратегії просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму.....	48
Висновки до розділу 3.....	54
Висновки та пропозиції .....	56
Список використаних джерел.....	61
Додатки.....	67

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Однією з передумов розбудови туристичної галузі України є просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних туристичних регіонів і продуктів, формування стратегії просування туристичних продуктів регіонів, її реалізації на міжнародних ринках і забезпечення постійного моніторингу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств.

Туризм має надзвичайно важливе значення для економіки держави, оскільки при правильній організації, формує значну частину надходжень в бюджет. Основу туризму становить туристичний потенціал території. Важливе значення для розвитку туристичного потенціалу мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Внаслідок цих обставин вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватись на розробці стратегії сталого розвитку туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по окремих регіонах.

Для подальшого розвитку та вдосконалення стану управління туристичним потенціалом на регіональному рівні активно використовують здобутки стратегічного планування та стратегічного управління. Розробка довгострокової стратегії розвитку туристичного потенціалу на сучасному етапі є запорукою ефективного функціонування туристичного сектора будь-якого регіону, району або міста. Тому стратегічному плануванню в туризмі на сьогоднішній день приділяється все більше уваги.

*Мета дипломної роботи* – дослідити тенденції розвитку культурно-пізнавальної сфери туризму та розробити стратегію просування культурно-пізнавального туру на міжнародний ринок.

Виходячи з поставленої мети, сформульовано *ряд завдань дослідження:*

- Розглянути сутність та передумови розвитку туристичного продукту;
- Дослідити досвід просування туристичного продукту у сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок;
- Проаналізувати стан культурно-пізнавального потенціалу Київської області;
- Дослідити ринок туристичних послуг Київської області;
- Визначити стейкхолдери стратегії просування туристичного маршруту;
- Розробити концепцію стратегії просування туристичного маршруту;
- Проаналізувати ефективність стратегії просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму.

*Об'єктом дослідження* дипломної роботи є процес просування культурно-пізнавального туру на міжнародний ринок.

*Предмет дослідження* дипломної роботи – теоретичні, методичні та практичні аспекти розроблення стратегії просування туристичного маршруту на міжнародний ринок.

*Теоретичну базу дослідження* становлять наукові праці та методичні розробки провідних вітчизняних і зарубіжних учених, які досліджують питання сучасного стану туристичної сфери, а також технологію та організацію просування туристичного продукту на ринку послуг, матеріали періодичних видань, законодавство України.

*Структура дослідження.* Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, які розділено на підрозділи і висновки до них, загальних висновків та пропозицій, списку використаних джерел, та додатків. Загальний обсяг роботи включає 85 сторінок, 13 таблиць, 5 рисунків, 5 додатків. Список літератури – 64 джерела.

*Апробація.* За результатами дослідження опубліковано наукову статтю на тему «Просування туристичного продукту Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок» у збірнику наукових робіт студентів КНТЕУ (Додаток А).



## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В УКРАЇНІ

### 1.1. Сутність та передумови розвитку туристичного продукту

Туристичний продукт являє собою сукупність речових (предметів споживання) та не речових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі.

Тур – це первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут та конкретний термін.

Закон України «Про туризм» дає наступне визначення: «Тур – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)» [3].

Складовими туру є туристичний пакет та комплекс послуг на маршруті, які клієнт просить включити в обов'язкову програму і сплачує за них заздалегідь.

Розрізняють два основних види туру:

- пекидж-тур – комплексна туристична послуга, яка містить в собі розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, транспортні, побутові, спортивно-оздоровчі та інші послуги.

- інклюзив-тур – окремі туристичні послуги: харчування, розміщення, транспорт, екскурсійне обслуговування (на вибір) [24].

На практиці більшою популярністю користується інклюзивний тур, коли турист замовляє мінімальний набір основних послуг, купуючи додаткові послуги при необхідності.

Додаткові туристично-екскурсійні послуги - це послуги, не передбачені ваучером чи путівкою і доводяться до споживача в режимі його вільного вибору.

Додаткові послуги не входять в основну вартість путівки. До них належать прокат, побутове обслуговування, додаткове харчування, стоянка для автомобіля, зберігання речей, розваги, придбання квитків, користування міні-баром і т.п.

Виробництво туристичного продукту – це процес перетворення ресурсів на туристичний продукт, який відбувається на різних господарюючих суб'єктах: від натурального селянського господарства до сучасного підприємства [22].

Як правило туристичний продукт у вигляді туру формується на основі регіонального туристичного продукту, тобто певних особливостей якими володіє туристичний регіон. Регіональний туризм має свою історію виникнення, стадії розвитку, структуру, внутрішню організацію, спеціалізацію на певних видах туризму та відпочинку, свої переваги та недоліки. У загальновизнаному сприйнятті поняття «регіон» визначають як частину країни, яка відрізняється від інших її територій сукупністю природних та/або історичних, відносно стійких економіко-географічних та інших особливостей, які часто поєднуються з особливостями національного складу населення.

Як правило, регіони виокремлюють за ознакою внутрішньої подібності відносно деяких властивостей, тобто за однорідністю, або відмінності від навколишніх територій. Як основні критерії виокремлення туристичних регіонів використовують:

- туристичні пам'ятки території (здебільшого природні, а також антропогенні);
- характер туристичної інфраструктури;
- туристичний рух (розглядається також як підтвердження коректності виокремлення регіону і як міра його значимості і привабливості) [35].

На сучасному етапі, два перших критерії значно втратили своє значення. Сучасний туризм уже не так тісно пов'язаний зі своєю матеріальною базою (інфраструктурою) і може розвиватися на територіях, які не мають спеціального оснащення. Однак дедалі слабшають зв'язки з природним довкіллям. Для туриста більш важливими виявляються культурні пам'ятки,

додані людиною до природних цінностей (історична спадщина, пам'ятки архітектури, парки розваг тощо).

Туристичний продукт-місце є найважливішою частиною територіального туристичного продукту і відіграє роль своєрідної візитної картки місцевості, стає її фірмовим продуктом. Ідентифікувати його можна за допомогою спеціально організованої рекламної кампанії, важливими елементами якої є назва, логотип, рекламний слоган тощо [27].

Спеціалісти вирізняють два види регіонів.

А. Регіон, у якому явно домінує один туристичний продукт, котрий найчастіше визначається природними пам'ятками (наприклад, морське узбережжя – рекреаційний туризм). Відповідно, це гомогенний регіон, який повсюдно ототожнюється з виразним, найбільш напрацьованим продуктом (наприклад, Карибське море – прогулянки на яхтах і відпочинок на екзотичних островах).

Б. У межах одного регіону є декілька однаково значимих туристичних продуктів (наприклад, чорноморське узбережжя Криму має різноманітні можливості для рекреаційного, культурного або спеціалізованого туризму). Це гетерогенний регіон, різноманітність якого зумовлюється наявністю декількох продуктів. У цій категорії можна додатково виокремити два підтипи [25].

Туристичний продукт-місце пов'язаний з певною територією, а його просторовий характер вважається однією з найважливіших властивостей. Тому досить ґрунтовною вважається декомпозиція продуктів за критерієм розмірності, точніше – сфери територіального охоплення.

На найнижчому рівні такої ієрархічної структури перебуває локальний туристичний продукт-місце, який охоплює окрему місцевість – округ, групу округів, район, ландшафтний парк або інший невеликий географічний простір.

Другий рівень ієрархії займає регіональний туристичний продукт-місце у поширюється він на значно більшу територію. Як і у попередньому випадку, на цьому рівні можуть бути представлені різні просторові структури, які мають природний або штучно створений характер.

На найвищому рівні представлений національний туристичний продукт-місце (або декілька таких продуктів), охоплення якого збігається з територією, яка обмежена державними кордонами [23].

Представлену ієрархічну структуру туристичного продукту-місця можна порівняти з ієрархією туристичних регіонів, яку пропонують різні наукові джерела (табл. 1.1).

*Таблиця 1.1*

### **Ієрархія туристичних продуктів-місць і туристичних регіонів [19]**

Туристичний регіон	Туристичний продукт-місце
Мікрорегіон (район)	Локальний
Регіон	Регіональний
Мезорегіон	Національний
Макрорегіон	Субконтинентальний. Континентальний

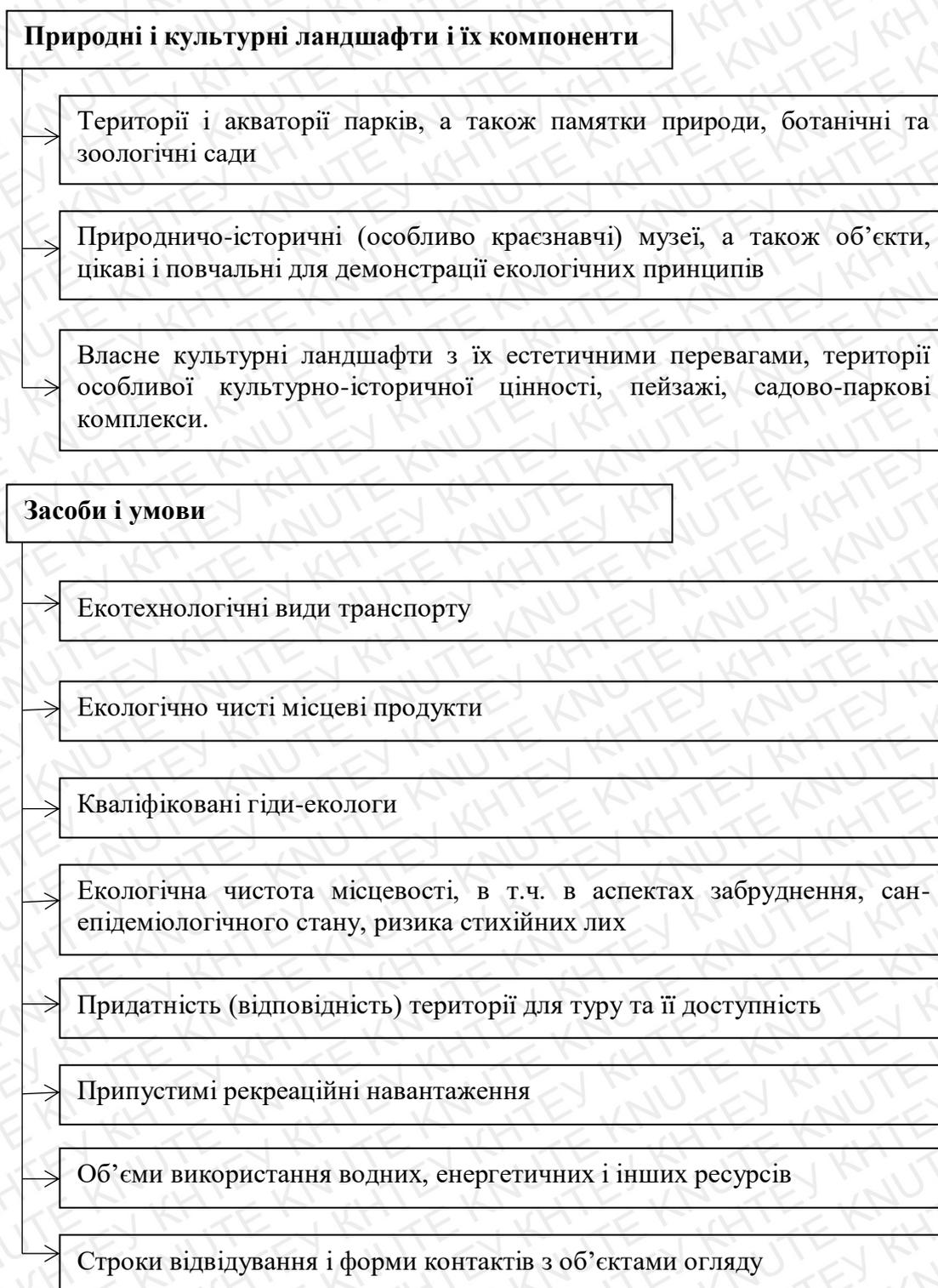
Туристичні ресурси за своєю природою зазвичай розподіляють на рекреаційні (природні) ресурси, об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, та об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни.

Під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні [19].

Як відомо, будь-яка територія має певним набір туристичних ресурсів і може обирати способи і варіанти їх використання. Дослідник А.В. Дроздов пропонує в складі сукупного туристичного потенціалу виділяти дві основні групи:

- 1) природні і культурні ландшафти та їх компоненти;
- 2) засоби і умови здійснення турів (програм, екскурсій) [24].

На рис 1.1. представлено приблизний перелік найважливіших компонентів туристичного потенціалу, сукупність яких необхідно охарактеризувати з метою його виявлення і оцінки.



*Рис. 1.1. Компоненти туристично-рекреаційного потенціалу (по А.В. Дроздову) [24]*

Розглядаючи склад потенціалів регіону, що входять до його сукупного туристичний потенціал, необхідно виділити серед них ключові. До ключових відносяться ті з них, формування і розвиток яких здатне забезпечити стійке функціонування і розвиток туризму в регіоні [23].

У структурному плані туристичний потенціал регіону доцільно представити як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих потенціалів: природно-ресурсного, історико-культурного, економічного і соціального (рис. 1.2).

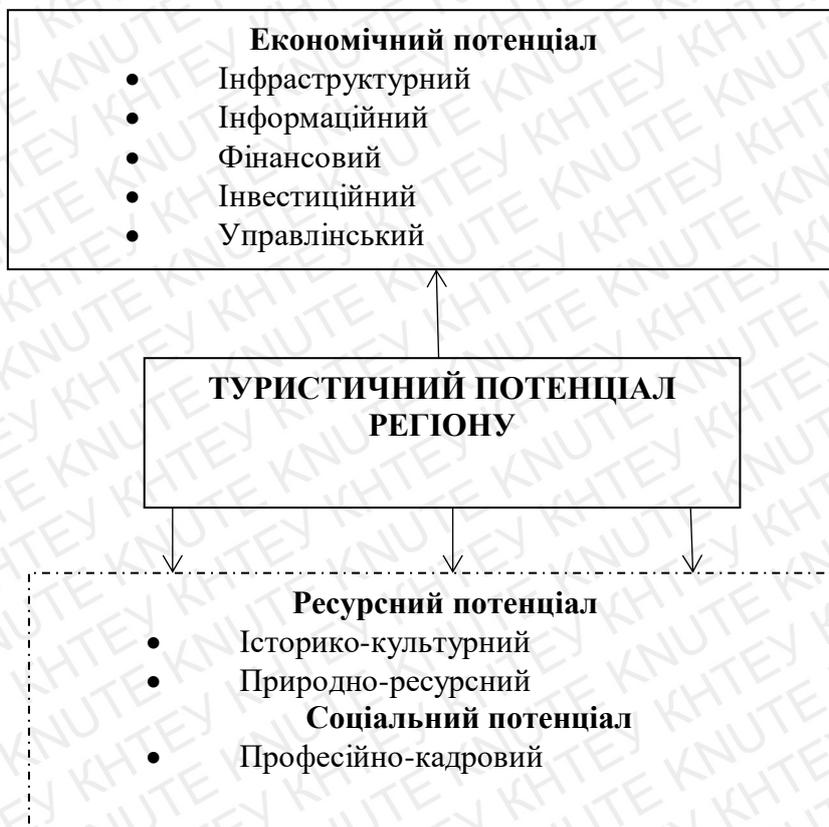


Рис 1.2. Елементний склад туристичного потенціалу регіону [19]

Отже, в зв'язку з тим, що туристський потенціал регіону є системою, можна стверджувати наступне:

1. Туристичний потенціал регіону можна розглядати як сукупність відносно автономних елементів (потенціалів) з набором притаманних їм властивостей, які утворюють один з одним нескінченний ланцюг взаємозв'язків і взаємозалежностей всередині системи.

2. Кожен потенціал в складі туристичного потенціалу повинен бути об'єктом управління з боку людини.

3. Керуючий вплив з боку суб'єкта управління перетворює відповідно заданим цілям не тільки певний потенціал (або потенціали), а й туристський потенціал в цілому.

4. Потенціали в рамках туристичного потенціалу регіону та, відповідно, туристичний потенціал в цілому, функціонують і розвиваються не тільки за притаманними їм об'єктивним законам, а і за програмними установками суспільства. Важливо, щоб між ними не було нерозв'язних протиріч.

5. Туристичному потенціалу регіону властива ієрархічність. Яке б місце в ієрархії не займав потенціал, без нього неможливим є планомірний розвиток туризму в регіоні. Властивість системності туризму якраз і полягає в тому, що зникнення або погіршення якості будь-якого з його потенціалів може привести до серйозної зміни якості самої туристської системи.

6. Всі потенціали в рамках туристичного потенціалу регіону здатні до декомпозиції і синтезу, до трансформації і інверсії. Так, інформаційний потенціал накопичується і синтезується в результаті людської діяльності. Корисна інформація з необхідною і достатньою кількістю (наприклад, реклама турів) може інвертуватися в надлишкову і марну, яка буде нести в собі певний потенціал загрози (відомо, що надлишок інформації негативно діє на психіку людини).

7. Потенціали в рамках сукупного туристичного потенціалу регіону пов'язані між собою, тобто розвиток одного потенціалу стимулює розвиток інших.

