

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення продукту активного туризму територією Дніпропетровської області
та його просування на міжнародному ринку»**

Студента 4 курсу, 19 групи,
спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма «Міжнародний
туризм»

Садовніченко
Олександр Юрійович

Науковий керівник
докт.екон.наук,
професор

Михайліченко
Ганна Іванівна

Гарант освітньої програми
канд.наук з держ.упр.,
доцент

Кравцов
Сергій Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Т.І. Ткаченко

«_____» _____ 2023 р.

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу студентці

Садовніченко Олександр Юрійович

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення продукту активного туризму територією Дніпропетровської області та його просування на міжнародному ринку»

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: створення авторського туру активного туризму з використанням потенціалу Дніпропетровської області та його просування на міжнародному ринку.

Об'єкт дослідження: процеси формування подорожей активного туризму

Предмет дослідження: особливості, сучасний стан та перспективи активного туризму на ринку іноземного та внутрішнього туризму.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

1.1. Активний туризм: поняття та види

1.2. Потенціал Дніпропетровської області для активного туризму

1.3. Аналіз міжнародного ринку активного туризму

1.4. Основні принципи розроблення продукту активного туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ТУРУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз конкурентоспроможності туристичної інфраструктури Дніпропетровської області

2.2. Вибір цільової аудиторії та сегменту ринку

2.3. Розроблення продукту активного туризму на основі унікальних особливостей регіону

2.4. Створення маркетингової стратегії просування продукту на міжнародному ринку

2.5. Фінансовий план та розрахунок інвестицій

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 01.11.2022	– 15.09.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 02.12.2022	– 05.11.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022- 10.02.2023	02.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 21.04.2023	– 09.05.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 08.05.2023	– 22.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023- 22.05.2023	22.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 01.06.2023	– 02.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

6. Дата видачі завдання:

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Г.І. Михайліченко

8. Гарант освітньої програми _____ С.С. Кравцов

9. Завдання прийняла до виконання студентка _____ О.Ю. Садовніченко

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Садовніченко О.Ю. підготував та здав ВКР із запізненням, за оформленням робота не відповідає вимогам Методичних рекомендацій підготовки та захисту ВКР ОС «бакалавр» ОП «Міжнародний туризм».

За змістом ВКР фрагментарно розглядає потенціал туризму Дніпропетровської області, туристичну інфраструктуру та елементи системи управління дестинаціями сільського туризму Дніпропетровщини.

Запропонована одноденна пізнавальна екскурсія також не відповідає критеріям активного туризму. Одноденний тур більш підходить під категорію сільського туризму чи етнографічного. Калькуляція туру розроблена, але ціни фактичні набагато вищі.

Вцілому робота заслуговує на позитивну, але найнижчу оцінку.

ВКР пройшла перевірку на антиплагіат, рекомендована до захисту на ЕК.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Г.І. Михайліченко

(підпис, дата)

Робота пройшла попередній захист _____

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Садовніченко О.Ю. може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії

Гарант освітньої програми _____ С.С. Кравцов

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Т. І. Ткаченко

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 2023р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	10
1.1. Активний туризм: поняття та види.....	10
1.2. Потенціал Дніпропетровської області для активного туризму.....	11
1.3. Аналіз міжнародного ринку активного туризму.....	18
1.4. Основні принципи розроблення продукту активного туризму.....	20
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ТУРУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	22
2.1. Аналіз конкурентоспроможності туристичної інфраструктури Дніпропетровської області.....	22
2.2. Вибір цільової аудиторії та сегменту ринку.....	27
2.3. Розроблення продукту активного туризму на основі унікальних особливостей регіону.....	28
2.4. Створення маркетингової стратегії просування продукту на міжнародному ринку.....	34
2.5. Фінансовий план та розрахунок інвестицій.....	37
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43

ВСТУП

Активний туризм стає все більш популярним у світі, привертаючи увагу туристів, які прагнуть не лише відпочити, але й отримати нові враження, випробувати свої сили та насолодитися активним способом відпочинку. У таких умовах розроблення продукту активного туризму, що задовольняє потреби сучасних мандрівників, стає особливо важливим завданням для регіонів, бажаючих привернути туристів і сприяти своєму економічному розвитку.

Одним з таких регіонів в Україні є Дніпропетровська область, багата на природні ресурси, культурні пам'ятки та історичні наслідки. Річка Дніпро, заплави, ліси, гори та численні водойми створюють чудові умови для розвитку активного туризму. Проте, поки що потенціал цього регіону не використовується повністю, існує значний простір для розробки та просування продукту активного туризму на міжнародному ринку.

Актуальність дослідження. Активний туризм є одним із швидкозростаючих сегментів туристичної індустрії, який набуває все більшої популярності серед сучасних туристів. Зростаюча кількість людей шукає нові форми відпочинку, спрямовані на активність, пригоди та пізнання. Тому розробка продукту активного туризму є вкрай актуальною для регіонів, які мають потенціал для розвитку цього виду туризму. Дніпропетровська область, зі своїм багатим природним та культурним спадком, володіє унікальними можливостями для розвитку активного туризму.

Багато дослідників, як зарубіжних, так і вітчизняних, присвятили свої роботи теоретичним аспектам розвитку та функціонування підприємств туристичного комплексу. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі були досліджені такими вченими, як Г. Михайліченко, Т. Ткаченко. Управління туризмом на туристичних територіях було вивчено М. Мальською, О. Музиченко-Козловською, В. Бирковичем, В. Бричем та іншими авторами [7, 8, 23, 25, 30].

Проте, не зважаючи на внесок цих вчених, варто відзначити, що їхні дослідження не надають достатньої уваги питанням управління розвитком туризму на туристичних територіях та не використовують системи та методи туристичного управління в рамках загальної стратегії розвитку території. Тому, необхідність комплексного вивчення механізмів створення та забезпечення діяльності систем управління туризмом на туристичних територіях визначила вибір теми дослідження, постановку його мети та завдань.

Мета дослідження. Метою даної кваліфікаційної роботи є розроблення продукту активного туризму територією Дніпропетровської області та його просування на міжнародному ринку. Головною метою є створення інноваційного, конкурентоспроможного та привабливого продукту, який відповідає потребам та очікуванням активних туристів.

Завдання дослідження:

- Аналіз потенціалу Дніпропетровської області для розвитку активного туризму, включаючи природні, культурні та історичні ресурси регіону.
- Вибір цільової аудиторії та сегменту ринку, які показують інтерес до активного туризму.
- Розроблення концепції продукту активного туризму, враховуючи унікальні особливості регіону.

Об'єктом дослідження є розроблення продукту активного туризму територією Дніпропетровської області. Об'єктом є сама територія Дніпропетровської області, з її природними ресурсами, культурними пам'ятками, історичними об'єктами та інфраструктурою.

Предметом дослідження є процес розроблення та просування продукту активного туризму на території Дніпропетровської області.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження та вирішення поставлених завдань можуть бути використані такі методи:

Аналіз літератури: Вивчення науково-теоретичних джерел, наукових статей, публікацій, книг, досліджень, що стосуються активного туризму, розвитку туризму в Дніпропетровській області, маркетингу та просування туристичних продуктів. Цей метод дозволяє засвоїти наявні знання та теоретичні підходи до проблеми дослідження.

Емпіричні методи: Використання опитувань, анкетувань, інтерв'ю, фокус-груп та інших методів збору первинної інформації. Це дозволяє отримати відгуки, думки та побажання потенційних туристів, місцевих жителів, туристичних компаній, експертів та інших зацікавлених сторін щодо розробки та просування продукту активного туризму.

Статистичні методи: Аналіз статистичних даних, дослідження туристичних статистичних показників, дослідження ринку та конкурентів. Це дозволяє зрозуміти тенденції, виявити основні фактори впливу на туристичний ринок та здійснити порівняльний аналіз з іншими регіонами.

SWOT-аналіз: Визначення сильних і слабких сторін Дніпропетровської області як туристичного напрямку, а також виявлення можливостей та загроз, що впливають на розробку та просування продукту активного туризму.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

1.1. Активний туризм: поняття та види

Активний туризм включає різноманітні види туристичних подорожей в природному середовищі, які характеризуються активним способом пересування та використанням фізичних зусиль туриста. Серед них пішохідний, лижний, водний, велосипедний, гірський, кінний, авто- і мототуризм, спелеотуризм. Активний туризм не має на меті досягнення спортивних результатів, а його особливістю є доступність та масовість для широких верств населення.

Основним завданням активного туризму є залучення громадян до корисного та раціонального використання вільного часу, оптимального використання туристичних ресурсів, забезпечення безпеки туристів та захист їх прав, інтересів та майна. Крім того, активний туризм є не лише формою відпочинку, але й важливим засобом виховання особистості. Наприклад, масовий дитячо-юнацький туризм охоплює практично всіх дітей та молодь і сприяє їхньому всебічному розвитку. Туристсько-краєзнавча діяльність, що включає постійну роботу туристичних гуртків та клубів, сприяє формуванню соціально активної та фізично здорової молоді [4, с. 94].

