Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розроблення пізнавального туру територією Рівненської області та організація його реалізації на міжнародному ринку»

Студентки 4 курсу, 21 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Міжнародний туризм» Швайківська Віка Валеріївна

_____
підпис студента

Науковий керівник
к.е.н., доцент Дупляк Тетяна Петрівна

_____
підпис керівника

Гарант освітньої програми
к.н.держ.упр., доцент Кравцов Сергій Станіславович

_____
підпис гаранта

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

_____Тетяна ТКАЧЕНКО

«____» _____ 2022 р.

Завдання

на випускну кваліфікаційну роботу студентові

Швайківська Віка Валеріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення пізнавального туру територією Рівненської області та організація його реалізації на міжнародному ринку»

Затверджена наказами ДТЕУ від 01.01.2022 р. № 2900., від 10.04.2023 р. № 944

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту пізнавального туризму та його просування на міжнародному ринку.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту пізнавального туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розроблення пізнавального туру територією Рівненської області та його просування на міжнародному ринку.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму
1.2. Діагностика ринку пізнавального туризму
1.3. Ресурсний потенціал Рівненської області для розвитку пізнавального туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

2.2. Заходи та інструменти просування пізнавального туру на ринку країн ЄС

2.3. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. 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	01.09.2022-01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022-02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022 - 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «2» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Дупляк Т.П.

(прізвище,ініціали,підпис)

8. Гарант освітньої програми Кравцов С. С.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент Швайківська В.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Швайківська Віка Валеріївна виконала випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі в установлені терміни згідно з календарним планом виконання роботи. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам вищої школи, має практичне значення, актуальний напрям досліджень. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі визначено теоретичні підходи до сутності пізнавального туризму, а також проведено діагностику ринку пізнавального туризму та досліджено ресурсний потенціал Рівненської області для розвитку пізнавального туризму. У другому розділі розроблено та економічно обґрунтовано маршрут, програму та заходи з просування пізнавального туру на міжнародному ринку.

Випускна кваліфікаційна робота рекомендується до захисту в ЕК та заслуговує на низьку позитивну оцінку. Робота пройшла перевірку на плагіат та містила значний обсяг запозичень. Частина виявлених недоліків усунута. Електронну версію роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Дупляк Т.П.
(підпис, дата)

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

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента Швайківська В.В.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С.
(підпис, прізвище, ініціали)

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

«____» _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП……7

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ…….9

1.4. Теоретичний базис пізнавального туризму……..9
1.5. Діагностика ринку пізнавального туризму…….12
1.6. Ресурсний потенціал Рівненської області для розвитку пізнавального туризму……15

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ……..28

2.1. Розроблення маршруту та програми туру……28

2.2. Заходи та інструменти просування пізнавального туру на ринку країн ЄС……31

2.3. Економічне обґрунтування туру……...35

ВИСНОВКИ……...38

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……40

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Визначення тенденцій щодо збільшення обсягу вільного часу суспільства як на глобалізаційному так і національному рівнях спричинюють попит на персоніфікацію ринку. У даному контексті формуються об'єктивні передумови для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності та мотивація залишити місце постійного проживання й побувати у різних регіонах країни чи світу. Інтенсифікація розвитку туристичного ринку на рівні Рівненської області сприятиме популяризації туристичних дестинацій, збереженню природної та історико-культурної спадщини регіону, формуванню туристичних потоків, підвищенню людського та фінансового капіталу, підняттю рівню життя населення тощо, що засвідчує актуальність даної теми.

Ринок туристичних послуг є актуальним як у дослідженнях вітчизняних так і закордонних вчених. Серед учених ринок туристичних послуг України досліджують: Д. Діденко, О. Любіцева, О. Марченко, Н. Моісєєва, М. Мальська та інші. Проте регіональні туристичні ринки країни залишаються не достатньо вивченими і потребують постійного дослідження вміру викликів сучасного суспільства.

Мета даного дослідження полягає у вивченні передумов та організації туристичного ринку Рівненської області, та створенні пізнавального туру Рівненщиною.

Для досягнення мети в роботі вирішувались наступні **завдання**:

- висвітлити сутність поняття «туристичний ринок»,
- здійснити характеристику ринку туристичних послуг Рівненської області;
- проаналізувати передумови розвитку сфери туризму, попит і пропозицію на туристичному ринку;
- здійснити характеристику туристичного ринку Рівненщини;
- створення пізнавального туру Рівненщиною та його аналіз

Об’єктом є туристичний ринок Рівненської області.

Предметом дослідження є організація ринку туристичних послуг на Рівненщині, визначення проблем та перспектив розвитку.

Методи дослідження. У роботі для досягнення мети застосовано методи аналізу та класифікації, системно-просторовий та часовий підходи, методи узагальнення, графічний та SWOT-аналізу.

Інформаційною базою служили Інтернет-ресурси (у т.ч. офіційний сайт «Рівненщина туристична»), статистичні матеріали та літературні джерела з туризмології, маркетингу туризму, вивчень туристичного ринку інші. Наукова новизна. Здійснено аналіз розвитку туристичного ринку Рівненської області та визначено проблеми та пріоритети в організації туристично-рекреаційних послуг.

Структура роботи. Робота складається з вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел, містить таблиці та рисунки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму

Туризм як потенційний ресурс розвитку економіки країни характеризується позитивними тенденціями щодо задоволення попиту на туристичні послуги. Туристична діяльність відіграє дедалі важливішу роль в історичному, духовному, культурному, економічному та політичному житті держави та перетворюється на засіб досягнення порозуміння й толерантності у відносинах між численними етнічними спільнотами та культурами. Урахування потреб і мотивацій різних категорій туристів сприяє повнішому використанню культурного потенціалу території країни, робить культурну спадщину регіонів доступною великому сегменту відвідувачів, реалізуючи освітню функцію туризму. Важливим напрямом розвитку сучасної туристичної діяльності є пізнавальний туризм [1].

Попри те, що проблеми організації та наукового аналізу пізнавального туризму уже були об'єктом окремих досліджень (Г. Вишневська, В. Кифяк), методологічні засади організації пізнавальних турів в українській науці все ще недостатньо розроблені. Також недослідженим залишилося питання визначення пізнавального туризму, виокремлення його структури, форм та різновидів. З огляду на це метою нашого дослідження є обґрунтування сутності та структури й виокремлення особливостей організації пізнавального туризму.

Термін «пізнавальний туризм» уперше офіційно на міжнародному рівні вжито в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.). Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури розглядає пізнавальний туризм як відмінний від інших вид туризму, «що враховує культури інших народів».

Найповнішим є визначення, відповідно до якого пізнавальний туризм – це туристські поїздки, подорожі, походи з метою відвідин будь-яких регіонів, місцевості, центрів туризму тощо, для ознайомлення з пам'ятниками природи, історії і культури, побутом і традиціями місцевого населення, народними ремеслами і промислами, досягненнями у сфері науки, культури, промислового виробництва, будівництва [2].

Водночас заслуговує на увагу також визначення С. Мельниченка, який вважає, що культурно-пізнавальний туризм – це тимчасове переміщення індивідів за межі їх постійного місця проживання, зумовлене наявністю інтересу до відвідування культурних пам’яток, враховуючи культурні події, історичні місця та музеї, художні галереї, музичні та драматичні театри, концертні майданчики та інші об’єкти туристичного інтересу, які відображають історичну спадщину, сучасну художню творчість і виконавські мистецтва, традиційні цінності, види діяльності та повсякденний стиль життя населення, з метою отримання нової інформації і досвіду для задоволення культурних потреб [8].

Узагальнивши проаналізовані визначення, вважаємо, що пізнавальний туризм слід трактувати як подорожі, основною метою яких є ознайомлення туристів із культурними об’єктами та ресурсами місця тимчасового перебування, а головною формою організації – екскурсія.

Пізнавальний туризм може поділятися на багато видів залежно від того, що саме має на меті той чи інший турист. На нашу думку, варто аналізувати власне пізнавальні (екскурсійного характеру), культурно-розважальні та пізнавально-культурні туристичні послуги, які тісно поєднані між собою. Види пізнавального туризму можемо розглянути в табл. 1.1.