8. Туристичний потенціал регіону та його складові елементи, будучи системним утворенням, мають як природну сутність, так і штучну (антропогенну) природу. Значення співвідношення природного та антропогенного чинників в кожному з потенціалів різні, що, мабуть, і визначає необхідність розробки відповідних механізмів управління ними. Формування та використання антропогенних потенціалів не повинно порушувати природних, об'єктивно існуючих і діючих законів.

9. Кожен потенціал в рамках туристичного потенціалу регіону спочатку містить в собі передумови до розвитку певних видів туристської діяльності.

Отже, принциповим моментом в дослідженні складу сукупного туристичного потенціалу регіону є розгляд його як системи, у складі якої з

позиції системного підходу об'єкт туризму (турист) формує туристичний потенціал потреб, має суб'єктивну і мінливу природу, а суб'єкти туризму є основою формування сукупного туристичного потенціалу можливостей, які мають об'єктивну природу. У структурному плані сукупний потенціал регіону являє сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих потенціалів: природно-ресурсного, історико-культурного, економічного і соціального.

## **1.2. Досвід просування туристичного продукту у сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок**

У першому десятилітті XXI сторіччя завдяки стрімким темпам росту туризм як галузь, незважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів і загострення політичних конфліктів, за економічною ефективністю вийшов на перше місце у світі. Туризм є не лише могутнім інструментом економічного розвитку, а й може бути дієвим фактором створення іміджу певної території, пропаганди її історії та здобутків сьогодення. Однією з передумов розбудови туристичної галузі будь-якої країни є просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних для потреб туризму регіонів і продуктів, формування стратегії їх просування, її реалізації на міжнародних ринках і забезпечення постійного моніторингу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств [7].

Розбудова туристичної галузі заснована важливим чином на інтеграції у світову туристичну індустрію, один з ключових напрямів структурної перебудови економіки. Пріоритетність розвитку в'їзного туризму позитивно позначається на підвищенні якості життя населення, створенні додаткових робочих місць, поповненні валютних запасів держави, підвищенні її авторитету на міжнародній арені. Актуальним завданням у сфері розбудови туристичної галузі, в сучасних умовах є формування програми просування регіональних туристичних продуктів різних напрямів на міжнародні ринки (рис. 1.3).





*Рис. 1.3. Структурно-логічна схема реалізації програми просування туристичного продукту на міжнародний ринок [10]*

У процесі розробки програми просування туристичного регіонального продукту слід здійснювати діагностику зовнішнього середовища функціонування туристичної галузі, що дозволяє виявити фактори, які позитивно або негативно впливають на перспективи регіонального туристичного продукту на міжнародних ринках.

У групі міжнародних факторів виділяють зростання обсягів зовнішньої торгівлі, яке супроводжується збільшенням кількості взаємозв'язків між підприємствами різних країн, що призводить до зростання як в'їзних, так і виїзних туристичних потоків з діловою метою, що у свою чергу підвищує потенційний попит іноземних громадян на туристичні послуги туристичних підприємств. На перспективи розвитку регіонального туристичного продукту на світовому ринку позитивно впливає зростаючий обсяг міжнародного туристичного ринку [10].

При визначенні найперспективніших для розвитку туристичних напрямків слід враховувати сучасні тенденції у зміні видової структури світового туристичного ринку. Зокрема, ВТО прогнозує п'ять найперспективніших напрямків розвитку туризму у ХХІ ст., які мають перспективи динамічного розвитку із збільшенням частки в загальному обсязі всіх здійснюваних міжнародних поїздок і найбільш сприяють задоволенню індивідуальних культурних і пізнавальних потреб туристів: круїзи, екологічний, пригодницький, культурно пізнавальний і тематичний туризм. Оцінку привабливості туристичних регіонів проводять за основними факторами:

- загальний імідж регіону;
- природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення;
- соціальна стабільність та безпека;
- транспортна доступність;
- економічна привабливість;
- духовна привабливість центрів релігійного паломництва;
- привабливість пам'яток історії;
- культурно-освітня привабливість [13].

Наступним кроком у процесі формування програми просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок, у відповідності з запропонованою вище структурно-логічною схемою, є визначення тих туристичних регіонів та їх продуктів, які мають значний потенціал і можуть користуватись попитом на світовому ринку.

Для оцінки сильних та слабких сторін, загроз та можливостей туристичних регіонів використовують методику SWOT-аналізу.

Третій крок у процесі формування стратегії просування – це визначення основних конкурентів регіональних туристичних продуктів (туристичних регіонів) на світовому ринку та оцінка їх сильних і слабких сторін у конкуренції (з точки зору ряду параметрів — рекреаційного та історико-культурного потенціалу, ступеня розвитку туристичної інфраструктури, інвестиційної привабливості для потенційних інвесторів, рекламно-інформаційної активності, екологічної і криміногенної ситуації та ін.). Варто сказати, що поліпшення конкурентних позицій туристичних регіонів на світовому ринку неможливе без створення нового рекреаційного продукту в межах підприємств туристичних кластерів, що у сполученні з уже наявним створив би всі умови для найповнішого задоволення різноманітних потреб рекреантів, у т.ч. й іноземних туристів. Нові або поліпшені послуги, позитивно сприйняті клієнтами, забезпечують компанії перевагу перед конкурентами, що дозволяє зменшити інтенсивність цінової конкуренції. Слід зазначити, що поняття «новий рекреаційний продукт» у деяких випадках необхідно розуміти як «недостатньо використовуваний рекреаційний продукт». У межах туристичного регіону можуть мати місце практично всі види рекреаційних занять, однак у силу слабкої інформованості потенційних рекреантів і значної орієнтації цих занять на визначені цільові сегменти, більшість з них могла не одержати належного розвитку [34].

Аналіз досвіду управління туристичними фірмами як поодинці, так і в межах кластерних утворень показує, що компанії, які успішно функціонують у сфері туризму, керуються двома стратегічними методами, застосовуваними як окремо, так і в сполученні:

- 1) розвиток наявного туристичного продукту: компанії, що вибирають даний варіант стратегії найчастіше зберігають майже постійний зростання туристичних продаж і пропозицій;

2) розширення географії поїздок і продажу за рахунок освоєння нових туристичних напрямків і розширення пропозиції в рамках існуючого асортименту. Отже, враховуючи усе наведене, ми можемо відзначити, що основним стратегічним напрямком подальшого розвитку туристичних кластерів є постійне розширення портфеля туристичних послуг, виведення на туристичний ринок «новинок» і розширення та поглиблення асортименту пропонованих туристичних послуг [33].

Заключним кроком у процесі розробки програми просування регіонального туристичного продукту на міжнародний туристичний ринок є реалізація комплексу збутових і комунікативних заходів з метою забезпечення рекламно-інформаційної підтримки виходу його на світовий ринок. Ключова роль у цьому процесі має належати представництвам державних органів за кордоном, які створено відповідно до регіональних програм розвитку туризму [32].

Створення таких структур підвищить економічну ефективність туристичної індустрії, збільшить валютні надходження до державного бюджету. Туристичне представництво за кордоном – це дієва система просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку, проведення реклами туристичних можливостей регіону, розширення зв'язків з туристичними відомствами та підприємствами країни перебування, налагодження прямих контактів туристичних підприємств із зарубіжними партнерами. Нагальність потреби створення туристичної представницької структури зумовлюється й можливістю залучення більшої кількості іноземних туристів до регіону, забезпечення захисту прав та інтересів вітчизняних туристичних підприємств і вітчизняних туристів за кордоном, залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь приймаючої країни.

Слід зазначити, що дуже важливим інструментом щодо просування регіонального туристичного продукту на міжнародний ринок є участь у спеціалізованих міжнародних туристичних виставках. Досвід участі в туристичних виставках показує, що вони – один з найважливіших елементів

системи маркетингу туристичної компанії. При цьому вирішується відразу кілька завдань:

- вивчення ринку, реклами, встановлення особистих контактів з партнерами та клієнтами;
- питання управління асортиментами послуг або його коректування, напрямків підвищення якості пропозиції;
- питання ціноутворення, можливих знижок на ціни, кредитування покупців, взаєморозрахунків;
- пошук нових партнерів по каналах збуту [41].

Просування туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках туристичних послуг неможливе без належного інформаційно-рекламного забезпечення. До основних напрямів розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері слід віднести: інформаційну інфраструктуру, бази даних, сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет, електронний маркетинг, рекламу, автоматизацію діяльності туристичних організацій та управління діяльністю сфери туризму.

Важливим елементом системи управління просуванням туристичного продукту на міжнародний ринок є організація продажу послуг через мережу Інтернет. Відзначимо, що це відносно новий канал продажу туристичних послуг для українських компаній, який відкрився, завдяки активному розвитку та використанню туристичними підприємствами інформаційних технологій.

Світовий досвід показує, що індустрія туризму – один з найбільших споживачів телекомунікаційних технологій, який володіє одним з найвищих рівнів комп'ютерної оснащеності в діловому світі. Частково це впливає з природи інформації, яка використовується в індустрії подорожей. По-перше, ця інформація дуже чутлива до часу, оскільки дуже часто змінюються різні дати – події, розклади і т.п. По-друге, до інформації про туристичні продукти з різних точок земної кулі повинен бути своєчасний доступ. По-третє, туристичний продукт складається з великої кількості складових, які також вимагають

швидкої доставки інформації для координування постачання на достатньому рівні [48].

За оцінками фахівців туристичного бізнесу, найперспективнішим напрямком розвитку туризму є саме його розвиток з використанням можливостей мережі Інтернет. Туризм сьогодні розвивається бурхливими темпами: з року в рік зростає число туристів, розширюють свій бізнес компанії і в умовах конкурентної боротьби залучають нові технології для його розвитку. З поширенням Інтернет-технологій в Україні збільшується кількість туристичних компаній, які мають власні сайти. Туристичні компанії і портали займають високі позиції в рейтингах, на ринку з'являється спеціалізоване програмне забезпечення для туристичних організацій, покликане оптимізувати їхню роботу і розширити їхні можливості.

### **Висновки до розділу 1**

В сучасних умовах завдяки стрімким темпам росту туризм як галузь, незважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів і загострення політичних конфліктів, за економічною ефективністю вийшов на перше місце у світі. Туризм є не лише могутнім інструментом економічного розвитку, а й може бути дієвим фактором створення іміджу певної території, пропаганди її історії та здобутків сьогодення. Однією з передумов розбудови туристичної галузі будь-якої країни є просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних туристичних регіонів і продуктів, формування стратегії просування туристичних продуктів регіонів, її реалізації на міжнародних ринках і забезпечення постійного моніторингу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств.

Туристичний продукт являє собою сукупність речових та не речових споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі. Відтак, тур – це первинна

одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут та конкретний термін.

Як правило туристичний продукт у вигляді туру формується на основі регіонального туристичного продукту, тобто певних особливостей якими володіє туристичний регіон. Регіональний туризм має свою історію виникнення, стадії розвитку, структуру, внутрішню організацію, спеціалізацію на певних видах туризму та відпочинку, свої переваги та недоліки. У загальновизнаному сприйнятті поняття «регіон» визначають як частину країни, яка відрізняється від інших її територій сукупністю природних та/або історичних, відносно стійких економіко-географічних та інших особливостей, які часто поєднуються з особливостями національного складу населення.

## РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ У СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

### 2.1. Аналіз стану культурно-пізнавального потенціалу Київської області

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.

Київська область розташована на півночі України в басейні Середнього Подніпров'я в зоні Полісся і лісостепу. Більша частина області знаходиться на Правобережній Україні. На заході вона межує з Житомирською, на південному заході – з Вінницькою, на сході – з Чернігівською і Полтавською, на півдні – з Черкаською областями України, а на півночі – з Гомельською областю Білорусі [48].

Поверхня більшої частини Київської області – хвилясто-рівнинна, помережана річковими долинами, ярами і балками. На сході області простягається Придніпровська низовина, де переважають піщані та піщано-глинисті поклади. На півдні й південному заході Київської області – Придніпровська височина (абсолютна висота – близько 283 м); в її основі залягають тверді кристалічні породи.

Клімат – помірно-континентальний, м'який, з достатнім зволоженням, середня річна температура становить  $+7,2$  °С. Середня кількість опадів – 500-600 мм за рік. У цілому кліматичні умови сприятливі для відпочинку.

Особливе місце в рекреаційній привабливості належить лісовим та водним об'єктам. Лісами вкрито близько 675 тис. га території області. На північ від Києва ростуть мішані й частково хвойні ліси, у південній частині поширені дуб, граб, ясен та сосна. Найважливіша водна артерія області – Дніпро. У нього впадають притоки: Ірпінь, Тетерів, Стугна, Десна, Трубіж, Прип'ять. Загалом



по території області протікає 177 річок. Значна частина річок області має довжину до 10 км, що обмежує їх використання, але наявність яких підвищує рекреаційне значення території та слугує невід'ємним елементом пейзажу. З рекреаційною метою використовуються водосховища. Привабливими для відпочинку є 55 водосховищ, найбільші з яких – Київське й Канівське та 2383 озера [36].

У складі природних ресурсів Київської області важливе значення мають бальнеологічні ресурси, зокрема мінеральні води, які сприяють розвитку санаторно-курортного відпочинку. Налічується понад 500 джерел мінеральних вод. Цілющі радонові води Миронівки і Білої Церкви знайшли застосування у медицині.

Об'єкти природно-заповідного фонду займають площу 408,2 тис. га [26].

У Київській області нараховується 17 заказників, 35 пам'яток природи, 8 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва і 12 заповідних урочищ.

Отже, природні умови та ресурси Київської області є сприятливими для розвитку рекреаційно-туристичного комплексу. Чинник суспільно-географічного положення Київської області займає серед інших дещо виняткове місце, оскільки положення кожного об'єкта господарського комплексу у просторі обумовлене впливом ряду причин і закономірностей. Суспільно-географічне положення Київської області є досить вигідним. Близькість області до державного кордону з Білоруссю сприяє розвитку культурних зв'язків.

Київська земля явила світові таких визначних державних мужів, як Ярослав Мудрий, Іван Мазепа, Феофан Прокопович, Іван Сошенко, Павло Чубинський, Григорій Косинка, Іван Козловський, Андрій Малишко, Іван Драч, Ліна Костенко, Шолом-Алейхем і багато інших видатних особистостей.

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

занесено до Реєстру нерухомих пам'яток, вісім міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення. Окремим рядком в переліку пам'яток Київщини вписані 24 пам'ятки національного значення, серед яких велика кількість культових споруд XVI-XIX ст., палаців, архітектурних споруд, парків, зокрема, білоцерківська "Олександрія" та багато інших.

Давню історію Київського регіону засвідчують родові поселення мисливців палеоліту (20-15 тис. років тому) на території Києва, Фастова й села Добраничівки. Відомо понад 120 поселень та могильників доби міді (IV – III тис. до н. е.) і бронзи (III – початок I тис. до н. е.), залишених різними групами племен. На території Середнього Подніпров'я, що заселялася скіфами-орачами, виявлено близько 90 городищ, поселень та курганних могильників VIII – VII ст. до н. е. Найбільш значимі з них – Трахтемирівське, Хотівське, Ходосіївське городища.

Територія Київської області є частиною тих земель, де в I тис. н.е. сформувалося ядро великого східнослов'янського етнічного масиву. Біля сіл Зарубинців та Черняхова вперше досліджено могильники, що дали назву ранньослов'янським археологічним культурам – зарубинецькій та черняхівській. Трипілля – одне з найяскравіших культурних явищ в історії первісного суспільства всієї Європи, а досліджені знахідки є найбільшими з археологічних відкриттів XX ст. [9].

Київщина – центр давньоруської княжої держави – Київської Русі. Літописні міста Київ, Вишгород, Чорнобиль, Переяслав, Богуслав свого часу стали визначними центрами могутньої держави, що мала значний політичний, економічний і культурний статус у Європі. З пам'яток давнини в населених пунктах області з княжих часів збереглися частини фундаменту величного храму Святих Бориса і Гліба (XI ст.) у Вишгороді, Дванадцяти Апостолів (XII ст.), Церква Володимира Мономаха (XI ст.) у Переяславі-Хмельницькому.

Київщина – край, багатий своєю історією, яку беруть для нащадків музеї. Найвідоміші серед них – Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав», Яготинський державний історичний музей,

Білоцерківський та Бориспільський державні краєзнавчі музеї та ін. Загалом у музеях Київщини зберігається понад 500 тис. експонатів.

Переяслав-Хмельницький – найстаріше місто у Київській області. У літописних джерелах перші згадки про нього датуються 907 р.

Місто Ірпінь, розташоване за 27 км від столиці України Києва, відоме як оздоровниця державного значення. Виникло воно в 1902 р. під час будівництва залізниці Київ – Ковель. Розташоване у мальовничій місцевості місто Ірпінь широко відоме як кліматичний курорт. Тут 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 кілометрів від столиці України – міста Києва. Засноване ще у 1032 р. Ярославом Мудрим (фортеця Юр'їв ) Перлиною є Білоцерківський дендрологічний парк «Олександрія», закладений графинєю Олександрою Браницькою наприкінці ХУІІІ – початку ХІХ ст.

Ржищів – місто, що розташоване у гирлі річки Легличі, яке виникло на місці старовинного міста Івангорода, згадується у літописах ще в 1151 році [11].