Активні види туризму мають безмежні можливості для комплексного формування особистості. Вони надають можливість для трудового виховання учасників, де вони набувають соціальної зрілості, фізичного й духовного здоров'я, та активно готуються до майбутньої трудової діяльності. Під час активного туризму формуються знання, навички та уміння щодо самообслуговування, організації харчування, відпочинку та ночівлі. Також він сприяє розвитку естетичного почуття, любові до природи та відчуття прекрасного. Виховна робота під час активного туризму спонукає учасників до взаємодії, взаємодопомоги та

взаємозахисту, сприяє їхньому самовизначенню та формуванню соціально значущих потреб.

Таким чином, активний туризм відіграє важливу роль у розвитку особистості та забезпечує відповідну виховну діяльність, сприяючи формуванню фізично та соціально активної молоді.

Однією з головних соціальних функцій активного туризму є сприяння духовному вихованню громадян. Велика значимість активного туризму полягає у зміцненні здоров'я, фізичному розвитку та вихованні вольових та моральних якостей. Також активний туризм має прикладну та економічну функції. Він сприяє розвитку галузі туризму, створює робочі місця та сприяє розвитку туристичної інфраструктури.

Початок організованого туризму пов'язаний з розширенням торговельних та культурних зв'язків, а також з географічними відкриттями, що призвело до зростання мобільності населення та бажання людей пізнавати світ. З розвитком промислового суспільства і появою нових транспортних засобів, таких як залізниця та пароплавання, стихійне мандрівництво перетворилося на організований туризм. Перші туристські організації виникли у Великій Британії, а згодом поширили свою діяльність й за межі країни. У цей період також почали з'являтися туристські організації в Україні, пов'язані з історичними процесами формування туристичної галузі в Російській та Австро-Угорській імперіях.

У цілому, розвиток активного туризму сприяє розширенню культурного, соціального та економічного потенціалу суспільства, впливає на фізичний розвиток та моральне виховання людей, а також сприяє пізнанню світу та розвитку туристичної галузі [21, с. 73].

1.2. Потенціал Дніпропетровської області для активного туризму

Туристично-рекреаційні ресурси Дніпропетровської області представляють собою об'єкти, які використовуються або можуть бути використані для

відпочинку, туризму, лікування та оздоровлення населення. Ці ресурси поділяються на природні (природні умови, об'єкти та явища) та соціально-економічні (культурні об'єкти, пам'ятки архітектури, історії, археологічні стоянки, місця, пов'язані з видатними особистостями).

Дослідження рекреаційних ресурсів Дніпропетровської області не проводилося систематично, хоча вони були вивчені в достатній мірі. Традиційно вважається, що головним чинником для розвитку та організації рекреаційної діяльності в регіоні є річка Дніпро зі своїми великими можливостями для круїзів. Більш того, область часто асоціюється з екологічно неблагоприємною територією, перенасиченою промисловими підприємствами, яка не має значних туристичних атракцій. Проте цей стереотип є помилковим [10, с. 82].

Дніпропетровська область має великий потенціал для розвитку туристичної галузі: вигідне географічне положення, сприятливі природні та кліматичні умови, історико-культурні пам'ятки, традиції та гостинність населення. Завдяки своєму природно-ресурсному потенціалу, цей регіон може розвивати різноманітні види туристичної діяльності, такі як сільський (зелений) туризм, екотуризм, ділові подорожі, спортивні види туризму (велотуризм, альпінізм, дайвінг), освітні тури, хобі-тури та інші. Крім того, в області є значна кількість музеїв, театрів та інших культурних закладів, що сприяє розвитку наукового і просвітницького туризму.

На жаль, досі ми частіше говоримо про потенціал туристичних ресурсів регіону, а не про їх реалізацію. Однак Дніпропетровщина має багато що показати і вражати туристів. Проте перед нами ще багато роботи, зокрема, щодо організації екскурсійних об'єктів, їхнього належного обслуговування, ремонту та реставрації пам'яток архітектури, а також задоволення повсякденних потреб туристів.

Сьогодні Дніпропетровщина є не тільки важливим індустріальним центром України, але також має багато туристичних об'єктів. Наприклад, визначні пам'ятки Катеринославського краю завжди привертала увагу відомих письменників, художників, видатних діячів та багатьох туристів. Помимо історичних та

географічних пам'яток (відвідування запорізьких святинь та історичних пам'ятників), гідрологічних та бальнеологічних об'єктів (відпочинок на Солоному Лимані та Дніпровських водосховищах), геологічних (Волоські скелі), мінералогічних, геоботанічних та екологічних видів туризму, Дніпропетровщина також пропонує можливість ознайомитися зі своїм промисловим комплексом, який є одним з найбільших та унікальних в країні.

Дніпропетровська область має великий потенціал у сфері туризму та відпочинку. Природні особливості регіону, що розташований на межі змішаних лісів та степової зони, унікальні водні ресурси, культурно-історична спадщина та етнографічно-культурний потенціал (народні промисли та ремесла) створюють передумови для його подальшого розвитку. Туристична галузь області проявляє себе як конкурентоспроможна індустрія, що сприяє економічному зростанню Дніпропетровщини та поліпшенню добробуту мешканців.

У Дніпропетровській області знаходиться близько 11,9 тисяч нерухомих пам'яток, включаючи 318 пам'яток архітектури, переважно з XVIII-XX століть. Найвідоміші туристичні об'єкти включають культурно-архітектурні пам'ятки в селі Старі Кодаки, місця боїв козацьких військ з польською шляхтою, історико-культурні пам'ятки Дніпропетровська, садибу-музей Д. І. Яворницького, місця, пов'язані з форсуванням Дніпра під час Другої світової війни, скіфські кургани IV століття до н.е., місця розташування козацьких січей, музей ужиткового мистецтва Петриківського художнього орнаменту в селі Петриківка та інші [3, с. 95].

Туристична галузь області налічує 340 суб'єктів туристичної діяльності. Загальний обсяг туристичних послуг, наданих у 2007 році, становив 273,38 млн грн, з яких 6,6 млн грн припадає на іноземних туристів та 214,3 млн грн – на туристів, які відвідали інші країни. Протягом 2007 року область відвідало 15676 іноземних туристів та 71235 внутрішніх туристів; загальна кількість екскурсантів становила 27291 особу. На основі цих даних можна зробити висновок, що

Дніпропетровська область має значний потенціал та перспективи в сфері туризму. Тому в регіоні плануються заходи, спрямовані на розвиток туристичної індустрії:

- Розвиток міжнародного співробітництва в галузі туризму та курортів, формування позитивного туристичного та санаторно-курортного іміджу Дніпропетровщини.
- Створення кадастру природних територій та ресурсів туризму, проведення економічної оцінки, опису та класифікації цих об'єктів.
- Розроблення регіональної програми розвитку сільського та "зеленого" туризму.
- Підготовка інвестиційних паспортів рекреаційних об'єктів області, які будуть привабливими для іноземних та вітчизняних інвесторів.
- Впровадження моніторингу курортно-оздоровчих територій, рекреаційних об'єктів та природних лікувальних ресурсів.
- Розроблення карт, схем, буклетів, туристичних довідників та створення єдиної інформаційної системи з повним банком даних про санаторно-курортні, рекреаційні та туристичні послуги області.
- Створення навчального центру та позашкільних гуртків для розвитку активного етнографічного туризму.

Сьогодні туризм в усіх його формах і проявах визнається однією з перспективних галузей економіки. Мультиплікативний ефект туризму полягає в тому, що дохід, отриманий від одного туриста, перевищує суму грошових коштів, витрачених ним у місці перебування, приблизно в 1,5-4 рази. Країни, які відомі як світові туристичні центри, активно розвивають туризм у рамках своєї державної політики, беручи на себе функції прогнозування, координування і контролю.

Дніпропетровська область також визнає туризм одним із пріоритетних напрямків своєї економіки і ставить перед собою завдання розвитку нових видів туризму. Це досягається шляхом формування конкурентоспроможного національного і регіонального туристичного продукту, раціонального

використання туристичних ресурсів і сприяння розвитку сучасної туристичної індустрії.

В даний час ринок туристичних послуг в Дніпропетровській області формується за участю підприємств, які надають такі послуги населенню. Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні - як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців - зросла з 2015 року на 324 одиниці і досягла 3506 одиниць у 2016 році.

У період з 2013 по 2015 роки кількість туристів значно зменшилась, особливо в 2015 році, коли спостерігався найнижчий рівень відвідування області туристами, майже вдвічі менше, ніж у 2013 році. Це зниження туристичного потоку пояснюється загальноекономічним спадом, політичною нестабільністю та конфліктами на сході країни [1, с. 84].

