

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Проектування продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку
в'їзного туризму»**

Студентки 2 курсу, 9м групи,
освітнього ступеня «магістр»,
спеціальності 242 «Туризм»,
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

підпис студента

Жабинець
(Трофимчук)
Юлія Олегівна

Науковий керівник
к.геогр.н., доц.

підпис керівника

Мазурець
Роман
Русланович

Гарант освітньої програми
д.е.н., проф.

підпис керівника

Михайліченко
Ганна
Іванівна

Київ 2021

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

Т. І. Ткаченко

« _____ » _____ 202__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентці

Жабинець (Трофимчук) Юлії Олегівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Проектування продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму»

Затверджена наказом КНТЕУ від «29» грудня 2020 р. № 3953.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 19.11.2021 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: проектування продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму (на матеріалах ТОВ «Поїхали з нами», м. Київ)

Об'єкт дослідження: процес проектування туристичного продукту культурного туризму.

Предмет дослідження: : теоретичні, методологічні та практичні засади процесу проектування продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму.

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1			
2			
3			

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та наукові засади культурного туризму

1.2. Методологія проектування продукту у сфері культурного туризму для ринку в'їзного туризму

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Ресурсний потенціал культурного туризму Чернігівської області

2.2. Аналіз ринку культурного туризму Чернігівської області

2.3. Стейкхолдери проектів туристичного продукту культурного туризму на міжнародному ринку

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Обґрунтування передумов та створення проекту продукту культурного туризму в Чернігівській області

3.2. Ефективність реалізації продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

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	01.09.2020-29.12.2020	28.10.2021
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	30.12.2020-31.01.2021	20.01.2021
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.02.2021 - 30.04.2021	17.03.2021
4.	Написання та оформлення наукової статті	до 30.04.2021	12.04.2021
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.05.2021-10.10.2021	15.09.2021
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.10.2021-31.10.2021	12.10.2021
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	01.11.2021-08.11.2021	04.11.2021
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2021-18.11.2021	15.11.2021
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 19.11.2021	16.11.2021
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

7. Дата видачі завдання « _____ » _____ 202__ р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи: _____
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми: _____ Михайліченко Г. І.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студентки _____
(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки _____
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Михайліченко Г. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2021 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Сутність та наукові засади культурного туризму.....	9
1.2. Методологія проектування продукту у сфері культурного туризму для ринку в'їзного туризму.....	13
Висновки до розділу 1.....	18
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ.....	20
2.1. Ресурсний потенціал культурного туризму Чернігівської області.....	20
2.2. Аналіз ринку культурного туризму Чернігівської області.....	27
2.3. Стейкхолдери проєктів туристичного продукту культурного туризму на міжнародному ринку.....	34
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ.....	39
3.1. Обґрунтування передумов та створення проєкту продукту культурного туризму в Чернігівській області.....	39
3.2. Ефективність реалізації продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму.....	47
Висновки до розділу 3.....	50
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	59

ВСТУП

Актуальність теми дипломної роботи визначається тим, що культурний туризм на даний момент почав активно розвиватися в Україні, а також за її межами. Саме цей вид туризму стає пріоритетним для України. В умовах нестабільності економіки України підвищення ефективності функціонування цієї галузі набуває особливої актуальності, беручи до уваги її вплив на прибутковість та розвиток різних сфер суспільного виробництва, розв'язання широкого спектра соціально-економічних проблем країни.

В сучасних умовах туристичний бізнес стрімко розвивається. Із кожним роком розвиток туризму в цілому підвищує динамічність. Таким чином, туристична галузь має надзвичайно важливе значення для економіки нашої держави, а розвиток цієї сфери суспільного життя повинен стати одним із пріоритетних завдань на найближче майбутнє. Крім того завдяки розвитку культурного туризму та збільшенню фінансування цієї галузі в країні краще та швидше розвивається інфраструктура, зокрема, транспортна, що сприятиме подальшому економічному зростанню не лише туристичної галузі.

Аналіз останніх наукових публікацій показав, що протягом останніх років культурний туризм активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Серед активних учасників, можна виділити таких як В. Пазенок [15], В. Федорченко [40], С. Горський [23], М. Цюрупа [31] і Дж. Урі [49].

Мета роботи: проектування продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму (на матеріалах ТОВ «Поїхали з нами», м. Київ)

Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких завдань:

- визначити сутність культурного туризму;
- розглянути ресурсний потенціал культурного туризму Чернігівської області;
- зробити аналіз ринку культурного туризму Чернігівської області;
- характеризувати стейкхолдерів проектів туристичного продукту на ринку

культурного туризму;

- створити продукт культурного туризму в Чернігівській області;
- охарактеризувати ефективність реалізації продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму.

Об'єктом дослідження виступає процес проектування туристичного продукту культурного туризму.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні засади процесу проектування продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму.

Наукова новизна одержаних результатів. В дипломній роботі запропоновано новий туристичний продукт у сфері культурного туризму, який можна впроваджувати у діяльність туристичних підприємств Чернігівської області.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для розроблення ефективного інструментарію управління розвитком туристичного бізнесу.

Апробація результатів дослідження. Положення, викладені у випускній кваліфікаційній роботі, відображено у науковій статті «Сутність та наукові засади культурного туризму».

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та наукові засади культурного туризму

Сучасний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури та важливим фактором розвитку суспільства загалом. Туризм тісно пов'язаний з культурою та утворює культурний туризм.

Культура – комплексне та багатогранне явище у міждисциплінарному науковому пошуку, характеризується наявністю різних підходів до трактування цього поняття.

Нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального та державного розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сфери, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі туризм із переважно економічного явища перетворюється на соціальний та культурний феномен [8].

Вперше поняття «культурний туризм» офіційно на міжнародному рівні використано в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики у 1982 р. Серед вітчизняних та закордонних вчених немає єдиних підходів щодо визначення поняття «культурний туризм» [52]. Основні наукові підходи щодо цього питання висвітлено у додатку Б.

У другій половині ХХ ст. у світі культурний туризм набув значного поширення, розвитку якого сприяли нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі [54]. Основною умовою розвитку культурного туризму є історичний та культурний потенціал країни, рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів. До об'єктів культурного туризму належать як історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні

споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди), так і сучасна культура (виставки, фестивалі, особливості життя населення: кухня, костюми) [54].

Протягом останніх років культурний туризм активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Серед активних учасників, можна виділити таких як В. Пазенок, В. Федорченко, С. Горський, М. Цюрупа [31, 40]. У своїх працях вони розглядають культурний туризм як явище культури і чинник духовного розвитку особистості [31, 40]. Особливий інтерес являють праці англійського філософа Дж. Урі [49], який стверджує визначальну роль культури в розвитку міжособистісних і міжнародних комунікацій, етнічних і національних культур.

Концептуальне розуміння культурного туризму міститься в офіційних визначеннях Всесвітньої туристичної організації. Відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації культурний туризм охоплює всі переміщення людей, оскільки вони задовольняють людську потребу в різноманітті та спрямовані на підвищення культурного рівня особистості, стимулюючи нові знання, досвід і зустрічі” Культурний туризм передбачає навчальні поїздки, культурні тури, поїздки на фестивалі та інші культурні заходи, відвідування визначних місць та пам’яток, поїздки для дослідження природи, фольклору, мистецтва та паломництва [53].

Культура є фундаментальною основою процесу розвитку, збереження, зміцнення незалежності, суверенітету і самобутності народів. Мета розвитку культури полягає в забезпеченні добробуту та задоволенні потреб суспільства і кожної людини. Це означає, що кожна людина, кожен народ має право отримувати інформацію, здобувати знання і передавати свій досвід.

У сучасних умовах глобалізації, з розвитком авіації, виникненням і поширенням масових форм туризму, «культурний» туризм набув нового значення [51]. Генеральний директор ЮНЕСКО Коїтіро Мацуура вважає: незважаючи на те, що процес глобалізації надає людству унікальних можливостей у сфері комунікації і вільного обміну ідеями й товарами, він

також призводить до серйозної загрози посилення нерівності, знеособлення культури та способу життя, втрати самобутності або навпаки – сприяє самобутності і відгородженню від зовнішнього світу [23]. Зважаючи на те, що впродовж усієї історії люди обмінювалися культурним досвідом, ідеями, цінностями і товарами через мистецтво, торгівлю й міграції, у XXI ст. культурний туризм призначений слугувати ідеям інтелектуальної і моральної солідарності людства, утвердженню ідеалів толерантності в суспільстві, тобто повазі, прийняттю та правильному розумінню різноманіття культур нашого світу [12].

На думку російських дослідників В. Е. Гордіна і М. Д. Сушинської, культурний туризм – це переміщення індивідів за межі їх постійного місця проживання, мотивоване повністю або частково інтересом відвідування культурних пам'яток, зокрема культурних подій, музеїв та історичних місць, художніх галерей, музичних та драматичних театрів, концертних майданчиків і місць традиційного проведення часу місцевого населення, що відображають історичну спадщину, сучасну художню творчість і виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності й повсякденний стиль життя резидентів, з метою отримання нової інформації, досвіду та вражень для задоволення культурних потреб [10].

Російський дослідник Н. А. Нікішин стверджує: «Культурний туризм – це сучасна технологія розвитку туризму. Є туризм як сфера діяльності і найсучасніші новітні технології в цій галузі, які можна назвати культурним туризмом. Культурний туризм – не те, що пов'язано з ресурсами, мотивацією – це те, що пов'язано зі складними, тонкими сучасними технологіями розвитку цієї сфери діяльності, послуг, людських інтересів, тенденції розвитку цивілізації на сучасному етапі» [24]. Деякі зарубіжні дослідники культурний туризм інтерпретують як ідеальну сферу для дослідження природи культурного відтворення й ознайомлення туристів з мистецтвом, художньою спадщиною, фольклором та іншими проявами культури [50]. Водночас, різноманіття підходів до інтерпретації культурного

туризму унеможливило його єдино правильне визначення. У цьому разі доцільно виокремити два основні підходи до розгляду аналізованого явища: технічний та концептуальний. Перший ґрунтується на описові типів DESTINAЦІЙ, що залучають потоки туристів з культурно-пізнавальними цілями, і, таким чином, є концепцією, яка ґрунтується на понятті культури як продукту. Другий підхід навпаки, має на меті описати мотиви, які є його основою, і пояснює прагнення людей до відвідування культурних об'єктів і їх бажання дізнатися що-небудь нове про них, що свідчить про орієнтацію цього підходу на «процес культури». Варто зазначити, що Європейська асоціація освіти у сфері туризму та відпочинку особливо виділяла у своїх виданнях як ключовий аспект культурного туризму саме «елемент навчання» [9].

Культурний туризм безпосередньо пов'язаний з рівнем розвитку місцевого населення, його культури і способу життя. Для розвитку культурного туризму недостатньо мати багату культурну спадщину; активна участь місцевого населення в культурному житті нині є необхідною умовою розвитку культурного туризму [47].

Значення культурного туризму в сучасному світі надзвичайно важливе, адже він стосується всіх сфер діяльності суспільства, зокрема культури, економіки, соціального життя. Інтенсивність туристського розвитку, масштаби туризму багато в чому залежать від визнання світовою спільнотою цінності культурного та природного потенціалу країни, її спадщини [44].

Нині культурний туризм розвивається в трьох взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих напрямках: пізнання культури та культурної спадщини; охорона та відродження культури; діалог культур. Тобто культурному туризму нині притаманні три основні гуманітарні функції: культурно - пізнавальна й освітня; культурно охоронна і консерваційна; комунікаційна та миротворча [48].

Отже, культурний туризм – це можливість для зближення народів, які формують відкриті стосунки з зовнішнім оточенням, шляхом здійснення подорожей.

1.2. Методологія проектування продукту у сфері культурного туризму для ринку в'їзного туризму

Наразі у світі визнано, що туризм є найбільш прибутковим і динамічним сектором економіки, який слід розвивати на комплексній, керованій, контрольованій та стійкій основі, застосовуючи принципи планування та проектного управління.

Динамічний розвиток туристичного бізнесу потребує створення нових проектних пакетів послуг відповідної якості й кількості. Доцільним і актуальним питанням є розробка і впровадження ефективних і результативних проектів соціально-економічного й інноваційного характеру в туризмі, які потребують особливої методології. Туристичне проектування є найважливішим напрямком діяльності туроператорів, органів влади, що займаються розвитком туризму.

Туристичний продукт – це сукупність об'єктів туристичного показу і благ у формі природних і антропогенних умов та ресурсів, які задовольняють потреби іншого, психофізичного, характеру під час подорожі туриста і залишаються в його свідомості тривалий час після подорожі. Для ефективного управління проектами в сфері туризму необхідно розглянути властивості туристичного продукту як особливого об'єкта проектування. Туристичний продукт у глибокому розумінні – це економічне благо, що призначене для обміну, отже, туристичний продукт має товарну природу. Тому, для управління проектами в сфері туризму вкрай важливим є той факт, що туристичний продукт може споживатися лише у місці виробництва туристичних послуг [4].

В'їзний туризм – подорожі, що організовуються для громадян іноземних країн територією своєї держави, пов'язані з перетином державного кордону з метою некомерційної діяльності на термін від 1 доби до 1 року. Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не лише джерелом валютних надходжень в економічну систему країни, фактором стабілізації регіональних ринків праці, але й сприяє активізації відносин між країнами-учасницями

туристичного процесу. Недаремно основними нормативними документами, що регулюють діяльність туристсько-рекреаційної сфери України, цей напрям визнано пріоритетним. Розвиток в'їзного туризму значним чином впливає на загальний стан цієї сфери. За розрахунками фахівців, її можна вважати ефективною тоді, коли обсяги в'їзного туризму втричі більші обсягів виїзного. У зв'язку з цим виникає потреба активізації зусиль на розвиткові інкамінгу [15].

Інкамінг (з англ. incoming) – це туроперейтинг у сфері міжнародного в'їзного туризму, тобто діяльність, спрямована на створення пакетів туристичних послуг підприємствами, що працюють на території приймаючої країни, з розміщення, харчування, транспортування, організації дозвілля тощо і доведення їх до іноземних споживачів [38].

Характерними рисами інкамінгу як виду туристичної діяльності є:

- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає низку труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національного туристичного продукту, його ціноутворенням і реалізацією;
- необхідність використання тільки послуг національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (перш за все це стосується засобів розташування);
- власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення страхування тощо), особливо та, що стосується видів туризму, що дісталися нам у спадок (спортивний, самодіяльний, дитячо-юнацький, лікувальний і т.д.);
- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами [38].