Окрім того, пізнавальні тури мають багато тематичних різновидів: історичні екскурсії, літературні, театральні, етнографічні, фольклорні, природознавчі тощо [5].

За способом організації виокремлюють два види пізнавальних турів:

1) стаціонарні (з перебуванням туристів в одному місті, туристичному центрі);

2) маршрутні тури (відвідування декількох міст і центрів, визначних пам'яток, вибудуване у вигляді маршруту подорожі) [5].

Таблиця 1.1.

Види пізнавального туризму [1]

Вид	Визначення
Міський туризм	Ознайомлення з містом як об'єктом туризму.
Етнографічний туризм	Ознайомлення з культурою, традиціями, народними ремеслами, способом життя населення певної території.
Історичний туризм	Ознайомлення з місцями історичних подій певної території, особистостями, які пов'язані з певними історичними подіями або відігравали визначну роль в історії певного регіону.

Особливої уваги потребує організація маршрутних пізнавальних турів, які складають таким чином, щоб міста, які має відвідувати туристична група, були розташовані відносно недалеко одне від одного. Робиться це для того, щоб на переїзди не витрачати багато часу. Стаціонарні тури зазвичай передбачають детальне вивчення різноманітних пам’яток історії та культури одного міста. Переважно, це якийсь туристичний центр, велике місто, наприклад, столиця держави або центр регіону [6]. Водночас варто пам’ятати, що ключовою засадою організації пізнавального туризму є принцип стійкого розвитку, що полягає у підтриманні місцевої культури, збереженні культурно-пізнавальних і природних об’єктів та поліпшенні життєвого рівня місцевого населення [10].

З огляду на це важливим є загальноцивілізаційне значення пізнавального туризму як засобу міжкультурного діалогу та порозуміння. Саме тому дослідження пізнавального туризму є перспективними і мають широке практичне застосування, зокрема і в Україні.

1.2. Діагностика ринку пізнавального туризму

Ринок туристичних послуг функціонує, задовольняючи платоспроможний попит населення, що формується під впливом об'єктивних умов та суб'єктивних чинників. Туристичний попит визначають як сукупність туристичних благ, послуг і товарів, які туристи схильні придбати за визначеного рівня цін (за Гунцікер і Крапф) [28]. Серед умов формування туристичного попиту слід назвати: економічні, соціокультурні, психологічні, урбаністичні, політичні, екологічні умови. До суб'єктивних чинників формування туристичних ринків відносять: етно-релігійну приналежність, вік і стать, сімейний стан, кількість дітей, соціальна категорія, місце проживання, рівень та умови життя, професія та посада, наявність вільного часу, кон'юнктура ринку тощо.

Україна має вигідне географічне розташування й володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом. Вирізняється сприятливим кліматом, орографічними особливостями, атрактивними гідрологічними об'єктами, багатою флорою і фауною. Наявна унікальна духовна культура та мистецькі традиції, які втілилися у розвиток народних художніх промислів, домашнього ремесла тощо, є культурно-історичні пам'ятки як місцевого так і національного рівня. Туристичну індустрію визначаємо як таку, що швидко розвивається. Отож є усі об'єктивні передумови в Україні для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму

Рівненська область має високу мозаїчність природних ресурсів, різноманітність історико-культурної спадщини в регіоні та розкриває широкі можливості для розвитку туризму. Здійснимо аналіз кількості туроператорів та турагентів юридичних осіб за регіонами України. За даними Департаменту статистики України у 2021 році у Рівненській області було зареєстровано 28 туроператорів (у 2019 р. – 27), з яких 2 туроператори та 26 турагенцій, що мають статус юридичної особи та 74 турагенцій фізичних осіб-підприємців (рис. 1.1.). Таким чином, Рівненська область займає 6-позицію в рейтингу за кількістю туроператорів та туристичних агенцій серед областей України разом з

Чернівецькою після Дніпропетровської (109), Львівської (97), Одеської (92), Харківської (84), Київської (47) без м. Києва [6].

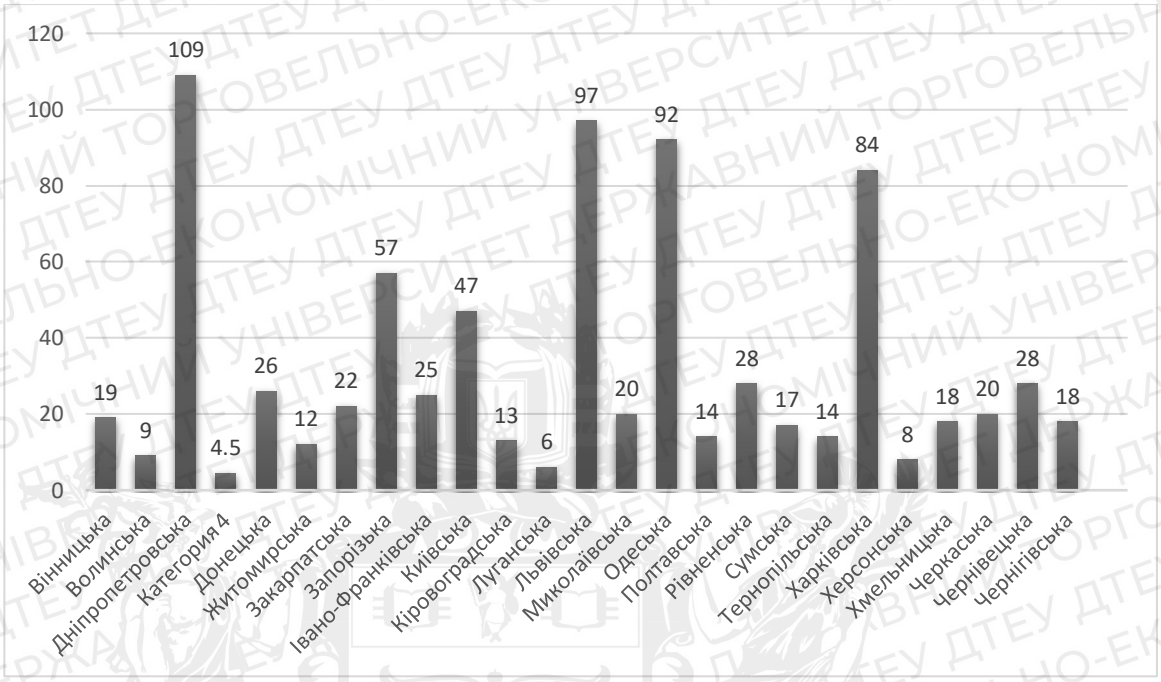

Рис. 1.1. Кількість зареєстрованих туроператорів по областях 2021 рік [6]

Кількість туристичних пакетів реалізованих протягом року туроператорами та турагентами Рівненщини складає 8268, з них 69% реалізовано туристичними агенціями зареєстрованими як фізичні особи підприємці. Кількість туристичних пакетів які продані та користувалися популярністю у сусідніх областях є дещо меншою. До прикладу, на 53% менше продано у Волинській області, на 60% менше реалізовано у порівняні з Рівненщиною на Житомирщині, на 38% менше на Тернопільщині, це засвідчує про підвищену туристичну діяльність в регіоні (табл. 1.2). Проте, аналізуючи структуру туристського ринку у Рівненській області вбачаємо, що найбільше туристичних пакетів було продано туроператорами та турагентами – юридичними особами виїзним туристам для подорожі за кордон, а це у 2,4 рази більше, ніж внутрішнім туристам для подорожі Україною та лише один турпакет іноземним туристам, що засвідчує про низьку атрактивність туристичних дестинацій Рівненщини на міжнародному рівні.