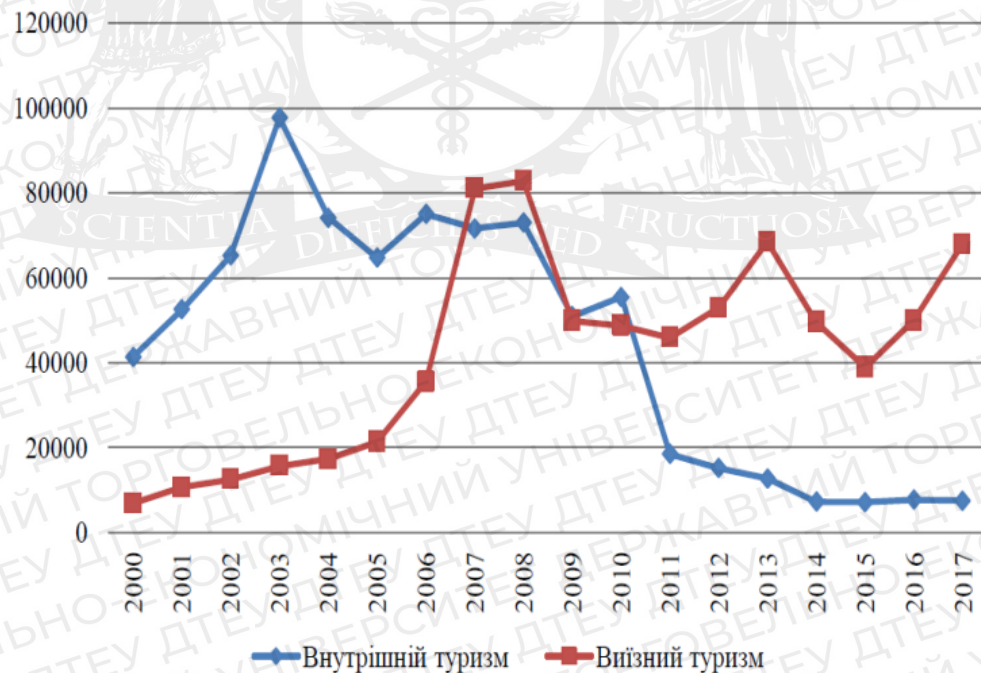


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків Дніпропетровської області у 2000-2017 рр.

Турагенти є найбільш численною категорією серед суб'єктів туристичної діяльності в області, становлячи 90% від загальної кількості. Тільки 12

туристичних операторів займаються туристичною діяльністю в регіоні, а більшість середніх і малих туристичних підприємств працюють з ними та з більшими компаніями з інших регіонів на умовах агентських угод.

У 2017 році мережа суб'єктів туристичної діяльності Дніпропетровської області - як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців - складала 325 одиниць (у порівнянні з 322 одиницями в 2016 році). Загальна кількість турагентів у структурі суб'єктів туристичної діяльності становить 96,3% від загальної кількості.

У 2019 році на території Дніпропетровської області туристичну діяльність здійснювало 429 суб'єктів (111 юридичних осіб та 318 фізичних осіб-підприємців), обслуговуючи 154 тис. туристів та екскурсантів. У порівнянні з 2018 роком, коли працювало 416 суб'єктів туристичної діяльності і було обслужено 116,9 тис. туристів та екскурсантів, це є певним покращенням.

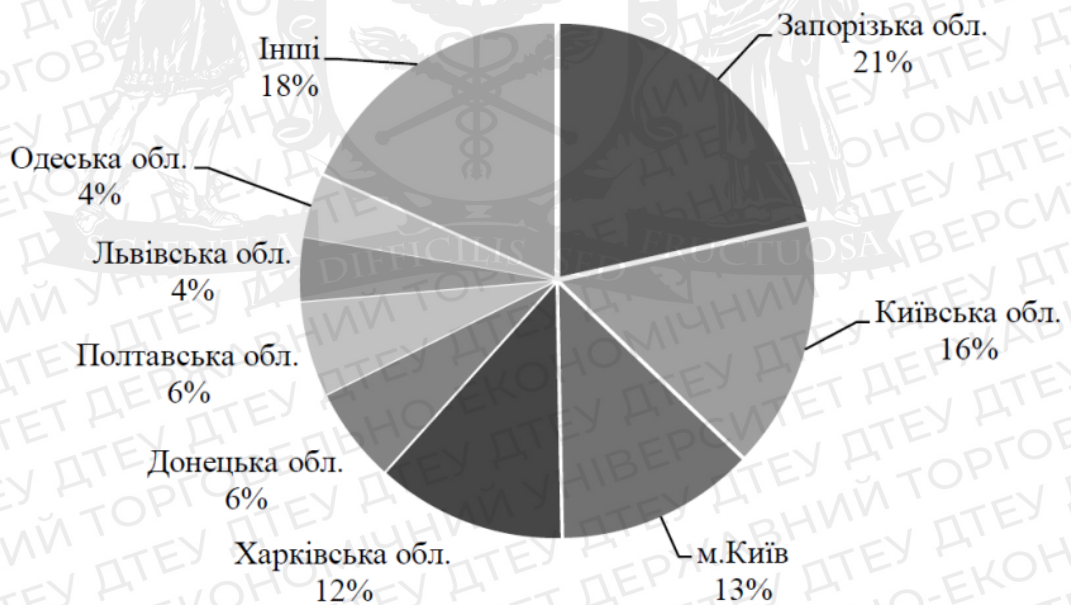


Рис. 2. Структура внутрішніх прибуттів м. Дніпра у 2017 р. в регіональному розрізі, %

Напрями діяльності туристичних підприємств в Дніпропетровській області можна класифікувати за різними ознаками. По-перше, за спеціалізацією: існують спеціалізовані підприємства, які виключно займаються туристичною діяльністю;

диверсифіковані підприємства, які включають туризм як додаткову до основної діяльності; готелі та інші підприємства, що надають туристичні послуги. По-друге, за напрямом туристичних потоків: зовнішні, внутрішні та змішані. По-третє, за пакетом наданих послуг, орієнтованих на відпочинок, розваги, навчання, лікування або дитячий відпочинок [17, с. 84].

Структура туристичного потоку важлива залежно від виду туристів та мети їх поїздок. У 2019 році найбільша кількість туристів, які відвідують Дніпропетровську область, прибувають з метою дозвілля та відпочинку (95%). Тільки 4% туристів приїжджають у рамках службових, ділових або навчальних поїздок, а 1% - з метою лікування. Такі особливості туристичного потоку негативно впливають на розвиток санаторно-курортного напрямку туристичної галузі області та спричиняють деградацію та старіння лікувальної інфраструктури.

Іноземні туристи становлять лише невелику частку туристичного потоку Дніпропетровської області: 3% у 2011 році та 1,9% у 2013 році. З 2013 по 2016 роки значно зменшилась кількість внутрішніх туристів та екскурсантів: на 4 рази у 2012 році порівняно з 2011 роком, на 2 рази у 2014 році і в 3 рази у 2015 році. Проте у 2018 році відбулося певне покращення. Кількість українських туристів, які скористалися послугами туристичних підприємств у 2017 році, становила 75,5 тис. осіб (у порівнянні з 57,8 тис. осіб у 2016 році). Для більшості туристів (98%) основною метою поїздки було організувати відпочинок та розваги. В області успішно функціонують туристично-інформаційні центри, які мають повну інформацію про наявний туристичний потенціал.

Система туристичної статистики в Україні є недосконалою через відсутність сателітних рахунків і приховування реальних даних підприємствами. Це ускладнює точну оцінку туристичного потоку до м. Дніпра. Зараз статистичне спостереження в туризмі здійснюється на основі даних статистичної звітності туристичних підприємств і закладів короткострокового розміщення (ЗКР). За даними Головного управління статистики Дніпропетровської області, чисельність

внутрішніх туристів, які були обслуговані туристичними підприємствами, є низькою та нестабільною.

Згідно зі структурою внутрішніх відвідувань м. Дніпра, як показано на рисунку 2.1.2, найбільше відвідувачів приїжджають з регіонів, таких як Запорізька область, Київська область, Харківська область та м. Київ. Щодо країн, звідки прибувають відвідувачі до м. Дніпра, найбільшу частку складає Російська Федерація (26%), за нею Сполучені Штати Америки (8%), Німеччина (6%) та Ізраїль (5%).

За даними таблиці 2.1.3, у 2019 році вартість реалізованих туристичних путівок склала 2159916,7 тис. грн, що на 19,3% більше, ніж у 2018 році і на 49,6% більше, ніж у 2017 році. Найбільший дохід від надання туристичних послуг підприємствами туристичної галузі регіону було отримано у 2019 році - 119900,8 тис. грн, що на 16,9% більше, ніж у 2018 році, і на 44,7% більше, ніж у 2017 році. Найбільші витрати на послуги сторонніх організацій, використовуваних при виробництві туристичного продукту, склали 26171,5 тис. грн у 2019 році, що на 11,7% більше, ніж у 2018 році, і на 68,7% більше, ніж у 2017 році [31, с. 119].