Туристичний продукт в'їзного туризму складається з трьох елементів: тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари [5]. Тур – первинна одиниця туристичного продукту, реалізована клієнту як єдине ціле, продукт

праці туроператора на визначений маршрут і в конкретний термін. Частиною туру є туристичний пакет – основний (обов'язковий) комплекс послуг, наданих у подорожі за індивідуальним чи груповим планом, що має серійний характер і пропонується в широкий продаж [7].

Туристичний центр – місце відпочинку туриста, що включає всі його рекреаційні можливості: природні, культурно-історичні, екологічні, етнічні, соціально-демографічні, інфраструктурні. Цей елемент відноситься до обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож [7].

Додаткові туристично-екскурсійні послуги – послуги, які не передбачені ваучером чи путівкою, і доводяться до споживача в режимі його вільного вибору. Товари туристського призначення – специфічна матеріальна частина туристичного продукту, що включає туристичні плани і карти міст, листівки, буклети, сувеніри, туристичне спорядження і т.п. Можна виокремити наступні рівні туристичного продукту у в'їзному туризмі:

- Національний туристичний продукт – сукупність товарів та послуг туристичного призначення, які виробляються та споживаються в країні;
- Регіональний туристичний продукт – сукупність товарів та послуг туристичного призначення, які виробляються та споживаються в певному регіоні країни [7].

Розвиток у сфері культурного туризму для ринку в'їзного туризму в Україні має непогані передумови. Можна з впевненістю говорити, що перше наявність у нашій країні значних туристичних ресурсів, багато з яких є унікальними, їх доступність. Також, інтерес який виявляють до нашої країни іноземні ЗМІ і прості громадяни. Унікальна українська культура, об'єкти якої мають світове визнання [6].

І також, можливість формування конкурентоспроможного туристичного продукту завдяки висококваліфікованим трудовим ресурсам і високому рівню загальної освіченості населення. Не останню роль відіграє значна українська еміграція [6].

На думку Ушакова Д.С. [38] одним із важливих принципів впливу на розвиток в'їзного туризму є необхідність управління національним туристичним продуктом, до якого відносять такі основні складові:

- формування стратегії розвитку в'їзних туристичних потоків;
- управління номенклатурою в'їзних турів;
- контроль якості національного туристичного продукту.

Він же пропонує застосовувати різні стратегії розвитку в'їзного туризму. Так, не можна не враховувати нерівномірності розвитку туристичної інфраструктури по території країни, що склалася історично. Розвиток уже сформованих і конкурентоспроможних туристичних центрів можливо планувати, використовуючи стратегію радіального розвитку. Сутність її полягає в послідовному проходженні приймаючим регіоном ряду етапів [38].

На початковому етапі повинно проводитися максимально можливе поглиблення пропозицій туристичного продукту за рахунок розширення готельної бази, транспортних, екскурсійних та анімаційних послуг, що дозволяє приймати туристів з різним рівнем доходів, котрі здійснюють подорожі будь-якої цільової спрямованості і тривалості [38].

На другому етапі передбачається поступове включення до туристичного продукту сусідніх (не далі як за 300 км від туристичного центру) туристичних ресурсів чи об'єктів показу як додаткової чи обов'язкової екскурсії (без ночівлі) і подальша популяризація цих об'єктів. Наприклад, для відвідувачів Києва це можуть бути Чернігівська, Черкаська, Житомирська та ін. області [38].

Третій етап зводиться до складання комбінованих турів, які передбачають не тільки екскурсійне відвідування, але й туристичне (тобто з ночівлею) безпосередньо в об'єкті показу. На заключному, четвертому, етапі починається автономізація, тобто перетворення раніше маловідомих об'єктів у значні туристичні центри зі своєю власною туристичною інфраструктурою і певним рівнем популярності серед відвідувачів [38].

Процес розробки туристичного продукту можна поділити на два етапи: проектування та організацію. Проектування, тобто технологічний етап, повинен виконуватись згідно з Міждержавними стандартами [19].

Основою для проектування туру є короткий опис туристичної подорожі - набір вимог, які виявлено в результаті маркетингового дослідження ринку попиту, і які враховують можливості виконавця. Керівництво туристичного підприємства затверджує порядок і процедури розробки конкретного туру, організації надання послуг за туром і визначає відповідальність кожного учасника процесу проектування [19].

З точки зору технології, розрізняють три види туристичного продукту: туристична подорож, туристичний похід, екскурсія [20].

Проектування туристичного продукту здійснюється у послідовності:

- встановлення нормованих характеристик продукту;
- встановлення технології процесу обслуговування туристів;
- розробка технологічної документації;
- визначення методів контролю якості;
- аналіз проекту; подання проекту на затвердження [19].

До послуг, що входять в тур, можуть бути включені наступні:

- послуги розміщення, основними характеристиками яких є поєднання послуг харчування та розміщення, клас обслуговування та ін.;
- послуги перевезення та трансфер - характеризуються, в першу чергу, транспортом (повітряний, автотранспорт, водний (морський, річковий), залізничний), по-друге, класом обслуговування. Також мають значення технічні характеристики транспортного засобу: максимальна місткість, витрата пального, швидкість, безпечність і т.д.
- послуги екскурсовода та іншого туристичного супроводу, що характеризуються кваліфікацією персоналу [21].

Конкретні характеристики послуг повинні бути не нижчими за вимоги державного стандарту на відповідний вид послуг. Проект повинен містити конкретні вимоги із забезпечення безпеки послуги, мінімізації ризику для

споживачів і їх майна, персоналу, що обслуговує туристів, та навколишнього середовища [21].

Проектування процесу обслуговування туриста здійснюють за окремими етапами споживання туристичного продукту (наприклад, надання інформації про продукт, надання послуги, розрахунок за послуги) і складають для кожного із них технологічні карти [19].

Короткий опис туру конкретизують в проекті програми обслуговування туристів, що являє собою перелік послуг, визначних об'єктів та заходів дозвілля, які надають туристам в певній послідовності, часі, місці і умовах обслуговування [19].

Отже, основою для проектування туру для в'їзного туризму у сфері культурного туризму є життєвий цикл проекту тривалість та структура якого визначається ринком – тобто попитом споживача

Висновки до розділу 1

В наш час туризм стає глобальним чинником розвитку всієї цивілізації, дуже важко зустріти людину, яка зовсім не подорожує, адже саме способом відпочинку людина наповнюється енергією і саме подорож дає людині прилив нової енергії. Сутність культурного туризму передбачає не тільки відвідини мандрівниками об'єктів культурної спадщини, але й культурних заходів, музеїв, здійснення комунікації із місцевими мешканцями. Культурний туризм стосується всіх сфер діяльності суспільства, зокрема культури, економіки, соціального життя.

Підсумовуючи, можна зазначити, що розвиток культурного туризму є еволюційним продовженням розвитку туризму загалом, зумовленим потребами розвитку суспільства на сучасному етапі та змінами в пріоритетах людських цінностей, а також є основою для наукових досліджень культури і способом коли можливо долучитися до неї як туристів, так і місцевого населення. Базовим елементом проектування продукту у сфері культурного туризму для

ринку в'їзного туризму є життєвий цикл проекту. Туристичний продукт, як товар, має свій життєвий цикл, тривалість та структура якого визначається ринком – тобто попитом споживача.

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Ресурсний потенціал культурного туризму Чернігівської області

Туризм і подорожі увійшли до числа першочергових потреб людини. Дослідження ресурсного потенціалу для розвитку культурного туризму Чернігівської області передбачає визначення основних туристичних ресурсів регіону, його забезпеченості об'єктами туристичної інфраструктури (підприємствами готельного та ресторанного бізнесу), транспортними шляхами та умовами розвитку туризму.

Україна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурно туризму, що зумовлено, насамперед, значною кількістю унікальних історичних та культурних пам'яток.

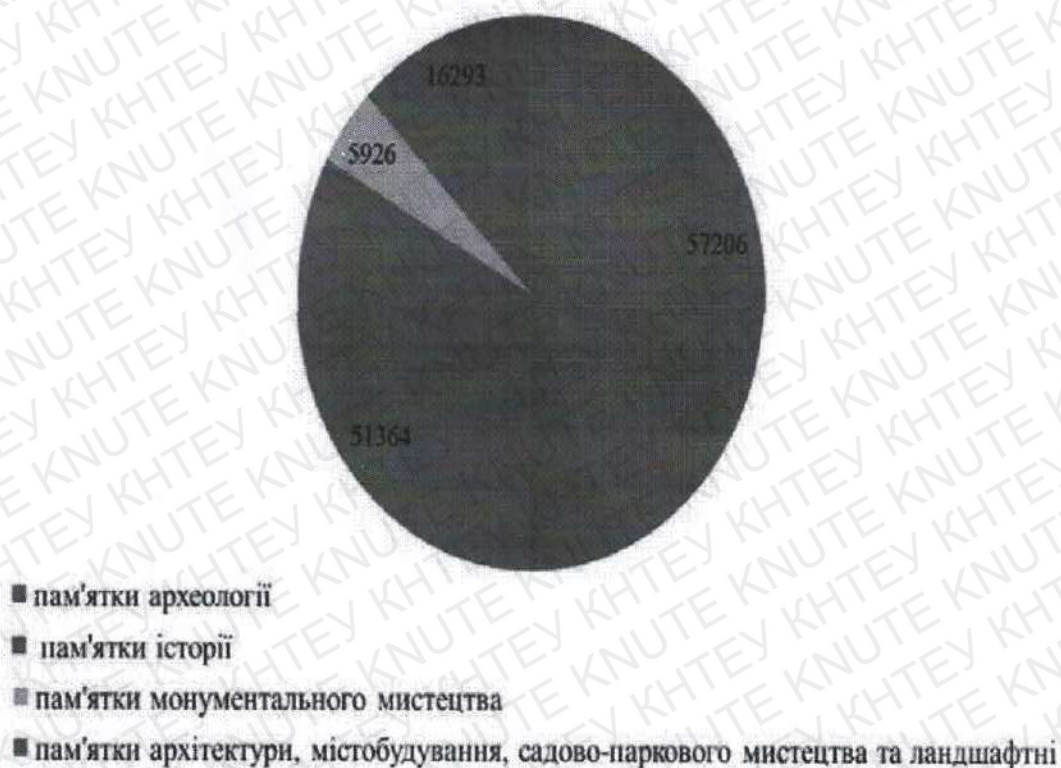


Рис. 1.1. Кількість пам'яток на державному обліку в Україні

Джерело: [3].

Ресурсний потенціал культурно туризму в Україні представлений насамперед об'єктами Світової спадщини ЮНЕСКО, яких в Україні налічується 7 найменувань, при цьому в світі нараховується 1073 об'єктів. 4-и з 7-и українських об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО повністю знаходяться в межах території України. Решта пам'яток частково перебувають на території інших держав [17].

Україна має давню історію, а зокрема Чернігівська область володіє унікальними рекреаційно-туристичними надбаннями: багаті природні ресурси, історико-архітектурні пам'ятки оборонного характеру, сакральні пам'ятки, археологічні та літературно-меморіальні пам'ятки. Все це дає підстави розглядати область як одну з найперспективніших для розвитку туристичної інфраструктури та культурного туризму [35].

Чернігівська область – одна з найбільших областей України. Вона знаходиться у північній частині України. Межує на заході з Київською, на півночі – з Гомельською областю Республіки Білорусь і з Брянською областю Російської Федерації, на сході – з Сумською, на півдні – з Полтавською областями України [1].

Розвиток туристичної галузі Чернігівської області здійснюється відповідно до Обласної цільової програми розвитку туризму в Чернігівській області на 2021-2027 роки, пріоритетними напрямками якої є популяризація туристичного потенціалу Чернігівщини та збільшення туристичних потоків, розвиток сільського зеленого туризму, покращення туристичної інфраструктури області і залучення інвестицій у туристичну галузь [26].

Основною метою програми є формування на території області конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей, підтримання внутрішнього та в'їзного туризму в області, що сприятиме забезпечення сталого розвитку сфери туризму у Чернігівській області, перетворення її у конкурентоспроможну галузь, одну із бюджетоутворюючих складових соціально - економічного розвитку області [26].

За ініціативою Президента України 2020 року започатковано проект «Туристичні магніти України», що передбачає визначення в кожній області по три-п'ять найбільш привабливих із погляду туризму об'єктів історико-культурного та природного значення [41].

У Чернігівській області до переліку ввійшли такі пам'ятки: Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній», Парк природи «Беремицьке» та Міжрічинський регіональний ландшафтний парк, Національний історико-культурний заповідник «Качанівка», Новгород-Сіверський історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім» [41].

Наразі триває розвиток і розбудова цих магнітів у напрямку покращення матеріально-технічної бази, інфраструктури та промоції [41].

Даний проект дасть поштовх для залучення туристів не тільки з України, а також із-за кордону. Це значний внесок для активізації розвитку культурного туризму.

Чернігівська область розташована у межах природних зон лісостепу та мішаних лісів. Клімат – помірно-континентальний з достатньою кількістю опадів, теплим літом і порівняно м'якою зимою. Окрасою Полісся є ліси, якими вкрита майже четверта частина області, та понад 1 200 річок, серед яких найбільші – Дніпро й Десна з притоками Сейм, Остер, Снов, Убідь та ріка Удай на півдні [2].

Регіон володіє унікальними історико-культурними, неповторними природними та лікувально-рекреаційними ресурсами, що дає можливість для розвитку різних видів туризму. Пріоритетними для нашого регіону є культурний туризм.

14 населених пунктів області включено до Списку історичних населених місць України, які в свою чергу є туристичними центрами області (Чернігів, Новгород-Сіверський, Батурин, Ніжин, Прилуки, Козелець, Остер, Седнів та ін.) [41]. Для більшості пересічних українців Чернігівщина асоціюється з

княжою добою та, власне, із самим Черніговом. Дехто згадає гетьманську столицю Батурин, а хтось навіть вже побував у палацово-парковому комплексі в Качанівці та Тростянецькому дендропарку. В іншому ж одна з найбільших за територією областей України залишається невідомою навіть самим місцевим жителям. Між тим тут є чудові природні об'єкти, маловідомі або ж зовсім забуті історичні місця та пам'ятки [43].