Обухівський район знаходиться в центральній частині Київської області за 30 кілометрів від міста Києва. Обласний археологічний музей розташований на дніпровській кручі (с. Трипілля ) на місці городища, де було давнє місто Трипіль. Експозиція музею розповідає про історичні події, які відбувалися на Київщині від палеоліту до кінця ХУІІІ століття. У музеї представлені старожитності зарубинецької, черняхівської, київської, колочинської, лука-райковецької, волинцівської та роменської культур.

Згурівський дендропарк був заснований у 60-х роках ХІХ ст. графом Кочубеєм і має 382 види дерев і кущів, завезених з Європи, Азії та Америки. Яготинський парк створений наприкінці ХУІІІ ст. князем Розумовським. Флора до парку була завезена з Європи, Азії та Америки. Ташанський парк

(Переяслав-Хмельницький район) заснований князем Горчаковим наприкінці ХУІІІ ст. [7].

Столична область наразі розвивається як регіон сільського зеленого туризму. Розташування Київщини в помірному 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 полонинам Прикарпаття, а джерела мінеральних вод конкурують за своїми цілющими якостями з кращими мінеральними водами України.

Рекреаційно-туристичний комплекс Київської області має значні перспективи для розвитку. Цьому сприяє наявність ресурсного потенціалу, ефективне використання якого, є необхідною умовою розвитку та створення потужної рекреаційно-туристичної бази. Значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, водні), оздоровчі ресурси (мінеральні води), природно-заповідні об'єкти (національні історико-етнографічні заповідники, національні природні та регіональні ландшафтні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.).

Розвитку рекреаційно-туристичного комплексу Київської області сприяють такі чинники як: суспільно-географічне положення, транспортний і демографічний чинники, а також чинник ринкової кон'юнктури, історикокультурна спадщина, відносно сприятлива екологічна ситуація.

## **2.2. Дослідження ринку туристичних послуг Київської області**

В рамках обраного туристичного маршруту основне місце відводиться саме Білій Церкві, оскільки більша частина екскурсійної програми, а також ночівля і організація харчування будуть здійснюватися саме на її території.

Місто Біла Церква своїм культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини.

Таблиця 2.1.

**Динаміка туристичних потоків та обсягів наданих туристичних послуг в Білоцерківському районі за 2015 – 2019 роки**

Показники	Одиниці виміру	2015	2016	2017	2018	2019
1. Загальний обсяг туристичного потоку, в т. ч.:	осіб	35500	35800	36120	36230	36385
Кількість внутрішніх туристів	осіб	16375	15678	15970	15930	16085
Кількість іноземних туристів	осіб	19125	20162	20190	20300	20300
2. Загальний час перебування приїжджих	людино-днів	106500	107400	90300	108690	109155
3. Середній час перебування гостя	людино-днів	2	2	2,5	3	2
4. Обсяг наданих туристичних послуг	Тис. грн.	347900	375900	397320	398530	436620
5. Середні витрати туриста	грн. /добу	980	1000	1100	1300	1500

Заклади готельного господарства. В Білоцерківському районі офіційно пропонують послуги розміщення туристів 58 підприємств готельного господарства, серед яких готелі, мотелі, бази відпочинку та садиби зеленого туризму.

У місті Біла Церква досить розвинута готельна інфраструктура, що представлена закладами різного рівня обслуговування: «City Park Hotel», «Київ», «Chalet», «Центральний», «Соборний», «Трактир», «Обрій», «Гостинний двір», «Кларк», «Рось», «Візит», «Поліс», «Місце під сонцем», «Диліжанс».

Характеристика підприємств готельного господарства міста Біла Церква наведена у табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

## Підприємства готельного господарства міста Біла Церква

Назва готелю	Адреса	Місткість	Послуги
City Park Hotel	вул. Ярослава Мудрого 14, м. Біла Церква	31 номер, загальна місткість 120 місць.	Проживання, харчування в ресторані при готелі, бізнес-послуги, Спа-центр, побутові послуги, перевезення, замовлення екскурсій
Київ	Торгова площа 3, м. Біла Церква	51 номер, 22 одномісних номери, 19 двомісних номерів, 2 тримісних номери, 4 номерів напівлюкс та 4 номерів люкс.	Проживання, харчування в ресторані при готелі, замовлення екскурсій
Chalet	вул. Росьова, 17 м. Біла Церква	Міні-готель на 10 номерів, загальна місткість 35 місць.	Проживання, харчування в ресторані при готелі, послуги кейтерингу, проведення заходів, трансфер, організація відпочинку
Центральний	м. Біла Церква, бульвар 50-річчя Перемоги 15	Міні-готель на 11 двокімнатних комфортабельних номерів класу «люкс»	Проживання, харчування в ресторані при готелі, бізнес-послуги, побутові послуги, трансфер, замовлення екскурсій
Соборний	пл. Соборна, 1/1, м. Біла Церква	Міні-готель на 5 номерів класу «студію»	Проживання, харчування в ресторані при готелі, побутові послуги, цілодобове обслуговування в номерах.
Трактир	м Біла Церква, бул. 50-річчя Перемоги, 13-а	7 комфортабельних готельних номерів, з яких: 4 двомісних номери категорії "стандарт", 2 номери "напівлюкс" і 1 двокімнатний люкс з сауною	Проживання і харчування
Обрій	м Біла Церква бул. перемоги 107а	Міні-готель на 8 номерів, загальною місткістю 30 місць	Проживання і харчування, замовлення екскурсій
Гостинний двір	м. Біла Церква, вул. Підвальна, 10	міні-готель на 10 номерів, загальна місткість 20 місць.	Проживання і харчування
Кларк	м Біла Церква, вул. Олесья Гончара, 1/42	106 номерів на 204 місця. Одно-, дво-, тримісні номери, номери категорії "стандарт", "напівлюкс" і "люкс"	Проживання і харчування, організація екскурсій, інформаційні послуги, дитячий ігровий майданчик / ресторан, салон краси, конференц-зал, паркінг, Wi-Fi, обслуговування номерів
Рось	м Біла Церква, бул. 50-річчя Перемоги, 130	105 номерів бюджетного класу	Проживання і харчування у їдальні при готелі

Продовження табл. 2.2.

Візит	вул. І. Мазепи, 65А	7 номерів, загальна місткість 25 місць	Проживання, харчуванні, інформаційні та побутові послуги
Місце під сонцем	м. Біла Церква, вул. П. Запорожця 361	24 номери на 48 місць загалом	Проживання, харчування, конференц-зал
Диліжанс	м Біла Церква, вул. П. Запорожця, 359	Мотель на 9 номерів, загальна місткість 22 місця.	Проживання і харчування, побутові послуги

Показники, що характеризують динаміку розвитку готельного господарства в Білоцерківському районі Київської області за останні 5 років, наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Динаміка розвитку готельних підприємств в Білоцерківському районі  
Київської області за 2015-2019 роки**

Показник	Од. виміру	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість готельних підприємств	од.	50	56	56	58	58
Загальна житлова площа	м <sup>2</sup>	5405	5419	5419	5335	5335
Загальна кількість номерів	од.	500	680	680	722	722
Середній показник загальної житлової площі на 1 номер	м <sup>2</sup>	12,01	11,58	11,58	11,3	11,3
Загальний обсяг туристичного потоку	осіб	35500	35800	36120	36230	36385
Середній обсяг туристичного потоку за добу	осіб	97	98	99	99	99

Більш наглядно динаміку розвитку готельної мережі Білоцерківського району наведено на рис 2.1.

Отже, як можна бачити з рис 2.1. мережа готельного господарства Білоцерківського району стабільно розвивається та, кількісно, спроможна забезпечити туристичні потоки до району.



*Рис. 2.1. Динаміка розвитку готельних підприємств в Білоцерківському районі Київської області за 2015-2019 роки*

Заклади ресторанного господарства. У місті Біла Церква зосереджено найбільшу кількість закладів ресторанного господарства району, а саме, у місті працює 407 закладів ресторанного господарства. На підприємствах ресторанного господарства впроваджуються традиції української кухні («Кабачок на бочок», «Ресторанчик», «Рибальське подвір'я»), надання послуг споживачам на вищому рівні та розвиток мережі закладів швидкого обслуговування, розширення мережі кафе з обслуговування дітей, підлітків у режимі «дитячого кафе» («Шоколадниця», «Пітер Пен»).

*Таблиця 2.4.*

**Динаміка розвитку підприємств ресторанного господарства в Білоцерківському районі Київської області за 2015-2019 роки**

Показник	Од. виміру	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість закладів ресторанного господарства, в т.ч.	од.	502	505	505	508	510
Ресторанів	од.	119	119	119	124	120
Кафе, закусочних	од.	200	200	201	200	200
Барів	од.	57	58	58	59	59
Інші (їдальні, чайні, кондитерські, тощо)	од.	126	128	127	125	131



Отже, як можна побачити з табл. 2.4. кількість закладів ресторанного господарства загалом по Білоцерківському району або залишається стабільною, або незначним чином зростає, що говорить про насиченість ринку закладами харчування, а також і тим, що існуюча мережа ЗРГ спроможна задовольнити існуючий попит.

Транспорт. Через місто проходять автошляхи європейського і міжнародного значення: «Чернігів - Бровари - Київ - Боярка - Глеваха - Біла Церква - Ставище - Жашків - Умань - Ульяновка - Любашівка - Жовтень - Одеса (E95)»; та «Київ - Васильків - Біла Церква - Ставище - Умань - Ульяновка - Жовтень - Одеса (M05); залізнична лінія Фастів-1 – Миронівка».

У місті функціонують залізничний вокзал, що був відкритий у 1876 році, автостанція приміського сполучення та військовий аеродром. Також, у місті працює каса попереднього продажу авіаквитків - агентство повітряних сполучень «Kiуavia».

### **2.3. Стейкхолдери стратегії просування туристичного маршруту**

Важливе місце в туристичній діяльності сучасної Київщини займає місто Біла Церква та Білоцерківський район загалом. Білоцерківський район розміщений на півдні Київської області у зоні лісостепу. Район утворений у 1930 році. Площа Білоцерківського району становить 126,6 тис. га, водні ресурси при цьому займають – 2897 га.

Білоцерківський район з районним центром в місті Біла Церква є одним з найважливіших туристичних територій Київщини. Білоцерківський район має прадавню історію та багаті природно-рекреаційні ресурси. Районний центр – Біла Церква є спадкоємницею міста Юріїв, заснованого Ярославом Мудрим у 1032 р. Протягом багатьох століть місто Біла Церква було ареною визначних подій, в ньому проживали відомі історичні постаті, його прикрашає чимало цікавих споруд, пам'ятників, на честь графині Браницької, в місті було закладено дендропарк «Олександрія». Всі ці та багато інших об'єктів є

цікавими для туристів та пріоритетними для розвитку туристичного потенціалу району. На сьогоднішній день важливим стратегічним завданням Білоцерківської районної ради є вигідне подання інформації про особливості туристичного потенціалу району жителям Київщини та всієї України, створення вигідних умов та налагодження належної інфраструктури, для того, щоб привабити туристів та викликати у них бажання приїхати ще.



Рис 2.2. Карта Білоцерківського району Київської області [11]

Біла Церква – найбільший культурний осередок Київської області. Своїм культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури місто протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини.

Культурну спадщину міста складають:

- Пам'ятки архітектури та історії.
- Дендропарк “Олександрія”.
- Парк культури та відпочинку імені Т.Г.Шевченка.

- Музеї (Краєзнавчий, музей дендропарку “Олександрія”).
- Київський обласний музично-драматичний театр ім. П.К. Саксаганського.
- два Палаці культури.
- Кінотеатр.
- Будинок органної і камерної музики та ін. [11]

Оцінка туристичного потенціалу території характеризується географічним положенням, наявністю пам'яток історії та культури, архітектури, наявністю об'єктів релігійного культу, військово-патріотичних об'єктів та інших об'єктів туристичного показу а також наявністю та рівнем розвитку об'єктів туристичної інфраструктури. Інформацію про вищеназвані об'єкти можна отримати з довідників, туристичних каталогів, офіційних Інтернет-джерел (табл. 2.5.).

Таблиця 2.5.

#### Джерела інформації про туристичний потенціал Білоцерківського району

Туристичні ресурси	Джерела інформації
Історико-культурні ресурси - Білоцерківський замок - Білоцерківський краєзнавчий музей - Свято-Успенський храм - культова споруда УПЦ-МП в місті Узин - Храм Святителя Миколая в селі Мазепинці Білоцерківського району - Свято-Духівський храм в селі Шкарівка Білоцерківського району - Спасо-Преображенська церква в селі Сухолісі - Церква Святої Параскеви в селі Олійникова Слобода Білоцерківського району - Церква Зішестя Святого Духа, село Шкарівка Церква Святої Параскеви - село Олійникова Слобода - Церква Жон Мироносиць - село Сорочотяги, - Михайлівська Церква - село Храпачі. - Спасо-Преображенська церква - село Сухолісі.	Офіційний сайт Білоцерківської районної ради, сайт «Храми України», каталоги туристичних операторів, туристичні буклети
Природно-рекреаційні ресурси - Парк «Олександрія»; - Ріка Рось; - джерела радонових вод; - парк культури і відпочинку імені Т. Г. Шевченка - парк Слави	Офіційний сайт Білоцерківського району, Соціальна мережа мешканців міста, Географічна карта України, електронні енциклопедії в мережі Інтернет

Об'єкти туристичної інфраструктури - Заклади готельного господарства; - Заклади ресторанного господарства; - Транспорт; - Підприємства сфери послуг.	Офіційні сайти ресторанів, готелів, сайт Білоцерківської районної ради, електронні енциклопедії в мережі Інтернет
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Відповідно до наведеної інформації, проаналізуємо основні об'єкти туристичного потенціалу Білоцерківського району в додатку Б.

Історико-культурні ресурси:

*Білоцерківський замок* – оборонна споруда у місті Біла Церква зведена близько 1552 року. Зруйнована за наказом імператриці Катерини II.

Фортеця стала одним із опорних пунктів національно-визвольної боротьби українського народу. Вона використовувалась посталими загонами Криштофа Косинського, Семерія Наливайка, Семена Палія.

В другій половині XVII та протягом XVIII ст. Білоцерківська фортеця складалася з двох частин – верхнього та нижнього замків. Нижній замок розташовувався на місці сучасних Замкових провулків. Передбачалося, що білоцерківці могли завезти на велике подвір'я нижнього замку вози з найціннішими речами. Нижній (як і верхній) замок було оточено ровом, але через своє положення він був найбільш вразливою частиною укріплень.

Верхній замок розташовувався на місці сучасної Замкової гори і мав чотири бастіони з власними назвами. Наприклад, бастіон, на місці якого зараз стоїть Білоцерківський краєзнавчий музей, називався Комендантським. Поруч з ним розташовувалася єзуїтська каплиця (зараз це місце відмічено хрестом). На верхньому замку та під ним розташовувалися споруди військового і господарчого призначення. Між обома частинами фортеці існував рів, через який вів підйомний міст.

Білоцерківський краєзнавчий музей – районний краєзнавчий музей у місті Білій Церкві Київської області; значне зібрання пам'яток матеріальної та духовної культури Південної Київщини; міський і обласний осередок культури, науки та просвіти.

Білоцерківський краєзнавчий музей міститься у спеціально зведеній сучасній будівлі в самому серці Білої Церкви на Замковій горі за адресою - пл. Соборна, буд. 4. Режим роботи для відвідувачів: з 10:00 до 18:00, вихідний день – середа.

Директор закладу – заслужений працівник культури України Діденко Людмила Михайлівна.

На сьогодні музей має унікальну за своєю побудовою експозицію, основою якої є матеріали, зібрані в районах Південної Київщини. Завдяки клопіткій праці багатьох поколінь працівників музею зібрана численна

*Свято-Успенський храм* - культова споруда УПЦ-МП в місті Узин. Перша православна церква св. Миколая почала будуватись у 1773 р. Вона стояла на високому пагорбі, недалеко від ставу - на вулиці, що й зараз зветься Високою. Першим настоятелем був Пантелеймон Августинович. Нащадок Пантелеймона Августиновича у 1842 р. розібрав стару церкву і побудував на кам'яному фундаменті нову двопрестольну церкву в честь Успіння Божої Матері і святителя Миколая.

Настоятель храму протоієрей Андрій Омельченко – благочинний Узинського округу.

*Свято-Духівський храм* – дерев'яна культова споруда УПЦ МП у селі Шкарівка Білоцерківського району. Знаходиться під юрисдикцією Білоцерківської єпархії Білоцерківського благочиння.

Згідно з архівними даними, у 1706 р. в селі Шкарівка було збудовано та освячено Свято-Духівську церкву. Це була єдина на всю Київську губернію двокупольна церква, яка проіснувала до середини XVIII ст. У 1756 р. замість неї була збудована трьохкупольна дерев'яна церква.

За часів Київської Русі тут існував монастир з підземними печерами, а також була заміська резиденція Юр'ївських єпископів XI-XIII ст.

*Спасо-Преображенська церква* - пам'ятка архітектури національного значення. Знаходиться в селі Сухоліси Білоцерківського району.

На південь від Сухолісів, на лівому березі Росі лежить городище XI–XII століть, а в самому селі, що притулилося на краю великого лісу, збереглася дерев'яна церква. Цей невеликий одноглавий храм має цікаву композицію та прекрасні пропорції, тому вважається пам'яткою архітектури національного значення.