Таблиця 1.2

Кількість туристичних пакетів реалізованих туроператорами і тур агентами у 2021 році за регіонами [4]

Адміністративно-територіальні області	Кількість туристичних пакетів (юридичні особи)	Кількість туристичних пакетів (фізичні особи-підприємці)
Україна	**1225131**	**192899**
Вінницька	4121	7977
Волинська	12041	3017
Дніпропетровська	4499	24562
Донецька	2215	4829
Житомирська	4304	2816
Закарпатська	10855	2884
Запорізька	53365	8164
Івано-Франківська	7349	3402
Київська	1038	13958
Кіровоградська	334	2880
Луганська	42970	1435
Львівська	2005	26185
Миколаївська	10421	3736
Одеська	1388	7984
Полтавська	2530	7124
Рівненська	**2530**	**5738**
Сумська	496	3838
Тернопільська	816	2352
Харківська	10017	14837
Херсонська	2152	4776
Хмельницька	3497	2396
Черкаська	1092	7647
Чернівецька	2836	1423
Чернігівська	2379	4375
М. Київ	1038027	24564

Послугами туристичних операторів та туристичних агенцій у Рівненській області скористалося 4123 виїзних туристів та 1060 внутрішніх туристів, що у 3,9 рази менше. Протягом 2021 року у Рівненській області було обслуговано 5186 туристів, дещо більше, ніж у сусідній Житомирській – 5052, у 1,9-2,2 рази більше, ніж у сусідніх Волинській (2726) та Тернопільській (2318) областях.

Основною метою поїздки усіх туристів Рівненщини залишаються дозвілля і відпочинок. Вартість туристичних пакетів реалізованих туроператорами та турагентами фізичними особами-підприємцями Рівненської області у 2021 році за даними Державної служби статистики України складала 164351,1 тис. грн., у тому числі сума туристичних пакетів на Рівненщині реалізованих внутрішнім туристам для подорожі Україною склала 433,3 тис. грн. На суму 163917,8 тис. грн. було продано туристичних пакетів виїзним туристам для подорожі за кордон. Серед іноземних туристів попиту на туристичний пакет Рівненською областю не було.

1.3. Ресурсний потенціал Рівненської області для розвитку пізнавального туризму

Рівненська область утворена 4 грудня 1939 року, розташована на північному заході України у межах Західно-Поліського регіону, охоплює східні частини Волинського Полісся, Волинської височини та Малого Полісся і західну окраїну Центрального (Житомирського) Полісся. Межує на півночі з Білоруссю, на сході з Житомирською, на південному сході з Хмельницькою, на півдні з Тернопільською, на південному заході зі Львівською, на заході з Волинською областями. Характерною ознакою географічного положення області є загальна рівнинність її поверхні при незначному нахилі території з півдня на північ, що позначилося на спрямуванні головних водних артерій, створенні сприятливих умов для формування широких заболочених просторів і відобразилося на характері розселення та веденні господарства.

Клімат області помірно континентальний: м’яка зима з частими відлигами, тепле, нерідко дощове, літо; середньорічна кількість опадів – 600 – 700 мм.

Для ефективного розвитку території важливо розуміти особливості розподілу наявних туристичних ресурсів на території області.

Рівненщина має багату етнографічну спадщину, що вирізняється унікальністю та є вагомою складовою автентичності регіону. Кулінарні традиції,

народні ремесла та вміння, старовинні обряди та звичаї – усе це невід'ємна частина туристичного потенціалу, що нерозривно пов'язана з емоціями та відчуттями і є підґрунтям для успішного сенсорного маркетингу (sensory marketing).

Успішність регіонального туристичного продукту значною мірою залежить від його інфраструктурного забезпечення, яке сьогодні в області є недостатнім. В області функціонує 84 готелі, 30 баз відпочинку, 45 садиб сільського туризму, 7 туристичних інформаційних офісів.

На Рівненщині досить низький показник забезпеченості готелями. При нормі 10 готельних місць на 1 тис.осіб, він становить лише 1,3 готельних місця на 1 тис. осіб. Попри те, що ця проблема є загальнодержавною, в Рівненській області вона набуває гостроти в порівняльному контексті: обласний показник більше ніж удвічі нижчий від середнього по Україні (2,9), та значно поступається сусіднім Волинській (1,9) та Тернопільській (3,2) областям.

У малих містах області немає можливості розміщення туристичних груп. Особливо гострою проблема є для найбільш відвідуваних і відомих міст Дубно, Острог, Корець, які внаслідок цього є не туристичними центрами, а лише екскурсійними.

Розглянемо детальніше міста та місця нашого «Пізнавального туру Рівненщиною» . Початок туру відбувається у місті Рівне.

Місто Рівне не входить до переліку головних туристичних міст країни. Тут немає значної кількості історичних пам'яток, визначних місць, а чимало мандрівників обирають для проведення вікенду локації не в самому обласному центрі, а околицях. Однак Рівне має свій колорит та атмосферу, які можна і треба відчути, налаштувавши себе на ритм міста.

Рівне є значним осередком культури держави — тут працюють театри (обласний муздрамтеатр, ляльковий і декілька театрів-студій), філармонія, зал камерної та органної музики, низка музеїв, палаців і будинків культури, кінотеатрів, численні бібліотеки; у місті є декілька парків та зоопарк.

Найдавніша культова споруда Рівного – Свято-Успенська церква (або як її називають у народі Омелянівська) має неповторну ауру, яка складалася віками. Чи не тому шлюбні пари все частіше воліють ставати під вінець саме в цій церкві, зведеній майже три століття тому.

Для Рівного, небагатого на архітектурні пам'ятки, ця церква є не лише перлиною стародавньої Волинської дерев'яної архітектури, але й своєрідною візитівкою старого міста, місцем, куди неодмінно хотіли завітати гості обласного центру. З давніх церковних книг, що дійшли до наших днів, відомо, що храм завжди був осередком українсько-православних традицій, мав велику пошану в народі. У 1798 році парафія Свято-Успенської церкви налічувала у Рівному 71 двір із населенням у 160 чоловіків і 165 жінок. До парафії також належало село Тютьковичі з 36 дворами.

Свято-Покровський кафедральний собор міста Рівне є одним з найвеличніших храмів України збудованих в кінці 20 століття. Саме в той час, коли активно почали відкриватися храми і відроджуватися святині.

Грандіозний за розмірами і висотою, а саме його довжина становить 51 м, ширина – 42 м, а висота – 55 м, собор мали увінчати тринадцять золотоверхих, п’ять великих і вісім малих куполів, які створюють чудову композицію, яка є окрасою Рівного і проглядаються з усіх сторін міста.

Сьогодні Рівненський обласний краєзнавчий музей - це науковий, методичний та культурно-освітній центр міста та регіону. На початку XXI тис. в Рівному почали діяти два нових музейних відділи: Літературний музей Уласа Самчука та Музей бурштину.

У 2010 році у Рівному на базі підприємства «Бурштин України» відкрився поки що єдиний в Україні музей бурштину. Серед експонатів музею шматки бурштину віком до 40 000 000 років, походженням з Рівненської області, найбільший з котрих має вагу 2 кілограми. Крім, власне, каменів, виставлені прикраси, виготовлені з його використанням. До недавнього часу родзинкою колекції був диск-амулет віком 2 500 років, який є найдавнішою бурштиновою прикрасою в Україні. Нині цей артефакт переданий до бурштинового музею в

Софії Київській. В колекції музею столові прибори , кераміка і вітражі , а також одяг та взуття декоровані бурштином. Тут же знаходиться бурштинова Корона України.

Першим проміжним пунктом маршруту є місто Клевань. Перша згадка про Клевань у письмових джерелах датується 1458 роком, коли селище згадується у якості власності князя Чорторийського. Одначе, за словами істориків поселення на цій території виникло значно раніше – у 12 ст. тут уже мешкали люди.

Всеукраїнську славу Клевані приніс «Тунель кохання», розташований неподалік села на відрізку залізничної колії довжиною близько 4 км. Це місце приваблює тисячі закоханих з усіх куточків країни, які прагнуть на власні очі побачити загадкову і романтичну арку, утворену переплетеними гілками дерев та кущів. Проте історія появи тунелю доволі прозаїчна – гілки набули нинішньої форми через рух поїзду, який курсував у напрямку деревообробного заводу у Оржеві. Відвідати місце варто не тільки навесні та влітку, а і восени, коли дерева стоять одягнені у яскраві кольори.

