


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

До захисту допустити:

завідувач кафедри

 Балабаниць А.В.,

д.е.н., проф.

(підпис) (ПІБ завідувача кафедри)

«30» травня 2024 р.

**«ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА МІСТА, РЕГІОНУ, КРАЇНИ
ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИЗМІ»**

Кваліфікаційна робота

здобувача вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня вищої
освіти освітньо-професійної
програми

Аювджи Тимofія Андрійовича

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

Науковий керівник:

Аракелова І.О., к.е.н., доцент
кафедри маркетингу та туризму

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання)


Рецензент:

Хороших В.В. к.н.держ.упр,

доцент, доцент кафедри маркетингу,
Національний авіаційний університет

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою _____ добре _____

Секретар ЕК _____ 

« 17 » червня 2024 р.

**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

Освітній ступінь «Бакалавр»

Шифр та назва спеціальності 242 – Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)

 Балабаниць А.В.

(ППП завідувача кафедри)

«20» 02 2024 р.

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Аювджи Тимофія Андрійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Історико-культурна спадщина України та її використання в туризмі керівник роботи Аракелова Інна Олександрівна, к.е.н., доцент,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Маріупольського державного університету від «16» лютого 2024 року № 30

2. Строк подання студентом роботи 11.05.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження історико-культурної спадщини країни та визначення можливостей її ефективного використання для розвитку туризму.

Об'єктом дослідження є процеси використання історико-культурної спадщини України для розвитку туристичної галузі

Предметом дослідження є система управління розвитком історико-культурна спадщина України

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КРАЇНИ В ТУРИЗМІ

1.1. Теоретичні підходи до висвітлення значимості історико-культурного туризму

1.2. Міжнародний досвід та світові тенденції використання історикокультурних об'єктів в розвитку туристичних дестинацій

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан історико-культурного туризму в Україні

2.2. Дослідження діяльності ТОВ «Скай Тревел» як суб'єкту туристичного бізнесу України

2.3. Оцінка використання історико-культурної спадщини у процесі розвитку підприємства туристичного бізнесу (на прикладі ТОВ «Скай Тревел»).

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ КРАЇНИ



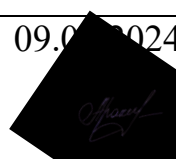



3.1. Перспективи та проблеми розвитку історико-культурних об'єктів в Україні

3. 2. Розробка стратегічних напрямів розвитку туристичного підприємства «СкайТревел» на основі використання історико-культурної спадщини

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

4. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Аракелова І.О. - кандидат економічних наук, доцент	11.02.2024 	 11.02.2024
2	Аракелова І.О. - кандидат економічних наук, доцент	09.02.2024 	 22.04.2024
3	Аракелова І.О. - кандидат економічних наук, доцент	11.03.2024 	05.04.2024 

5. Дата видачі завдання 19.02.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
-------	-------------------------------------	-------------------------------	----------

1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	до 19.02.2024	виконано
2	Затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	19.02.2024	виконано
3	Консультація з науковим керівником	Постійно	виконано
4	Робота з науковою літературою. Визначення плану кваліфікаційної роботи	до 19.02.2024	виконано
5	Переддипломна практика	19.02.2024-08.03.2024	виконано
6	Робота над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи	11.03.2024-05.04.2024	виконано
7	Подання на перевірку теоретичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	До 08.04.2024	виконано
8	Робота над аналітичною частиною кваліфікаційної роботи	08.04.2024-22.04.2024	виконано
9	Подання на перевірку аналітичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	До 22.04.2024	виконано
10	Робота над рекомендаційною частиною кваліфікаційної роботи	23.04.2024-03.05.2023	виконано
11	Подання на перевірку рекомендаційної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 06.05.2024	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної роботи		виконано
13	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	до 11.05.2024	виконано
14	Захист кваліфікаційної роботи	11.06.2024 – 12.06.2024	виконано

Здобувач

(підпис)

Аювджи Т.А.
(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

(підпис)

Аракелова І.О.
(прізвище та ніціали)

ЗМІСТ

Вступ.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ МІСТА, РЕГІОНУ, КРАЇНИ, ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ В ТУРИЗМІ.....	7
1.1. Теоретичні підходи до висвітлення значимості історико-культурного туризму.....	7
1.2. Міжнародний досвід та світові тенденції використання історикокультурних об'єктів в розвитку туристичних дестинацій.....	14
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	21
2.1. Сучасний стан історико-культурного туризму в Україні.....	21
2.2. Дослідження діяльності ТОВ «Skay Trevel» як суб'єкту туристичного бізнесу України.....	30
2.3. Оцінка використання історико-культурної спадщини у процесі розвитку підприємства туристичного бізнесу (на прикладі ТОВ «Skay Trevel»).....	42
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ.....	54
3.1. Перспективи та проблеми розвитку історико-культурних об'єктів в Україні.....	54
3.2. Розробка стратегічних напрямів розвитку туристичного підприємства «Skay Trevel» на основі використання історико-культурної спадщини.....	62
Висновки до розділу 3.....	67
ВИСНОВКИ.....	70
Список літератури.....	75