Велику культурну цінність мають палацові ансамблі: садиби Тарновського в с. Качанівка Ічнянського району (XIX ст.), Галаганів у с. Сокиринці Срібнянського району (XVIII ст.), садиба Румянцева-Задунайського в с. Вишеньки Коропського району, палац останнього гетьмана України – графа Кирила Розумовського у місті Батурині [18].

Чернігівщина – справжня історична скарбниця України. Свого часу перший президент Української Народної Республіки Михайло Грушевський називав Чернігів «українською Равенною». Ці ресурси приваблюють людей з метою задоволення їх духовних потреб і здатні задовольнити прагнення до пізнання історії своєї країни, тимчасової зміни постійного місця проживання з метою культурного розвитку [32].

Чернігівщина займає одне з провідних місць в Україні за кількістю пам'яток культурної спадщини (більше 9 тис. пам'яток, з них – 1881 національного значення). Діє 33 музеї комунальної форми власності, 3 національні заповідники («Чернігів стародавній», «Гетьманська столиця», «Качанівка») Міністерства культури України та Меморіальний комплекс «Пам'яті Героїв Крут» Міністерства оборони України [41].

Перлинами туристично-рекреаційного потенціалу області є пам'ятки садово-паркового мистецтва – Тростянецький дендропарк, Качанівський палацово-парковий комплекс, Ічнянський та Чернігівщина займає одне з провідних місць в Україні за кількістю пам'яток культурної спадщини національні природні парки.

Територією Чернігівщини протікають річки Дніпро, Десна, Снов, Сож та інші. Все більшої популярності набувають сплави на плотах по річці Десна.

В області є бальнеологічні ресурси: мінеральна вода, лікувальні грязі, бішофіт. Діє 4 санаторії, більш ніж 20 дитячих оздоровчих закладів, 22 туристичні комплекси та бази відпочинку.

Основні центри сільського зеленого туризму Чернігівської області знаходяться в Чернігівському, Коропському, Ічнянському та Ріпкинському районах. Яскравим прикладом є такі відомі садиби як: «Андріївські озера», «Соколівий хутір», «Кінний двір», «Голубі озера». На сьогодні, в області діє 35 садиб, які пропонують різні варіанти відпочинку [30].

За кількістю пам'яток культурної спадщини Чернігівщина входить у першу десятку областей України (8751 пам'ятка культурної спадщини, з них 193 національного значення). Чернігівська область – це єдина область України, в якій збереглася третина архітектурних пам'яток давньоруської доби. Більшість із них знаходиться в Чернігові. 14 населених пунктів області включено до Списку історичних населених місць України, які в свою чергу є туристичними центрами області (Чернігів, Новгород-Сіверський, Батурин, Ніжин, Прилуки, Козелець, Остер, Седнів та ін.) [34].

Надбанням України є Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця». Заповідник є культурно-освітнім та науково-дослідним закладом. «Гетьманська столиця» – це безцінні пам'ятки історії, архітектури, культури, археології і природи: палацово-парковий ансамбль К. Розумовського, Будинок генерального судді В. Кочубея, Музей археології Батурина, Воскресенська церква-усипальниця гетьмана К. Розумовського, парк «Кочубеївський», Микола-Крупницький монастир, Цитадель Батуринської фортеці. Пам'ятник жертвам Батуринської трагедії 1708 року. Могила П.І.Прокоповича – основоположника вітчизняної науки про бджільництво, винахідника рамкового вулика [22].

Найвизначнішими туристичними місцями у Чернігівській області є:

- Новгород-Сіверський історико-культурний музей;
- Заповідник "Гетьманська столиця" в Батурині;
- Парк природи "Беремицьке";

- Палацово-парковий комплекс "Качанівка";
- Катерининська церква в Чернігові;
- Чернігівський історичний музей;
- Єлецький Успенський монастир в Чернігові;
- Палац генерал-губернатора Малоросії Петра Румянцева-Задунайського у Вишеньках;
- Собор Різдва Богородиці в смт. Козелець;
- Менський зоопарк
- Триумфальна арка в Новгороді-Сіверському;
- Антонієві печери у Чернігові;

Землі Чернігівщини – джерело творчого натхнення для цілої плеяди видатних представників культури і наукової еліти. Тут народився відомий мореплавець Ю.Лисянський, розпочала свою театральну кар'єру Марія Заньковецька. На берегах Десни, у Сосниці, народився і провів дитячі роки видатний кінорежисер О.Довженко [27].

Понад 300 полотен і малюнків створено на Чернігівщині Т.Шевченком. Тут бував український філософ і поет Г.Сковорода, жили і працювали письменники Л.Глібов, М.Коцюбинський, Марко Вовчок, В.Самійленко, М.Вербицький [27].

Щоб забезпечити діяльність культурного туризму в Україні, потрібні кваліфіковані спеціалісти: працівники туристичних фірм і туроператорів, готельно-ресторанного бізнесу, тощо.

У країні створена мережа навчальних закладів туристського профілю, які належним чином готують кадри для своєї галузі. В Україні в достатній кількості функціонують вищі навчальні заклади, заклади середньої спеціальної освіти та професійні училища, що займаються підготовкою необхідних кадрів.

В силу стрімкого світового розвитку туристської галузі існуючі в Україні стандарти і методика визначення якості підготовки фахівців потребує значних змін. Для України проблема удосконалення системи підготовки професіоналів для сфери туризму має особливе значення у зв'язку з тим, що розвиток туризму,

як це відзначається в державних документах останнього часу, визнано пріоритетним напрямком в державі та суспільстві. Україна має вагомі об'єктивні передумови для того, щоб у стислі терміни увійти в число найбільш розвинених туристських країн світу.

Потенційним туристам Чернігівська область пропонує різні тури. Є змога подивися і ознайомитися з пам'ятками архітектури, подивитися історичні об'єкти, також область пропонує активний відпочинок. Популярні українські туристичні фірми продають доволі цікаві тури Чернігівським регіоном.

Наприклад, туристична фірма «Там Тур» пропонує тур заповідник «Беремицьке». Дикий світ Чернігівського Полісся. Крім тварин, які проживають в первозданній природі і населяють степи і ліси парку природи «Беремицьке», тут живуть і домашні тварини, які потребують людської уваги і догляду. На вас очікуватимуть мініпіги (невеликі свині завбільшки з kota), декстери (карликові корови), фалабелі (маленькі коні, в рази менші за поні) та багато інших цікавих тварин [36].

Культурний тур «Качанівка і Тростянець»: прогулянку зеленими заповідниками Чернігівщини. Один з найбільш пейзажних в Україні та Європі парків [36].

Розроблена система туристично-екскурсійних маршрутів області за 9-ма тематичними напрямками: «Чернігівщина княжа», «Чернігівщина козацька», «Чернігівські палаци», «Християнські святині Чернігівщини», «Шляхами Т.Г. Шевченка», «Чернігівщина літературна», «Чернігівщина мистецька», «Діаманти Сіверського краю» та «Туристичні сплави на плотах по р. Десна» [41].

Наразі головною метою перебування туристів в Чернігівській області є отримання екскурсійних, лікувально-оздоровчих послуг та відпочинок біля річок та озер. Найбільшу кількість гостей Чернігівщини складають мешканці Києва та області, що обумовлено близькістю двох регіонів. Рідше приїжджають організовані групи з Сумської та Полтавської областей, ще рідше Харківська та Дніпропетровська області. Туристичний потік Чернігівщини формують

індивідуальні туристи, що подорожують власним транспортом, організовані київськими туристичними фірмами автобусні групи та корпоративні групи з Києва [29].

Отже, як в Україні, так і в Чернігівській області є значний потенціал для організації культурного туризму. Для успішного його розвитку, залучення в подорожі нових мас туристів виключно велике значення мають природні умови території і її культурне надбання. Домінування долинних ландшафтів з луками, сосновими лісами та озерами, пам'ятки культури і історії є характерною рисою цього регіону.

Таким чином, Чернігівська область насамперед приваблива для потенційних туристів, що цікавляться історією регіону, яку можна дослідити за рештками життєдіяльності людини, пам'ятками архітектури, культурою населення.

2.2. Аналіз ринку культурного туризму Чернігівської області

Ринок культурного туризму Чернігівської області пропонує туристам різноманітні тури, які будуть включати наступні компоненти:

- ознайомлення зі стародавньою історією міста Чернігів;
- можливість оглянути історичні об'єкти області;
- активні види спорту;
- паломницькі подорожі;
- оглянути пам'ятки архітектури;

Головний потік туристів до області складають корпоративні групи з Києва та індивідуальні туристи, що подорожують власним транспортом. Традиційними стали одноденні екскурсійні маршрути в Чернігів, Батурин, Троянець, Качанівку, Седнів [13].

Впродовж 2015-2019 років спостерігалася загальна тенденція збільшення обсягів надходжень від туристичної галузі. Протягом 2015-2018 років у середньому на 6,3% щороку збільшувалася кількість екскурсантів туристичних

об'єктів області. В 2019 році кількість екскурсантів області залишилась майже на рівні 2018 року, загальний рівень яких збільшився лише на 0,3%, у порівнянні з попереднім роком [34].

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та туристичними агентами наведено у додатку В.

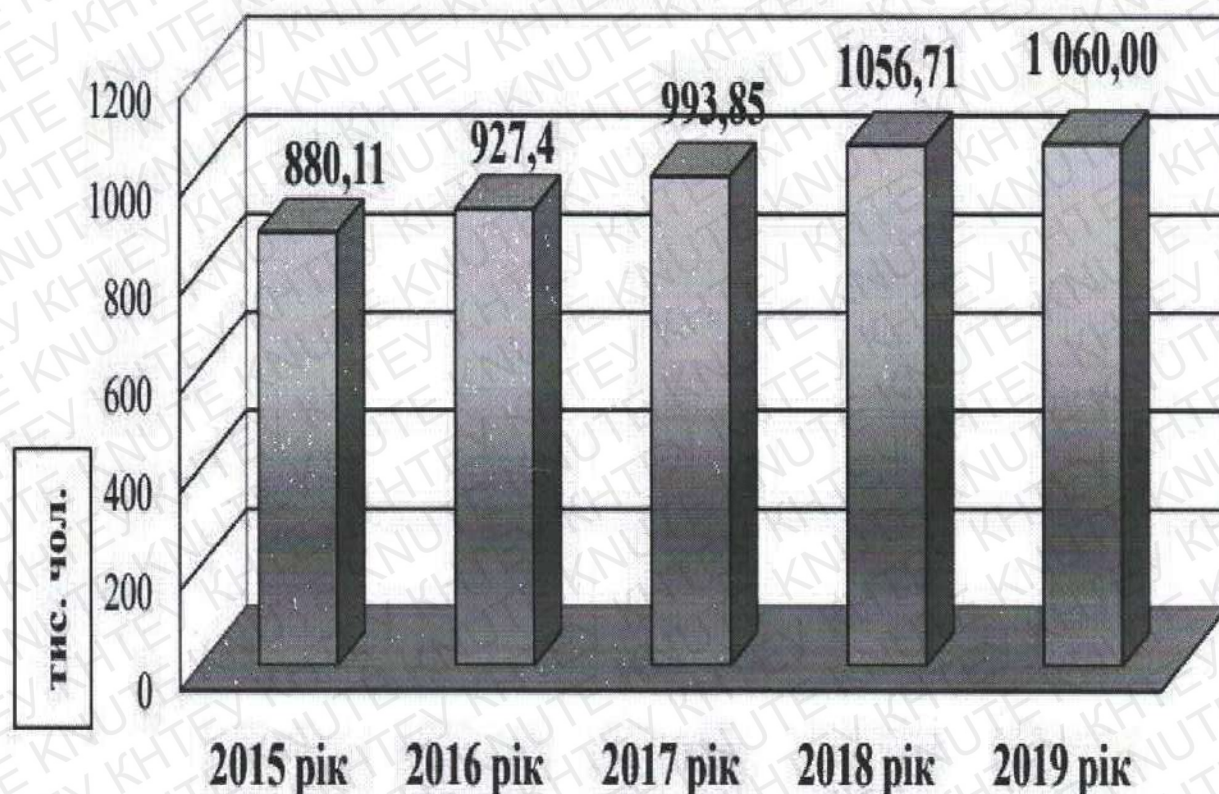


Рис.2.1. Динаміка кількості екскурсантів за період 2015 - 2019 рр.

Джерело: [28].

Щороку на Чернігівщині проводиться понад 200 різноманітних заходів. Найбільш популярні: Міжнародний молодіжний фестиваль «Свято купальської традиції «Івана Купала на Голубих озерах», Батурин Фест «Шабля», Історичний фестиваль «Спис на Вістрі» у Парку природи «Беремицьке», мистецький проєкт «Зелена сцена», який відбувається щомісяця на вихідних у центрі міста Чернігова [41].

Чернігівська область має Унікальний готельний комплекс, територія якого становить 56 га. «Бреч» – найбільший туристично-готельний та розважальний комплекс України. Цей комплекс вирізняється серед інших тим, що туристи можуть оселитися в різних куточках світу: китайських котеджах

пагодах, будиночках альпійських мисливців, американському корпусі в континентальному стилі.

Чернігівська область пропонує екскурсії і тури різних видів, а саме:

- Тури святими місцями: Свято-Георгіївський жіночий монастир 1654–1770 років.
- «Відпустка в паланці», вітальна зустріч господарем паланки у національному вбранні, прогулянка до парку (поблизу паланки є тир).
- «Землями гетьмана Скоропадського»: подорож у Тростянецький дендропарк, що у селі Тростянець Ічнянського району. «Ковбої по-українськи»: відпочинок у мальовничій сільській місцині, де туристам пропонують катання верхи, полювання на зайців і диких звірів з борзими собаками; дегустація давніх страв української національної кухні [46].

Відповідно до статистичних даних, станом на кінець 2020 року в області функціонувало 57 готелів та аналогічних засобів розміщення, 26 баз відпочинку, 36 садиб сільського зеленого туризму, 4 туристично-інформаційні центри, понад 500 закладів харчування, рекомендованих для відвідування туристами.



Рис.2.3. Розподіл готелів та аналогічних засобів розміщення по містах та районах Чернігівської області, 2020 р.

Джерело: [29].