Церква була збудована у 1726 році. У 1849 році її дуже сильно перебудували.

Попри те, що церковний верх узято у білий пластик, споруда майже не втратила рідкісної стрункості. Дуже пасує храмові й чудовий кований хрест, цілком згідний із бароковою традицією.

За переказами місцевих мешканців, спершу – років триста тому – церква стояла в старому селі Сухоліси, яке потім перенесли. А разом із ним перенесли і старовинну дерев'яну церкву Святого Преображення, споруджену без єдиного цвяха. Оповідують, що храм люди несли на руках, аби не зруйнувати під час розібрання. З того часу церкву вважають особливою, люди їдуть з усіх усюд. А коли наприкінці 50-х років ХХ століття з «центру» надійшов наказ знищити храм, місцеві мешканці на чолі з головою колгоспу встали на його захист. Голови, звісно, «полетіли», але церкву відстояли.

Церква дерев'яна на кам'яному фундаменті вертикально ошальована хрестова в плані п'ятизрубна однокупольна з прибудовами. Купол - восьмирич на четверику з двома заломами - увінчаний невеликою главкою. В інтер'єрі збереглися тематичні розписи ХІХ ст. В бабинці розташовані хори. Всі зруби, крім центрального, перекриті плоскою стелею.

Цікава композиція і прекрасно знайдені пропорції будівлі ставлять її в ряд цінних пам'яток українського дерев'яного зодчества.

Багато цікавих пам'яток архітектури знаходиться і в історичному центрі Білої Церкви. Визначні архітектурні пам'ятки міста: Склади Браницьких, Ансамбль споруд поштової станції, Торгові ряди (БРУМ), Зимовий палац, Будинок Дворянських зібрань, Микільська церква, Свято-Преображенський

кафедральний собор, Костел святого Івана Хрестителя, Церква святої Марії Магдалини та інші.

Одним із пріоритетних напрямів розвитку міста в майбутньому є туристична галузь. Все, що може зацікавити, вразити та назавжди закохати в наше місто не лише справжніх мандрівників та поціновувачів історії, а й звичайних туристів знаходиться саме в Білій Церкві – одному з найдавніших міст Київської Русі.

Отже, у Білоцерківському районі наявний розвинений природний, історико-культурний та подієвий туристичні потенціали. Природний потенціал представлений гарними ландшафтами, парками та садово-парковими ансамблями, також сюди можна віднести значну роль основної водної артерії району – р. Рось. Історико-культурний потенціал представлено численними пам'ятками історії краю, що багатий древніми містами і селами з самобутніми культурними особливостями які складались віками. Подієвий потенціал складають фестивалі, ярмарки та виставки які регулярно проводяться у населених пунктах Білоцерківщини. Виходячи з зазначеного, вважаємо що у Білоцерківському районі доцільно розвивати культурно-пізнавальний, зелений (агротуризм), подієвий та активні види туризму.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, Київська область у силу свого географічного положення та особливостей історичного розвитку має всі необхідні ресурси для розвитку туризму. 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.

Білоцерківський район в цілому, володіють значним туристичним потенціалом. У місті Біла Церква зосереджено найбільшу кількість природних

та історико-культурних пам'яток, найбільш цінна з яких – ландшафтний парк «Олександрія». Населені пункти Білоцерківського району мають значний пізнавальний інтерес для туриста. Також в районі розвинений зелений туризм. Біла Церква – найбільший культурний осередок Київської області. Своім культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури місто протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини. Близькість до Києва, зручне транспортне сполучення, розвинута соціально-економічна інфраструктура у комплексі з ландшафтними і природними умовами надають місту значної інвестиційної та туристичної привабливості. З 2001 року Біла Церква входить до списку історичних міст України та є найбільшим культурним осередком Київської області з археологічними та культурними пам'ятками різних часів, назвами вулиць, площ та парків, що присвячені відомим діячам різних епох.

Об'єкти туристичної інфраструктури в районі – заклади ресторанного та готельного господарства, зосереджено переважно в районному центрі. Готельні підприємства різноманітні за рівнем комфорту та ціновою політикою, ресторани підприємства представлені у достатній кількості та у різних форматах. Транспортна інфраструктура досить розгалужена, до міста легко дістатись транспортом загального користування, містом проходять важливі автошляхи державного та міжнародного значення. Проте, якість дорожнього покриття деяких автошляхів є незадовільною.



## **РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ У СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ**

### **3.1. Концепція стратегії просування туристичного маршруту**

Необхідність розробки стратегій сталого розвитку туристичного потенціалу на сучасному етапі в Україні, обумовлюється значною низкою проблемних питань що наразі існують в туристичному секторі регіонів нашої країни. Переважно ці проблеми стосуються екологічних питань, організаційних, інформаційних, фінансування і т.д.

У розвиткові туристичного потенціалу Білоцерківський район Київської області, в цілому так само як і в інших туристичних осередках нашої держави існує ряд проблемних питань які необхідно враховувати при розробці стратегій розвитку туризму. Серед існуючих проблем варто виділити наступні:

- відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв;
- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;
- низький рівень розвитку готельного та ресторанного господарства, низька якість послуг що надаються;
- проблеми транспортного забезпечення туристичної діяльності, погана якість дорожнього покриття, проблеми в функціонуванні транспорту;
- недостатня інформованість потенційних туристів про туристичний потенціал Білоцерківського району, про його переваги та особливості;
- проблеми екологічного характеру, які перешкоджають розвитку пріоритетного для Білоцерківського району зеленого туризму;
- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- недоліки в системі регіонального управління;
- проблема тіньової економіки;
- необхідність передання частини повноважень органам місцевого

Згідно з визначеними проблемами розвитку туристичного потенціалу та туризму загалом можна визначити пріоритетні напрямки вдосконалення та шляхи їх вирішення (табл. 3.1.)

Таблиця 3.1

**Проблеми розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району та можливі шляхи їх вирішення**

Сутність проблеми	Шляхи вирішення
1. Недостатній розвиток правової бази. Проблеми, пов'язані з ліцензуванням екскурсійної діяльності, обов'язковою сертифікацією послуг харчування та умовами проведення діяльності з надання туристичних послуг у сфері туризму без реєстрації як суб'єктів підприємницької діяльності.	- доопрацювання та прийняття Закону України про „Сільський туризм”, інших нормативно-правових документів, які регламентують організації туристичних послуг; - спрощення податкової політики;
2. Недосконалість системи державного управління.	- розробка регіональних і муніципальних програм розвитку туризму
3. Відсутність єдиних методик і стандартів оцінювання якості туристичних послуг.	- розробка нормативних документів з вимогами до організації туристичних послуг
4. Відсутність якісних рекламно-інформаційних матеріалів.	- проведення маркетингових досліджень; - розробка пакету рекламно-інформаційних матеріалів з інформацією про туристичні об'єкти, умови проживання, надані послуги, рекреаційні можливості.
5. Відсутність можливостей виходу на міжнародний ринок.	- відповідність міжнародним вимогам з організації туризму; - участь у міжнародних організаціях туризму; - використання міжнародних баз даних; - використання інформаційних ресурсів мережі Інтернет.
6. Низький рівень надання послуг і рівень комфорту.	- розробка нормативних документів із переліком вимог до послуг туризму; - розвиток інфраструктури; - конкурси з якості послуг; - надання банківських кредитів на пільгових умовах; - професійна підготовка і підвищення кваліфікації працівників галузі; - розробка нових екскурсійних маршрутів
7. Відсутність спеціалізованих туроператорів, гідів та екскурсоводів.	- розробка семінарів і курсів з підготовки кадрів туроператорів в галузі.

Сутність проблеми	Шляхи вирішення
8. Незацікавленість і необізнаність місцевої влади та місцевого населення в організації високого рівня туристичних послуг.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведення семінарів із туризму, присвячених принципам організації, методам і системам управління;</li> <li>- створення бізнес-планів, проектів діяльності;</li> <li>- залучення місцевих жителів до послуг, супутніх туризму;</li> <li>- друк просвітних матеріалів;</li> <li>- створення пільгових умов організації туристичної діяльності;</li> <li>- взаємодія з населенням і підприємцями регіонів.</li> </ul>
9. Низькі доходи від туристичної діяльності	- збільшення кількості наданих послуг, розробка різноманітних програм для різних категорій населення.

Таким чином, наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу Білоцерківського району. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована Стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку Білоцерківського району.

Вибір стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

З метою визначення основних чинників впливу та формулювання стратегічних напрямків розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, було проведено SWOT-аналіз. Було виявлено проблеми та потенційні можливості туристичного потенціалу району, потреби громади та місцевого бізнесу, найважливіші кроки та заходи щодо розбудови туристичної галузі, проведено ідентифікацію сильних і слабких сторін, потенційних можливостей і зовнішніх загроз, зроблено порівняльний аналіз.

На першому етапі було визначено внутрішні та зовнішні чинники (наявні та прогнозовані у найближчій перспективі фактори впливу), які необхідно врахувати при розробці стратегії розвитку туризму. На другому етапі визначено ступінь прояву та очікуваного впливу кожного з найбільш вірогідних факторів.

Спираючись на аналітичні висновки, за підсумками проведеної роботи були визначені основні чинники впливу на вибір стратегічних напрямків розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району. SWOT-аналіз, проведений вказує на внутрішні сильні і слабкі сторони туристичного потенціалу району, а також на зовнішні можливості і загрози (ризики), які впливатимуть на розвиток туристичної галузі у Білоцерківському районі. Узагальнені результати SWOT-аналізу наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

### SWOT-аналіз туристичного потенціалу в сегменті культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району

Сильні сторони (внутрішні)	Слабкі сторони (внутрішні)
<p>Унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення</p> <p>Наявність потенційно брендівих об'єктів і продуктів</p> <p>Економічно розвинене місто і регіон</p> <p>Вигідне транспортно-логістичне розташування (автошляхи та залізничні шляхи міжнародного значення)</p> <p>Наявність об'єктів і територій заповідного фонду в межах міста</p> <p>Специфічне просторове планування міста, поєднання урбанізованої забудови з рекреаційними зонами Річка Рось як водна артерія, зона відпочинку і місце проведення різних заходів</p> <p>Високий рівень концентрації людського капіталу, наявність наукових закладів та студентської молоді</p>	<p>Низька якість комерційних та окремих муніципальних послуг (транспорт, громадські туалети, прибирання вулиць)</p> <p>Проблеми з благоустроєм міста, висока "природна" засміченість та занедбаність окремих територій</p> <p>Значне техногенне навантаження на довкілля</p> <p>Низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг</p> <p>Низька активність громади міста в цілому, у т.ч. у сфері туризму, послуг, розвитку клієнтоорієнтованого малого та середнього бізнесу</p> <p>Низький рівень кооперації, партнерських відносин, кластеризації сфери послуг</p> <p>Відсутність традицій системного управління процесами стратегічного розвитку, проектного менеджменту</p> <p>Відсутність ефективної організаційної структури з управління розвитком туризму, брак професійних кадрів у системі муніципального управління</p> <p>Неефективний муніципальний маркетинг</p>
Можливості (зовнішні)	Загрози (зовнішні)

<p>Доступність сучасних інформаційних технологій та їхній подальший розвиток Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку (організований та неорганізований туризм) Близькість обласних центрів та інших населених пунктів із загальною</p>	<p>Незадовільний стан транспортної інфраструктури, низька якість послуг з перевезення Дефіцит бюджету, неможливість фінансування проектів через несправедливий розподіл бюджету "центр-регіони" Конкуренція з боку інших міст і регіонів України Погіршення екологічної ситуації у районі Неефективне державне управління туристичною галуззю в цілому</p>
<p>чисельністю понад 10 млн. осіб (як ринки збуту) Наявність транзитного туристичного потоку Подальший розвиток партнерських відносин з містами-побратимами Розвиток державно-приватного партнерства Зацікавленість проектами розвитку туризму з боку молодіжних громадських організацій, студентів Зацікавленість історико-культурною спадщиною з боку української діаспори, та зарубіжних представників інших національних меншин Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки місцевого самоврядування, проекти міжнародної технічної допомоги) Горизонтальна співпраця з іншими містами та регіонами (безпосередньо, через асоціації міст та інші об'єднання) Наявність попиту з боку мешканців району у сфері пізнавального, подієвого, промислового, "зеленого" туризму (місцевий туризм)</p>	<p>Поглиблення макроекономічних кризових явищ на національному та світовому ринках Відсутність підтримки ініціатив влади у сфері розвитку туризму з боку бізнесу та громадськості, центральних органів влади Інформаційна закритість влади і суспільства Зниження купівельної спроможності споживачів та попиту на туристичні послуги</p>

Отже, результати SWOT-аналізу свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

Проведений комплексний аналіз наявної ситуації у туристичній галузі Білоцерківського району дозволяє визначити ключові проблеми і фактори, які стримують розвиток туристичного потенціалу.

За технологією стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, таке співвідношення факторів є підставою для обрання стратегії розвитку туризму,

яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін. Особлива увага під час реалізації Стратегії розвитку туризму та інших міських цільових програм має приділятися питанням збалансованого розвитку міста в екологічній, соціальній та економічній сферах.

Тому, стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району буде включати три етапи (табл. 3.3.)

Таблиця 3.3

### Стратегія розвитку в сегменті культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району

№ пп.	Основна ціль етапу	Завдання етапу	Термін виконання
I етап	створення базових умов для розвитку туристичної галузі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- створення організаційної структури з управління розвитком туристичної галузі;</li> <li>- покращення загального благоустрою міста, розвиток муніципальної інфраструктури;</li> <li>- фіксація у документації району рекреаційних та інших територій, які будуть задіяні для розвитку туристичної галузі Білої Церкви та району;</li> <li>- започаткування системної роботи у сфері охорони, відновлення та збереження архітектурної та іншої історичної спадщини</li> <li>- навчання (підвищення кваліфікації) кадрів, вивчення та поширення кращих практик управління туристичною галуззю, міжсекторної співпраці, надання послуг та ін.;</li> <li>- підвищення якості муніципальних і комерційних послуг, у т.ч. транспортних;</li> <li>- активізація залучення мешканців населених пунктів району, громадських об'єднань, органів самоорганізації та інших зацікавлених сторін до процесу розбудови туристичної галузі;</li> <li>- формування атмосфери гостинності, просторового та емоційного комфорту;</li> <li>- запровадження першочергових туристичних продуктів у сфері індустріального та ділового туризму;</li> <li>- забезпечення ефективної інформаційної підтримки галузі, у т.ч. широкої інформаційної присутності Білоцерківського району у мережі Інтернет та покращення інформаційного обслуговування мешканців і гостей на території міста;</li> </ul>	01.2021-04.2021

## Продовження табл. 3.3.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведення й оприлюднення результатів системних наукових досліджень у сфері ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу міста Біла Церква і регіону;</li> <li>- покращення кадрової, матеріально-технічної та іншої ресурсної підтримки туристичної сфери району, адаптація діючих комунальних закладів до потреб туристичної галузі;</li> <li>- створення сприятливих умов для започаткування і розвитку бізнесу у галузях, пов'язаних із залученням та обслуговуванням туристів;</li> <li>- створення системи муніципальної підтримки приватних і громадських ініціатив, бізнес-проектів на конкурсній основі.</li> </ul>	
II етап	збільшення присутності Білоцерківського району на ринку туристичних послуг України	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування іміджу Білої церкви як міста, відкритого для туристів;</li> <li>- впровадження цілеспрямованої муніципальної маркетингової політики для залучення туристів;</li> <li>- комплексне облаштування територій пріоритетного розвитку туризму і туристичних коридорів;</li> <li>- розробка і запровадження муніципальних стандартів надання послуг;</li> <li>- забезпечення комплексних археологічних та інших досліджень на території району для підвищення конкурентоспроможності у сфері пізнавального туризму;</li> <li>- розвиток музейної справи, музефікація основних культурно-історичних та інших об'єктів;</li> <li>- активізація залучення фінансових ресурсів з альтернативних джерел для розвитку туристичної галузі;</li> <li>- залучення стратегічних інвесторів для подальшого розвитку туристичної галузі;</li> <li>- створення нових туристично-привабливих пізнавальних, розважальних, спортивних та інших об'єктів;</li> <li>- розбудова туристичної інфраструктури населених пунктів туристичного значення району (готелів і закладів харчування, транспортної мережі, сервісних об'єктів та ін.) з урахуванням динаміки збільшення туристичної популярності району;</li> <li>- організація заходів подієвого туризму загальноукраїнського рівня за визначеними пріоритетами.</li> </ul>	04.2021-07.2021
III етап	формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вирішення ключових екологічних проблем, які стримують розвиток туризму;</li> <li>- подальше розширення співпраці з містами і регіонами України, закордонними містами-партнерами, міжнародними туристичними організаціями;</li> </ul>	07.2021-12.2021

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення попиту за рахунок виведення на ринок інноваційних продуктів у сфері пізнавального, подієвого (розважального і спортивного спрямування), індустріального, ділового та інших видів туризму;</li> <li>- створення повноцінної водної туристичної інфраструктури з комплексним використанням ресурсних можливостей річки Рось;</li> <li>- формування та просування туристичних брендів Білоцерківщини на ринку України і за кордоном з метою підвищення загальної конкурентоспроможності Білоцерківського району як туристично-привабливої території;</li> <li>- створення інституційних, інфраструктурних, маркетингових та інших ресурсних умов для реалізації наступного етапу стратегічного планування інноваційного розвитку туристичної галузі</li> </ul>	
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Реалізація стратегії передбачає, у першу чергу, створення дієвого механізму, який повинен забезпечувати своєчасне прийняття ефективних рішень на всіх етапах управлінського циклу: планування, постановка завдань, організація виконання, забезпечення ресурсами, управління ризиками, контроль виконання, моніторинг та оцінювання результатів впровадження стратегії, а також подальше регулювання процесу й актуалізацію цілей.