Руїни колишнього Клеванського замку попри свій напівзруйнований стан все одно виглядають могутніми та величними. Найкраще збереглися до нашого часу побудований з цегли віадук, який з'єднує протилежні сторони рову, та східна вежа. Вперше фортеця згадується у 1475 р., коли її почали будувати за наказом Михайла Чорторийського. На даний час споруда продовжує руйнуватись, але навіть, незважаючи на забуття, стіни витримають ще не одне століття.

Ще одною визначною пам'яткою є Благовіщенський костел. Фундатором храму був князь Юрій Чорторийський (бл. 1540—1626, спочатку був православним). Він записав фундуш (у старопольському праві слово «фундуш» означав «дар») для православного храму у Клевані (за іншими даними, власне для костелу) 1590 року, тоді ще дерев`яного. Був першим серед заможної родини Чорторийських, що 1598 року змінив обряд (перейшов на унію). Власний князівський двір з міста Луцьк переніс на постійно до містечка Клевань.

Другим проміжним пунктом маршруту є місто Корець. Корець, що на Рівненщині, входить до Списку історичних міст України. Вперше це населений пункт згадується у письмових джерелах у 1150 році, але тутешні поселення датовані ще пізнім палеолітом. За межами Корця археологи виявили також городища часів Київської Русі. Корець українці любовно іменують «християнською Меккою», адже тут знаходяться цілих 10 величних храмів, а також велика кількість не менш цікавих сакральних пам'яток. Найвідомішим є Свято-Троїцький жіночий монастир, що почав закладатись у 1571 році. Зведення комплексу завершилось лише на початку 20 ст., і саме тоді він набув свого нинішнього вигляду. Монастир виконано в руському архітектурному стилі та бароко.

Будівництво Корецького замку розпочалось у 1386 р., а до нашого часу споруда дійшла в майже повністю зруйнованому стані. Збереглись лише залишки колишньої величі – невеликі фрагменти оборонних споруд, датовані 15-18 ст. Замок суттєво постраждав у 1832-му р. від пожежі, яка і вплинула на його подальшу долю. Палац відтоді належним чином не реконструювався, а згодом почав повністю руйнуватись. У хорошому стані перебуває відремонтований у 2005-му р. віадук, який веде до фортеці через невеликий рів.

Третім проміжним пунктом є місто Острог. Назва міста Острог, що на Рівненщині, вперше з'явилась у письмових джерелах у 1100-му році. Історія цього населеного пункту нерозривно пов'язана з іменем Костянтина Острозького, котрий у далекому 1576-му р. заснував тут однойменну академію.

Острозька академія відома далеко за межами України і досі залишається одним із найбільших наукових центрів. Тут у свій час навчався славетний гетьман Петро Сагайдачний, науковець Смотрицький. У місті вів свою друкарську діяльність Іван Федоров, який видав Острозьку Біблію, «Буквар» та ін.

В Острозькому замку (14 ст.) функціонує краєзнавчий музей, який знайомить з історіє міста. Саме тут можна не лише почути цікаві легенди, а і повністю перенестись у часи Середньовіччя. Безпосередньо сам палац є

самобутньою житловою спорудою, на якій височіє одна вежа. Будівля чудово збереглась до нашого часу, а її могутні мури, здається, й зараз готові обороняти своїх мешканців.

Велика синагога — пам`ятка юдейської сакральної архітектури в колишньому єврейському кварталі в місті Острог. Історичний центр релігійного життя однієї з найбільших і найважливіших єврейських громад на Волині.

Оригінальна пам`ятка архітектури епохи Ренесансу та бароко на території Західної України . Була культурно-освітнім осередком єврейської громади і використовувалася для різноманітних цілей. Крім богослужіння, тут проводилися загальні збори кагалу, навчали дітей, равинів, проводилися суди. Особливістю синагоги було її оборонне призначення. Товщина стін споруди 2,5 м, приблизно така ж сама, як оборонних мурів, які оточували Острог.

Четвертим проміжним пунктом маршруту є місто Дубно. Рівненщина багата містами, що своєю незвичайною історією приваблюють натовпи туристів. Одним із таких населених пунктів є Дубно, вперше згадане у письмових джерелах у 1100-му р.

Дубенський замок. Фортеця, заснована 1492 року на берегах річки Ікви, визнана сьогодні пам’яткою культури, архітектури та історії.

Колись він був чи не найбагатшим у Європі, адже неприступні мури та заплутані підземні коридори ховали незлічені скарби князів Острозьких. Тож не дивно, що ворожі війська постійно оточували замкові стіни. Але фортеця вистояла і жодного разу не була взята штурмом.

З моменту зведення замок неодноразово реставрували та зводили нові укріплення. Його зовнішній вид та оздоблення обумовлювалися оборонним призначенням: глибокі рви, що заповнювались водою, ходи-тайники, гармати мали захищати місто від нападників. На території фортеці навіть була власна ливарна майстерня, вироби якої поповнювали арсенали вогнепальної зброї.

На території замку знаходяться два палаци: в північній частині – князів Острозьких, в південній – князів Любомирських. Та як це часто буває із замками, все найважливіше було сховано під землею. Князь Острозький увійшов історію

як найбагатший вельможа Європи, і все цінне він задля безпеки зберігав у підземеллях. Там же, у глибоких льохах, зберігалися запаси провіанту на випадок облоги. Сьогодні в цих моторошних підземеллях влаштовано музей тортур.

Костел Святого Яна Непомуки — костел Луцької Дієцезії Римо-Католицької церкви в м. Дубно. Фарний костел, збудований місцевим парохом о. Алоїзом Осинським. Кам'яно-цегляний, прямокутний у плані, базилікальний, трьохнефний, оштукатурений. З північної сторони – приміщення з цікавими дерев`яними гвинтовими сходами, що ведуть на хори. Під підлогою східного нефу – сводчате склепіння. Головний неф перекритий півциркульним зведенням з распалубками, бокові нефи – хрестовими зведеннями. Головний фасад прикрашений фланкіруючими вхід спареними іонічними полу колонами, завершується трикутним фронтоном і аттіком з ліпниною.

Вам обов'язково сподобається Тараканівський форт. Це унікальна споруда часів І світової війни. Таких у світі лише три, і одна з них - в Україні, на Рівненщині. Тараканівський форт – це ціле військове містечко, частина якого знаходиться під землею, та ідеальне місце для відпочинку тих, хто любить пригоди. Дубенський форт, Тараканівський форт, Нова Дубенська фортеця (інші назви форту) — архітерктурна пам`ятка 19 століття, розташувалися неподалік від села Тараканів Дубенського району Рівненської області, в мальовничій місцевості над рікою Іквою.

З вищенаведеного матеріалу видно, що Рівненщина багата на туристичні місця. Чому ж тоді рівень туристичного ринку залишається низьким. Проведемо SWOT-матрицю туристичного ринку Рівненщини (рис. 1.2). Серед прогнозованих сприятливих тенденцій виявлено три основні блоки, що суттєво посилюють сильні сторони Рівненщини як туристично-рекреаційної території та прямо впливатимуть на розвиток туризму. Так, одним з визначальних факторів є зміна балансу між виїзним та внутрішнім туризмом на користь внутрішніх подорожей.