Враховуючи ці тенденції, формування конкурентного середовища міста та області повинно здійснюватися шляхом сегментації споживачів і визначення спеціалізації туристичних підприємств. Це дозволить кожному підприємству зосередити свою діяльність на певному сегменті ринку. Такі заходи сприятимуть уникненню конкурентного тиску на основному сегменті, на який підприємства спрямовують свою увагу. При цьому, такі заходи покращують ефективність реклами та просування пакета туристичних послуг на вибраний сегмент ринку.

1.3. Аналіз міжнародного ринку активного туризму

Аналіз міжнародного ринку активного туризму вказує на значний ріст цього сегменту галузі туризму. Активний туризм охоплює широкий спектр активних відпочинкових видів, включаючи гірськолижний спорт, гірські походи, водні види

спорту, велосипедний туризм, альпінізм, дайвінг, серфінг, спелеологію та багато інших.

Однією з основних тенденцій міжнародного ринку активного туризму є зростання популярності природних та екологічних пригодницьких подорожей. Туристи все більше прагнуть зануритися в природу, відчувати адреналін та отримати нові враження. Це створює нові можливості для розвитку екотуризму, гірськолижних курортів та пригодницьких турів.

Крім того, активний туризм стає все більш доступним завдяки покращенню транспортних зв'язків та зростанню кількості туроператорів та агентств, спеціалізованих на цьому сегменті. Туристи мають більше можливостей обирати місця для активного відпочинку та отримувати послуги, що відповідають їхнім потребам та бюджету.

У світі спостерігається зростання популярності екстремальних видів активного туризму, таких як парапланеризм, бейсджампінг, фрірайд, кайтсерфінг та інші. Молоді туристи та любителі екстриму все більше прагнуть випробувати свої межі та отримати незабутні враження.

У боротьбі за ринкову частку компанії активного туризму акцентують увагу на якості послуг, безпеці, екологічній відповідальності та унікальних пропозиціях. Інноваційні технології також грають важливу роль у розвитку цього сегменту, зокрема використання дронів для зйомки екстремальних пригод, розробка спеціалізованих додатків та веб-платформ для бронювання та планування активного відпочинку.

Однак, міжнародний ринок активного туризму також стикається з викликами. Зміна клімату, збільшення туристичних потоків та недбале ставлення до природних ресурсів можуть негативно позначитися на стані природних територій та спричинити конфлікти з місцевим населенням. Тому важливо приділяти увагу сталому та екологічно відповідальному розвитку активного

туризму, враховуючи потреби місцевих спільнот та збереження природного середовища [19, с. 74].

Загалом, міжнародний ринок активного туризму є динамічним і зростаючим сегментом галузі туризму. Швидкий розвиток технологій, зміна уявлень туристів про відпочинок та збільшення популярності пригодницьких подорожей створюють нові можливості для розвитку цього сектора. Проте, важливо прагнути до сталого розвитку, збереження природи та позитивного впливу на місцеву спільноту.

1.4. Основні принципи розроблення продукту активного туризму

Розроблення продукту активного туризму базується на декількох основних принципах, які допомагають забезпечити його якість, привабливість та відповідність потребам цільової аудиторії. Основні принципи розроблення продукту активного туризму включають:

Розуміння потреб та очікувань клієнтів. Перед початком розробки продукту активного туризму важливо провести дослідження та розуміти потреби та очікування цільової аудиторії. Це допоможе створити продукт, який задовольняє їхні вимоги та відповідає їхнім інтересам.

Унікальність та відмінність. Продукт активного туризму повинен мати свою унікальність та відмінність, що робить його привабливим для клієнтів. Це може бути пов'язано з унікальними місцями, пригодами, послугами або іншими факторами, які виділяють його серед інших подібних пропозицій.

Безпека та якість. Безпека та якість є надзвичайно важливими аспектами продукту активного туризму. Відповідність стандартам безпеки, якість послуг, професіоналізм персоналу та належне обладнання гарантують задоволення та безпеку клієнтів.

Екологічна відповідальність. У сучасному світі екологічна відповідальність має велике значення. Розроблення продукту активного туризму повинно

враховувати екологічні аспекти, такі як збереження природи, відновлення екосистем та мінімізація негативного впливу на довкілля.

Доступність та гнучкість. Продукт активного туризму повинен бути доступним для різних категорій клієнтів та гнучким у виборі послуг. Це може включати різні рівні складності, тривалості, вартості та варіанти індивідуальних та групових подорожей.

Інноваційність та технології. Використання інноваційних технологій та розробка новаторських підходів допомагають покращити якість та ефективність продукту активного туризму. Це може включати використання дронів, віртуальної реальності, мобільних додатків та інших інструментів [2, с. 37].

Взаємодія з місцевими громадами. Розроблення продукту активного туризму повинно враховувати взаємодію з місцевими громадами. Це може включати залучення місцевих екскурсоводів, підтримку місцевих підприємств та сприяння розвитку туризму як джерела доходу для місцевих жителів.

Розроблення продукту активного туризму вимагає комплексного підходу та уважного аналізу потреб та очікувань клієнтів, забезпечення безпеки та якості, екологічної відповідальності, доступності та гнучкості, використання інноваційних технологій та співпраці з місцевими громадами.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ТУРУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз конкурентоспроможності туристичної інфраструктури Дніпропетровської області

Туристичний потенціал є сукупністю туристичних ресурсів та можливостей певної території, які можуть бути використані для розвитку туризму. У разі ефективного управління туристичним потенціалом, він може стати джерелом прибутків для державного та місцевих бюджетів, покращення соціально-економічного становища місцевого населення та створення позитивного туристичного іміджу країни.

Туристичний потенціал Дніпропетровської області є унікальною особливістю України. Вона має географічне положення, що сприяє розвитку туризму, різноманітні природні ресурси, культурну спадщину та розвинену туристичну інфраструктуру. Однак, не дивлячись на потужний туристичний потенціал, його використання залишається недостатнім і вимагає підтримки з боку державного управління.

Для ефективного управління туристичним потенціалом, необхідно використовувати різні підходи, такі як рекреаційно-географічний, програмно-цільовий, маркетингово-аналітичний та об'єкто-програмний. Рекреаційно-географічний підхід ґрунтується на аналізі природних та культурно-історичних ресурсів, існуючих туристичних маршрутів та спеціалізації галузі. В рамках цього підходу здійснюється оцінка рекреаційного потенціалу туристичної території, формування кадастру туристичних ресурсів та моніторингу їх стану [34, с. 82].

З метою покращення розвитку туризму в Дніпропетровській області, необхідно приймати ефективні управлінські рішення та розвивати туристичну інфраструктуру. Також важливо проводити маркетингові дослідження, спрямовані

на визначення цільових туристичних ринків та попиту на туристичні послуги. Крім того, необхідно залучати регіональні та місцеві органи управління для розвитку туризму та сприяння туристичній кооперації між різними областями України.

В цілому, розробка та впровадження ефективних стратегій управління туристичним потенціалом Дніпропетровської області сприятимуть покращенню туристичного сектора, залученню більшого числа туристів та створенню стійкої конкурентоспроможності області на туристичному ринку.

Маркетингово-аналітичний підхід використовується для створення та підтримки іміджу туристичної території. В рамках цього підходу проводяться комплексні маркетингові дослідження, які включають визначення туристичних потоків, аналіз вимог туристів та їх сегментування, дослідження пропозиції та вибір пріоритетних напрямків розвитку туризму. Після цього розробляються пропозиції щодо розвитку туризму та оцінюються ефективність та наслідки рекомендацій.

Об'єктно-програмний підхід розглядає всю туристичну територію як об'єкт управління і включає в себе різні управлінські ланки, такі як фонди, люди, конструкції, технології, ринок та фінанси. Цей підхід передбачає формування програм розвитку туризму, які включають загальні положення, основну частину, соціальний розвиток туристичної сфери та автоматизований інформаційний банк даних.

Програмно-цільовий підхід спрямований на сталий розвиток туристичної галузі та одночасний соціально-економічний розвиток області в цілому. Плани та програми управління туризмом пов'язуються з загальними стратегічними планами і цілями розвитку області, розглядаючи туризм як частину соціально-економічної системи. Ці підходи до управління туристичним потенціалом Дніпропетровської області сприятимуть зміцненню туристичного сектора, розвитку іміджу території

та досягненню сталої конкурентоспроможності області у туристичній галузі [18, с. 73].

В Дніпропетровській області існує широкий спектр видів туризму, які мають пріоритетний характер. Серед них можна виділити сільський, промисловий, історичний, культурно-пізнавальний, екологічний, спортивний, подієвий, релігійний, лікувально-оздоровчий, навчальний, природничий, етнографічний, урбаністичний, космічний, патріотичний туризм та інші.