### **3.2. Ефективність стратегії просування туристичного маршруту у сегменті культурно-пізнавального туризму**

В рамках стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району нами розроблено інноваційний туристичних продукт – дводенний культурно-пізнавальний тур «Перлини Київщини». Розглянемо особливості даного туристичного продукту.

*Назва туру «Перлини Київщини»*

Маршрут туру – кільцевий (Київ – Біла Церква – Буки – Київ)

Тип туру – пішохідно-транспортний (для перевезення туристів використовується комфортний мікроавтобус)

Рекламне повідомлення туру: «Скельний гранд-каньйон в Буках – природне диво, яке зберегла Наддніпрянщина. Тут починаєш розуміти, що



гірські чудеса України не заховані в одних тільки Карпатах і Кримських горах. Цей «маленький фіорд в серці України» почав свою історію понад 2 млрд. років тому! Зараз доісторичні граніти наче обіймають Гірський Тікич, тутешню річку, утворюючи каньйон. Свій справжній характер Гірський Тікич показує, коли перетворюється в потужний водоспад Вир. Романтичний ландшафтний парк недалеко від цієї «маленької Швейцарії» також не залишить вас байдужими. А тінисті алеї найбільшого в Україні дендропарку «Олександрія» подарують відпочинок і повідають непросту історію засновниці парку, графині Олександри Браницької-Енгельгардт»

Опис програми туру:

1 день

6:00 Вийзд з м. Київ

11:00 Відвідування Буцького гранд-каньйону

Буцький скельний каньйон – природна пам'ятка, що входить в сотню найкрасивіших місць України. Це - «Маленький фіорд в серці України»

13:00 Обід-пікнік на території каньйону

14:00 Відправлення автобусом до м. Біла церква. Розміщення в номерах готелю «Кларк» у 2-3 місних номерах зі зручностями.

16:00 Відвідування парку «Олександрія»

Дендрологічний парк «Олександрія» закладений в 1793 р коронним гетьманом Ф.-К. Браницьким і названий на честь його дружини Олександри. Парк у Білій Церкві вважався одним з найкращих в Європі. План розробив французький паркобудівельник Мюффо. Він займає більше 200 га, має 25 водойм, налічує 2500 видів рослин, в тому числі з Південної Америки, Китаю і Японії: червоний дуб, тюльпанове дерево, магнолія Кобус, рододендрон японський і ін.

20:00 Вечеря у ресторані при готелі. Вільний час. По бажанню – замовлення сауни, спа процедур, прогулянки містом

2 день

8:00 Сніданок, виселення з готелю

9:30 Оглядова екскурсія по м. Біла-Церква.

12:00 Відправлення в ландшафтний парк с. Буки.

Ландшафтний парк в Буках на Київщині закладений на берегах р. Роставиця в 1996 р на кошти сквирського підприємця І. Сусллова. За його ініціативою було розчищено засмічене русло річки, відновлена гребля, реконструйований і переобладнаний під міні-ГЕС старовинний водяний млин. Мальовничі пороги і скелясті береги Роставиці були перетворені в ландшафтний парк з великою кількістю містків, альтанок і різноманітних скульптур. У ландшафт вдало вписані будівлі садиби родини Сусллових.

15:00 Обід.

16:00 Відправлення до Києва.

У вартість туру входить: транспортне супроводження по маршруту на комфортабельному мікроавтобусі, проживання у готелі (2-х, 3-х місні стандартні номери), харчування (2 обіди, 1 сніданок), екскурсійне обслуговування, вхідні квитки на екскурсійні об'єкти, страхування. Мінімальна група – 16 осіб. Розрахунок вартості туру проведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

#### Розрахунок вартості туру «Перлини Київщини»

№	Назва статті	Вартість одиночку грн.	за	Кількість (од., діб)	Загальна вартість (грн.)
1	Вартість проживання (за умовами розміщення):				
	- двомісний номер	500,00		8	4000
2	Вартість харчування:				
	- сніданок	50		16	800
	- обід	80		32	2560
3	Автобусне обслуговування (оренда мікроавтобуса з водієм)	6000,00		1	6000
4	Екскурсійна програма:				
4.1.	Вхідні квитки до парку «Олександрія»	50,00		16	800
4.2.	Вхідні квитки в ландшафтний парк с. Буки	50,00		16	800
5	Страхування	150		16	2400
6	Послуги гіда	1000 (за день)		2	2000
	Загальна вартість туру для групи на 16 осіб:	-		-	19360

Загальна вартість розроблюваного туру на 16 осіб становитиме 19360 грн. Собівартість туру на 1 особу – 1210 грн. Ринкова вартість розробленого туру на 1 особу становитиме 1800 грн.

План реалізації розробленого туру наведено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5.

**План реалізації туру «Перлини Київщини» на травень-жовтень**

Місяць, дати проведення	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень
Назва екскурсії						
«Перлини Київщини»	1.05	1.06	1.07	1.08	1.09	1.10
	10.05	10.06	10.07	10.08	10.09	10.10
	15.05	15.06	15.07	15.08	15.09	
	20.05	20.06	20.07	20.08	20.09	

Отже, як видно з плану реалізації туру, доцільно в теплі місяці організувати по чотири тури в місяць, а в жовтні два тури в першій половині місяця. Виходячи з наведених даних можна розрахувати прибуток від продажу нового туристичного продукту.

Таблиця 3.6.

**Розрахунок прибутку від реалізації нового туристичного продукту**

Назва екскурсії	Всього туристів за період	Виручка від реалізації	Собівартість	Прибуток
«Перлини Київщини»	22 екскурсії (352 осіб)	633600	425920	207680

Отже, як показують наді таблиці 3.6. від реалізації нового туру «Перлини Київщини», при його вдалому позиціюванні та рекламуванні, за 6 місяців можна отримати прибуток 207 680 грн. Тому такий проект вартий виконання.

Моніторинг та оцінка реалізації стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району є окремими етапами процесу стратегічного планування розвитку туристичної сфери, які передбачають збір та аналіз інформації, необхідної для забезпечення досягнення очікуваних результатів і вдосконалення процесу реалізації стратегії.

Моніторинг та оцінка реалізації стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району здійснюються за пріоритетними

стратегічними цілями і напрямками, з урахуванням операційних завдань та відповідних індикаторів моніторингу і оцінки, які визначені стратегією, а також ухваленими на її виконання рішеннями.

Критеріями оцінки реалізації Стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району є наступні (табл. 3.7.)

Таблиця 3.7

**Критерії оцінки реалізації стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району**

Критерій (показник)	Джерела інформації	Одиниці вимірювання та механізм визначення	Періодичність
Коротко- та середньострокова результативність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про виконання програм, проектів і заходів Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії
Довгострокова результативність (вплив)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних, маркетингових та експертних досліджень.	Протягом 3-х років після впровадження Стратегії
Бюджетна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення фінансових видатків і надходжень до відповідного бюджету, пов'язаних з впровадженням програм і проектів та стратегії в цілому.	1 раз на рік – після підведення підсумків виконання місцевого бюджету

Економічна ефективність	Звіти про виконання проектів і програм	Розрахунковий коефіцієнт, який вказує на співвідношення сукупних витрат та економічних вигод від впровадження проектів і програм, спрямованих на реалізацію стратегії (BCR, NPV, IRR) – дисконтованих та недисконтованих	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії – окремо за кожним проектом
Соціальна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні соціальні вигоди, отримані від впровадження стратегії (створені робочі місця, покращення соціального комфорту тощо).	1 раз на 2 роки і після закінчення реалізації Стратегії
Екологічна ефективність	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про проведення соціологічних та експертних досліджень	Одиниці вимірювання кількісних результатів визначаються згідно з одиницями вимірювання очікуваного результату за відповідними стратегічними цілями, операційними завданнями, програмами, проектами і заходами. Якісні результати вимірюються шляхом проведення фокус-груп, анкетувань, інших форм соціологічних та експертних досліджень. Предметом оцінювання є специфічні екологічні впливи (зменшення негативного впливу та збільшення позитивного впливу на довкілля), які є наслідком впровадженням стратегії.	Протягом 3-х років після впровадження Стратегії
Стійкість (сталість)	Статистичні та адміністративні звіти Звіти про моніторинг та оцінювання стратегії Звіти про проведення соціологічних, маркетингових та експертних досліджень	Якісний показник, який вказує на подальшу спроможність влади, бізнесу, громади міста до ефективного використання нових здобутків та потенціалу, сформованого упродовж реалізації стратегії (кадрового, фінансового, ринкового та іншого)	Протягом 3-5-ти років після впровадження Стратегії

Результати моніторингу й оцінки реалізації стратегії розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району є відкритими та оприлюднюються шляхом розміщення відповідної інформації у мережі Інтернет, а також шляхом публікацій у засобах масової інформації, видання окремих брошур, буклетів тощо.

Очікувані результати реалізації стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються на кількісні і якісні:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації Стратегії на відповідних етапах;
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації Стратегії;
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї Стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі Білоцерківського району.

### **Висновки до розділу 3**

Отже, необхідність розробки стратегій сталого розвитку туризму на сучасному етапі в Україні, обумовлюється значною низкою проблемних питань що наразі існують в туристичному секторі регіонів нашої країни. Переважно ці проблеми стосуються екологічних питань, організаційних, інформаційних, фінансування і т.д. У розвитку туристичного потенціалу Білоцерківський район Київської області, в цілому так само як і в інших туристичних осередках нашої держави існує ряд проблемних питань які необхідно враховувати при розробці стратегій розвитку туризму.

Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичного потенціалу Білоцерківського району. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована Стратегія розвитку туристичного потенціалу

Білоцерківського району, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку Білоцерківського району.

Вибір стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

Результати проведеного SWOT-аналізу культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

В процесі дослідження за результатами визначених проблеми, розроблено стратегію розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району, в якій означено ряд стратегічних завдань, які націлені на подолання недоліків та усунення проблемних місць у функціонування туристичної сфери району. В рамках стратегії розроблено інноваційний культурно-пізнавальний туристичний продукт «Перлини Київщини», який дозволить привабити нових туристів до району. Проведений розрахунок вартості туру і побудова плану його реалізації дозволили вирахувати ймовірний прибуток від реалізації. Так, при його вдалому позиціюванні та рекламуванні, від реалізації нового туру «Перлини Київщини» за 6 місяців можна отримати прибуток 207 680 грн. Тому такий проект вартий виконання.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В сучасних умовах завдяки стрімким темпам росту туризм як галузь, незважаючи на світову кризу, ряд природних катаклізмів і загострення політичних конфліктів, за економічною ефективністю вийшов на перше місце у світі. Туризм є не лише могутнім інструментом економічного розвитку, а й може бути дієвим фактором створення іміджу певної території, пропаганди її історії та здобутків сьогодення. Однією з передумов розбудови туристичної галузі будь-якої країни є просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародні ринки через визначення пріоритетних туристичних регіонів і продуктів, формування стратегії просування туристичних продуктів регіонів, її реалізації на міжнародних ринках і забезпечення постійного моніторингу даного процесу, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств.

Туристичний продукт являє собою сукупність речових та неречових споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі. Відтак, тур – це первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут та конкретний термін.

Як правило туристичний продукт у вигляді туру формується на основі регіонального туристичного продукту, тобто певних особливостей якими володіє туристичний регіон. Регіональний туризм має свою історію виникнення, стадії розвитку, структуру, внутрішню організацію, спеціалізацію на певних видах туризму та відпочинку, свої переваги та недоліки. У загальновизнаному сприйнятті поняття «регіон» визначають як частину країни, яка відрізняється від інших її територій сукупністю природних та/або історичних, відносно стійких економіко-географічних та інших особливостей, які часто поєднуються з особливостями національного складу населення.

Київська область у силу свого географічного положення та особливостей історичного розвитку має всі необхідні ресурси для розвитку туризму. 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.

Білоцерківський район в цілому, володіють значним туристичним потенціалом. У місті Біла Церква зосереджено найбільшу кількість природних та історико-культурних пам'яток, найбільш цінна з яких – ландшафтний парк «Олександрія». Населені пункти Білоцерківського району мають значний пізнавальний інтерес для туриста. Також в районі розвинений зелений туризм. Біла Церква – найбільший культурний осередок Київської області. Своім культурним потенціалом та досягненнями в галузі культури місто протягом багатьох років знаходиться в авангарді Київщини. Близькість до Києва, зручне транспортне сполучення, розвинута соціально-економічна інфраструктура у комплексі з ландшафтними і природними умовами надають місту значної інвестиційної та туристичної привабливості. З 2001 року Біла Церква входить до списку історичних міст України та є найбільшим культурним осередком Київської області з археологічними та культурними пам'ятками різних часів, назвами вулиць, площ та парків, що присвячені відомим діячам різних епох.

Об'єкти туристичної інфраструктури в районі – заклади ресторанного та готельного господарства, зосереджено переважно в районному центрі. Готельні підприємства різноманітні за рівнем комфорту та ціновою політикою, ресторани підприємства представлені у достатній кількості та у різних форматах. Транспортна інфраструктура досить розгалужена, до міста легко дістатись транспортом загального користування, містом проходять важливі автошляхи державного та міжнародного значення. Проте, якість дорожнього покриття деяких автошляхів є незадовільною.

Необхідність розробки стратегій розвитку туризму на сучасному етапі в Україні, обумовлюється значною низкою проблемних питань що наразі існують в туристичному секторі регіонів нашої країни. Переважно ці проблеми

стосуються екологічних питань, організаційних, інформаційних, фінансування і т.д. У розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківський район Київської області, в цілому так само як і в інших туристичних осередках нашої держави існує ряд проблемних питань які необхідно враховувати при розробці стратегій розвитку туризму.

Наявні проблеми гальмують розвиток туризму Білоцерківського району. На вирішення розглянутих проблем і повинна бути спрямована стратегія розвитку туристичного потенціалу Білоцерківського району, яка має здійснити позитивний вплив на туристичну сферу району, а також і на покращення економічного і соціального розвитку Білоцерківського району.

Вибір стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району ґрунтується на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного туристичного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал туристичної галузі району і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення території на міжрегіональному туристичному ринку.

Результати проведеного SWOT-аналізу культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району свідчать про певну перевагу слабких сторін над сильними сторонами, а також про існуючі та очікувані переваги зовнішніх можливостей над загрозами.

За технологією стратегічного планування на основі SWOT-аналізу, було обрано стратегію розвитку культурно-пізнавального туризму, яка передбачає комплексний розвиток туристичної галузі з більш ефективним використанням наявних історико-культурних, природних, виробничих, інтелектуальних та соціальних ресурсних можливостей на основі широкого партнерства, залучення та об'єднання потенціалу різних зацікавлених сторін. Особлива увага під час реалізації Стратегії розвитку туризму та інших міських цільових програм має приділятися питанням збалансованого розвитку міста в екологічній, соціальній та економічній сферах.

Розроблена стратегія розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району буде включати три етапи:

1. Створення базових умов для розвитку туристичної галузі
2. Збільшення присутності Білоцерківського району на ринку туристичних послуг України
3. Формування стабільного попиту на туристичні продукти з боку цільових сегментів споживачів.

На основі розроблених етапів визначено пріоритетні стратегічні цілі та операційних завдань стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району.

Оцінка реалізації стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району – управлінський процес, який спрямований на періодичну системну, незалежну й об'єктивну перевірку та аналіз результатів впровадження стратегії у відповідності з визначеними критеріями. Очікувані результати реалізації стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району у відповідності з обраним підходом до стратегічного планування розподіляються:

- короткострокові, досягнення яких очікується вже під час реалізації стратегії на відповідних етапах;
- середньострокові, досягнення яких очікується одразу після закінчення реалізації стратегії;
- довгострокові результати (впливи), досягнення яких відбувається протягом кількох років в майбутньому, завдяки успішному виконанню цієї Стратегії та з урахуванням наступного періоду стратегічного планування розвитку туристичної галузі Білоцерківського району.