Пропонуємо узагальнити результати аналізу у вигляді матриці SWOT-аналізу просування продукту гастрономічного туризму Черкаської області на ринок туристичних послуг ЄС. SWOT-аналіз – це спосіб аналізу, який дає змогу визначити сильні та слабкі сторони явища, на основі порівняння їх кількості та значущості, а також можливості розвитку та загрози.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз просування продукту культурного туризму Чернігівської області на ринок туристичних послуг ЄС

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Значний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал 2. Велика кількість заходів, пов'язаних з історією та культурою області 3. Хороше географічне розташування області 4. Туристично-привабливий регіон України 5. Не залежить від сезонних коливань 6. Наявність ключових ресурсів 7. Сприятливі природно-кліматичні умови 8. Чернігівщина має достатню водозабезпеченість 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатній рівень розвитку мережі об'єктів туристичної інфраструктури 2. Відсутність зручного транспортного сполучення з регіонами України 3. Нестача інвестиційних ресурсів 4. Недостатня кількість закладів розміщення та харчування 5. Необхідність реконструкції об'єктів туризму 6. Низький рівень обслуговування 7. Низька зацікавленість населення області в розвитку туризму 8. Нестабільна політична ситуація 9. Економічна криза
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Необхідність максимального використання рекреаційного потенціалу Чернігівщини 2. Отримання міжнародної допомоги 3. Значний потенціал для залучення іноземних туристів 4. Впровадження електронного. урядування 5. Удосконалення телекомунікації 6. Вступ України до. Європейського. Союзу 7. Можливість поєднувати кілька видів туризму 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недосконалість нормативно-правової бази 2. Політична та економічна нестабільність в країні 3. Відсутність спеціалістів з питань розвитку туризму 4. Нестабільність курсу національної валюти 5. Підвищення вартості усіх видів ресурсів 6. Зниження платоспроможності населення 7. Введення жорсткого карантину в умовах Пандемії COVID-19

Джерело: складено автором

Отже, культурний туризм в Україні і насамперед в Чернігівській області має ряд переваг і плюсів над іншими видами туризму в Україні, так і в світі. Культурний туризм без сумніву є однією із найстаріших форм феномену

туризму. Вже неодноразово ми говорили, що культура є важливим чинником туристської мотивації. Культурно туризм посідає особливе місце. Цей вид туризму виділяється у особливий напрям, який характеризується цільовим призначенням та забезпеченням туристичного маршруту відповідними програмами обслуговування.

В Чернігівській області помітно більше стало гостей з Одеської області, з'явилися гості з Миколаївської та Херсонської областей. Також збільшився термін перебування в нашій області. Логічно, що люди, які витратили час та кошти щоб дістатись Чернігова, бажають більше пізнати регіон, ніж просто задовольнитися одноденною екскурсією [39].

Вагомий внесок для розвитку культурного туризму в області є реконструкція на міжнародних шляхів. Ремонт доріг державного та місцевого значення має покращити якість життя місцевих жителів і також сприяти формуванню туристичних потоків. В 2021 році відбувається оновлення автодороги Київ – Чернігів, та прилеглої інфраструктури.

Шляхом організації прес-турів, участі у туристичних виставках, та інших маркетингових заходах маємо доповнити асоціативний ряд потенційного туриста з «Древній Чернігів-Батурин-Качанівка-церкви» на «активний відпочинок – рекреація – природа – історичні пам'ятки» [37].

Чернігівська область має найкращий в Україні рівень забезпеченості водними ресурсами, зокрема – підземними джерелами якісної питної води. Збалансований розподіл земельного фонду області: майже дві третини – землі сільськогосподарського призначення. зайве

Туризм Чернігівської області не завдає сезонних коливань. Якщо розглядати окремі регіони, найбільші зміни відбуваються в північних областях. Так, у Чернігівській області за останні два десятиліття температура збільшилася на 1,4 ° C, практично зрівнявши кліматичний режим Полісся з Херсонською областю.

Тому можна зробити висновок, що сезонні коливання не впливають на попит. Чернігівська область багата на різноманітні об'єкти, які притягують

туристів в різний період року. Отже, до слабких сторін можна віднести чинники, які заважають розвитку. Зараз ми розглянемо, слабкі сторони Чернігівської області, які гальмують потоки в'їзного туризму.

Подорожчання палива, та збільшення вартості проїзду в маршрутних таксі Київ - Чернігів також негативно відобразилось на кількості індивідуальних подорожуючих за напрямками Чернігів та Батурин.

Відсутність аеропорту на території області та прямого залізничного сполучення Чернігова з іншими регіонами України, доволі погано сприяє збільшенню туристів. Більшість туристів все-таки обслуговуються туристичними фірмами Києва і тим самим, велика частка прибутку дістається Київському бюджету.

Низький рівень обслуговування. Туриста із-за кордону звикли до високого рівня обслуговування в готелях, закладах ресторанного господарства, на туристичних підприємствах тощо. На сучасному етапі якість обслуговування туристів знаходиться не на належному рівні.

Нестабільна політична ситуація. Анексія Криму та бойові дії на сході України негативно впливають на розвиток культурного туризму в Україні та в Чернігівській області. Бойові дії негативно впливають на імідж країни на світовій арені.

Певний мінус, за рахунок зменшення транзитних подорожуючих, зафіксовано в Батурині, який знаходиться на трасі Київ-Москва. Втрата регіоном як транзитного туриста з Росії, так і власне зменшення суто туристичних груп з Білорусі та майже повна відсутність туристичних та паломницьких груп з Брянської області та Росії в цілому. Наявність спільної ділянки кордону з РФ відлякує певну категорію потенційних внутрішніх туристів.

Економічний стан країни впливає як на внутрішній, так і на в'їзний туризм, тому й впливає на культурний туризм в Чернігівській області.

Необхідно зосередитись на покращенні туристичної інфраструктури та розвитку культурного туризму шляхом залучення інвестицій для реконструкції

баз відпочинку, санаторіїв, існуючих та будівництва нових готелів, кемпінгів, котеджних містечок та ін.

Недостатній рівень менеджменту туристичної сфери, інноваційного та кадрового забезпечення (низький рівень підтримки проектів, ініціатив та стартапів громадських організацій та інших туристичних об'єднань в районах для подальшого розвитку галузі туризму; замала кількість кваліфікованих кадрів в управлінні галуззю на місцях; недостатній рівень фінансування заходів, низький рівень інвестиційних внесків в туристичну сферу). Слабка координація дій між усіма зацікавленими суб'єктами та організаціями міст, щодо формування та позиціонування сучасного туристичного продукту та практично відсутнє поєднання зусиль органів державної влади та місцевого самоврядування, бізнесових та наукових кіл у справі розробки стратегії та тактики розвитку туризму [25].

Спалах COVID-19 на початку 2020 року став серйозним викликом для України, так і Чернігівській області зокрема. На сьогодні сектор туризму є одним із найбільш постраждалих від спалаху COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію. За рахунок спалаху COVID-19, йде значне послаблення економіки в країні і світі. Виникли ризики і негативні тенденції в геополітичній сфері і в сферах торгівлі зокрема. Можна сказати, що спалах хвороби завдав великого удару саме для туризму.

Всі запропоновані заходи послужать формуванню на території Чернігівської області конкурентної туристичної галузі, а її розвиток, в цілому, дозволить:

- задовольнити потреби туристів в отриманні якісних послуг;
- створити додаткові робочі місця;
- збільшити інвестиційну привабливість регіону;
- збільшити надходження до регіонального і муніципальні бюджети;
- підвищити добробут жителів області [14].

Комплекс даних заходів дозволить, в цілому, підвищити історико-культурний туристичний імідж Чернігівської області, стати провідним

туристичним центром країни та Європи, що, в свою чергу, спричинить зростання фінансових надходжень [14].

Отже, було визначено, що основні причини, які пригальмовують розвиток культурного туризму – це військовий конфлікт, відсутність транзитних туристів, а також відсутність іноземних інвесторів. SWOT-аналіз дозволяє зробити висновок, що при цілеспрямованій регіональній політиці можна нейтралізувати більшість слабких сторін туристичного потенціалу області, зокрема історико-культурного. Аналіз ринку показав, що Чернігівська область насичена культурними ресурсами і має все необхідне задля розвитку культурного туризму в області.

2.3. Стейкхолдери проєктів туристичного продукту культурного туризму на міжнародному ринку

Культурний туризм є одним із видів туризму, головною метою якого є огляд пам'яток, а головною особливістю – насиченість поїздки екскурсійною програмою. Культурний туризм як в Україні, так й в інших країнах, являє собою відпочинок з пізнанням культури, звичаїв, духовних цінностей інших народів.

Спостерігалось значне зростання надходжень туристичного збору до місцевих бюджетів. Так, впродовж 2015-2018 року в середньому надходження туристичного збору щороку зростали на 42,5%. У 2019 році загальний обсяг надходжень склав 1 612,2 тис. грн, що на 168,9% більше порівняно з 2018 роком [42].

Послуги з організації внутрішнього та міжнародного туризму в області у 2020 році надавали 6 туроператорів та понад 40 туристичних агентів, діяльність яких через невідповідність туристичної інфраструктури області спрямовується переважно на виїзний туризм, а не на налагодження стійкого організованого в'їзного туристичного потоку як внутрішніх, так і іноземних туристів [27].

В таблиці 2.2 представлений перелік туристичних агентств, які працюють на території області, а також, які пропонують тури по Чернігівській області.

Таблиця 2.2

Перелік туристичних агентств, які пропонують тури Чернігівською областю

№ з/п	Назва туристичних агентств, які працюють на ринку Чернігівської області	Назва туристичних агентств, які пропонують тури Чернігівською областю
1	2	3
1	Туристична агенція «Зебра»	Туристична агенція «Етно світ»
2	Туристична агенція «Тур-комфорт»	Туристична агенція «Мереживо мандрів»
3	Туристична агенція «П'ять зірок»	Туристична агенція «Кандагар»
4	Туристична агенція «Мандруємо світом»	Туристична агенція «I GO to World»
5	Туристична агенція «Аміго»	Туристична агенція «Коло край»
6	Туристична агенція «Мистецтво відпочивати»	Туристична агенція «Elita Tour»

Джерело: складено автором

В таблиці 2.3 представлений перелік туроператорів, які працюють на території області, а також, які пропонують тури по Чернігівській області.

Перелік туроператорів, які пропонують тури Чернігівською областю

Таблиця 2.3

№ з/п	Назва туроператорів, які працюють на ринку Чернігівської області	Назва туроператорів, які пропонують тури Чернігівською областю
1	2	3
1	Туроператор «Окми тур»	Туроператор «Навігатор Україна»
2	Туроператор «Альта»	Туроператор «Україна Інкогніта»
3	Туроператор «Bon Voyage»	Туроператор «Anga Travel»
4	Туроператор «Гарантія тревел»	Туроператор «Sonata»
5	Туроператор «Малібу Тревел»	Туроператор «Coral Travel»
6	Туроператор «Українське бюро»	Туроператор «ТурБаза»

Джерело: складено автором

Об'єктами культурно туризму виступають:

- історичні міста;
- пам'ятники культової й цивільної архітектури;
- технічні комплекси й спорудження;
- пам'ятники ландшафтної архітектури;
- музеї, театри, виставочні зали;
- свята та фестивалі;
- пам'ятники археології;
- автентичні сільські поселення;
- культові та релігійні споруди;
- об'єкти етнографії, народні промисли й ремесла.

Наразі головною метою перебування туристів в Чернігівській області є отримання екскурсійних, лікувально-оздоровчих послуг та відпочинок біля річок та озер. До 2014 року доволі значну частину туристичного потоку складали організовані туристичні групи з Білорусі, та транзитні індивідуальні туристи з Росії та Білорусі, які влітку їхали до Криму. Саме ця категорія, з зрозумілих причин, в 2014 року була майже повністю відсутня. В 2015 році намітилася тенденція до повернення білоруських гостей, головною метою яких все ж таки є шопінг в Чернігові [29].

Основний туристичний потік до Чернігівської області формують туристи, які подорожують власними автомобілями, тобто індивідуальні, організовані київськими туристичними фірмами автобусні групи та корпоративні групи з Києва.

Цільова аудиторія культурного туризму:

- туристи які мають бажання і інтерес розвиватися в області культури і дізнаватися щось нове;
- туристи, які навчаються і приїжджають з метою ознайомлення і розваг (наприклад школярі, студенти і тд.);
- туристів, які бажають поглибитися в культуру країни;
- представників туристичних фірм, які подорожують з метою вивчення

певного напрямку туризму;

Культурні тури для вищезазначених стейкхолдерів складаються із спеціально розроблених тематичних програм, які направлені на задоволення фізичних та моральних потреб туриста.

Отже, можна сказати, що рівень цікавості стейкхолдерів до розвитку культурного туризму Чернігівської області та просуванні продукту на ринку ЄС є значним. Чернігівщина край з давніми культурними традиціями. Чернігівська область володіє унікальними культурно-історичному потенціалом. Саме всі ці аспекти, дають підстави вважати Чернігівську область, як одну з найперспективніших для розвитку культурного туризму.

Висновки до розділу 2

Культурний туризм дозволяє розвивати внутрішній світ людини, розширює її кругозір, мандрівник має можливість познайомитися з представниками різних культур, етнічною спадщиною різних народів розширилась географія туристів.

Культурний туризм як вид економічної діяльності та важливий соціальний інститут має чітку орієнтацію на використання природних ресурсів і культурної спадщини. Тому важливим його напрямом є ефективне і раціональне використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини з одночасним їх збереженням і відновленням.

Чернігівська область володіє значним туристично-рекреаційний потенціал: культурні пам'ятки, загадкові і стародавні міста. Велика територія області засаджена лісами і має велику кількість озер і річок. Чернігівська область має давню культуру і традиції, що дає змогу розвивати культурний туризм у всіх його проявленнях.

На сьогоднішній день в Чернігівській області існує ряд проблем, які гальмують розвиток культурного туризму: недостатня кількість закладів розміщення та харчування, низький рівень послуг, технологічна відсталість

регіону, низька зацікавленість населення області в розвитку туризму, Нестача інвестиційних ресурсів, необхідність реконструкції туристичних об'єктів. Якщо вирішити ці проблеми, також збільшити державне фінансування, залучити міжнародних інвесторів на розвиток культурною туризму Чернігівської області, то культурний туризм області почне відходити на європейський рівень і буде залучати туристів з інших країн.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Обґрунтування передумов та створення проєкту продукту культурного туризму в Чернігівській області

Культура стала одним з стрижнів туристичного продукту. Люди починаються все більше заохочуватись до турів, де ключовим моментом стає пізнання минулого, історичні пам'ятки, культурне надбання регіонів відвідування.