Сильні сторони	Підтримують	Можливості
1 Розвинена система транспортного сполучення між населеними пунктами.		1. Розширення повноважень ОТГ в управлінні власними туристичними територіями.
2. Наявність діючого міжнародного аеропорту та одного з найбільших в Україні залізничних вузлів		2. Підвищення інтересу міжнародних донорів до туристичної галузі, креативних індустрій та розвитку культури, збільшення кількості програм підтримки та обсягів фінансування.
3. Наявність значного природного потенціалу: найвищі в Україні показники залісненості та заповідності території.		3. Проходження через Рівненщину міжнародного культурного шляху Ради Європи «Via Regia».
4. Значний історико-культурний потенціал, що включає ключові елементи української ідентичності та елементи, що є частиною світової культурної спадщини.		4. Зміна балансу між виїзним та внутрішнім туризмом на користь внутрішніх подорожей. Пандемія коронавірусу в найближчі роки обмежуватиме туристичні потоки до місць масового відпочинку.
5. Наявність унікальних елементів, що сприяють впізнаваності: поліський спів, кулінарні традиції, ремесла (бортництво та ткацтво), обряди (Водіння куста).		5. Сусідні туристичні центри – Київ, Львів – стають перенасичені туристами, Рівненщина набуває статусу рівносильної альтернативи з помірним навантаженням.
6. Вагома сакральна спадщина (унікальна дерев'яна архітектура, 15 монастирів, чудотворні ікони та благодатні місця).		6. Зростання попиту на креативний туристичний продукт, що сприяє розширенню сфери діяльності підприємницького сектору, та створенню додаткових можливостей для самореалізації особистості.
7. Наявність єдиних в Україні родовищ бурштину та унікальних покладів базальту.		7. Підвищення рівня міжрегіональної співпраці та тенденція об'єднання айдентики регіонів в потужні диверсифіковані всеукраїнські продукти.
8. Значна кількість «туристичних магнітів», (Тунель кохання, Тараканівський форт, діюча найдовша в Європі вузькоколійна залізниця Антонівка-Зарічне, тощо).		8. Розвиток інновацій, що дозволяє розширити територію маркетингового впливу.
9. Наявність та різноплановість подієвих заходів (активний туризм, мистецькі проекти, фестивалі, акції тощо).		9. Підвищення інтересу до заповідних територій як об'єктів екологічного туризму та змістовної рекреації.
10. Потужна велоспільнота		10. Зростаюча потреба в якісному продукті активного туризму

Рис. 1.2. SWOT-матриця Рівненської області. Порівняльні переваги Рівненської області

Розроблено автором

Уже сьогодні, в умовах пандемії коронавірусу очевидно, що обмеження зовнішніх туристичних потоків та подорожей до місць масового відпочинку, стимулюватиме стрімке зростання попиту на тематичний туристичний продукт.

За таких умов Рівненщина, як територія з значним історико-культурним та рекреаційним надбанням, отримує можливість максимально реалізувати наявний потенціал. Для використання цієї можливості важливо запропонувати якісний диверсифікований туристичний продукт, забезпечити розвиток мережі туристичних маршрутів з їх відповідним ознакуванням та облаштуванням до потреб туристів, а також розробити та здійснювати ефективну промоцію регіону.

Передбачається подальше розширення фінансових можливостей галузі туризму за рахунок підвищення інтересу міжнародних донорів до проектів розвитку саме туристичного спрямування. Ця можливість може і повинна бути використана для реалізації унікального потенціалу територіальних громад та малих міст Рівненщини. Міжнародна технічна допомога – це основна передумова для створення нових робочих місць, посилення конкурентного середовища та розвитку компетенцій, що в свою чергу сприятиме підвищенню якості туристичних продуктів. Для ефективного використання цієї можливості важливо забезпечити навиками проектного менеджменту та ефективним методикам управління як представників територіальних громад, управлінців та провайдерів туристичних послуг.

Третім важливим фактором є розвиток інновацій та зростання попиту на креативний туристичний продукт. Маючи багату історико-культурну спадщину, контекст якої незмінний (історичний факт, споруда), Рівненщина гостро потребує нового сучасного методу подачі інформації. Саме інноваційні технології дозволять ревіталізувати історико-культурну спадщину, модернізувати музейні експозиції та сформувати конкурентоздатний імідж області, зокрема у мережі Інтернет. У світлі цієї можливості, постає проблематика медіа-грамотності туристичних провайдерів та ефективне використання медіа ресурсів для просування туристичного продукту області.

Розглянемо рис. 1.3. Зростаючі можливості дозволяють мінімізувати вплив слабких сторін на розвиток туризму на Рівненщині.

Слабкі сторони	Посилюють	Загрози
1. Негативний імідж північних районів області, пов'язаний з катастрофою на Чорнобильській атомній електростанції.		1. Політична нестабільність в країні
2. Недостатній рівень розвитку об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема готелів для розміщення туристичних груп		2. Скорочення попиту на туристичні послуги, спадна хвиля економічного зростання країни.
3. Часткове незнання гідами іноземних мов та неможливість проведення екскурсій маршрутами іноземними мовами		3. Відсутність загальнодержавних механізмів з урегулювання питань концесії, неможливість відновлення та збереження пам'яток історії, культури та архітектури
4. Порівняно невисока якість та недостатній асортимент туристичних послуг в регіоні.		4. Через трудову міграцію зменшується кількість активних мешканців сільських територій потенційно здатних розвивати сільський туризм
5. Низький рівень адаптованості туристичних об'єктів та продуктів до потреб людей з інвалідністю.		5. Поява нових технологічних вимог з боку користувачів до якості регіонального туристичного продукту
6. Низький рівень активності туристичних операторів, незацікавленість у створенні та продажі локального туристичного продукту.		6. Неефективна система мотивації молоді, провайдерів послуг, туроператорів щодо розвитку та просування місцевого продукту, удосконалення підходів, підвищення компетентності
7. Аварійний чи напівзруйнований стан важливих туристичних об'єктів		
8. Поганий стан доріг за напрямками основних та потенційно-цікавих туристичних маршрутів		
9. Несучасна музейна мережа: експозиції та подача інформації не відповідають ні вимогам часу, а ні потребам відвідувачів		
10. Туристичні провайдери не володіють достатніми навиками ефективного просування з використанням медіа інструментів.		
11. Низький рівень придорожньої туристичної інфраструктури.		
12. Необлаштованість активних туристичних маршрутів		
13. Недостатнє ознакування туристичних об'єктів		

Рисунок 1.3. SWOT- матриця Рівненської області. Виклики

Розроблено автором

Так, за рахунок підвищення рівня залучення фінансових ресурсів міжнародних донорських організацій, можливо значною мірою знизити гостроту проблем незадовільного стану історико-культурних об'єктів, та каталізувати процеси з покращення якості та розширення асортименту туристичних послуг в регіоні, модернізації туристичних продуктів.

Зростання попиту на активний туристичний продукт та підвищення інтересу до природно-заповідних територій, мінімізує вплив неякісного дорожнього полотна на туристичну привабливість регіону. У той же час, ця можливість є передумовою для розвитку сільських територій, які сьогодні є в групі ризику через міграцію працездатного населення.

Підвищення рівня міжрегіональної співпраці з сусідніми областями та створення спільних продуктів нівелює брак туристичної інфраструктури. Зменшується зв'язок між відсутністю готелів та рівнем відвідання туристичних об'єктів, оскільки поселення може бути на території однієї області, а ціль подорожі - в обох. Варто зазначити, що така можливість сприятиме створенню потужних туристичних продуктів, наповненню напрямків туристами, а вже це мотивуватиме підприємницький сектор до створення засобів розміщення на території області та поблизу туристичних дестинацій.

Зовнішні фактори (загрози) можуть суттєво погіршити проблеми розвитку області, пов'язані із слабкими сторонами регіону.

Так, на слабкі сторони Рівненської області найбільше можуть вплинути політична та економічна нестабільність в Україні та світі, що прямо впливають на рівень життя та туристичні можливості як туристів, так і суб'єктів туристичної діяльності. Неготовність ризикувати, розпочинати нові проекти, створювати продукти посилюватимуть проблему низької якості туристичних послуг, брак висококваліфікованих фахівців туристичного супроводу та обмеженого асортименту туристичних пропозицій (рис. 1.4).