У області розвиток паркового туризму є пріоритетним напрямком. Тут вже створені тематичні та розважальні парки, які користуються популярністю серед відвідувачів. Наприклад, парк ім. Лазаря Глоби (колишній ім. Чкалова) та парк ім. Газети "Правда" у місті Дніпропетровськ, парк "Тернівська" у місті Кривий Ріг, Парк культури та відпочинку у місті Дніпродзержинськ, парк Металургів у місті Нікополь, парк 1 Травня у місті Павлоград, Дитячий парк у місті Павлоград, парк ім. Сучкова у місті Новомосковськ, парк Слави у місті Синельникове та центральний парк у місті Дніпро, що називається парк ім. Т.Г. Шевченка.

Дніпропетровська область також має потенціал у паломницькому та етнічному туризмі. Туристи можуть відвідати унікальні храми та свята національних громад, які включають храм Вірменської апостольської церкви, православні храми, римо-католицький костел, синагогу та стародавню мечеть.

Лікувально-оздоровчий туризм також є привабливим напрямком у Дніпропетровській області. Тут можна скористатися мінеральними водами, які знаходяться на території регіонального ландшафтного парку "Самарські плавні" та ботанічної пам'ятки "Орлівщанські будови насадження". Також є санаторій "Курорт Орловщини", де можна використовувати мінеральну воду "Новомосковська" з холодною хлоридно-натрієвою водою [39, с. 74].

Пізнавальний туризм пропонує відвідати природні рекреаційні ресурси, природно-заповідні території та пам'ятки природи. На території області

знаходиться багато заповідників, природних пам'яток та об'єктів, які можуть зацікавити туристів.

Сільський (зелений) туризм також розвивається в Дніпропетровській області, де існує близько 40 садиб. Однією з найперспективніших є садиба "Стара хата" у селищі Рудька Царичанського району. Також є інші садиби в різних районах області.

Промисловий туризм включає екскурсії на підприємства гірничо-видобувної та металургійної галузей, а також відвідування індустріальних об'єктів. Наприклад, в Кривому Розі можна відвідати гірничо-видобувні підприємства та металургійний комбінат "Арселор Міталл Кривий Ріг", а також скансен гірничої техніки Північного комбінату. В місті Дніпро є екскурсії на завод ПАТ "ІНТЕРПАЙП НТЗ", в аерокосмічний музей Південного машинобудівного заводу та інші об'єкти.

Історичний туризм є перспективним напрямом у Дніпропетровській області. Тут можна відвідати різні історичні пам'ятки, музеї та фортеці, які розповідають про багату історію регіону. Зокрема, варто відвідати Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д.І. Яворницького, палац графа Потьомкіна, пам'ятники видатним постатям та інші історичні об'єкти, які розташовані у різних містах області [23, с. 174].

Також варто відзначити темний туризм, який зосереджений на відвідуванні місць, пов'язаних зі смертю, стражданнями або руйнуванням. В Дніпропетровській області є об'єкти, такі як покинута лікарня на вулиці Короленка у місті Дніпро, будинок №13 на вулиці Дзержинського у місті Дніпро, кладовища та інші місця, які привертають увагу туристів.

Такий вид туризму має не зовсім етичні засади і не відноситься до популярних видів туризму. Однак, він існує і є бажачи відвідати місця бойових дій не з метою вшанування пам'яті загиблих воїнів, а з метою «полоскотати» собі нерви.

Таблиця 2.1.

Система управління туристичними активностями території
Дніпропетровської області

Напрямок удосконалення системи управління туризмом туристичних територій	Найменування критерію оцінки результативності
Розробка і впровадження інформаційно-туристичного порталу Дніпропетровської області в мережі Інтернет	<ol style="list-style-type: none"> 1. Загальна кількість відвідувачів і число повторних відвідувань порталу протягом певного періоду часу 2. Збільшення в'їзного потоку туристів 3. Підвищення популярності Дніпропетровської області як туристичної території 4. Зміцнення конкурентоспроможності туристичного продукту області 5. Розвиток інтересу до подорожей областю у місцевих жителів
Реалізація програми розвитку туризму туристичних територій	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приріст податкових доходів 2. Зростання інвестиційного доходу 3. Зниження ресурсних витрат
Досягнення показників виконання робіт у рамках програми	<ol style="list-style-type: none"> 1. Створення і функціонування територіальної організації з розвитку туризму 2. Підвищення ступеня задоволеності потреб туристів 3. Збільшення обсягу наданих туристичних послуг 4. Підвищення прибутковості діяльності туристичних підприємств 5. Підвищення рівномірності використання об'єктів туристичної інфраструктури

Пропозиції щодо комплексного підходу до управління туризмом на туристичних територіях Дніпропетровської області включають ряд основних напрямів. З цього можна зробити висновок, що регіон має значний потенціал та перспективи в розвитку туризму. З метою сприяння розвитку туристичної галузі у регіоні заплановано ряд заходів, таких як:

1. Розвиток міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів, а також формування позитивного туристичного та санаторно-курортного іміджу Дніпропетровської області.
2. Створення кадастру природних територій та ресурсів туризму, проведення їх економічної оцінки, опису та класифікації.
3. Розроблення регіональної програми розвитку сільського та "зеленого" туризму.
4. Забезпечення підготовки інвестиційних паспортів рекреаційних об'єктів області, які приваблять іноземних та вітчизняних інвесторів.
5. Впровадження моніторингу курортно-оздоровчих територій та природних лікувальних ресурсів.
6. Розроблення мап, схем, буклетів, туристичних довідників та створення єдиної інформаційної системи з повним банком даних про санаторно-курортні, рекреаційні та туристичні послуги області.
7. Створення навчального центру та позашкільних гуртків для розвитку активного етнографічного туризму.

Ці заходи спрямовані на залучення інвестицій, підвищення рівня інфраструктури та привабливості туристичного продукту регіону.

2.2. Вибір цільової аудиторії та сегменту ринку

Цільова аудиторія та сегмент ринку для сільського (еко) туризму "Коляда в Петриківці" на Дніпропетровщині може бути таким:

- Любителі культурного туризму: Люди, які цікавляться народною культурою, народно-прикладним мистецтвом та етнографією. Вони мають бажання поглибитися в історію та традиції Петриківки, ознайомитися з музеєм етнографії, побуту та народно-прикладного мистецтва, а також взяти участь у майстер-класі у Центрі народного мистецтва "Петриківка".
- Любителі природи та екологічного туризму: Люди, які цінують природу, чисте повітря, пейзажі та різноманітність рослинного світу. Вони бажають

насолодитися природними красами Петриківки, побачити квіти, ягоди та рослини, що є характерними для регіону, а також оцінити екологічно чисті умови проживання на етно-хутірі "Галушківка".

- Сімейний туризм: Сім'ї з дітьми, які шукають способи провести час разом та надати дітям пізнавальний та культурний досвід. "Коляда в Петриківці" пропонує екскурсії, майстер-класи та розважальні заходи, які можуть зацікавити як дітей, так і дорослих [33, с. 64].
- Сегмент ринку сільського (еко) туризму "Коляда в Петриківці" включає такі категорії туристів:
- Внутрішній туризм: Люди, які проживають в Україні та мають бажання відкрити для себе таємниці і красу української культури та традицій. Цей сегмент може включати туристів з Дніпропетровської області та інших регіонів України.
- Зарубіжний туризм: Люди з-за кордону, які цікавляться українською культурою, мистецтвом та природою. Це можуть бути туристи з сусідніх країн, які хочуть побачити і відчутти аутентичну українську атмосферу.
- Екологічний туризм: Люди, які мають зацікавлення в природних резерватах, екологічно чистих місцях та екологічних практиках. Вони цінують природу та бажають відвідати місця з мінімальним впливом на довкілля.

Ця цільова аудиторія та сегмент ринку мають зацікавлення в ознайомленні з народною культурою, традиціями, мистецтвом Петриківки та природною красою регіону, а також відпочинку в екологічно чистому середовищі сільської місцевості.

2.3. Розроблення продукту активного туризму на основі унікальних особливостей регіону

Сільський туризм є унікальним через свої особливі ресурси, такі як віддаленість від міст, низька щільність населення, спадщина, визначні пам'ятки,

автентична культура, альтернативний спосіб життя місцевих жителів, привабливі ландшафти та недоторкана природа. Сільський туризм створює можливості для активного відпочинку туристів, таких як кінний туризм, велосипедні прогулянки, сплави річками, риболовля, мисливство та фотографування природи. Він також сприяє розвитку місцевого господарства, наданню етнокультурних та гастрономічних послуг, екскурсій та пізнавальної діяльності.

Сільська родина виступає головним суб'єктом в організації сільського туризму. Вони забезпечують туристів послугами розміщення та харчування у своєму сільському будинку або садибі. Сільський будинок - це приватний будинок на сільській території, де надаються послуги харчування або умови для самостійного готування їжі, переважно з продуктів місцевого господарства. Важливою частиною комфортного проживання є функціональний розподіл приміщень, включаючи спальні, відпочинкові зони, кухню та вітальню.