Мотивом для відвідування культурного туру стають дбайливе ставлення до навколишнього середовища, самобутньої культури і традицій місцевого населення, орієнтація на пізнання і духовне засвоєння культури світу, пошук історичної ідентичності, що є невід'ємною потребою людини. З часом культурно-пізнавальна складова стає неодмінним імперативом будь-якої подорожі, а захоплення минулим, «зачарування історією» – характерною ознакою сучасного життя [45].

У другому розділі було розглянуто туристичні можливості території для розробки туристичних маршрутів в сфері культурного туризму в межах Чернігівської області. Було визначено, що область багата місцями, які є цікавими для розвитку внутрішнього культурного туризму. Для формування туристичного продукту, який може бути конкурентоздатним на міжнародному ринку, варто обирати лише ті туристичні об'єкти, які відповідають певним вимогам до якості туристичного обслуговування.

«Стародавня Чернігівщина» – культурно-пізнавальний тур в межах Чернігівської області. За видом пересування – автомобільний (автобусний). Розрахований на різну категорію туристів. В даний тур може поїхати молодь, люди середнього віку, так і пенсіонери. Тур включатиме в себе різні спектри відпочинку, тим самим є привабливим для любого верства населення. Тур

розраховано на туристів з середнім доходом. Тривалість туру – 2 ночі/3 дні. Для розвитку нового туристичного продукту пропонуємо обґрунтувати основні передумови для розробки туру, які наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні передумови для розробки туру «Стародавня Чернігівщина» у сфері культурно туризму на території Чернігівської області

Критерії туру	Опис
1	2
Регіон туристичного маршруту	Чернігівська область, смт. Козелець, місто Чернігів, місто Мена, село Бреч, місто Батурич, місто Ніжин.
Туристичний маршрут (рис.3.1)	М. Київ – смт. Козелець – м. Чернігів – м. Мена – с. Бреч – м. Батурич – м. Ніжин – м. Київ
Туристичні об'єкти	Собор Різдва Богородиці, Борисоглібський собор, Спасо-Преображенський собор, Троїцький собор, Антонієві печери, Менський зоопарк, Туристично-готельний комплекс «Бреч», Історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», Будинку Судді, Археологічний музей, Пам'ятник огірку, пам'ятник Н.В. Гоголю, Хрестовоздвиженська церква.
Туристичний оператор, через якого планується реалізація туристичного продукту	ТОВ «Туристична компанія «Поїхали з нами»»

Джерело: складено автором

Маршрут туру грає велику роль у наданні йому необхідної привабливості, задоволення побажань та інтересів туристів. Вибір пунктів нового маршруту пов'язаний, перш за все, з цілями поїздок туристів в ту чи іншу країну. Тому для культурно-пізнавальних турів вибираються міста з найбільш цікавими туристичними визначними пам'ятками, наприклад, історичними та культурними пам'ятками, музеями, картинними галереями тощо [33]. Схема туристичної подорожі «Стародавня Чернігівщина» на території Чернігівської області виведена у додатку Г.

Надалі обґрунтуємо основні етапи розвитку нового туристичного продукту в межах Чернігівської області. Етапи формування туристичного продукту у сфері гастрономічного туризму для ТОВ «Туристична компанія «Поїхали з нами»»:

- формування концепції культурно-пізнавального туру «Стародавня

Чернігівщина» (рис.3.1);

- визначення основних та додаткових видів туристичних послуг, які будуть входити в тур та надаватися туристам;
- організація розвитку інфраструктури для надання туристичних послуг;
- просування культурно-пізнавального туру «Стародавня Чернігівщина» на туристичному ринку.

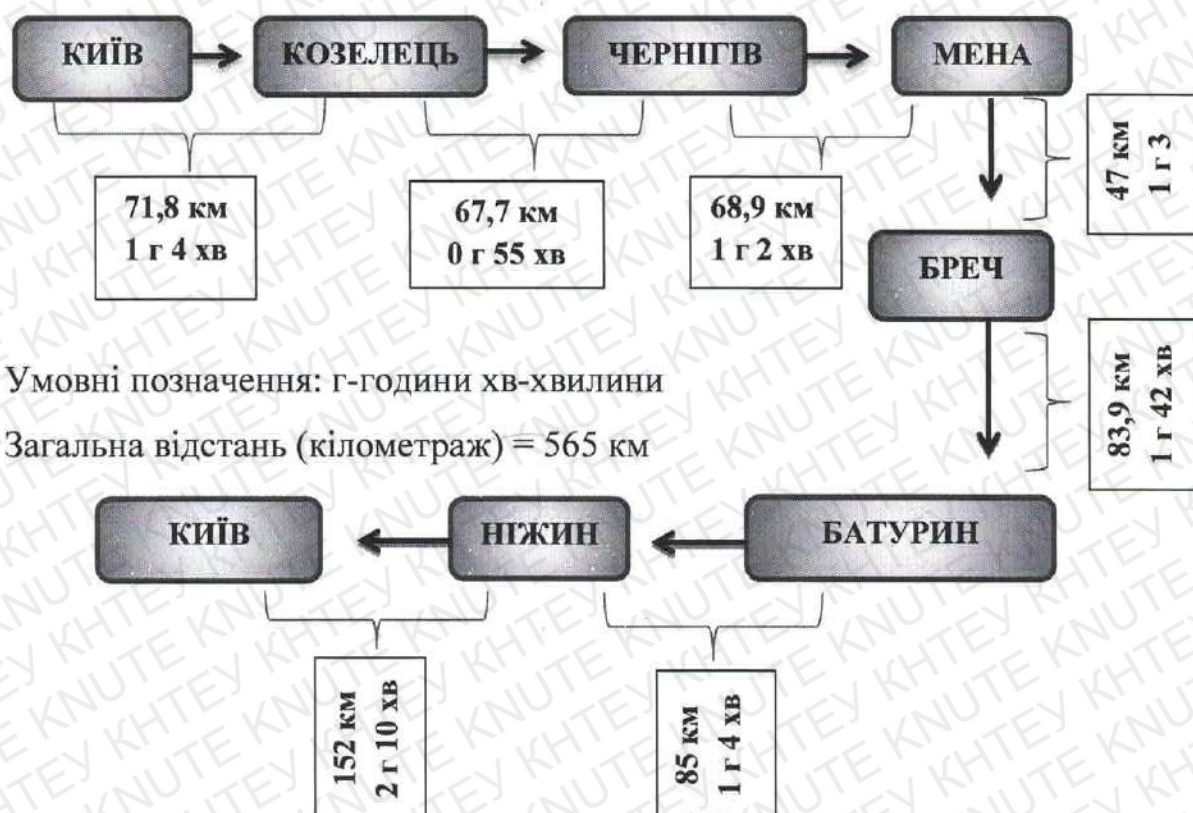


Рис.3.1. Схема туристичної подорожі «Стародавня Чернігівщина» на території Чернігівської області

Джерело: складено автором

На першому етапі здійснюється концепція формування туристичного продукту. При створенні туристичного продукту необхідно чітко розуміти, що в дійсності будуть купувати туристи. Тому створення туристичного продукту починається з вивчення його споживчих якостей і властивостей, виявлення найбільш привабливих його сторін. Ми повинні чітко сформувати туристичний продукт, щоб туди входили такий комплекс компонентів, як: готельний, транспортний, екскурсійний. На другому етапі здійснюється визначення основних та додаткових видів туристичних послуг, які будуть надаватися,

передбачає аналіз поточного ринку туристичних послуг смт. Козелець, м. Чернігів, м. Мена, с. Бреч, м. Батурин, м. Ніжин. На цьому ж етапі також визначається перелік об'єктів туристичної інфраструктури.

Основні інфраструктурні компоненти формування туристичного маршруту наведено у табл. 3.2.

Основні інфраструктурні компоненти формування туристичного маршруту

Таблиця 3.2

Елементи туристичного маршруту	Опис
Трансфер	Доставка туристів по всьому маршруту буде здійснюватися автобусом, який належить ТОВ «Туристична компанія «Поїхали з нами»». Відправлення туристів здійснюється з м. Києва (станція метро Лісова)
Проживання	Проживання по маршруту буде в готелі «Придеснянський» і туристично-готельний комплекс «Бреч».
Харчування	В тур входить: вечеря і сніданок в ресторані готелю «Придеснянський»; обід в кафе «Смак» (місто Мена); вечеря і сніданок в туристично-готельному комплексі «Бреч».
Розваги	Доволі насичена екскурсійна програма. Відвідування зоопарку. Відпочинок на території комплексу.

Джерело: складено автором

Чернігівська область одна з найдавніших та найцікавіших областей України. Під час туру туристи, матимуть змогу відвідати найпопулярніші місця, де містика минулого переплітається із сучасною реальністю.

Пропонуємо більш детально ознайомитись з програмою культурно-пізнавального туру «Стародавня Чернігівщина».

Програма культурного туру «Стародавня Чернігівщина»

День 1

08:30 – Зустріч з представником туристичної компанії біля ст.м Лісова (зі сторони Броварського проспекту). Виїзд з Києва. Вирушаємо до смт. Козелець.

10:10 – Приїзд до смт. Козелець. Відвідуємо собор Різдва Богородиці, один із найкращих архітектурних витворів 18 ст. в Україні.

11:30 – Виїзд з смт. Козелець і вирушаємо до міста Чернігова.

12:40 – Зустріч з Черніговом. Чернігів – це місто-таємниця, місто-легенда сповнено містичними історіями. Оглядова екскурсія Черніговом, під час якої ми познайомимося з такими визначними пам'ятками як: Борисоглібський собор, Спасо-Преображенський собор і Троїцький собор (1695). Можливість відвідати дзвіницю з розкішним оглядовим майданчиком.

14:40 – Поселення в готель «Придеснянський». Вільний час.

16:20 – В другій половині нашого туру на вас чекає Антонієві печери (XI-XIX століття). Крім того, що в печерах була усипальниця роду Мілорадовичів, тут мешкає ще примара «чорного ченця». Феномен зафіксований археологами та туристами ще у 1970-х роках. А також побачимо Стародавній Вал, Будинок Мазепи, Болдіну гору.

18:30 – Екскурсія на півний завод у Чернігові. Компанія AB InBev – це лідер світового пивоваріння.

20:00 – Повернення до готелю. Вечеря. Вільний час.

День 2

08:00 – Сніданок в готелі

09:00 – Виїзд автобуса з готелю. Вирушаємо до міста Мена.

10:10 – Приїзд до міста. Відвідування Менського зоопарку. Заснований 1977 року місцевими любителями природи.

В даний час в зоопарку містяться земноводні, плазуни, риби, птаці та ссавці. Колекція налічує 550 тварин 120 видів, 17 з яких занесені до Міжнародної Червоної книги.

13:00 – Виїзд з зоопарку.

13:10 – Обід. Заклад «Смак».

14:00 – Виїзд до села Бреч.

14:40 – Приїзд туристів до комплексу. Поселення в найбільший туристично-готельний та розважальний комплекс України «Бреч». З нікому невідомого село Бреч перетворилося на туристичну перлину Чернігівщини, яку щороку відвідує величезна кількість туристів. Поселення в готель.

16:00 – Експедиція по комплексу. Цей комплекс вирізняється серед інших тим, що туристи можуть оселитися в різних куточках світу: китайських котеджах пагодах, будиночках альпійських мисливців, американському корпусі в континентальному стилі.

17:00 – Вільний час.

19:00 – Вечеря. Вільний час.

День 3

08:00 – Сніданок в готелі

09:00 – Виїзд автобуса з готелю. Вирушаємо до міста Батурин.

10:30 – Приїзд до Батурина і далі на туристів чекає захоплююча екскурсія національним історико-культурним заповідником «Гетьманська столиця».

Прогулянка по резиденцією Кирила Разумовського. Розкішний особняк вразить вас своєю вишуканістю та красою. Після цього ви побуваєте в Будинку Судді та відвідаєте Археологічний музей.

Завершення програми – цитадель Батуринської фортеці, велика оборонна споруда, в якій були обладнані сторожові вежі та зберігалася скарби гетьмана.

13:30 – Обід.

14:20 – Виїзд автобуса до міста Ніжина.

15:30 – Приїзд до Ніжина. Експедиція по Ніжину: Пам'ятник огірку, пам'ятник Н.В. Гоголю (перший пам'ятник в світі українським письменником), Ніжинський педагогічний університет, який у свій час закінчив Микола Васильович Гоголь і багато інші відомі особистості. Огляд університету без відвідування. Далі буде прогулянка по Графському парку. Недалеко від парку знаходиться Хрестовоздвиженська церква. Тут буде змога почути історію про те, як і чому Гоголь написав свого «Вія», бо цей твір був заснований на реальних подіях і пов'язані вони були саме з цією церквою.

17:00 – екскурсія єдиним в Україні музеєм Поштової станції.

Ви почуєте історію виникнення поштового повідомлення.

17:40 – Вільний час.

18:30 – Переїзд до Києва. Прибуття орієнтовно о 21:00.

Культурно-пізнавальний тур «Стародавня Чернігівщина» ознайомить туристів з історико-культурними визначними пам'ятками й унікальними природними об'єктами по визначеній програмі.

Цей тур не тільки буде сповнений історією регіону, а також включатиме в себе відпочинок. Бо в наш час, туристи хотіли б, щоб програма була насичена екскурсіями, але при цьому мала би і якийсь відпочинок або релакс. Програма туру розроблена для туристів, має різноманітну екскурсійну програму, робить тур насиченим і привабливим. Перевагою туру є поєднання екскурсійного обслуговування та вільного часу туристів.

Наступний етап – розроблення технологічної карти. Технологічна карта туристської подорожі це – технологічний документ, що визначає зміст програми та умов обслуговування туристів на конкретному маршруті [11]. Технологічну карту туристичного маршруту у сфері культурно-пізнавального туризму наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Технологічна карту туристичного маршруту у сфері культурного туризму «Стародавня Чернігівщина» на території Чернігівської області

№ з/п	Параметри технологічної карти	Значення
1	2	3
1	Назва туристичної організації	ТОВ «Туристична компанія «Поїхали з нами»»
2	Назва маршруту	«Стародавня Чернігівщина»
3	Вид транспорту	Автобус
4	Основні пункти маршруту	м Київ – смт. Козелець – м. Чернігів – м. Мена – с.Бреч – м.Батурин – м.Ніжин – м. Київ
5	Вид маршруту	двосторонній
6	Кілометраж	565 км
7	Тривалість маршруту в днях (календарних)	3 дні
8	Кількість туристичних груп	1 група
9	Вид туризму	Культурний туризм
10	Тип туру за кількістю учасників	Груповий
11	Страховання подорожі	Страхова компанія «Вусо» (на 3 дн.)
12	Всього туристів по туру	42

Джерело: складено автором

В технологічній карті наведені ключеві елементи туру. Важливим елементом є страхування туристів. Зараз ми живемо в період захворюваності і розповсюдження COVID-19, тому страхування необхідні і невід'ємна частина подорожей.