Отже, в процесі дослідження за результатами визначених проблеми, розроблено стратегію розвитку культурно-пізнавального туризму Білоцерківського району, в якій означено ряд стратегічних завдань, які націлені на подолання недоліків та усунення проблемних місць у функціонування туристичної сфери району. В рамках стратегії розроблено інноваційний

культурно-пізнавальний туристичний продукт «Перлини Київщини», який дозволить привабити нових туристів до району. Проведений розрахунок вартості туру і побудова плану його реалізації дозволили вирахувати ймовірний прибуток від реалізації. Так, при його вдалому позиціюванні та рекламуванні, від реалізації нового туру «Перлини Київщини» за 6 місяців можна отримати прибуток 207 680 грн. Тому такий проект вартий виконання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Цивільний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст.356. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
3. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, N 31, ст.241. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
4. Закон України «Про курорти». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, N 50, ст.435. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>
5. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527:2006. – К.: Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с.
6. Антонюк К. В. Стратегія просування туристичного продукту України на міжнародний ринок / К. В. Антонюк // Міжнародна економічна політика. – 2012. – Спец. вип. : у 2 ч. – Ч. 2. – С. 22–29.
7. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб./ В.К.Бабарицька, О.Ю.Малиновська.– 2-е вид., перероб. та доп.– К.: Альтерпрес, 2008. – 288 с.
8. Бейдик О. О, Новосад Н. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України. Проблеми міжнародного туризму : зб. наук. праць. Київ : ППНВ, 2010. С. 285–299.
9. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. - К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський ун-тет», 2001. - 395 с.
10. Бендзюк, В. Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України

[Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / В. Д. Безносюк; НАН України; Інститут регіональних досліджень — Львів, 2001. – 19 с.

11. Бендзюк, В. Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / В. Д. Безносюк; НАН України; Інститут регіональних досліджень — Львів, 2001. – 19 с.

12. Білоцерківська районна державна адміністрація - Офіційний сайт – електронний ресурс – режим доступу: <http://bcrda.kiev.ua>

13. Бондаренко М. П. Позиціонування України на міжнародному туристичному ринку / М. П. Бондаренко // Економічний часопис – XXI. – 2011. – № 3. – С. 47–50.

14. Бондаренко М. П. Система зміцнення конкурентних позицій туристичного сектору України / М. П. Бондаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 9. – С. 66–73.

15. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дисерт. на здобуття ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.05 / М. Борушак. – Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2008. – 28 с.

16. Бочан І.О. Технологія туристичної діяльності: підручник для студ. І.О. Бочан, М.Ф. Цимбалюк, В.М. Цимбалюк. - Л., 2011. - 419 с.

17. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. Навч. посіб. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с

18. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. Навч. посіб. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с

19. Географія міжнародного туризму: Країни СНД та Балтії / [С.А. Хомич, Я.И. Аношко та ін.]. – Мн. : Аверсэв, 2004. – 252 с. 3. Горбильова З.М. Економіка туризму / З.М. Горбильова. – Мн. : БГЕУ, 2010. – 478 с.

20. Герасимчук, З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації [Текст] : монографія / З. В. Герасимчук, М. В. Глядіна. – Луцьк : Надстир'я, 2006. – 164 с.

21. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях / А. І. Головчан // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 139-145.
22. Гордієнко І.С. Міжнародний туризм / І.С. Гордієнко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 15–18.
23. Гринько Т.В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери / Т. В. Гринько // Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – №5. – С. 13–15.
24. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. - М.: Нолидж, 1996. - 320 с.
25. Дащук, Ю. Є. Методичний підхід до оцінки рівня розвитку рекреаційного потенціалу регіону: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – №1. – С. 64-70.
26. Дроздов А. В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма. Перспективы развития туризма в южном Подмосковье. Сб. докл. и тез. сообщений научно-практ. конференции, - М., 1999. - С. 122-129.
27. Закон України «Про курорти». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, N 50, ст.435. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>
28. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, N 31, ст.241. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
29. Красникова Т.С. Туристический потенциал территории и необходимость его развития: электронный ресурс: режим доступа - [http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/pep/2015-6/economics/krasnikova.pdf](http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2015-6/economics/krasnikova.pdf)
30. Красникова Т.С. Туристический потенциал территории и необходимость его развития: электронный ресурс: режим доступа - [http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/pep/2015-6/economics/krasnikova.pdf](http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2015-6/economics/krasnikova.pdf)

31. Маленков Р., Година О. Дванадцять маршрутів Київщиною. К., Грані-Т, 2008, с.87
32. Маленков Р., Година О. Дванадцять маршрутів Київщиною. К., Грані-Т, 2008, с.87
33. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К. : Знання, 2010. – 310 с.
34. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги: ДСТУ 4268:2003. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 14 с.
35. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527:2006. – К.: Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с.
36. Савіцька О. П. Формування туристичної привабливості території / О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька, І. Я. Кулиняк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.15. – С. 148-154.
37. Самко О. О. Оцінка туристичного потенціалу регіону та рівня його використання / Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». Збірник наукових праць. Випуск 7 (27), Ч. 4. – Луцьк, 2010. – С. 129–134.
38. Самко, О. О. Оцінка туристичного потенціалу регіону та рівня його використання / Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». Збірник наукових праць. Випуск 7 (27), Ч. 4. – Луцьк, 2010. – С. 129–134.
39. Социально-культурная сфера: сущность, структура, тенденции развития / под ред. Ф.Ф. Рыбакова. СПб. - 2009. - 150 с
40. Стойка В.О. Державне регулювання туристичної сфери України / В. О. Стойка // Економіка України: проблеми розвитку галузей і регіонів. Колективна монографія / Від. ред. В. Ф. Беседін, А. С. Музиченко. – К.: НДЕІ. – 2008. – С. 97–102.
41. Стойка В.О. Державне регулювання туристичної сфери України / В. О. Стойка // Економіка України: проблеми розвитку галузей і регіонів. Колективна монографія / Від. ред. В. Ф. Беседін, А. С. Музиченко. – К.: НДЕІ. – 2008. – С. 97–102.



42. Стойка В.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України / В. О. Стойка, С. О. Стойка // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. – 2013. – № 6. – С. 455-461.

43. Стойка В.О. Роль стратегічного управління у стимулюванні розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс] / В. О. Стойка, С. О. Стойка // Ефективна економіка. – 2015. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3793>.

44. Стойка В.О. Формування стратегії управління розвитком туристичної галузі в умовах економічної нестабільності: автореферат дис. канд. екон. наук. / С. О. Стойка; 08.00.03 - економіка та упр. нац. госп-вом. — Чернігів : ЧНТУ, 2016. - 20 с.

45. Стойка В.О. Формування стратегії управління розвитком туристичної галузі в умовах економічної нестабільності: автореферат дис. канд. екон. наук. / С. О. Стойка; 08.00.03 - економіка та упр. нац. госп-вом. — Чернігів : ЧНТУ, 2016. - 20 с.

46. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / [Ткаченко Т. І. , Мельниченко С. В. , Бойко М. Г. та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.

47. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: Монографія / [Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін.] / за ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ. – 2010. – 569 с.

48. Стратегія розвитку Київської області на період до 2020 року. Електронний ресурс – режим доступу: <http://phm.gov.ua/sites/default/files/3%20СТРАТЕГІЯ%20РОЗВИТКУ%20КИЇВСЬКОЇ%20ОБЛАСТІ%20до%202020.doc>

49. Ткаченко Т.И. Туризм в системі рычагов устойчивого розвитку региона // Экономика Крыма: Науч.-практ. журн. – Симферополь. – 2004. – № 11. – С. 74–78.

50. Ткаченко Т.І. До основ формування кластерів у туризмі // *Культура Причорномор'я*, – №236– 2012. – С. 89-92.

51. Ткаченко Т.І. До основ формування кластерів у туризмі // *Культура Причорномор'я*, – №236– 2012. – С. 89-92.

52. Ткаченко Т.І. Еколого-економічні та соціальні аспекти сталого розвитку туризму // *Вісн. Укр. держ. ун-ту водного господарства та природокористування: Економіка. Проблеми управління регіональним економічним та соціальним розвитком: Зб. наук пр. – Вип. 2(26). – Ч. II,– Рівне, 2004. – С. 588–594.*

53. Ткаченко Т.І. Еколого-економічні та соціальні аспекти сталого розвитку туризму // *Вісн. Укр. держ. ун-ту водного господарства та природокористування: Економіка. Проблеми управління регіональним економічним та соціальним розвитком: Зб. наук пр. – Вип. 2(26). – Ч. II,– Рівне, 2004. – С. 588–594.*

54. Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку // *Зб. наук. пр. “Наук. вісн. Економіка”*. – Рівне, 2005. – С. 146–155.

55. Ткаченко Т.І. Концептуальні основи формування механізму розвитку туризму // *Наук. вісн. Чернівець. торг.-екон. ін-ту КНТЕУ*. – Чернівці: АНТ Дтд, 2005. – Вип. IV. Екон. науки. – Ч. I. – С. 209–220.

56. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу *Монографія* - К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. - 463 с.

57. Ткаченко Т.І. Стратегії розвитку підприємств туризму в Україні // *Вісн. КНТЕУ*. – 2006. – № 1. – С. 16–22.

58. Ткаченко Т.І. Туристичний продукт як об'єкт пропозиції // *Культура народів Причорномор'я*. – 2005. – № 69. – С. 48–61.

59. Ткаченко Т.І., Мішенкова К.В. Сучасний стан і перспективи розвитку підприємств сфери туризму в Україні // *Проблеми підвищення ефективності*

функціонування підприємств різних форм власності: Сб. науч. тр.:  
– В 3 т. / НАН України: Ін-т економіки пром-ти. – Донецьк, 2004. – С. 339–345

60. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : Монографія /  
А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. : за заг. ред. А.А.  
Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013. – 388 с.

61. Чернецький Є. Історія Білої Церкви: події, постаті, життя. — Біла  
Церква: Вид. О. Пшонківський, 2012. — С. 400.

62. Чернецький Є. Браницькі. — Біла Церква: О. Пшонківський, 2011. —  
736 с.

63. Чернецький Є. Історія Білої Церкви: події, постаті, життя. — Біла  
Церква: Вид. О. Пшонківський, 2012. — С. 79.

64. Черчик, Л. М. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону:  
теорія, методологія, оцінка: монографія / Л. М. Черчик, Н. В. Коленда. – Луцьк:  
ЛНТУ, 2008. – 235 с.

## ДОДАТКИ

## ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В СЕГМЕНТІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Олійник Д., 5 курс ФРГТБ КНТЕУ

спеціальність 242 «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

*У статті розкрито особливості культурно-пізнавального туристичного потенціалу Київської області і особливості формування туристичного продукту на його основі. Визначено можливості та напрями просування туристичного продукту Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму на міжнародний ринок.*

**Ключові слова:** культурно-пізнавальний туризм, міжнародний туризм, просування туристичного продукту, туристична дестинація.

*В статье раскрыты особенности культурно-познавательного туристического потенциала Киевской области и особенности формирования туристического продукта на его основе. Определены возможности и направления продвижения туристического продукта Киевской области в сегменте культурно-познавательного туризма на международный рынок.*

**Ключевые слова:** культурно-познавательный туризм, международный туризм, продвижение туристического продукта, туристической дестинации.

*The article reveals the features of the cultural and cognitive tourist potential of the Kyiv region and the peculiarities of the formation of a tourist product based on it. Possibilities and directions of promotion of the tourist product of the Kyiv region in the segment of cultural and cognitive tourism on the international market are determined.*

**Key words:** cultural and cognitive tourism, international tourism, promotion of tourist product, tourist destination.

*Актуальність теми дослідження.* Туризм має надзвичайно важливе значення для економіки держави, оскільки при правильній організації, формує значну частину надходжень в бюджет. Основу туризму становить туристичний потенціал території. Важливе значення для розвитку туристичного потенціалу мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Внаслідок цих обставин вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватись на розробці стратегії сталого розвитку туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по окремих регіонах.

В сучасних українських реаліях регіональні туристичні комплекси мають ряд серйозних проблем: низька якість рекреаційно-туристичних послуг, слабка інфраструктура, високий рівень зносу основних засобів, нестабільність (або, навіть, стагнація) розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Ситуацію можуть змінити розробка ефективної системи стратегічного управління та вищесказаним тема формування та просування якісного туристичного продукту вітчизняних підприємств на міжнародному ринку є важливою та актуальною.

*Метою статті є дослідження туристичного культурно-пізнавального потенціалу Київської області та визначення можливостей його просування на міжнародний ринок.*

Завдання дослідження: 1) Визначити поняття туристичного продукту; 2) Дослідити культурно-пізнавальний потенціал Київської області; 3) Зазначити особливості просування туристичного продукту Київської області в сегменті культурно-пізнавального туризму.

Питанням просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародний ринок присвячено низку наукових досліджень, зокрема таких авторів як А.Мазаракі, Т.Ткаченко, С. Мельниченко, К. Антонюк, О. Бейдик, Н. Новосад, М. Борушак, А.Головчан, О.Савицька та ін.

Туристичний продукт являє собою сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі.

Як правило туристичний продукт у вигляді туру формується на основі регіонального туристичного продукту, тобто певних особливостей якими володіє туристичний регіон. Регіональний туризм має свою історію виникнення, стадії розвитку, структуру, внутрішню організацію, спеціалізацію на певних видах туризму та відпочинку, свої переваги та недоліки. У загальновизнаному сприйнятті поняття «регіон» визначають як частину країни, яка відрізняється від інших її територій сукупністю природних та/або історичних, відносно стійких економіко-географічних та інших особливостей, які часто поєднуються з особливостями національного складу населення.

Головною передумовою розвитку туризму на окремо визначеній території є наявність туристичних ресурсів або ж туристичного потенціалу.

Туристичні ресурси за своєю природою зазвичай розподіляють на рекреаційні (природні) ресурси, об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, та об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни.

Під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Як відомо, будь-яка територія має певним набір туристичних ресурсів і може обирати способи і варіанти їх використання. Визначення пріоритетних варіантів використання ресурсного потенціалу території – це стратегічне управлінське завдання.

У структурному плані туристичний потенціал регіону доцільно представити як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих потенціалів: природно-ресурсного, історико-культурного, економічного і соціального (рис. 1).

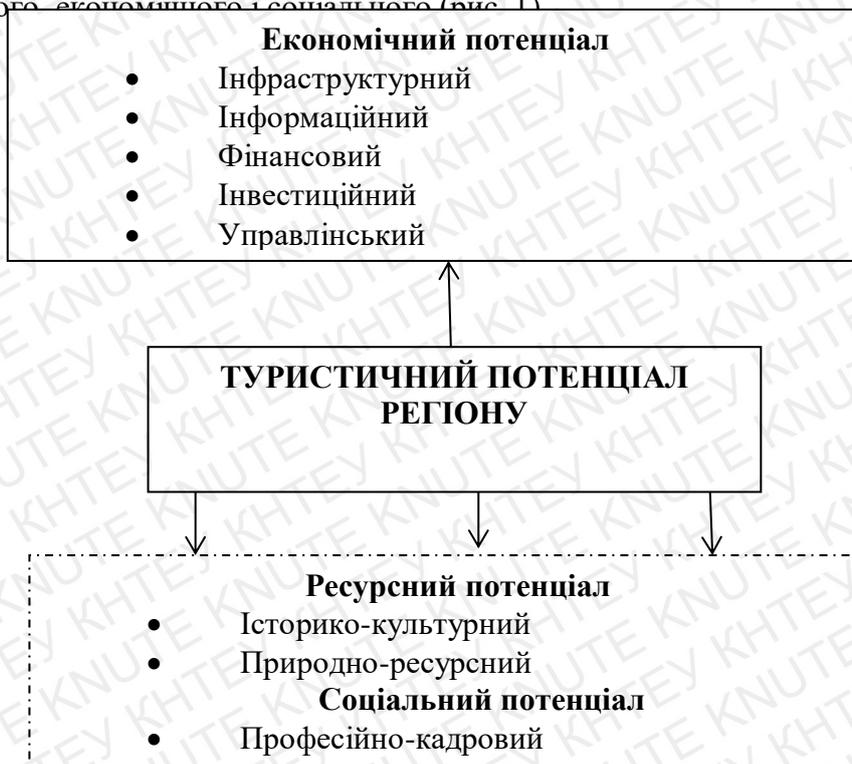


Рис 1. Елементний склад туристичного потенціалу регіону [5]

У даній схемі:

- Природно-ресурсний потенціал сфери туризму – здатність природних систем без шкоди для себе (а, отже, і для людей) віддавати необхідну людству продукцію або проводити корисну для нього роботу в рамках господарства даного історичного типу; можливості регіону по використанню сукупних природних багатств в туристичній діяльності.
- Історико-культурний потенціал – передбачає можливості для розвитку туризму, закладені історико-культурними цінностями, що знаходяться в регіоні.
- Економічний потенціал сфери туризму – це складова частина економічного (господарського) потенціалу регіону, що характеризує здатність регіону в області відтворення туристичного продукту, тобто потенційно придатні сили і засоби, необхідні для відтворення туристичного продукту на регіональному рівні (матеріальні, природні, трудові та ін.).
- Соціальний потенціал сфери туризму – це можливості регіону по відтворенню необхідної для здійснення туристської діяльності робочої сили, оскільки використовуючи тільки матеріальні ресурси туризму, неможливо виробити, розподілити, обміняти і спожити регіональний туристичний продукт [7].

Україна володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

Не винятком є і Столичний регіон, зокрема Київська область, в межах якої наявні багаті історико-культурні, архітектурні, природні і антропогенні туристичні ресурси у поєднанні з розвинутою туристичною інфраструктурою.

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.

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 розгалужена готельна мережа. В області функціонують 16 музеїв, у тому числі три заповідники [4].