На території Дніпропетровської області пропонується більше 30 сільських господарств для сільського туризму, але лише 13 з них зареєстровані. Багато сільських господарств не усвідомлюють необхідність реєстрації або не розглядають свою діяльність як підприємницьку. Оскільки лише 16% населення області проживає у сільській місцевості, це свідчить про високу концентрацію міського населення та потенціал для розвитку "сільського" туризму [31, с. 89].

Стратегія розвитку Дніпропетровської області до 2027 року не визначає туризм як один з пріоритетів регіону. Однак, можливості для розвитку сільського туризму можуть бути реалізовані шляхом розвитку інфраструктури та агросектору. Проблеми, такі як нераціональне використання природних ресурсів, відсутність інвестицій та низька обізнаність та зацікавленість місцевого населення в розвитку внутрішнього туризму, потребують уваги для подальшого розвитку сільського туризму в області.

Отже, у зв'язку з недосконалістю нормативно-правового регулювання, слабкою державною підтримкою та відсутністю стратегічного бачення розвитку

туризму в індикативних планах Дніпропетровської області, ОТГ повинні об'єднати свої зусилля для реалізації потенціалу сільського туризму і отримання додаткових можливостей для його активізації. Після адміністративно-територіальної реформи в Україні в 2020 році Дніпропетровська область складається з 7 районів, 62 ОТГ, 46 селищ міського типу та 1436 сільських населених пунктів. Кожен район області має щось цікаве для українських та іноземних туристів, проте реалізація потенціалу сільського туризму вимагає ефективних організаційних механізмів, спрямованих на об'єднання зусиль громад.

Таблиця 2.2.

Туристичний потенціал розвитку туризму Дніпропетровщини

Район	Можливості для розвитку активного туризму
Дніпровський	Мальовничі краєвиди, екологічно-чиста територія, р. Оріль, скіфських курганів і козацьких могил, козацький зимівник «Хутір Галушківка», етнохутір «Козацька Січ», музей-садиба «Миколин хутір», агросадиба «Благодатне», що має маркування «Зелена садиба», равликівська ферма, яблуневі сади, кінний завод, пташина ферма, Петриківський розпис, який увійшов до репрезентаційного списку Нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО, щорічний етнофестиваль «Петриківський дивоцвіт», гора Калитва (так звані «Дніпровські Карпати»), садиба Миколи Тягниридна, джерела мінеральної води.
Кам'янський	Перша агросадиба в Україні, штучні водоймища, які використовують для зрошення полів та розведення риби, площею 3,4 тис. га та лісові насадження площею 3 тис. га.
Криворізький	Місце розташування зимівника і пасіки легендарного кошового отамана Івана Сірка; степи, Токівський водоспад,

Продовження таблиці 2.2.

	«мертве» озеро, розташоване серед кам'яного півострова.
Нікопольський	Місце розташування п'яти запорізьких січей з восьми наявних; тут Богдан Хмельницький тут був проголошений Гетьманом; відомий козак Іван Сірко жив тут останні роки свого життя і похований на території району; скіфські кургани і майдани.
Новомосковський	Екотабір для дітей «BERRYLAND», що розташований поряд з полуничними полями, Троїцький собор, природні локації: річка, ліси.
Павлоградський	«Місце сили» – археологічна пам'ятка під назвою Мавринський майдан, який порівнюють із відомим Стоунхенджем.
Синельниківський	Муравський шлях – природний маршрут міграції тварин; Дібрівський ліс – повноцінна територія сільського туризму зі спеціально прокладеними маршрутами; кінна база, сімейні молочні ферми, міні-готелі при фермах; приміщення першої комуни в Україні; щорічний традиційний фестиваль народної творчості «Степова перлина»; садиба «Перлина степу», база відпочинку та рибальський клуб «Цвіт». 147 пам'яток, що входять до складу комплексів (ансамблів), які перебувають на державному обліку; міжнародні фестивалі та конкурси з рибальства.

Один із прикладів такої співпраці може бути створення кластера сільського туризму на основі державно-приватного партнерства. Іноземний та вітчизняний досвід свідчать про ефективність цієї форми інтеграції, яка стає все більш популярною у сфері туризму [9, с. 47].

Ми пропонуємо одноденний сільський тур на Дніпропетровщину під назвою «Коляда в Петриківці». Тривалість пізнавальної екскурсії - 1 день, група складається з 15 осіб, а вікова категорія учасників - від 7 років і старше.

Програма туру включає наступні заходи:

Виїзд з м. Дніпро о 8:30.

- 9:30 до 10:30 - екскурсія музеєм Петриківської етнографії, побуту та народно-прикладного мистецтва.
- 10:30 до 11:00 - вільний час у музеї для придбання сувенірів.
- 11:00 до 12:00 - майстер-клас у Центрі народного мистецтва «Петриківка».

Петриківський музей має різноманітні експозиційні зали, включаючи залу історії, залу хати селянина, вітальню залу та постійнодіючу виставкову залу. Діючі виставки представляють традиційну ляльку, ізонитку (нитяна графіка) та петриківський орнамент у пластилінографії. Музей також має колекції археологічних знахідок, етнографічних предметів, монет, кераміки і фарфору, а також книжково-архівний фонд. Історія Петриківки багата на події та видатних особистостей. Селище виникло на землях колишньої Нової Січі, а його назва пов'язана з іменем останнього гетьмана Січі Петра Калнишевського.

Навіть у 1772 році Петриківка була важливим торговельним центром, де регулярно проводилися ярмарки. У 1842 році населення Петриківки складало 8082 особи. В селищі були розвинені кустарні промисли, зокрема килимарство, виробництво полотна та художнього розпису. Петриківка завжди була відома своїми майстрами народного мистецтва. Місцеві ярмарки відомі в Придніпров'ї, де селяни приходили, щоб придбати розмальовані дерев'яні та керамічні вироби, бандури, рушники, скатертини та інші речі з яскравим квітково-рослинним орнаментом. Особливу славу отримали майстри, які розписували хати та їхнє внутрішнє оздоблення, створюючи неймовірні витвори мистецтва.

Такий одноденний тур надає можливість гостям дізнатися більше про історію та культуру Петриківки, насолодитися мистецтвом та придбати унікальні сувеніри.

Ми пропонуємо одноденний сільський тур на Дніпропетровщину під назвою "Коляда в Петриківці". Ви отримаєте можливість дослідити мистецтво цього селища художників, де всі малюють. Тут розмальовують стіни, меблі, посуд, а з лакованих тарілок і ваз відлітають казкові жар-птиці, червона калина дозріває, а папороть розквітає купальським цвітом. Усі ці дива творять мешканці Петриківки.

У розписі Петриківки широко використовуються мотиви садових та лугових квітів, ягід, калини, полуниці та винограду. Також відображаються акантовий лист (відомий як "папороть"), бутони та перисте ажурне листя. Часом квіти й ягоди поєднуються з зображенням птахів, тварин і людей. Колорит петриківського орнаменту складається з трьох основних кольорів: жовтого, червоного та синього, які часто використовуються на білому чи чорному тлі. Ця палітра має глибоку символіку, що передає колористичну природу сонячного саява.

Символіка мотивів Петриківки також цікава. Наприклад, квітка є вершиною краси природи і символом рідного краю, калина та мальва олицетворюють дівочу красу, дуб символізує сонце, зозуля - таємницю вічного руху часу, а півень - пробудження та відродження. Петриківський орнамент відображає своєрідність фольклорного поетичного сприйняття природи та глибину народної епічної думки.

Екскурсія продовжиться відвідуванням Петриківського племінного кінного заводу, де ви побачите як організована робота цього "підприємства" та дізнаєтеся цікаві факти про коней. Потім ви відправитесь до Козацького етно-хутору "Галушківка", де вас чекатиме комплексний обід. Після обіду ви приєднаєтеся до "Петриківських вечорниць" та гуляння на хуторі. Ви дізнаєтеся, як козаки святкували Різдво, візьмете участь у веселих конкурсах та залишитеся з незабутніми спогадами.

Тур завершиться поверненням до міста Дніпро о 21:00.

Згідно таблиці, вартість путівки на одну особу складає 740 гривень. У програму включено екскурсійне обслуговування по всьому маршруту, проїзд у комфортабельному автобусі, страхування на час подорожі та вхідні квитки.

Для забезпечення успіху розробленого туристичного продукту серед споживачів, які можуть бути не лише з України, але й інших країн, необхідно активно розширювати спектр послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій (Інтернет, веб-сайти, портали) та комунікаційних засобів (електронна пошта, Інтернет-телефонія, Інтернет-пейджинг). Один з важливих інструментів інформаційних технологій, який використовується для просування агротурпродукту на ринку, - це електронна пошта або e-mail-маркетинг. Для електронних розсилок можуть використовуватися як власні електронні бази даних турбаз, так і можливості масових розсилок через спеціалізовані організації. У такому випадку адресатами зазвичай є потенційні клієнти (споживачі послуг). Електронні розсилки є вигідними, оскільки вони економлять кошти та дозволяють швидко інформувати клієнтів про новини [24, с. 74].