Страхування туристів – це страхування, що забезпечує страховий захист громадян на час їх відпочинку.

У статті 17 Закону України «Про туризм» передбачено, що страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на підставі угод зі страховими компаніями, які мають право на проведення такої діяльності [16].

Для даного туру, була обрана страхова компанія «Вусо», яка на ринку України працює все 20 років і є надійним партнером.

Завершальним етапом для нового туристичного продукту буде просування культурно-пізнавального туру «Стародавня Чернігівщина» на туристичному ринку.

Для просування виберемо реклама в ЗМІ та інших визнаних рекламоносіях, прямий продаж і зв'язки з громадськістю. Також для просування знадобляться спонсори, зарубіжні інвестори, місцеві органи влади, для залучення іноземних туристів, так як Чернігівська область має всі передумови і перспективи для розвитку нового туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина».

Отже, було розроблено новий туристичний продукт у сфері культурного туризму «Стародавня Чернігівщина», який включає подорож визначними пам'ятками: пам'ятниками історії, архітектури, мистецтва, а також природними і етнічними особливостями Чернігівської області. Культурно-пізнавальний тур «Стародавня Чернігівщина» познайомить туристів з унікальними природними об'єктами по визначеній програмі.

Організація формування та продажу нового туристичного продукту має здійснюватися туристичною компанією «Поїхали з нами». Група туру складатиметься з 42 туристів. Тривалість туристичного маршруту 3 дні.

3.2. Ефективність реалізації продукту культурного туризму Чернігівської області для ринку в'їзного туризму

В попередньому розділі ми розробили програму туру, зробили детальну технологічну карту і прописали просування продукту культурного туризму «Стародавня Чернігівщина» туристичної компанією «Поїхали з нами». Тепер детально розберемо витрати та очікувані результати. З метою визначення витрат варто здійснити калькуляцію собівартості туристичного маршруту «Стародавня Чернігівщина» (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Калькуляція собівартості туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина» (у розрахунку на 1-го туриста на 3 дні) для вітчизняних туристів

№ з/п	Стаття калькуляції	Показники		
		Кількість	Ціна	Вартість
1.	Витрати на автобусне перевезення	1	170	170
2.	Послуги розміщення: 2.1 – 1 туродень «Придеснянський» (у вартість входить вечеря)	1	320	970
	2.2 – 2 туродень «Бреч» (у вартість входить сніданок і вечеря)	1	650	
3.	Харчування	2	120	240
4.	Страхові послуги	2	50	100
5.	Екскурсійне обслуговування	-	-	370
6.	Атракції	-	-	200
	Разом прямих витрат			2050
7.	Загальновиробничі витрати (10% від прямих витрат)	-	-	205
8.	Витрати на просування (5% від прямих витрат)	-	-	102,5
9.	Виробнича собівартість	-	-	2358
10.	Прибуток (націнка)	30%	-	707
11.	Ціна на 1-го туриста, без ПДВ	-	-	3065
12.	ПДВ	20%	-	613
13.	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	-	-	3678

Джерело: складено автором

Вартість туру «Стародавня Чернігівщина» на 1 туриста складає 3678 грн.

(включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 2358 грн. Прибуток туристичної компанії «Поїхали з нами» становить 707 гривень. Ця вартість прописана для український туристів. Зараз таким же чином зроблю калькуляцію собівартості туристичного маршруту «Стародавня Чернігівщина» для іноземних туристів. Затрати для іноземного туриста будуть вищі, так як треба винаймати перекладача, вартість страхування буде більше, готелі також, беруть більшу вартість для іноземних груп (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Калькуляція собівартості туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина» (у розрахунку на 1-го туриста на 3 дні) для іноземних туристів

№ з/п	Стаття калькуляції	Показники		
		Кількість	Ціна	Вартість
1.	Витрати на автобусне перевезення	1	340	340
2.	Послуги розміщення: 2.1 – 1 туродень «Придеснянський» (у вартість входить вечеря)	1	450	1230
	2.2 – 2 туродень «Бреч» (у вартість входить сніданок і вечеря)	1	780	
3.	Харчування	2	200	400
4.	Страхові послуги	2	210	420
5.	Екскурсійне обслуговування	-	-	930
6.	Атракції	-	-	600
	Разом прямих витрат			3920
7.	Загальновиробничі витрати (15% від прямих витрат)	-	-	588
8.	Витрати на просування (20% від прямих витрат)	-	-	784
9.	Виробнича собівартість	-	-	5292
10.	Прибуток (націнка)	30%	-	1588
11.	Ціна на 1-го туриста, без ПДВ	-	-	6880
12.	ПДВ	20%	-	1276
13.	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	-	-	8156

Джерело: складено автором

Вартість туру «Стародавня Чернігівщина» на 1 іноземного туриста складає 8156 гривень (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 5292 грн. Прибуток туристичної компанії «Поїхали з нами» становить

1588 гривень. Для іноземного туриста вартість туру в валюті буде становить близь 270 євро. Як для іноземних туристів, вартість доволі виправдовує себе і буде мати великий попит.

Зараз ми розглянемо прогнози попиту нового туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина». Розробивши таблицю наочно подивимось в який період року, попит буде більше і які будуть фінансові результати від нового туристичного продукту в сфері культурного туризму.

Таблиця 3.6

**Прогноз попиту туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина»
для внутрішніх та іноземних туристів на 2022 рік**

Період	Внутрішні туристи, осіб	Іноземні туристи, осіб	Разом, осіб
1 кв 2022	38	4	42
2 кв 2022	126	17	143
3 кв 2022	168	25	193
4 кв 2022	84	13	97
Разом	416	59	475

Джерело: складено автором

Маючи дані про прогнози попиту і калькуляції туру, розробимо таблицю і спрогнозуємо фінансовий результат від реалізації туру «Стародавня Чернігівщина» (табл. 3.7).

Отже, загальна кількість туристів туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина» за 2022 рік буде складати 475 осіб. Громадян України прогнозується 416 осіб, іноземних туристів – 59 осіб. Як бачимо найвищий показник буде в 3 кварталі це і не дивно, так як погода для культурно-пізнавального туру буде найсприятливіша.

Таким чином, було встановлено, що прогнозний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Стародавня Чернігівщина» у 2021 році разом буду складати 1,680960 млн.грн, продаж турів громадянам України – 1,275040 млн.грн, а продаж іноземним туристам – 405,920 тис.грн. Прогнозні прямі витрати по туру – 1,084080 млн.грн, а непрямі витрати, – 208,868 тис.грн. І найголовніше, визначили чистий прибуток, який складає 318171 тис.грн.

Таблиця 3.7

**Прогнозні результати від продажу турів «Стародавня Чернігівщина»
на 2022 рік**

Період	Доходи від продажу турів (без ПДВ), грн			Витрати		Фінансові результати		
	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Разом	Прямі витрати, грн	Непрямі витрати, грн	Прибуток до оподаткування, грн	Податок на прибуток, грн	Чистий прибуток, грн
1 кв 2022	116470	27520	143990	93580	17173	33237	5983	27254
2 кв 2022	386190	116960	503150	324940	62069	116141	20905	95236
3 кв 2022	514920	172000	686920	442400	85960	158560	28540	130020
4 кв 2022	257460	89440	346900	223160	43666	80074	14413	65661
Разом	1275040	405920	1680960	1084080	208868	388012	69841	318171

Джерело: розраховано автором

Отже, розроблений нами культурно-пізнавальний тур в межах Чернігівської області «Стародавня Чернігівщина» має усі передумови, щоб зайняти достойне місце на ринку ЄС. Тур «Стародавня Чернігівщина» має не тільки гарно розроблену культурну програму і якісну екскурсійну програму, а також відпочинок в дуже гарному готелі і комплексі. Для іноземного туриста в першу чергу важливий комфорт в турі і гарні умови.

Висновки до розділу 3

В рамках дипломної роботи було створено культурно-пізнавальний тур в межах Чернігівської області «Стародавня Чернігівщина». Було визначено, що тур розрахований на різну категорію туристів. Конкурентоспроможність туру досягається за рахунок порівняно невеликої його вартості при максимальній

насиченості екскурсіями і якісним сервісом. Тур буде реалізуватися Туристичною компанією «Поїхали з нами».

Вартість туру «Стародавня Чернігівщина» на 1 туриста складає 3678 гривень (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 2358 грн. Вартість туру «Стародавня Чернігівщина» на 1 іноземного туриста складає 8156 гривень (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 5292 грн. Загальна кількість туристів туристичного продукту за 2022 рік буде складати 475 осіб. Прогнозується, що чистий прибуток буде складатиме 318,171 тис.грн.

ВИСНОВКИ

Культурний туризм – це вид туризму, пов'язаний з пізнанням культурної спадщини і культури в цілому, ознайомлення з пам'ятками архітектури, вивчення традицій і пізнання культурних особливостей регіону.

Культурному туризму нині притаманні три основні гуманітарні функції: культурно - пізнавальна й освітня; культурно охоронна і консерваційна; комунікаційна та миротворча.

Ресурсний потенціал культурного туризму Чернігівської області на нашу думку дозволяє активно розвивати цей вид туризму. Чернігівська область перенасичена історико-архітектурними пам'ятками, а також археологічними та літературно-меморіальними пам'ятками. 14 населених пунктів області включено до списку історичних населених місць України.

Проте в Чернігівській області існує ряд проблем, які гальмують розвиток культурного туризму, а саме: відсутність зручного транспортного сполучення, низька зацікавленість населення області в розвитку туризму, необхідність реконструкції об'єктів туризму, недостатня кількість закладів розміщення та харчування, нестача інвестиційних ресурсів.

Головний потік туристів до області складають корпоративні групи з Києва та індивідуальні туристи, що подорожують власним транспортом.

Розробивши SWOT-аналіз було визначено сильні та слабкі сторони Чернігівської області. Сильних сторін набагато більше. Що при цілеспрямованій регіональній політиці можна нейтралізувати більшість слабких сторін Чернігівської області, що виведе область на міжнародний ринок культурного туризму. Спалах COVID-19 на початку 2020 року став серйозною проблемою функціонування для туристичного бізнесу, в тому числі і на території Чернігівщини.

У роботі створено новий продукт культурного туризму Чернігівської області на міжнародному ринку – «Стародавня Чернігівщина». Під час туру туристів ознайомлять з історико-культурними визначними пам'ятками й

унікальними природними об'єктами. Тур включатиме відпочинок і насичену екскурсійну програму. Організація формування та продажу нового туристичного продукту має здійснюватися туристичною компанією ТОВ «Туристична компанія «Поїхали з нами»». Тривалість туру – 2 ночі/3 дні. Перша група туру складатиметься з 42 туристів.

Охарактеризовано ефективність реалізації культурно-пізнавального туру Чернігівської області на міжнародному ринку і визначено, що вартість туру «Стародавня Чернігівщина» на 1 туриста складає 3678 гривень (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 2358 грн. Прибуток туристичної компанії «Поїхали з нами» становитиме 707 гривень. Вартість туру «Стародавня Чернігівщина» на 1 іноземного туриста складає 8156 гривень (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 5292 грн. Прибуток туристичної компанії «Поїхали з нами» становитиме 1588 гривень. Загальна кількість туристів, які візьмуть участь у подорожі «Стародавня Чернігівщина» за 2022 рік передбачається 475 осіб, серед них громадян України – 416 осіб, іноземних туристів – 59 осіб. Прогнозований чистий прибуток, складатиме 318171 тис.грн.

Отже, Чернігівщина – унікальний край, який володіє достатнім туристичним потенціалом для організації культурно-пізнавального відпочинку не лише українців але й іноземців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрна партія України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroparty.org.ua>.
2. Антоненко І.Я. Історико-культурна спадщина Чернігівської області: стан та перспективи розвитку / І. Я. Антоненко, Ю. М. Котюх // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5854>.
3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, районування. Підручник. – К.: Київ: 2011, 95 с.
4. Березін, О.В. Управління проектами. Університетська книга/ Безпарточний, М.Г. – К.: Суми: 2014.
5. Буряк Л.Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: Навч.-метод. посібник для самот. вивчення дисципліни. Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2002.
6. Терещенко В.І. Навчальний посібник соціально-економічні основи рекреації та туризму / Л.О. Штанько, В.П. Чаплигін. – К.: Київ: 2014, 89 с.
7. Коваль П.Ф В'їзний туризм. Навчальний посібник/ Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. – К.: Київ: 2013.
8. Все о туризме [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/bozhko.
9. Гордин В. Э. Теоретичні і практичні підходи до розвитку культурного туризму. монографія / В. Э. Гордин, М. Д. Сушинская, И. Яцкевич// – К.: Одеса, 2000. с. 18 – 19.
10. Гордин В. Э. Теоретичні і практичні підходи до розвитку культурного туризму. монографія / В. Э. Гордин, М. Д. Сушинская, И. Яцкевич// – К.: Одеса, 2000. с. с. 63 – 65.
11. ГОСТ 28681.1-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг».