У Київській області нараховується 17 заказників, 35 пам'яток природи, 8 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва і 12 заповідних урочищ. Київська земля славиться у світі такими визначними особистостями, як Ярослав Мудрий, Іван Мазепа, Феофан Прокопович, Іван Сошенко, Павло Чубинський, Григорій Косинка, Іван Козловський, Андрій Малишко, Іван Драч, Ліна Костенко, Шолом-Алейхем і багато інших видатних особистостей. Переяслав-Хмельницький – найстаріше місто у Київській області. У літописних джерелах перші згадки про нього датуються 906 роком. на території міста розташований Національний історико-етнографічний заповідник "Переяслав", який налічує 25 музеїв різноманітної тематики.

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 занесено до Реєстру нерухомих пам'яток, вісім міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення. Окремим рядком в переліку пам'яток Київщини вписані 24 пам'ятки національного значення, серед яких велика кількість культових споруд

XVI-XIX ст., палаців, архітектурних споруд, парків, зокрема, білоцерківська "Олександрія" та багато інших [4].

Розбудова туристичної галузі заснована важливим чином на інтеграції у світову туристичну індустрію, один з ключових напрямів структурної перебудови економіки. Пріоритетність розвитку в'їзного туризму позитивно позначається на підвищенні якості життя населення, створенні додаткових робочих місць, поповненні валютних запасів держави, підвищенні її авторитету на міжнародній арені. Актуальним завданням у сфері розбудови туристичної галузі, в сучасних умовах є формування програми просування регіональних туристичних продуктів різних напрямів на міжнародні ринки (рис. 2).



Рис. 2. Структурно-логічна схема реалізації програми просування туристичного продукту на міжнародний ринок [1]

У процесі розробки програми просування туристичного регіонального продукту слід здійснювати діагностику зовнішнього середовища функціонування туристичної галузі, що дозволяє виявити фактори, які позитивно або негативно впливають на перспективи регіонального туристичного продукту на міжнародних ринках.



*Висновок.* Отже поняття туристичного продукту комплексне, і включає в себе сукупність матеріальних і не матеріальних споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі. Туристичний продукт формується на основі регіонального туристичного продукту, тобто певних особливостей якими володіє туристичний регіон. У межах Київської області зосереджено значну кількість історичних об'єктів, які формують її привабливість як дестинації культурно-пізнавального туризму. Ці об'єкти є привабливими не тільки для внутрішнього туризму, а й для туристів з інших країн, тому формування туристичного продукту на основі історико-культурного потенціалу і просування їх на міжнародному ринку є важливим та актуальним напрямом розвитку вітчизняного туристичного сектору.

#### Список використаних джерел

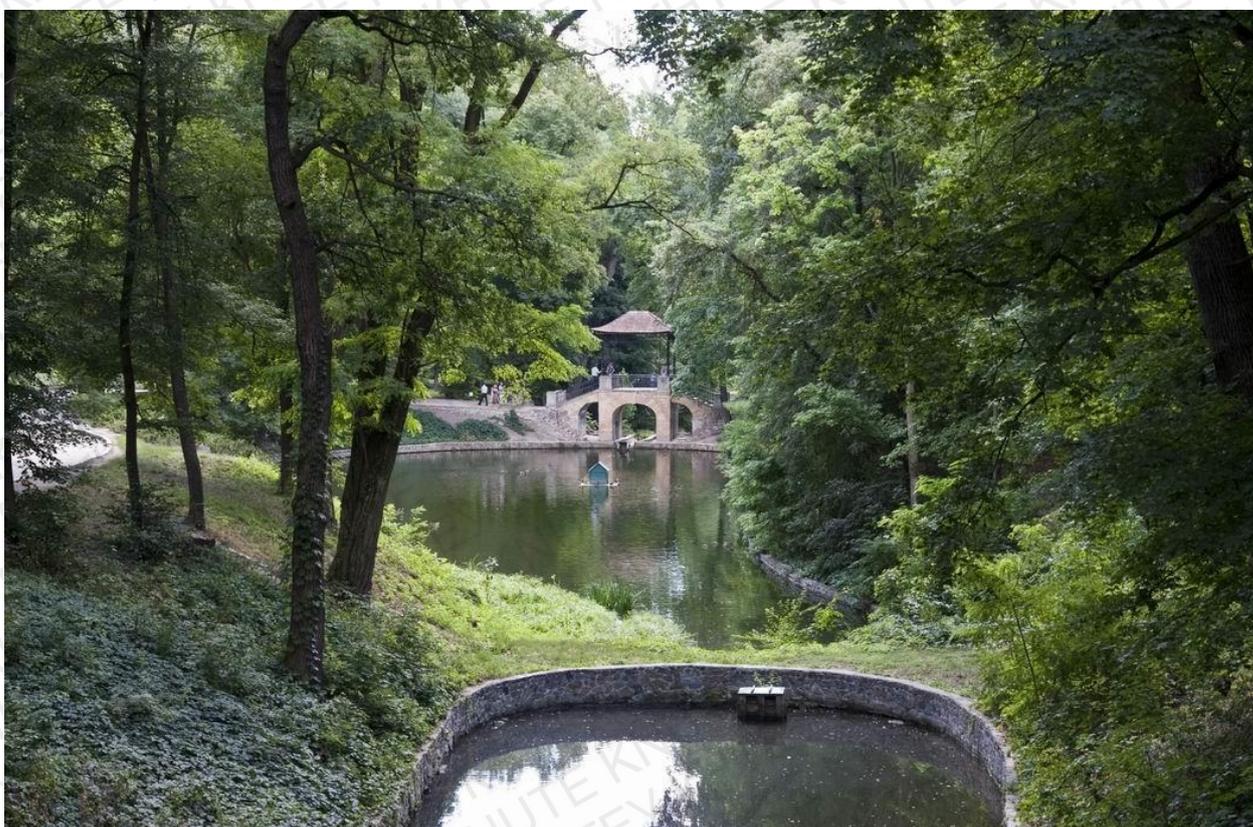
1. Антонюк К. В. Стратегія просування туристичного продукту України на міжнародний ринок / К. В. Антонюк // Міжнародна економічна політика. – 2012. – Спец. вип. : у 2 ч. – Ч. 2. – С. 22–29.
2. Бейдик О. О, Новосад Н. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України. Проблеми міжнародного туризму : зб. наук. праць. Київ : ППНВ, 2010. С. 285–299.
3. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дисерт. на здобуття ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.05 / М. Борушак. – Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2008. – 28 с.
4. Воловик Л. М. Особливості розвитку рекреаційно-туристичного комплексу столичного регіону (на прикладі Київської області) / Л. М. Воловик // Географія та туризм. - 2013. - Вип. 26. - С. 164-173. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt\\_2013\\_26\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_26_23).
5. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях / А. І. Головчан // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 139-145.
6. Савицька О. П. Формування туристичної привабливості території / О. П. Савицька, Н. В. Савицька, І. Я. Кулиняк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.15. – С. 148-154.
7. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): Монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. : за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013. – 388 с.

## Характеристика природно-рекреаційних об'єктів туристичного потенціалу Білоцерківського району

№ з/п	Назва об'єкту	Розміщення	Фото об'єкта
1	Державний дендрологічний парк «Олександрія»	Київська область, м. Біла Церква - 13.	
2	Ріка «Рось»	Білоцерківський район	
3	Парк культури і відпочинку імені Т. Г. Шевченка	М. Біла Церква біля Соборної площі, вдовж Олександрійського бульвару	
4	Парк Слави	Центр м. Біла Церква	
5	Парк «Будівельників»	м. Біла Церква Сквирське шосе	

6	Село Мазепинці Парк слави Мазепинці козацької	Село Мазепинці	
---	-----------------------------------------------------------	----------------	-------------------------------------------------------------------------------------

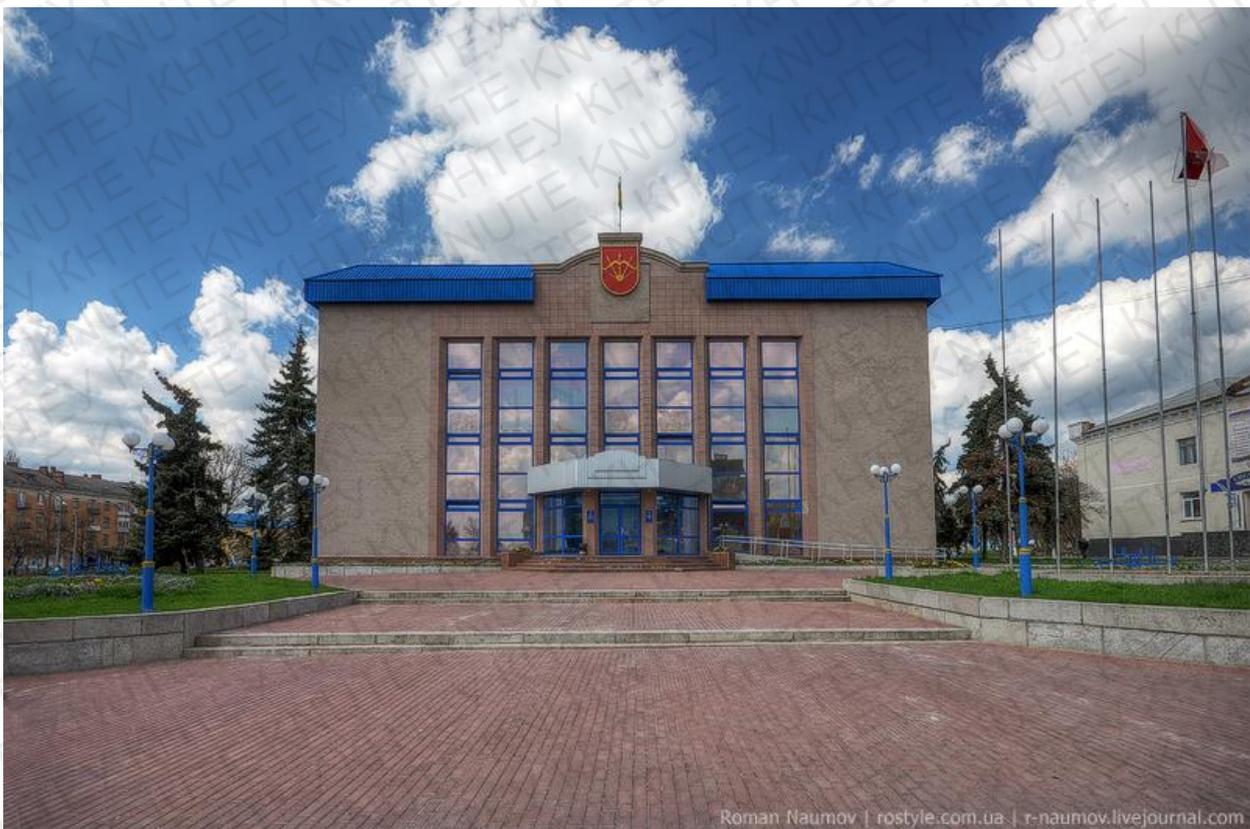
## Дендропарк Олександрія

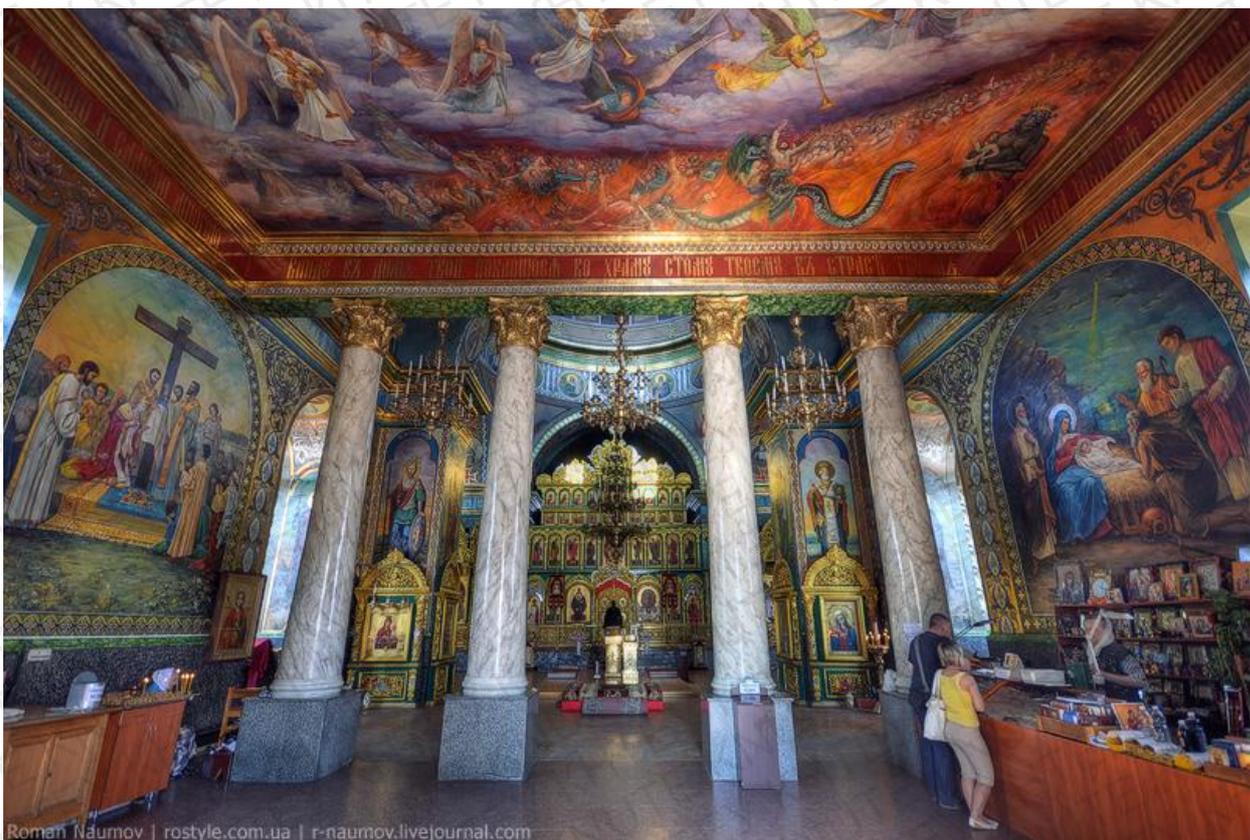
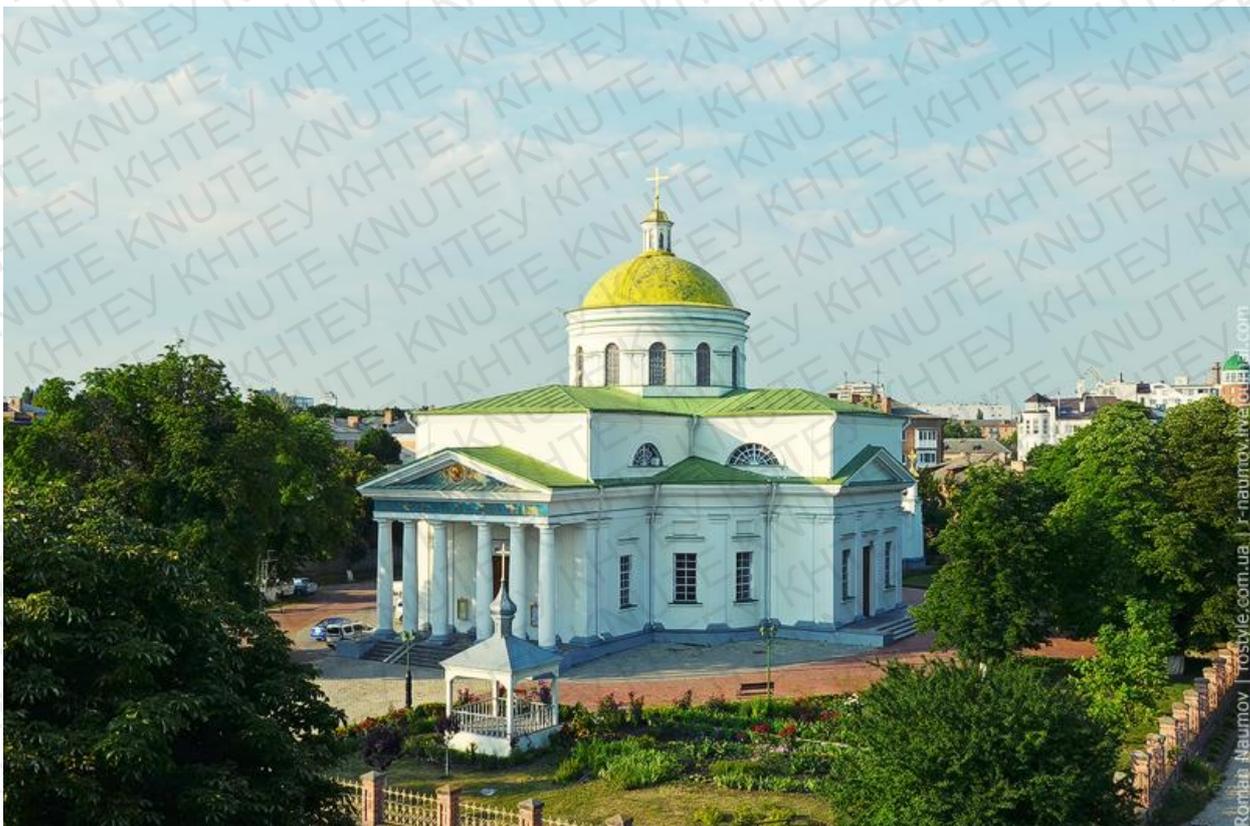