Слабкі сторони	Зменшують	Можливості
1. Негативний імідж північних районів області, пов'язаний з катастрофою на Чорнобильській атомній електростанції.		1. Розширення повноважень ОТГ в управлінні власними туристичними територіями.
2. Недостатній рівень розвитку об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема готелів для розміщення туристичних груп.		2. Підвищення інтересу міжнародних донорів до туристичної галузі, креативних індустрій та розвитку культури, збільшення кількості програм підтримки та обсягів фінансування.
3. Часткове незнання гідами іноземних мов та неможливість проведення екскурсій маршрутами іноземними мовами.		3. Проходження через Рівненщину міжнародного культурного шляху Ради Європи «Via Regia».
4. Порівняно невисока якість та недостатній асортимент туристичних послуг в регіоні.		4. Зміна балансу між виїзним та внутрішнім туризмом на користь внутрішніх подорожей. Пандемія коронавірусу в найближчі роки обмежуватиме туристичні потоки до місць масового відпочинку.
5. Низький рівень адаптованості туристичних об'єктів та продуктів до потреб людей з інвалідністю.		5. Сусідні туристичні центри – Київ, Львів – стають перенасичені туристами, Рівненщина набуває статусу рівносильної альтернативи з помірним навантаженням.
6. Низький рівень активності туристичних операторів, незацікавленість у створенні та продажі локального туристичного продукту.		6. Зростання попиту на креативний туристичний продукт, що сприяє розширенню сфери діяльності підприємницького сектору, та створенню додаткових можливостей для самореалізації особистості.
7. Аварійний чи напівзруйнований стан важливих туристичних об'єктів		7. Підвищення рівня міжрегіональної співпраці та тенденція об'єднання айдентики регіонів в потужні диверсифіковані всеукраїнські продукти.
8. Поганий стан доріг за напрямками основних та потенційно-цікавих туристичних маршрутів		8. Розвиток інновацій, що дозволяє розширити територію маркетингового впливу.
9. Несучасна музейна мережа: експозиції та подача інформації не відповідають ні вимогам часу, а ні потребам відвідувачів		9 Підвищення інтересу до заповідних територій як об'єктів екологічного туризму та змістовної рекреації.
10. Туристичні провайдери не володіють достатніми навиками ефективного просування з використанням медіа інструментів.		10. Зростаюча потреба в якісному продукті активного туризму.
11. Низький рівень придорожньої туристичної інфраструктури.		
12. Необлаштованість активних туристичних маршрутів		
13. Недостатнє ознакування туристичних об'єктів		

Рисунок. 1.4. SWOT-матриця Рівненської області. Ризики

Розроблено автором

Отже, однією із загроз, що може посилювати слабкі сторони, є відсутність оперативного та ефективного реагування на відтік працездатного населення із сільських територій, та кваліфікованих кадрів за кордон. Оскільки більшість туристичних магнітів та унікальних туристичних ресурсів області розміщені в селах, це може суттєво знизити рівень туристичного обслуговування, а відтак і конкурентоздатність Рівненщини на ринку туристичних послуг.

РОЗДІЛ 2
ПРОЄКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Рівненська область відзначається унікальністю природно-географічних умов. Зокрема багатством лісових ресурсів, поширенням унікальних болотних ландшафтів та великою кількість гідрографічних об'єктів, мальовничі поліські ландшафти є стимулюючими факторами при здійсненні рекреаційно-туристської діяльності. Площа природоохоронних територій складає близько 8,3% території області, що вдвічі перевищує середній показник по Україні.

Аналізуючи розвиток туризму Рівненської області ми обрали один із цікавих, на нашу думку маршрутів: Рівне - Клевань (Тунель кохання)- Корець – Острог - Дубно (Тараканівський форт)- Рівне.

Для побудови схеми маршруту (рис. 2.1) ми обрали кільцеву схему маршруту (маршрут, при якому шлях руху проходить по замкнутому контуру, тобто починається і закінчується в одному і тому ж місці).

ПП/КП – початковий пункт/ кінцевий пункт

Пп.1…..4 – Проміжний пункт 1..4

Рис. 2.1. Схема маршруту

Розроблено автором

Обов'язковою складовою інформаційного забезпечення розробки туру є карта території. Розглянемо карту нашого маршруту на рис. 2.2.

Рис. 2.2. Картографічне моделювання туру

Розроблено автором

Найкращий час для подорожі нашим маршрутом – весна-літо. Найзручніший варіант пересування – перевізник BusUA, який здійснює нерегулярні пасажирські перевезення не лише Рівненською областю, а й по всій Україні. Наш пізнавальний тур Рівненщиною розрахований на 4 дні. Детальніше час в дорозі та кілометраж можна розглянути у табл. 2.1

Таблиця 2.1

Кілометраж туру та час в дорозі

Маршрут	Тип транспорту	Час в дорозі	Відстань
Рівне – Клевань	Автобус	30 хв	26 км
Клевань – Корець	Автобус	1 год 30 хв	89 км
Корець - Острог	Автобус	1 год	74 км
Острог - Дубно	Автобус	1 год 20 хв	82 км
Дубно - Рівне	Автобус	45 хв	46 км
ВСЬОГО		5 год 5 хв	317 км

Розроблено автором

Наш тур починається у м. Рівне. Розглянемо деталі пізнавального туру Рівненщиною (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Програма пізнавального туру Рівненщиною

День 1	
8:00	Зустріч з туристами у м. Рівне
8: 30	Екскурсія до Свято-Успенської церкви
10:00	Екскурсія Свято-Покровським кафедральним собором
12:00	Обід в кафе «Vinograd»
13:00	Прогулянка парком «Пагорб слави»
15:00	Відвідування музею(на вибір) Музей бурштину / Рівненський краєзнавчий музей
17:00	Дорога в м. Клевань
17:30	Прибуття, заселення в міні – готель «Нептун». Вечеря. Вільний час
День 2	
8:00	Сніданок у міні – готелі «Нептун»
8:30	Екскурсія Тунелем кохання
10: 00	Екскурсія Клеванський замок
12:00	Екскурсія Благовіщенський костел
13:00	Обід в міні – готелі «Нептун»
13:30	Виїзд в м. Корець
15:30	Екскурсія замком князів Корецьких-Острозьких
17:00	Виїзд в Острог. Поселення в готель Маестро. Вечеря. Вільний час

Продовження табл. 2.2

День 3	
8:00	Сніданок в готелі Маестро
8:30	Екскурсія Острозький замок
10: 00	Екскурсія «Підземелля Острозької Академії»
13:00	Обід кафе «Академічне»
14:00	Екскурсія «Велика синагога»
15:00	Виїзд до м. Дубно
17:00	Заселення в готель «Фермерська хата». Вечеря. Прогулянка містом
День 4	
8:00	Сніданок в готелі
8:30	Екскурсія «Дубенсткий замок»
10:00	Екскурсія «Костел Святого Яна Непомуки — костел Луцької Дієцезії Римо-Католицької»
14:00	Обід в «Бістро/готова їжа»
14:30	Екскурсія «Тараканівський форт»
17:00	Виїзд до м. Рівне
18:00	Прощання з туристами

Розроблено автором

Саме влітку – у період відпусток та сонячної погоди - найбільше користуються попитом різного виду екскурсії. Руїни замків, мальовничі пагорби та водойми, квести та сплави по бурхливих річках. Коли, як не у теплу пору року, займатись такими розвагами. Ми підібрали перелік цікавих та оригінальних екскурсій у Рівненській області, які підійдуть як дорослим, так і дітям.

2.2. Заходи та інструменти просування пізнавального туру на ринку країн ЄС

Без якісного просування, регіональний туристичний продукт не зможе вийти на належний рівень ринку. В даний час, конкуренція в світі перевищує всі масштаби, боротьба за споживача відбувається не тільки між готелями чи турфірмами, але і між містами, регіонами та країнами. Просування туристичного

продукту - це один із самих складних та важливих етапів діяльності на туристичному ринку. Відповідно, весь процес просування продукту впливає на розвиток туризму в країні та регіоні.

Брендинг територій, достатньо нове направлення, проте, за період його існування накопичено велику кількість теоретичного матеріалу. Однак, вчені та практики не мають однієї думки щодо основних визначень дисципліни: бренд, імідж, брендинг територій, маркетинг територій, образ. На основі зарубіжних та вітчизняних підходів терміну "брендинг територій" було сформоване наступне визначення: багатовимірний об'єкт, який спирається на комплексний географічний образ та набір унікальних символічних елементів регіону, виділяє конкурентну ідентичність території в суспільній свідомості.