12. Декларация терпимости ЮНЕСКО, 1995 г. Л., 1996 С. 9 – 10.
13. Департамент екології та природних ресурсів Чернігівської області державної адміністрації. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eco.cg.gov.ua/index.php?id=97604&tp=0>
14. Електронний журнал «Ефективна економіка». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5854>
15. Євдокименко В.К.Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації)/ В.К.Євдокименко. – Чернівці: Прут, 1995. с.288
16. Закон України «Про туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>.
17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. – К.: Альтерпрес, 2011. – 320 с.
18. Медова Чернігівщина: навчальний посібник / М. Будлянський – Чернігів: Десна, 2013. – 192 с
19. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.1-95 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги: Проектирование туристских услуг”[Текст]// Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. –К.: Юрінком Інтер, 2002. с. 565 – 575.
20. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.2-95 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги: Общие требования”// Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К.: Юрінком Інтер, 2002. с. 576 – 578.
21. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.3-95 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги: Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов”»[Текст]// Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-

- правових актів / Під заг. ред. проф. В.К. Федорченка; Київ. ун-т туризму, економіки і права. –К.: Юрінком Інтер, 2002. с. 597 – 584.
22. Міністерство культури та інформаційної політики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=244953427
23. Мошняга Е. В. Міжнародний культурний туризм, як фактор міжкультурної комунікації. підручник / Е. В. Мошняга // – К.: Краків. 2005. Випуск. 55. С. 128 – 147.
24. Никишин Н. А. Технологии культурного туризма: принцип партнерства на региональном и местном уровнях / Н. А. Никишин Режим доступа: www.culturalmanagement.ru/infocenter/?cid=2&aid=761.
25. Обласна цільова програма розвитку туризму в Чернігівській області на 2021-2027 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://chor.gov.ua/images/Razdely/Norm_docum/Rishennia/7_sklykannia/25_sesiya/Dodatok_46.pdf
26. Офіційний веб-портал Чернігівська рада. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://chor.gov.ua/component/k2/item/10363-pro-zatverdzhennia-oblasnoi-tsilovoi-prohramy-rozvytku-turyzmu-v>
27. Офіційний веб-портал Чернігівська обласна рада. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://chor.gov.ua/nash-kray/vidatni-osobistosti>
28. Офіційний сайт державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm
29. Офіційний сайт інформ агенції "Чернігівський монітор" Стан туризму в Чернігівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://monitor.cn.ua/ua/monitoring/39585>
30. Офіційний сайт Міністерства екології та природних ресурсів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.menr.gov.ua.
31. Пазенок В.С. Феномен туризму: людський вимір. Навчальний посібник / В.С. Пазенок // Готельний і ресторанний бізнес. – К.:Київ, 2001.

32. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство. Навчальний посібник / Є. В. Панкова. – К. Альтерпрес, 2003.- 231 с.
33. Сенин Е.С. Організація міжнародного туризму. Посібник, 2003. - 400 с.
34. Тронько П. Історичне місто як культурна цінність і об'єкт пам'яткоохорони / П. Тронько, Я. Верменич // Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика. – 2009. – № 15. – С.171-183
35. Туризм по-чернігівськи: історичний та гастрономічний. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pik.cn.ua/23288/>
36. Туристична компанія «Там Тур». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tamtour.com.ua/tury-po-ukraini>
37. Туристичні ресурси та інфраструктура – головні складові розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/tourism/36431/>.
38. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма/ Д.С.Ушаков.- . – К.: Март, 2006. с.384.
39. Центр творчості дітей та юнацтва Прилуцької міської ради Чернігівської області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ctdu.in.ua/vixovancyam-gurtkiv-pishoxidnogo-turizmu/>
40. Цюрупа М.В. Осмислення феномену туризму в європейській історико-філософській традиції / М.В. Цюрупа // Філософія туризму. К., 2004. С. 2.
41. Чернігівська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cg.gov.ua/index.php?id=402421&tp=page>
42. Чернігівщина в цифрах. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.chernigivstat.gov.ua/new/cifry_2018.pdf
43. Чернігівщина. Події і коментарі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pik.cn.ua/print/30632/>
44. Щорічний моніторинг соціально-економічного розвитку районів та міст обласного підпорядкування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cg.gov.ua/web_docs/1/2011/11/docs/Monit_434_RDA_12_rik_ok.pdf.
45. Яковенко Н. Вступ до історії навчальний посібник / Н. Яковенко.

К.: Критика, 2007. 375 с.

46. Anga Travel. Туроператор. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://anga.ua/ru/area/chern_g_vska.html
47. Ashworth G. J. «Conservation of the built environment in the Netherlands», in: Phelps, Ashworth & Johannson (eds), The construction of Built heritage: a north European perspective on policies, practices and outcomes / G. J. Ashworth. — Ashgate, London. 2001– 140 p.
48. Cultural Heritage and Tourism Development. – Madrid : WTO. – 2001.
49. Ferreol J. Culture et styles de vie / J. Ferreol, J.-P. Noreck, A. Colin. Paris, 2001.
50. Hospitality, Tourism and Leisure Management : Issues in Strategy and Culture. London, 1997. , 56 – 58 p.
51. ICOMOS Tourism Handbook for World Heritage Site Managers. ICOMOS, 1993. , 2 p.
52. International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage: UNESCO's General Conference. 32nd Session. Paris, 29 September - 17 October 2003.
53. Richards J. C. Curriculum Development in Language Education / J. C. Richards. — London : CUP, 2001.

**Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації**

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

**Збірник наукових статей студентів заочної форми навчання,
які здобувають освітній ступінь «магістр»
спеціальностей 073 «Менеджмент»
(спеціалізація «Туристичний
та курортно-рекреаційний менеджмент»),
242 «Туризм» (спеціалізація «Міжнародний
туристичний бізнес»)**

Частина 1

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ТУРИСТИЧНИЙ ТА КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	
БОРИСИЧОВА В. УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	6
КРИНІЦЬКА Л. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	10
ЛОКУТОВА О. ФОРМУВАННЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ	16
НЕЧИПУРЕНКО Д. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЦІННІСНО- ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В ТУРИЗМІ	21
РІПЕНКО Д. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	27
СИТНИК Р. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ	32
ТОЛОЧИН А. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	38
МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС	
АНДРІЄВСЬКА О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ МІСТА КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ	45
БЛОЩИНСЬКА А. ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	53
ГОЛОВА М. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	59
ГОРОБЕЦЬ В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ	64

ЕРЕСЬКО В. МУЗИЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	71
КОНОНЕНКО Л. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	75
КОРОЛЬОВА Л. ГІРСЬКОЛИЖНИЙ ТУРИЗМ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	81
КРИЛОМАКА А. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ ДИТЯЧОГО ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ	86
КУЧЕРУК В. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ	93
МИНЧЕНКО А. ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ	100
ПОДОЛИННА А. ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	104
СОРОКОПУД А. СУТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ПРОСУВАННЯ	111
ЧЕРНИШЕНКО Д. ПРОСУВАННЯ КУРОРТНОГО ПРОДУКТУ ПРИАЗОВ'Я ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ	116
ШЕВЧУК О. ФОРМУВАННЯ ІВЕНТИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ	120
ШИДІЙ А. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ.....	126
ТРОФИМЧУК Ю. НАУКОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ	131

Список використаних джерел

1. Держстат України (2017) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/rp/eans/eans_u/rbrn_rik16_u.htm
2. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm
3. All about tourism (2018), «Prospects of development of rural green tourism in Ukraine», available at: http://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm (Accessed 20 Feb 2018).
4. Зінченко А.І. Маркетинг підприємств зеленого туризму: дис. канд. екон. наук.: 08.00.04 / А. І. Зінченко, Київський національний торговельно-економічний уні-верситет. – Київ, 2012. – 215 с.
5. Васильєва Н.В. Зелений туризм – панацея чи черговий міф? / Васильєва Н.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/progress/arch/>
6. Населення України. Демографічні тенденції в Україні у 2002–2019 рр. : кол. моногр. / за ред. О.М. Гладуна; НАН України, Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи. – Київ, 2020. – 174 с.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора
МИХАЙЛЧЕНКО Г. І.

НАУКОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

ТРОФИМЧУК Ю., 2 курс ФРГТБ КНТЕУ,
спеціальність «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

У статті уточнено зміст поняття «культурний туризм». Охарактеризовано особливості та основи трактування категорії «культурний туризм». Проведено огляд сучасного стану розвитку культурного туризму.

Ключові слова: культурний туризм, історія культурного туризму, Всесвітня туристична організація.

The article clarifies the content of the concept of «cultural tourism» and the basic scientific principles. The peculiarities and bases of interpretation are defined and the concept of «cultural tourism» is defined. Overview and current state of cultural tourism. Key words: cultural tourism, history of cultural tourism, World Tourism Organization.

Актуальність дослідження культурного туризму в сучасному світі зростає, адже він стосується всіх сфер діяльності суспільства, зокрема культури, економіки, соціального життя. Туризм тісно пов'язаний з культурою та утворює культурний туризм. Нині культурна спадщина впливає на ставлення світової спільноти до країни, її привабливості з позицій не тільки соціальних відносин та туризму, а й бізнесу.

Нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі туризм із переважно економічного явища перетворюється на соціальний й культурний феномен.

Аналіз останніх наукових публікацій показав, що протягом останніх років культурний туризм активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Серед них можна

виділити наступних вчених: Кляп М.П. [2], Дроздова Г.М. [3], Любіцева О.О. [4], В. Пазенок, В. Федорченко, С. Горський, М. Цюрупа [5, 6]. Особливий інтерес являють праці англійського філософа Дж. Урі [7].

Метою статті є актуалізувати і теоретично опрацювати суть поняття «культурний туризм». Мета даної статті полягає в розкритті теми культурного туризму і трактування на даний час. Незважаючи на те, що туризм історично тісно пов'язаний з культурою, проте культурологічний підхід до вивчення цієї сфери застосовується лише зараз.

Об'єктом дослідження виступає культурний туризм як наукова категорія.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади культурного туризму.

Виклад основного матеріалу. Туризм – багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має практично невичерпний потенціал для постійного розвитку, тісно поєднується з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально – економічному житті країн і народів.

Сучасний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури. Культура – комплексне та багатогранне явище у міждисциплінарному науковому пошуку, характеризується наявністю різних підходів до трактування цього поняття.

Нове розуміння культури в суспільному розвитку й усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі розширюють перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального та державного розвитку, а також впливу на соціальну й культурну сфери, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини.

Поняття «культурний туризм» («cultural tourism») на міжнародному рівні вперше згадується в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.) [1], але його початком можна вважати середину XVIII ст., коли поняття культурного туризму означало практику подорожей Європою.

Розглянемо існуючі визначення поняття «культурний туризм» у трактуванні різноманітних авторів (табл. 1).

Концептуальне розуміння культурного туризму міститься в офіційних визначеннях Всесвітньої туристичної організації. Відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації культурний туризм охоплює всі переміщення людей, оскільки вони задовольняють людську потребу в різноманітті та спрямовані на підвищення культурного рівня особистості, стимулюючи нові знання, досвід і зустрічі» [8]. Культурний туризм передбачає навчальні поїздки, культурні тури, поїздки на фестивалі та інші культурні заходи, відвідування визначних місць та пам'яток, поїздки для дослідження природи, фольклору, мистецтва та паломництва

Таблиця 1

Визначення поняття «культурний туризм» у трактуванні різноманітних авторів

Автор поняття	Визначення поняття
ICOMOS (міжнародна рада з питань пам'яток і визначних місць) [1]	Невеликий сегмент ринку пізнавального або освітнього і найчастіше елітарного характеру, присвячений поширенню й роз'ясненню культурної ідеї
Кляп М.П. [2]	Відвідання історичних, культурних або географічних визначних пам'яток
Дроздова Г.М. [3]	Подорож з метою ознайомлення з історико-культурними цінностями й унікальними природними об'єктами
Любіцева О.О. [4]	Ознайомлення туристів з природою, культурно-історичним надбанням і сучасним життям країни
Енциклопедичний словник-довідник з туризму [11]	Поїздки з метою ознайомлення і пізнання культурної спадщини різних країн і народів

Містке визначення цього поняття сформульовано Міжнародною радою з охорони пам'яток та історичних місць ICOMOS у Міжнародній туристичній хартії: «культурний туризм – це форма туризму, що має на меті ознайомлення із культурою і культурним середовищем місця відвідин, включно ландшафтом, із традиціями мешканців та їх способом життя, художньою культурою і мистецтвом, різними формами дозвілля [12].

У сучасних умовах глобалізації, з розвитком авіації, виникненням і поширенням масових форм туризму, «культурний» туризм набув нового значення. Генеральний директор ЮНЕСКО Коїтіро Мацуура вважає: незважаючи на те, що процес глобалізації надає людству унікальних можливостей у сфері комунікації і вільного обміну ідеями й товарами, він також призводить до серйозної загрози посилення нерівності, знеособлення культури та способу життя, втрати самотності або навпаки – сприяє самотності і відгородженню від зовнішнього світу [9]. Зважаючи на те, що впродовж усієї історії люди обмінювалися культурним досвідом, ідеями, цінностями і товарами через мистецтво, торгівлю й міграції, у XXI ст. культурний туризм призначений слугувати ідеям інтелектуальної і моральної солідарності людства, утвердженню ідеалів толерантності в суспільстві, тобто повазі, прийняттю та правильному розумінню різноманіття культур нашого світу.

Під культурним туризмом мають на увазі подорожі з метою знайомства з матеріальними і духовними об'єктами культури, участі в події культурного життя. Разом вони впливають на духовну сферу людини, його систему цінностей, знання, впливають на суспільну поведінку, так чи інакше, позначаються і на поведінці як економічного суб'єкта.

В умовах глобалізації у культурного туризму як провідної субгалузії туризму з'являються нові функції. Він розглядається вже не тільки як різновид туристичної діяльності, а й важливий механізм управління міжкультурним діалогом народів в світі, що глобалізується, ефективний; спосіб реалізації принципів соціального партнерства на рівні різних суб'єктів взаємодії.

Основною умовою розвитку культурного туризму є історичний та культурний потенціал країни, рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів. До об'єктів культурного туризму належать як історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди, виступи фольклорних колективів), так і сучасна культура (виставки, фестивалі, особливості життя населення: кухня, костюми).

Визнання в сучасних умовах можливе завдяки внеску, який країна здійснює у світову культуру, науку та економіку (як складові загальної культури), розвиток цивілізованих відносин між народами, країнами, людьми. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуалізація проблем розвитку культурного туризму привернула увагу багатьох науковців.

На думку дослідників В. Е. Гордіна і М. Д. Сушинської, культурний туризм – це переміщення індивідів за межі їх постійного місця проживання, мотивоване повністю або частково інтересом відвідування культурних пам'яток, зокрема культурних подій, музеїв та історичних місць, художніх галерей, музичних та драматичних театрів, концертних майданчиків і місць традиційного проведення часу місцевого населення, що відображають історичну спадщину, сучасну художню творчість і виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності й повсякденний стиль життя резидентів, з метою отримання нової інформації, досвіду та вражень для задоволення культурних потреб. Е. В. Мошняга вважає, що нині не відбулося зародження принципово нового виду туризму, оскільки не змінилася його основна мета – ознайомлення з історією і культурою країни в усіх її проявах (архітектурою, живописом, музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, способом і стилем життя людей країни відвідування). Те, що відбулося насправді – це зміна ставлення до феномену цього виду туризму, його гуманітарної функції та глобальної місії [13].