2.4. Створення маркетингової стратегії просування продукту на міжнародному ринку

Маркетингова стратегія просування сільського туру "Коляда в Петриківці" на міжнародному ринку може включати такі кроки:

Ринковий аналіз: Вивчення конкурентного середовища, виявлення сильних і слабких сторін конкурентів, аналіз попиту на подібні туристичні продукти та визначення цільових ринків.

Сегментація ринку: Визначення цільових сегментів міжнародного ринку, які можуть зацікавитися сільським туром "Коляда в Петриківці". Наприклад, це можуть бути любителі культурного туризму, екологічного туризму, сімейного туризму тощо.

Розробка унікальної пропозиції продукту (Unique Selling Proposition, USP): Визначення унікальних переваг туру "Коляда в Петриківці" у порівнянні з конкурентами. Наприклад, це може бути аутентичний досвід української культури, екологічно чисте середовище, висока якість екскурсійного обслуговування та програми.

Брендування та ідентифікація: Розробка бренду туру "Коляда в Петриківці", включаючи створення логотипу, слогану та ідентифікаційного стилю, що відображатимуть унікальність туру та його цінності.

Маркетингові комунікації: Використання ефективних каналів комунікації для досягнення цільової аудиторії. Це можуть бути міжнародні туристичні виставки, спеціалізовані туристичні портали та веб-сайти, соціальні медіа, партнерські програми з туристичними агентствами та туроператорами.

Промоції та акції: Залучення уваги потенційних клієнтів шляхом проведення спеціальних промоцій, знижок, розіграшів, конкурсів та інших акцій, які стимулюють бажання придбати тур [28, с. 58].

Партнерства та співпраця: Встановлення партнерських відносин з міжнародними туристичними агентствами, туроператорами, готелями, авіакомпаніями та іншими гравцями туристичного ринку для спільного просування туру "Коляда в Петриківці" та розширення клієнтської бази.

Відгуки та репутація: Залучення задоволених клієнтів до залишення відгуків, розповіді про свій досвід туру "Коляда в Петриківці" на міжнародних туристичних порталах та соціальних медіа, що сприятиме підвищенню репутації та довіри до продукту.

Моніторинг та аналіз: Постійний моніторинг результатів маркетингових заходів, збір та аналіз даних про задоволеність клієнтів, ефективність рекламних кампаній та конкурентну ситуацію, з метою вдосконалення стратегії та пристосування до змін на ринку.

Цільовий рекламний контент: Розробка привабливого та інформативного рекламного контенту, який включатиме яскраві фотографії та відеоматеріали, що демонструють красу та атмосферу туру "Коляда в Петриківці". Контент повинен акцентувати на унікальних особливостях туру, включаючи місцеву культуру, традиції, гастрономію та інше.

SEO оптимізація: Використання ефективних SEO стратегій для підвищення видимості туру "Коляда в Петриківці" у пошукових системах. Це включає вибір ключових слів, оптимізацію веб-сайту, створення релевантного контенту та отримання якісних зовнішніх посилань.

Міжнародні туроператори та агенти: Проведення активної роботи з міжнародними туроператорами та туристичними агентами для включення туру "Коляда в Петриківці" в їхні програми та просування серед їхніх клієнтів. Важливо показати переваги туру та вигідні умови співпраці для туроператорів.

Міжнародні події та виставки: Активна участь у міжнародних туристичних виставках, ярмарках та подіях, які привертають увагу фахівців та потенційних клієнтів з усього світу. Це створить можливість знайомства зі спеціалістами галузі, партнерами та потенційними клієнтами.

Культурний обмін та співпраця: Розвиток культурного обміну та співпраці з міжнародними культурними організаціями, посольствами та іншими установами, що працюють у сфері туризму. Це може включати організацію спільних заходів, виставок, виступів та інших культурних подій, які популяризують тур "Коляда в Петриківці" [36, с. 38].

Медіа та блогери: Залучення медіа та впливових блогерів для створення статей, відеооглядів та віртуальних турів про тур "Коляда в Петриківці". Це допоможе розповсюдити інформацію про тур серед широкої аудиторії та залучити нових зацікавлених осіб.

Соціальні мережі: Активне присутність та реклама на популярних соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter та інші. Створення

цікавого та актуального контенту, включаючи фотографії, відео, історії та конкурси, що стимулюють взаємодію з аудиторією та поширення інформації.

Ця маркетингова стратегія допоможе привернути увагу міжнародної аудиторії, розповісти про унікальність сільського туру "Коляда в Петриківці" та стимулювати попит на нього серед туристів з усього світу.

2.5. Фінансовий план та розрахунок інвестицій

Фінансовий план туру «Коляда в Петриківці» на Дніпропетровщині:

Таблиця 2.3.

Калькуляція туру «Святкова коляда в Петриківці»

№ з/п	Найменування витрат	Ціна, грн	Кількість	Формула	Загальна сума, грн
1	2	3	4	5	6
1	Трансфер за маршрутом (автобус Мерседес 18 місць)	300	15	-	4500
2	Харчування (обід, вечеря)	200	15	-	3000
3	Експерсіне обслуговування	100	15	-	1500
4	Заробітна плата супроводжуючого гіда	500	1	$Vz = \text{Денна ставка} * \text{Кількість днів роботи}$	500
5	Накладні витрати	-	10 %	$Vn = (p1 + p2 + p3 + p4) * 10\% / 100\%$	950
6	Страховання туристів від нещасних випадків на транспорті	-	3 %	$Vc = 3\%/100\% * (p1 + p2 + p3 + p4 + p5)$	310
7	Прибуток	-	10%	$Ціна = 20\%/100\% * (p1 + p2 + p3 + p4 + p5 + p6 + p7)$	1100
8	Загальна вартість туру	-	-	$Vtз = p1 + p2 + p3 + p4 + p5 + p6 + p7$	11860
9	Ціна путівки на 1 особу	-	група 16 осіб	$Цп = Vtз / \text{Кількість осіб}$	740

Трансфер за маршрутом (автобус Мерседес 18 місць):

- Ціна: 300 грн
- Кількість: 15
- Загальна сума: 4,500 грн

Харчування (обід, вечеря):

- Ціна: 200 грн
- Кількість: 15
- Загальна сума: 3,000 грн

Екскурсійне обслуговування:

- Ціна: 100 грн
- Кількість: 15
- Загальна сума: 1,500 грн

Заробітна плата супроводжуючого гіда:

- Ціна: 500 грн
- Кількість: 1
- Загальна сума: 500 грн

Накладні витрати - 10%:

- Загальна сума без накладних витрат: 9,000 грн
- Накладні витрати (10%): 900 грн

Страхування туристів від нещасних випадків на транспорті:

- Ставка страхування: 3%
- Загальна сума без страхування: 9,900 грн
- Страхова сума (3%): 310 грн
- Прибуток - 10%:
- Загальна сума без прибутку: 10,210 грн
- Прибуток (10%): 1,100 грн

Загальна вартість туру:

- Загальна сума: 11,310 грн

- Ціна путівки на 1 особу - група 15 осіб:
- Ціна путівки: 740 грн

Отже, загальна вартість туру «Коляда в Петриківці» складає 11,310 грн, а ціна путівки на 1 особу становить 740 грн для групи з 15 осіб.

Розрахунок інвестицій до сільського туру "Коляда в Петриківці" на Дніпропетровщині:

- Вартість транспорту (автобус Мерседес 18 місць): $300 \text{ грн/год} * 10 \text{ год} = 3,000 \text{ грн}$
- Вартість харчування (обід, вечеря): $200 \text{ грн/особа} * 15 \text{ осіб} = 3,000 \text{ грн}$
- Вартість екскурсійного обслуговування: $100 \text{ грн/особа} * 15 \text{ осіб} = 1,500 \text{ грн}$
- Заробітна плата супроводжуючого гіда: 500 грн
- Накладні витрати (10% від суми витрат): $(3,000 \text{ грн} + 3,000 \text{ грн} + 1,500 \text{ грн} + 500 \text{ грн}) * 10\% = 950 \text{ грн}$
- Вартість страхування туристів від нещасних випадків на транспорті: 3% від загальної суми витрат: $(3,000 \text{ грн} + 3,000 \text{ грн} + 1,500 \text{ грн} + 500 \text{ грн} + 950 \text{ грн}) * 3\% = 310 \text{ грн}$

Вартість транспорту + Вартість харчування + Вартість екскурсійного обслуговування + Заробітна плата супроводжуючого гіда + Накладні витрати + Вартість страхування туристів = $3,000 \text{ грн} + 3,000 \text{ грн} + 1,500 \text{ грн} + 500 \text{ грн} + 950 \text{ грн} + 310 \text{ грн} = 9,260 \text{ грн}$ Отже, загальні інвестиції до сільського туру "Коляда в Петриківці" становлять 9,260 грн.