Бренд регіону - це сукупність цінностей, які демонструють своєрідні характеристики регіону які отримали суспільне визнання та популярність.

Брендинг територій - це складний і трудомісткий процес, для дослідження якого використовується певна методика, яка включає в себе чотири етапи:

1) вивчення регіону шляхом формування комплексного географічного образу та виділення особливостей територій;

2) розробка сукупності брендів на основі виділених особливостей досліджуваної території;

3) складання інформаційної бази (видатних пам'яток, місця громадського харчування, готельний сервіс) для первинного розвитку кожного бренду та представлення її в картографічній формі (складання карти розташування об'єктів);

4) розробка логотипів до виділених брендів.

Подальші кроки дозволяють проводити економічні оцінки регіону та SWOT-аналіз (рис. 1.1-1.3), представлення рекомендацій по брендингу досліджуваних територій та розробки стратегії просування брендів.

Якщо говорити про сучасні методи та технологій просування туристичних послуг, до них можна віднести: Інтернет, ярмарки та виставки, брендинг,

франчайзинг, рекламу, телемаркетинг . До ефективних інструментів просування регіональних туристичних послуг належать:

- державні програми розвитку туризму;
- PR-кампанії та акції;
- організаційні виставки державного та міжнародного масштабу;
- спеціалізовані туристичні інформаційні центри.

Державна програма - це документ стратегічного планування, який містить комплекс запланованих заходів, які взаємопов'язані по задачах, часу виконання та ресурсного забезпечення, які націлені на складання найважливіших проблем розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративно-територіальних одиниць та здійснюються з використанням коштів Державного бюджету України. На даний час, в Україні діють державні програми та концепції розвитку туризму, які являються головним інструментом регіонального туризму.

PR-кампанії - це сплановані комплексні дії, які направлені на формування сприятливих відносин між туристичним підприємством та споживачами.

Організаційні виставки, ярмарки, фестивалі та інші схожі за значенням заходи відіграють важливу роль у просування туристичних послуг. Завдяки таким заходами можливо знайти ділових партнерів, побачити конкурентів, просувати свої туристичні послуги та багато іншого.

Не менш важливу роль відіграють спеціалізовані туристичні інформаційні центри, які допомагають у приваблюванні та обслуговуванні туристів. Створення таких центрів дасть змогу координувати та просувати туристичну діяльність з урахуванням інтересів усіх задіяних.

До інших інструментів просування туристичного регіону належать:

- логотип, який запам'ятовується;
- реклама (реклама в соціальних мережах, телебачення, радіо, друкована реклама, каталоги, реклама в транспорті, на білбордах та інша);
- презентації;
- прес-конференції та прес-демонстрації;

- організація ознайомлювальних турів та зустріч для представників зарубіжної преси та туристичного бізнесу.

Медіа план є одним із основних елементів просування туру. Медіаплан – це інструмент контролю рекламних каналів. Є таблицею, в якій міститься вичерпна інформація про всі джерела трафіку, включаючи прогнози щодо конверсії. Протягом періоду кампанії результати щодня звіряються з планом. Розглянемо медіа план просування пізнавального туру Рівненщиною (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Медіа-план

Носії	Місяць											
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Соцмережа Facebook												
Соцмережа Instagram												
Соцмережа Telegram												
Електронна розсилка												
Листівки та флаєра												

Розроблено автором

З даної таблиці чітко можемо побачити, що основними носіями реклами у нас будуть соціальні мережі (цілий рік). В період з лютого до жовтня ще підключаємо листівки та флаєра. Електронна розсилка для клієнтів туристичної фірми здійснюватиметься 1 раз у 2 місяці (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Медіа-бюджет

Носії	Період				
	I квартал (грн)	II квартал (грн)	III квартал (грн)	IV квартал	За рік (грн)
Соцмережа Facebook	150	150	150	150	600
Соцмережа Instagram	150	150	150	150	600
Соцмережа Telegram	50	50	50	50	50
Електронна розсилка	50	50	50	50	200
Листівки та флаєра	100	100	100	100	400

Розроблено автором

У результаті на руках буде чіткий план дій, який допоможе поетапно рухатися вперед і запобігти зайвим витратам.

З вищенаведеної інформації, можемо зробити висновок, що Рівненщина погано справляється з брендингом території та її реклами закордоном, адже з даних , наведених в п. 1.2, бачимо що залучення іноземних туристів в регіон мінімальне.

Головним фактором у виборі країни/регіону для подорожі є безпека. Допоки Україна бореться з російською агресією, туризм для іноземців є неможливим. Проте, пропонуємо внести в Туристичну стратегію Рівненщини пункт про залучення іноземних туристів та активно займатися цим по закінченню війни.

2.3. Економічне обґрунтування пізнавального туру Рівненщиною

Для того, щоб економічно обґрунтувати вигідність «Пізнавального туру Рівненщиною» необхідно розробити таблицю калькуляції туру (табл. 2.5). При калькуляції розрахунок вівся з урахуванням 15 туристів та одного супроводжуючого групи буде проводитись на комфортабельному бусі Mersedes Sprinter 2012 року з загальною місткістю в 17 місць.

Таблиця 2.5

Калькуляція пізнавального туру Рівненщиною

Калькуляційна стаття	Показники		
	Кількість	Ціна на 1 особу, грн	Ціна за всю групу, грн
Страховка	15	40	600
Транспорт	317 км	28 грн/км	9000
ПРОЖИВАННЯ			
Міні-готель «Нептун»			
2-місне розміщення	3	280	1680
3- місне розміщення	3	234	2106
Готель «Маестро»			
2-місне розміщення	3	300	1200
3- місне розміщення	3	300	2700
Готель «Фемерська хата»			
2-місне розміщення	3	250	1500
3- місне розміщення	3	300	2700

Продовження табл. 2.5

ХАРЧУВАННЯ			
Сніданок в міні-готелі «Нептун» Сніданок в готелі «Маестро» Сніданок в готелі «Фермерська хата »	Включено у вартість проживання		
Обід в кафе “Vinograd” Обід в міні – готелі «Нептун» Обід кафе «Академічне» Обід в «Бістро/готова їжа»	15 15 15 15	200 100 100 100	3000 1500 1500 1500
Вечеря в міні-готелі «Нептун» Вечеряв готелі «Маестро» Вечеря в готелі «Фермерська хата»	15 15 15	100 100 100	1500 1500 1500
ЕКСКУРСІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ			
Екскурсія до Свято-Успенської церкви Екскурсія Свято-Покровським кафедральним собором	15	БЕЗКОШТОВНО	0
Музей бурштину / Рівненський краєзнавчий музей	15	30	450
Екскурсія Тунелем кохання Екскурсія Благовіщенський костел	15	БЕЗКОШТОВНО	0
Екскурсія Клеванський замок	15	25	375
Екскурсія замком князів Корецьких-Острозьких	15	20	300
Екскурсія Острозький замок	15	20	300
Екскурсія «Підземелля Острозької Академії»	15	50	750
Екскурсія «Велика синагога»	15	БЕЗКОШТОВНО	0
Екскурсія «Дубенський замок»	15	20	300
Екскурсія «Костел Святого Яна Непомуки — костел Луцької Дієцезії Римо-Католицької»	15	БЕЗКОШТОВНО	0
Екскурсія «Тараканівський форт»	15	БЕЗКОШТОВНО	0
Разом прямих витрат			**35 961**
Загально-виробничі витрати			2000
З/п екскурсовода	1		5000
Витрати на рекламу	1		2000
Виробнича собівартість			**44961**
Прибуток	30%		13500
Вартість обслуговування групи			58461
Ціна 1 ваучера (Без ПДВ)			3898
ПДВ	20%		780
Ціна продажу 1 ваучера (з ПДВ)			**4678**

Розроблено автором

Тур буде проводитись протягом чотирьох днів через те, що це є оптимальною протяжністю туру. З таблиці можна побачити, що ціни на екскурсії Рівненщиною є досить демократичними, що дозволяє провести їх велику кількість та включити в вартість не набагато збільшуючи ціну туру. Також це робить можливість встановити прибуток на рівні 30% і при цьому зберегти ціну продажу одного ваучеру на конкурентоздатному рівні.