Водночас, різноманіття підходів до інтерпретації культурного туризму унеможливило його єдино правильне визначення. У цьому разі доцільно виокремити два основні підходи до розгляду аналізованого явища: технічний та концептуальний. Перший оснований на описові типів DESTINAЦІЙ, що залучають потоки туристів з культурно-пізнавальними цілями, і, таким чином, є концепцією, яка ґрунтується на понятті культури як продукту. Другий підхід навпаки, має на меті описати мотиви, які є його основою, і пояснює прагнення людей до відвідування культурних об'єктів і їх бажання дізнатися що-небудь нове про них, що свідчить про орієнтацію цього підходу на «процес культури». Варто зазначити, що Європейська асоціація освіти у сфері туризму та відпочинку особливо виділяла у своїх виданнях як ключовий аспект культурного туризму саме «елемент навчання».

Резюмуючи в декількох словах, культурний туризм можна описати як вид туризму, де культура є базисом:

- формування туристської привабливості DESTINAЦІЙ;
- мотивації туристської діяльності;
- вироблених і споживаних туристських благ.

У сучасному мережевому суспільстві зустрічі із культурою, місцевим населенням, що відбуваються під час подорожі, сприяють діалогу між мандрівниками й історією, культурою і спадщиною різних поколінь, наповнюючи життя людини ціннісним виміром, задовольняючи її і індивідуальні культурні потреби. Зростання і поширення поняття культурного туризму приводить до виділення його різновидів: гастрономічний туризм, туризм спадщини, туризм корінних народів, творчий туризм.

Різновиди культурного туризму:

- Гастрономічний туризм – це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу. Туристу потрібно знати, що гастрономічний туризм – це подорож країнами та континентами для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і щоб покуштувати унікальні для приїжджкої людини цікаві страви або продукти. Під час гастрономічних турів турист може:

1. Відвідати ресторани національної кухні.
2. Взяти участь в гастрономічних фестивалях.
3. Ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів.
4. Взяти участь у приготуванні національних страв.

- Туризм спадщини є гілкою туризму орієнтований на культурну спадщину місця, де відбувається туризм.

- Новим трендом став творчий туризм – це усілякі майстер-класи, зустрічі з майстрами, відвідування виробництв і так далі.

Таблиця 2

Класифікація продуктів культурного туризму за рівнем і тематичним видом

Вид	Професійний	Спеціалізований	Неспеціалізований
Історичний	Науковий туризм: конференції, експедиції.	Історичні, військово-патріотичні тури.	Екскурсія по історичних місцях, місцях бойових битв, анімаційна програма
Етнографічний		Етнографічні тури	Етнографічна екскурсія, анімаційна програма, дегустація традиційної кухні
Археологічний	Участь у розкопках	Археологічні тури	Екскурсія до місць розкопок, поховань

Вид	Професійний	Спеціалізований	Неспеціалізований
Фольклорний	Участь професійних колективів у фестивалях тощо	Фольклорні тури, відвідування фестивалів	Фольклорний концерт, фольклорна програма
Релігійний	Паломництво.	Релігійний тур	Екскурсія по святих місцях

Джерело: [2]

Своєю чергою, культурний туризм є творчим простором, в якому дозвілля є засобом особистісного і творчого розвитку людини, що використовується у повсякденному житті і професійній сфері. Цей аспект стає дедалі помітнішим у сфері подій, які зараз усе більше функціонують як засіб розвитку спільної присутності, необхідної для підтримки соціальних мереж.

Культурний туризм придбав важливе значення з цілого ряду причин:

- надає позитивний економічний і соціальний вплив на розвиток дестинації;
- служить засобом встановлення і посилення позитивного іміджу дестинації;
- підтримує збереження культурної спадщини;
- полегшує встановлення взаєморозуміння між людьми в різних країнах і регіонах;
- сприяє розвитку культури і туризму.

Розвиток культурного туризму базується на використанні потенціалу етнокультури та культурної спадщини країн і регіонів. Як наголошується в програмному документі СОР «Культурна спадщина та розвиток туризму», «одним зі стовпів індустрії туризму стало властиве всьому людству бажання побачити і пізнати культурну самобутність різних частин світу. У внутрішньому туризмі культурна спадщина стимулює національну гордість за свою історію. У міжнародному туризмі культурна спадщина стимулює повагу та розуміння інших культур і, як результат, сприяє миру й взаєморозумінню».

Нині культурний туризм розвивається в трьох взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих напрямках: пізнання культури та культурної спадщини; охорона та відродження культури; діалог культур. Тобто культурному туризму нині притаманні три основні гуманітарні функції: культурно-пізнавальна й освітня; культурно охоронна і консерваційна; комунікаційна та миротворча. Залежно від пріоритету й обсягу споживання культурних благ, у мотивації туриста виокремлюють кілька рівнів культурного туризму:

- професійний, оснований на професійних контактах;
- спеціалізований (основною метою туриста є задоволення культурних потреб);
- неспеціалізований (споживання культурних благ є невід'ємною й істотною, але не основною метою туризму);
- супутній (основна мета відвідання
- діловий, освітній, науковий, спортивний туризм. Туристи можуть доповнювати програму перебування споживанням культурних благ);
- культурний туризм, до якого належить переміщення резидентів місцевості, один з мотивів є споживання культурних благ.

Культурний туризм безпосередньо пов'язаний з рівнем розвитку місцевого співтовариства, його культури і способу життя. Для розвитку культурного туризму недостатньо мати багату культурну спадщину; активна участь місцевого населення в культурному житті нині є необхідною умовою розвитку культурного туризму [10].

Залучення місцевого населення до діяльності з розвитку культурного туризму також передбачає створення для них робочих місць. На мою думку, одним з варіантів участі невеликих компаній і населення в індустрії гостинності – це їх долучення до проектів з організації культурного туризму.

Для успішного розвитку культурно туризму необхідні багато умови. Перша найважливіша умова полягає в наявності відповідних туристських ресурсів.

Існують три основні відмінності сучасного культурно туризму:

- активна роль і позиція туриста мають першорядне значення, дуже висока можливість вибору маршрутів і форм їх проходження;
- яка приваблює роль не окремих пам'яток, як раніше, а цілісного культурного оточення;
- культурні ресурси того чи іншого регіону Росії виступають як культурний капітал, здатний до відтворення, в тому числі і за рахунок надходжень від сучасних форм туризму.

У будь-якому випадку культурний туризм являє собою концентрацію об'єктів к спадщини, таких як:

- пам'ятки археології;
- культова і цивільна архітектура;
- малі і великі історичні міста;
- сільські поселення;
- музеї, театри, виставки;
- соціальна інфраструктура;
- об'єкти етнографії, центри прикладного творчості;
- технічні комплекси і споруди.

Висновки. Культурний туризм – це можливість для зближення народів, які формують відкриті стосунки з зовнішнім оточенням, шляхом здійснення подорожей. Культурний туризм дає змогу розширити кругозір і поглибити світосприймання особистості, що сприяє естетичному розвитку і духовному збагаченню людини. Культурний туризм багатогранний феномен: значимий фактор розвитку економіки. Сутність культурного туризму передбачає не тільки відвідини мандрівниками об'єктів культурної спадщини, але й культурних заходів, музеїв, здійснення комунікації із місцевими мешканцями. Культурний туризм стосується всіх сфер діяльності суспільства, зокрема культури, економіки, соціального життя.

Список використаних джерел

1. International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage: UNESCO's General Conference. 32nd Session. Paris, 29 September. – 17 October 2003.
2. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. К.: Вид-во «Знання», 2011. 334 с.
3. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посіб. / Г.М. Дроздова. К.: Вид-во ЦНЛ, 2004. 236 с.
4. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посібн. / О.О. Любіцева. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
5. Пазенок В.С. Феномен туризму: людський вимір / В.С. Пазенок // Готельний і ресторанний бізнес. 2001
6. Цюрупа М.В. Осмислення феномену туризму в європейській історико-філософській традиції / М.В. Цюрупа // Філософія туризму. К., 2004. С. 2.

7. Ferreol J. Culture et styles de vie / J. Ferreol, J.-P. Noreck, A. Colin. Paris, 2001.
8. Richards J. C. Curriculum Development in Language Education / J. C. Richards. – London : CUP, 2001.
9. Декларация терпимости ЮНЕСКО, 1995 г. М., 1996 С. 9–10.
10. Ashworth G. J. «Conservation of the built environment in the Netherlands», in: Phelps, Ashworth & Johansson (eds), The construction of Built heritage: a north European perspective on policies, practices and outcomes / G. J. Ashworth. Ashgate, London. 2001.
11. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. URL: <http://www.leksika.com.ua/12940407/turizm/turizmkulturniy>
12. COMOS. International Tourism Charter. Retrieved from www.whitr-ap.org/themes/69/userfiles/download/2013/2/28/vqev6ibfgtbbewh.pdf
13. Машняга Е. В. www.culturalmanagement.ru/infocenter/?cid=2&aid=761

Робота виконана під науковим керівництвом канд. геогр. наук, доцента МАЗУРЦЯ Р. Р.

Наукові підходи щодо висвітлення суті поняття «культурний туризм»

Видання (автор)	Визначення
ICOMOS (міжнародна рада з питань пам'яток і визначних місць) [1]	Невеликий сегмент ринку пізнавального або освітнього і найчастіше елітарного характеру, присвячений поширенню й роз'ясненню культурної ідеї.
Кляп М.П. [2]	Відвідання історичних, культурних або географічних визначних пам'яток.
Дроздова Г.М. [3]	Подорож з метою ознайомлення з історико-культурними цінностями й унікальними природними об'єктами.
Любіцева О.О. [4]	Ознайомлення туристів з природою, культурно-історичним надбанням і сучасним життям країни
Енциклопедичний словник-довідник з туризму [5]	Поїздки з метою ознайомлення і пізнання культурної спадщини різних країн і народів

Джерела:

1. International Convention to Safeguard Intangible Cultural Heritage: UNESCO's General Conference. 32nd Session. Paris, 29 September - 17 October 2003.
2. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: навч. посібн. / М.П. Кляп, Ф.Ф. 2011..
3. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: навч. посібн. / Г.М. Дроздова. К.: Вид-во ЦНЛІ, 2004. 236 с.
4. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посібн. / О.О. Любіцева. К.: Альтерпрес.
5. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. URL: <http://www.leksika.com.ua/12940407/turizm/turizmkulturniy>.

Додаток В

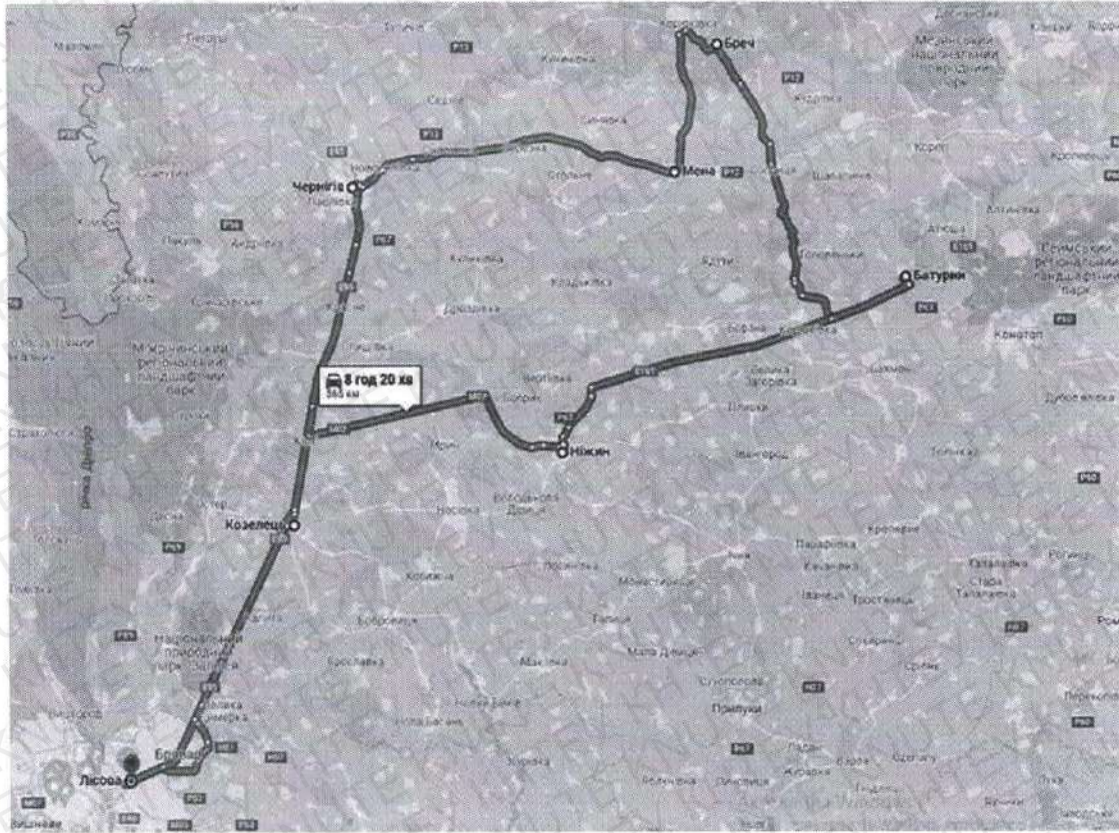
Кількість туристів, обслужених туроператорами та туристичними агентами, за видами туризму

Роки	Кількість туристів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів		
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2009	24341	3300	6434	14607
2010	24234	1660	7663	14911
2011	15687	148	6873	8666
2012	15908	148	8512	7248
2013	9328	14	7952	1362
2014	7689	7	7041	641
2015	7052	–	6543	509
2016	11698	–	10185	1513
2017	15974	–	14570	1404
2018	22306	–	21204	1102
2019	26359	–	24741	1618
2020	15849	–	14607	1242

Джерело:

Офіційний сайт головного управління статистики у Чернігівській області
[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://chernigivstat.gov.ua/>

Туристичний маршрут культурно-пізнавального туру «Стародавня Чернігівщина» на території Чернігівської області



Джерело: розроблено автором