ВИСНОВОК

Сучасні тенденції у розвитку туризму вимагають більшого розмаїття та цікавості відпочинку, щоб зацікавити потенційних туристів. Черкаська область є цікавим напрямком для пізнавального туризму, не лише для місцевих жителів, але й для гостей з усієї України. Розташування області у центрі країни сприяє відвідуванню не лише черкащанами, але й громадянами з інших областей. Проте, багато з них виступають екскурсантами, а не туристами, оскільки відсутня достатня інфраструктура розміщення.

Розроблення продукту активного туризму на території Дніпропетровської області та його просування на міжнародному ринку є важливим кроком у розвитку туристичної галузі регіону. Активний туризм, такий як сільський, екологічний туризм та подієвий туризм, набуває все більшої популярності серед подорожуючих, які шукають нові враження, пригоди та незабутні емоції.

Дніпропетровська область має великий потенціал для розвитку активного туризму завдяки своїм природним та культурним ресурсам. З унікальними об'єктами, такими як пам'ятки історії та культури, природні заповідники та рекреаційні зони, область може привернути туристів як з України, так і з-за кордону.

Ефективне просування продукту активного туризму на міжнародному ринку вимагає комплексного підходу та використання сучасних маркетингових інструментів. Необхідно створити цільову аудиторію, розробити маркетингову стратегію, провести просування через онлайн-платформи, туристичні виставки та інші події, а також підтримувати та покращувати туристичну інфраструктуру.

Результатом успішного розроблення продукту активного туризму територією Дніпропетровської області та його просування на міжнародному ринку буде збільшення туристичного потоку, підвищення популярності регіону серед туристів і залучення інвестицій у туристичну галузь. Крім того, цей процес

сприятиме зростанню економічного розвитку області, збереженню культурної спадщини та підвищенню соціального благополуччя місцевого населення.

Таким чином, розроблення та просування продукту активного туризму на території Дніпропетровської області є важливим кроком у розвитку туристичного потенціалу регіону, створення нових можливостей для туристичного сектору та сприяння сталому розвитку регіональної економіки.

Для залучення туристів та збільшення доходів області необхідно облаштувати відпочинкові зони та розробити нові місця розміщення на берегах водосховищ, річок та озер. Це може привернути як внутрішніх, так і зарубіжних туристів, які цікавляться історією та культурою України. Зростання туристичного потоку в цих регіонах також стимулюватиме розвиток інших районів через загальний інтерес до області.

В Дніпропетровській області визначено понад 10 найцікавіших "туристичних магнітів" з різних куточків області. Серед них - меморіальний комплекс на могилі кошового отамана Івана Сірка у селі Капулівка під Нікополем, унікальний дерев'яний Свято-Троїцький собор у Новомосковську, церкви Успенська, Миколаївська та Варваринська в Китайгороді, Свято-Миколаївський Пустинний чоловічий монастир в Орлівщині, орнітологічний заказник Булаховський лиман, Петриківський музей етнографії та багато інших. Ці об'єкти стануть привабливими для відвідувачів, а їх популяризація сприятиме розвитку туристичної галузі.

Для покращення туристичної інфраструктури в області необхідно:

- Активізувати пошук інвесторів та залучення фінансування з різних джерел.
- Створити ефективну мережу туристично-інформаційних центрів та пунктів.
- Співпрацювати з виданнями туристичного спрямування для популяризації об'єктів та маршрутів.
- Розробити систему дорожніх знаків та інформаційних панелей для позначення туристичних маршрутів.

- Рекомендувати готелі провести стандартизацію для відповідності міжнародним вимогам.

Ці заходи сприятимуть поліпшенню туристичної інфраструктури в області та зростанню конкуренції між підприємствами, що сприятиме розвитку туризму.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андраш О. А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі / О. А. Андраш // Вісник НТУ «ХП». Тематичний випуск: «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – 2012. – № 8. – С. 3-12.
2. Афанасьєв О. Є. Дніпропетровщина туристська / О. Є. Афанасьєв // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2012. – № 36 (761). – С. 3-19 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://olaff.at.ua/Science_work/dnepr_turist.pdf.
3. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 184 с.
4. Банько В. Г. Туристська логістика: навч. посіб. / В. Г. Банько. – К.: Дакор; КНТ, 2008. – 204 с.
5. Безугла Л. С. Тенденції розвитку екотуристичної діяльності в Дніпропетровській області / Л. С. Безугла // Проблеми економіки. – 2020. – № 3 (45). – С. 94-103.
6. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
7. Биркович В. І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні / В. І. Биркович // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 4 (5). – С. 157-163.
8. Брич В. Я. Організація туризму: підручник / В. Я. Брич. – Тернопіль: ТНЕУ, 2017. – 448 с.
9. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі / І. Бурнашов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid>.

- 10.Ващишин М. Правове регулювання туристичної діяльності: навч.- метод. посібник / М. Ващишин. – Львів : ПП Сорока Т.Б., 2014. – 168 с. 89
- 11.Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 178 с.
- 12.Головне управління статистики у Дніпропетровській області України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dnestrstat.gov.ua/>.
- 13.Каварма А. В. Дослідження туристичних потоків Дніпропетровської області / А. В. Каварма А. О. Притикін Ю. М. Стасюк // International Electronic Scientific Journal «Science Online» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka-online.com/>.
- 14.Кадош С. В. Теоретичні і практичні аспекти розвитку сільського туризму в Дніпропетровській області / С. В. Кадош, В. Є. Редько // Ефективна економіка. 2021. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8497>.
- 15.Коваль П. Ф. В'їзний туризм : навчальний посібник / П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андреева, О. О. Зеленська, Т. В. Григор'єва, О. Г. Пархоменко, В. Б. Дудко, М. О. Михайловський, С. І. Бондар. – Ніжин : Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
- 16.Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. / Є. В. Козловський. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 272 с.
- 17.Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр учб. лри, 2012. – 368 с.
- 18.Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. пос. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : ЦНЛ, 2009. – 424 с.
- 19.Мешко Н. П. Розвиток промислового туризму як напрям у міжнародному туристичному іміджі Дніпропетровського регіону / Н. П. Мешко, К. В.

- Карплюк // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2015. – Т. 23. – Вип. 7. – С. 40-47.
20. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайліченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с. 91
21. Михайліченко Г. І. Організація туристичних подорожей : навч. посіб. / Г. І. Михайліченко, А. Ю. Єременко. – К. : КНТЕУ, 2011. – 391 с.
22. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник / Г. І. Михайліченко. – К. : КНТЕУ, 2018. – 304 с.
23. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : монографія / О. В. Музиченко-Козловська. – Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 176 с.
24. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навч.- методичний посібник / С. Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2011. – 216 с.
25. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей : навч. посіб. / Б. П. Пангелов. – К. : Академвидав, 2010. – 248 с.
26. Петриківський музей етнографії, побуту та народно-прикладного мистецтва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://petrykivka.dp.ua/travel/museum-ethnography-petrykivka/>.
27. Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014–2022 роки: Рішення сесії обласної ради від 20.06.2014 № 532-26/VI.
28. Редько В. Є. Державно-приватне партнерство в туризмі / В. Є. Редько, В. А. Сливенко // Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва: кол. монограф., за загал. ред. проф. Гринько Т. В. – Дніпро: Біла КО., 2020. – С. 203-212.
29. Самаріна І. Розвиток сільського зеленого туризму на Дніпропетровщині // Журнал «Агробізнес сьогодні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://agro-business.com.ua/agro/rehionalnyi-vymir/item/8355-rozvytok-silskoho-zelenoho-turyzmu-na-dnipropetrovshchyni.html>

30. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навчальний посібник / І. Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
31. Соціально-економічні передумови розвитку туризму в Європі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourism-book.com/books/book18/chapter-1237/>.
32. Стан і нові можливості соціально-економічного розвитку Дніпропетровської області : монографія / за заг. ред. О. Ю. Бобровської. – Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2019. – 276 с.
33. Стратегія розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/rozvitok-regionu/strategiya-rozvitku/proekt-strategiyi-rozvitkudnipropetrovskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku>
34. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p.
35. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 537 с.
36. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
37. Чорненька Н. В. Безпека туризму: навч. посібник / Н. В. Чорненька. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. – 188 с.
38. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 334 с.
39. Шаповал В. М. Управління розвитком туризму (на прикладі Дніпропетровської області) / В. М. Шаповал, Т. В. Герасименко, М. В. Шпак

// Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2018. – № 1.
– С. 159-166. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2018_1_21.

40. Юхновська Ю. О. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі
України: теорія, методологія практика : дис. ... доктора екон. наук : 08.00.03
/ Юхновська Юлія Олександрівна. – Дніпро, 2021. – 588 с.