Для того, щоб зрозуміти скільки ваучерів необхідно продати щоб покрити операційні витрати потрібно розрахувати точку беззбитковості.

Q = Сума пост. Витрат / (од. Продукції – зм. витрати) **(2.1)**

Отже, у даному випадку вона дорівнює 9,6. Тобто нам потрібно продати 10 ваучерів, щоб покрити витрати і вийти в прибуток.

ВИСНОВКИ

1. У кваліфікаційній роботі розкрито теоретико-методологічні засади вивчення туристичного ринку. Висвітлено сутність поняття «туристичний ринок» як наукову категорію за різними авторами. Тлумачення систематизовано згідно системного та комунікаційного підходів. «Туристичний ринок» – це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням. Розкрито галузеву та територіальну структури туристичного ринку, його класифікація за різними ознаками та типи ринків. Вивчення туристичного ринку як на національному, регіональному, так і місцевому рівнях передбачає певний алгоритм дослідження. А також створено схему, маршрут та програму «Пізнавального туру Рівненщиною» та проведено його аналіз.

2. Поняття «туристичний попит» визначають як сукупність туристичних благ, послуг і товарів, які туристи схильні придбати за визначеного рівня цін. Рівненська область має високу мозаїчність природних ресурсів, різноманістність історико-культурної спадщини в регіоні та розкриває широкі можливості для розвитку туризму. «Рівненщина була і є туристичним регіоном».

3. Здійснено аналіз кількості туроператорів та турагентів юридичних та фізичних осіб Рівненщини у порівняльному аспекті з за регіонами України. На Рівненщині створено Стратегію розвитку туризму області до 2027 року. Головними стратегічними цілями є: розширення асортименту туристичних продуктів; підвищення потенціалу надавачів туристичних послуг; промоція туристичних продуктів. Основною метою концепції туризму є промоція краю через активізацію спортивного, подієвого, історичного та гастрономічного туризму, що включає популяризацію для туристів нових туристичних об'єктів та кулінарних страв.

4. Найпопулярнішими туристичними об'єктами Рівненщини є: «Тунель кохання», протягом року прямий пошук даної туристичної локації здійснили 80222 особи та «Тараканівський форт», що на Дубенщині. До історико-культурних об'єктів, які найчастіше переглядають потенційні туристи на Google

картах, окрім названих вище належать Музей бурштину, Рівненський обласний краєзнавчий музей, Клеванський замок, Музей книги та друкарства, Руїни замку князя Корецьких, Губківський замок, Садиба Валевських, Новомаленський замок, Корецький монастир.

5. У роботі представлено SWOT- аналіз розвитку туристичного ринку Рівненської області. Проблемним є недостатній рівень розвитку об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема готелів для розміщення туристичних груп та погана якість доріг; низький рівень активності туристичних операторів, незацікавленість у створенні та продажі локально; часткове незнання гідами іноземних мов та неможливість проведення екскурсій маршрутами іноземними мовами; порівняно невисока якість та недостатній асортимент туристичних послуг в регіоні.

6. Високою є потреба у культурно-туристичних послугах осіб з інвалідністю. Близько 80% хотіли б подорожувати частіше, проте недоступність фізичного та інформаційного простору та відсутність адаптованих культурних продуктів не дозволяють цього робити. Переваги концепції туристичного ринку «Рівненщини туристична», – це зміна балансу між виїзним та внутрішнім туризмом, інтерес міжнародних донорів до проєктів туристичного спрямування, зростання попиту на креативний туристичний продукт. Тому серед основних тенденцій індустрії туризму регіону: розширення асортименту туристичних продуктів й їх промоція та робота над підвищенням потенціалу надавачів туристичних послуг.

7. Враховуючи багатий природний та історико-культурний потенціал Рівненщини, важливо запропонувати якісний туристичний продукт, креативний, що дасть змогу сформувати конкурентоздатний імідж області; забезпечити розвиток мережі туристичних маршрутів; підсилювати промоцію регіону та сприяти покращенню інфраструктури. Інновації в туристичній сфері варто спрямувати на розвиток транспортного обслуговування та гостинності, формування нового туристичного продукту. Головним завданням залишається формування бренду «Рівненщина туристична» конкурентоспроможного на національному та міжнародному туристичному ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дутчак С.В. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Рівненської області / С.В. Дутчак, М.В. Дутчак // Туристсько-краєзнавчі дослідження. 2019. Вип. 2. С. 123–136.

2. Класифікаційний дискурс [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://pidruchniki.com/1376102543517/turizm/klasifikatsiyniy_diskurs

3. Культурно-пізнавальний туризм в Рівненській області [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://bibliofond.ru/view.aspx?id=701142

4. Організація рекреаційних послуг [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/velychko9–1.htm

5. Пізнавальний туризм [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://poznayka.org/s43076t1.html

6. Пізнавальний туризм [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://thecity.com.ua/piznavalnij-turizm.html

7. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П.Р. Пуцентейло.– Київ : Центр учбової літератури, 2017.– 344 с.

8. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та ін. / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.

9. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Друге видання, доповнене і доопрацьоване / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. Херсон: Олді-Плюс, 2016. 248 с.

10. Рівненська обласна районна адміністрація. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.old.rv.gov.ua/sitenew/main/ua/publication/content/685.htm

11. Яроменко О.В., Аотюшок В.С. Розвиток готелів як засобів розміщення туристів у Рівненській області. Географія, економіка і туризм: національний та

міжнародний досвід. Матеріали XIII Міжнародної наукової конференції. Львів, 2019. С. 242–245.

12. Яроменко О.В., Прокопюк Д.О. Класифікація засобів розміщення туристів. Materiały XVI Międzynarodowej naukowi-praktycznej konferencji, «Kluczowe aspekty naukowej działalności-2019», Volume 11, Przemyśl: Nauka i studia. С.3–5.

13. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. 5.1. Особливості ринку міжнародного туризму. [Електронний ресурс] - Режим доступу https://ukrtextbook.com/mizhnarodnij-turizm-i-sfera-poslug-malska-mp/mizhnarodnij-turizm-i-sfera-poslug-malska-m-p-5-1-osoblivosti-rinkumizhnarodnogo-turizmu.html

14. Марченко О. Методичні засади здійснення макро- та мікроекономічного аналізу туристичних ринків та обґрунтування перспектив їх розвитку. [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/11/9.pdf .

15. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі. Ринок туристичних послуг. [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/mark_tur04.htmhttps://tourlib.net/books_ukr/mark_tur04.htm

17. Баєв В. В. Сучасні тенденції розвитку медичного туризму в Україні Агросвіт. 2015. №7. С. 35-38 [Режим доступу] : http://www.agrosvit.info/pdf/7_2015/8.pdf

18. Кушнірук Ю. С., Яковишина М.С. Еколого-географічні аспекти медичного туризму на Рівненщині. Вісник НУВГП №1 (81). 2018. С. 42–52.[Режим доступу] : http://ep3.nuwm.edu.ua/13126/

19. Кушнірук Ю. С., Яковишина М.С. Медичний туризм у Рівненській області: можливості та перспективи розвитку. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія «Географічні науки». Луцьк : Вежа-Друк, 2017. № 9 (358). С. 112-119. [Режим доступу] : http://ep3.nuwm.edu.ua/8235/.

20. Кушнірук Ю., Яковишина М. Статистичний аналіз потенціалу індустрії медичного туризму в Рівненській області. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід : матер. XII Міжнар. наук. конф. присв. 15-річчю каф. туризму, 12-14 жовтня 2018 р. Львів : 2018. С. 181-186. [Режим доступу] : http://ep3.nuwm.edu.ua/11671/.

ДОДАТОК А

Карта Рівненської області

Джерело: Google