## Туристичні об'єкти Білої Церкви

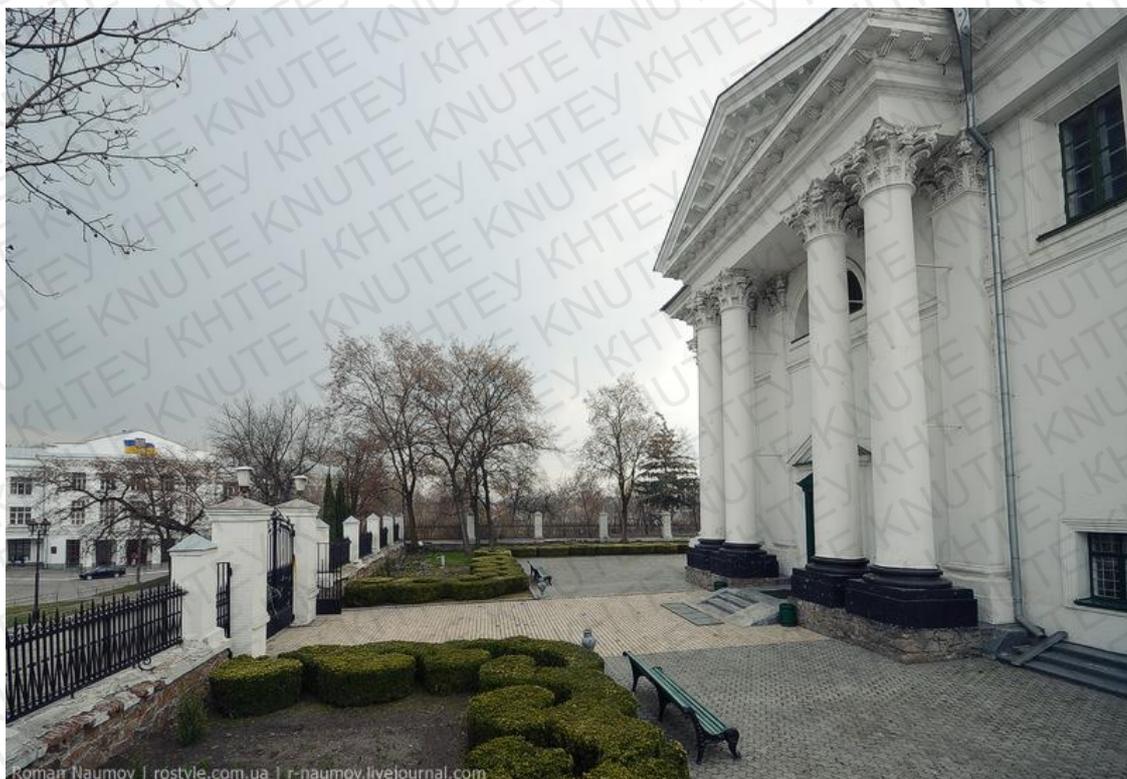
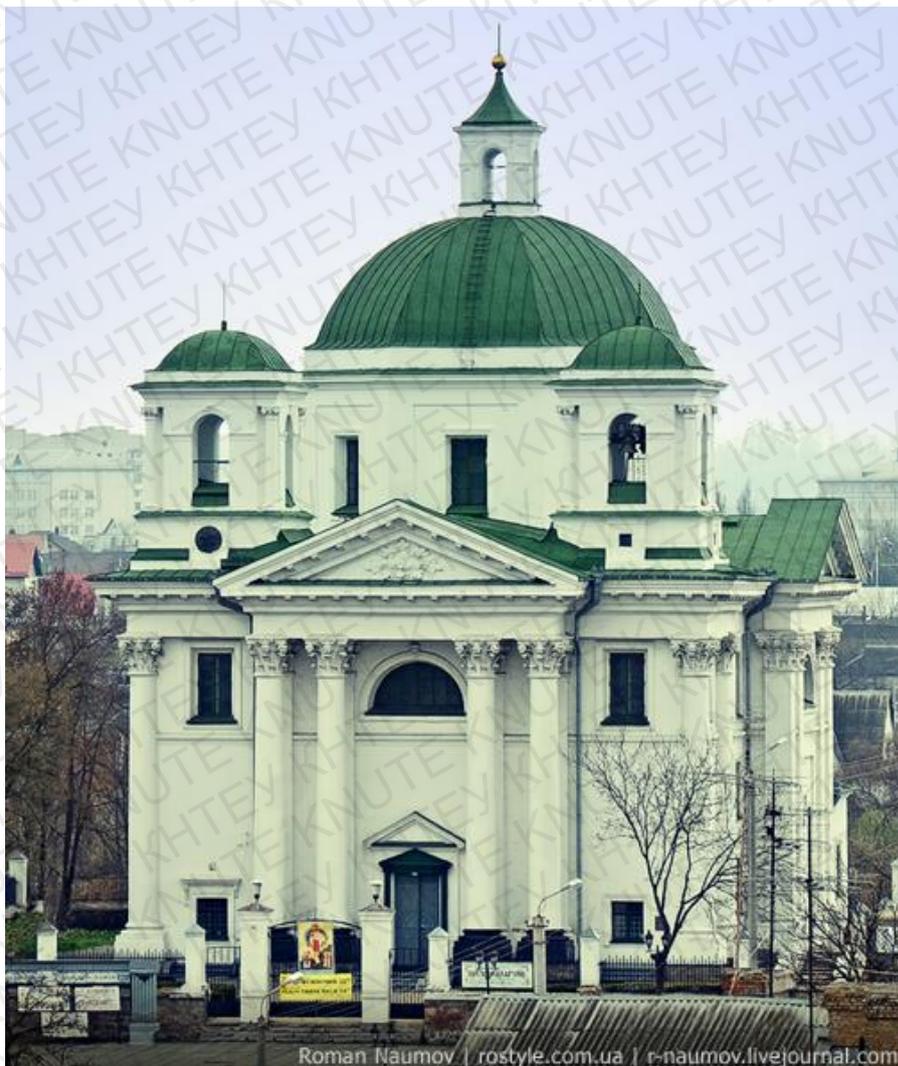


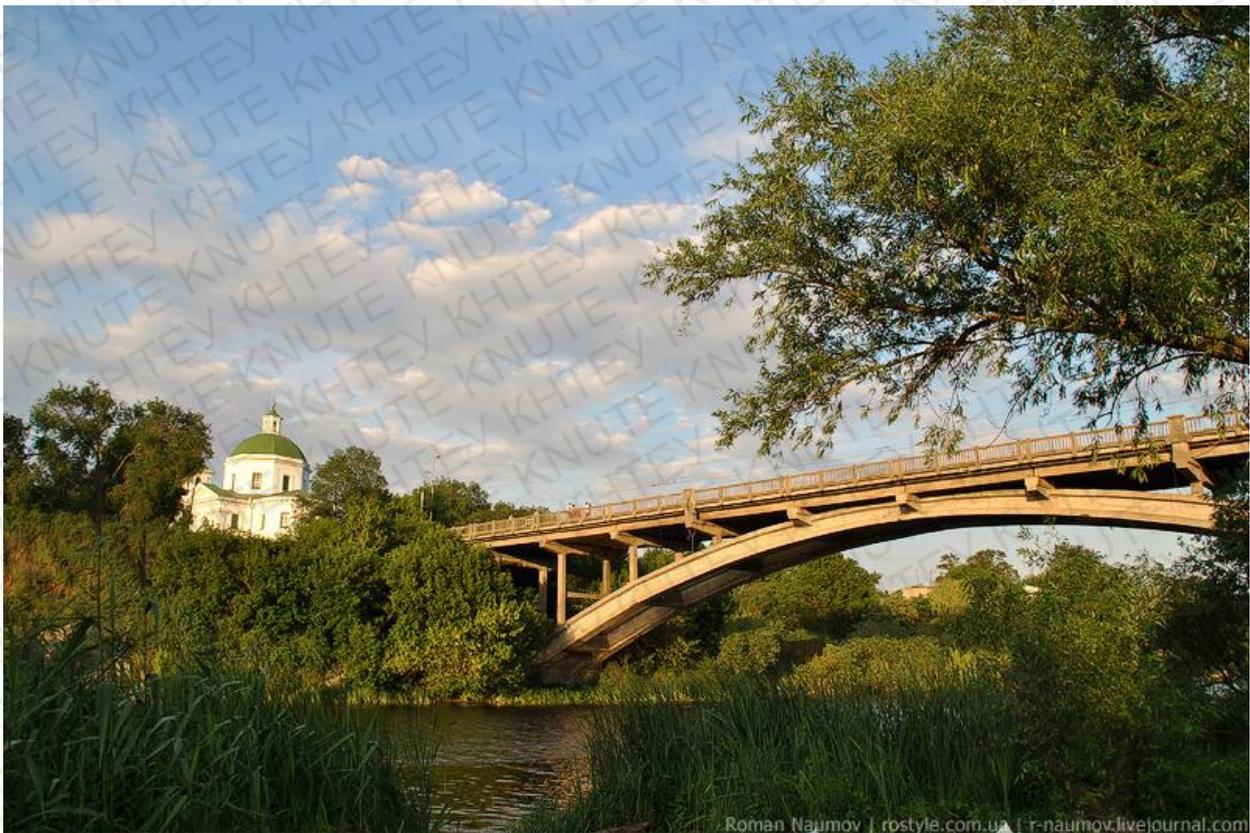




Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



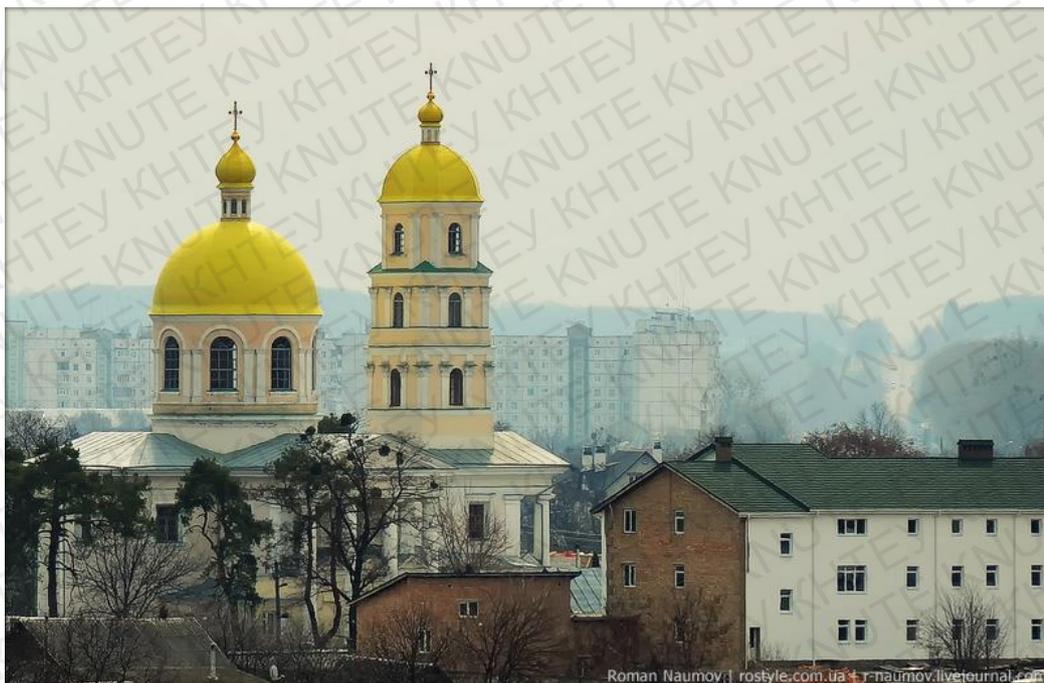
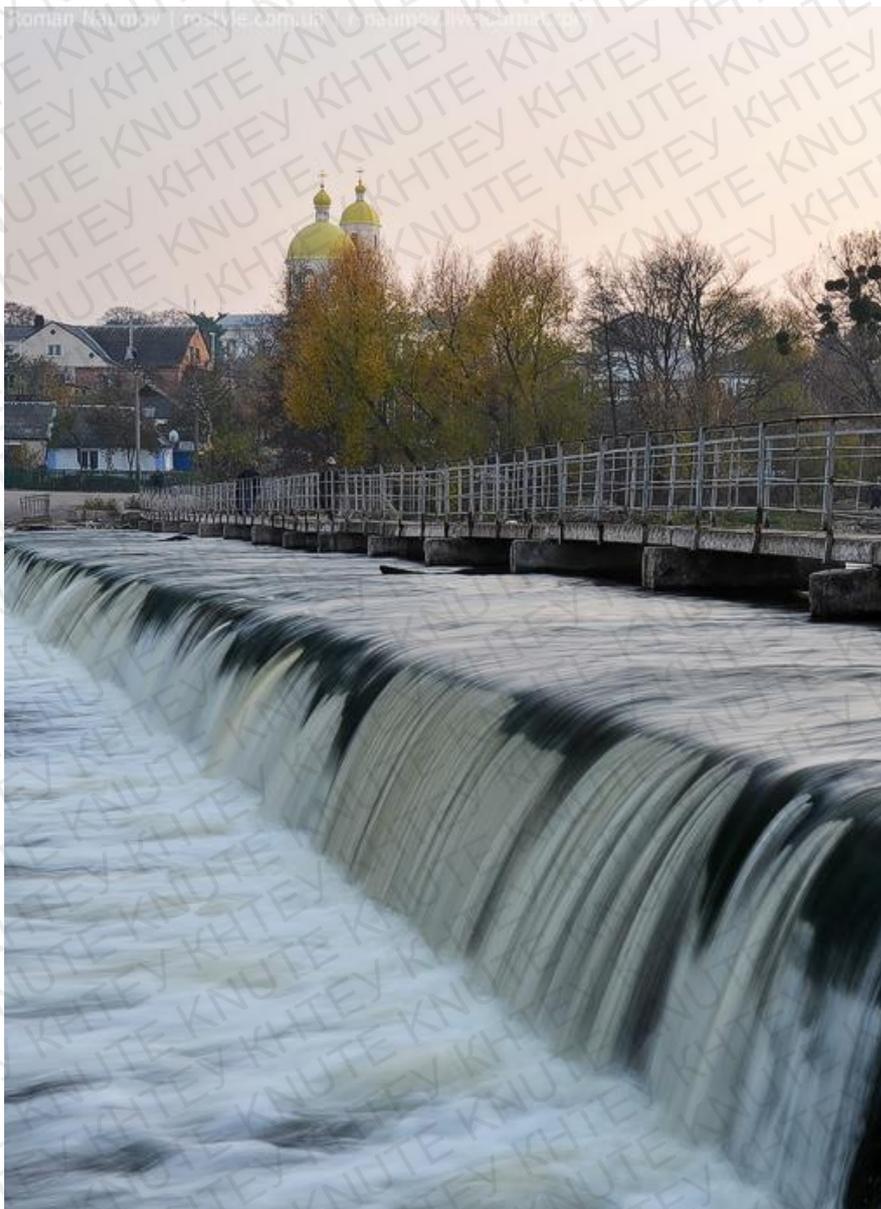


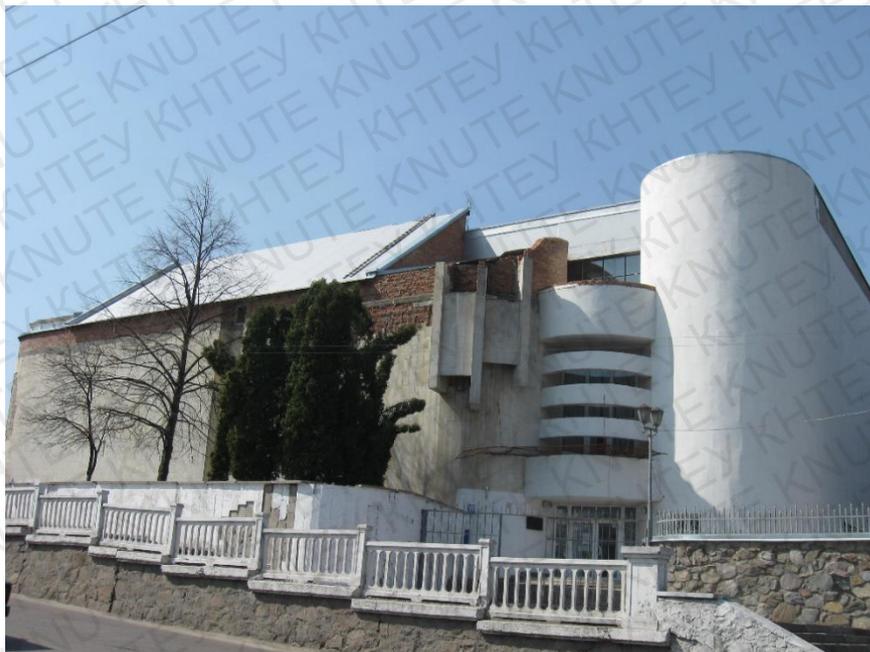


Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com



Roman Naumov | rostyle.com.ua | r-naumov.livejournal.com





Білоцерківський краєзнавчий музей



Свято-Успенський храм в місті Узин



Свято-Духівський храм у селі Шкарівка Білоцерківського району



Спасо-Преображенська церква в селі Сухоліси Білоцерківського району