ВСТУП

Актуальність проблеми. В умовах сучасної ринкової економіки туризм швидко розвивається, що робить цю сферу економіки важливим фактором, визначаючи добробут країн та окремих регіонів, активно використовуючи культурну спадщину, традиції, культові споруди певної територіальної одиниці. Україна має багато унікальних історичних місцевостей, які приваблюють мандрівників та мають потенціал для покращення туристичної привабливості у тому числі через історично-культурний туризм. Старовинні міста, палацово-паркові комплекси, археологічні пам'ятки, музеї та етнопарки є тими ресурсами історико-культурного туризму, що формують туристичні напрямки та тому їх вплив та розвиток є предметом дослідження науковців.

Теоретико-методологічні історико-культурного туризму в останні роки активно досліджуються вітчизняними та зарубіжними фахівцями. В дослідженні цієї тематики досягли значних успіхів такі науковці: Л. Гаррісон, С.З. Заремба, Т.І. Катаргіна, О. Любіцева, М. Мальська, Є. Панкова, Я. В. Подолян, К.А. Поливач, Н. П. Садова, В. Стафійчук, І. П. Тимошенко, В. Худо та ін.

Великий інтерес до маловідомих та нерозкритих сторінок української історії сприяє тому, що все більшого значення набувають дослідження культурної спадщини країни. Акцент робиться на ролі матеріальних та нематеріальних пам'яток культурної спадщини як чинника формування української ідентичності, мови, традицій і духовних цінностей, що є важливим для усвідомлення українців як єдиної нації.

З розвитком історико-культурного напрямку туризму стає важливим визначити локації на рівні міста, регіону або країни, яка буде слугувати туристичною дестинацією із залученням і поширенням привабливості відвідуваних об'єктів. Для задоволення попиту споживачів на відвідування унікальних туристичних об'єктів вимагається розробка стратегій для

оптимального використання історико-культурних ресурсів, оптимізація та поєднання напрямків відвідування туристичних об'єктів .

Основна мета. В даній кваліфікаційній роботі ставиться задача дослідження історико-культурної спадщини країни та визначення можливостей її ефективного використання для розвитку туризму.

Об'єктом дослідження є процеси використання історико-культурної спадщини України для розвитку туристичної галузі.

Предметом дослідження є система управління розвитком історикокультурна спадщина України.

Практична значущість роботи полягає в надання оцінки ландшафту історично-культурного туризму в Україні та запропоновані шляхів подолання недоліків та реалізації можливостей ТОВ “Skay Trevel” для розвитку цього виду туризму .

В процесі виконання роботи було вирішено завдання:

- Проаналізовано теоретичні основ історико-культурного туризму, що включає сучасні підходи та моделі, які наявні у світовій та вітчизняній практиці.
- Досліджено сучасний стан історико-культурного туризму в Україні, включаючи аналіз статистичних даних, тенденцій та проблем.
- Надано оцінку діяльності ТОВ «Skay Trevel» в організації історикокультурного туризму на основі фінансових показників, позиціонування на ринку та характеру конкурентного середовища.
- Розроблено рекомендації щодо реалізації потенціалу історико-культурної спадщини для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг.

Методологія дослідження базується на загальнонаукових методах, власне історичних та спеціальних: аналізу, синтезу, аналогії, історичного, хронологічного та порівняльного.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-

КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КРАЇНИ В ТУРИЗМІ

1.1. Теоретичні підходи до висвітлення значимості історико-культурного туризму

Історико-культурний туризм вважається одним з самих перспективних напрямків у сфері вітчизняного туризму. Величезна історична та культурна спадщина є міцним підґрунтям для створення різнобічних туристичних маршрутів. Це дає потенційним туристам можливість глибокого пізнання матеріальної та духовної культури місцевих громад, регіону або країни.

Існують різні теоретичні підходи до вивчення історико-культурного туризму. Одним з них є системний підхід, який розглядає туризм як комплексну систему, що включає різні елементи: туристичні ресурси, інфраструктуру, організаційні структури та ринок туристичних послуг.

Багато хто з дослідників, що займаються проблематикою туристичної діяльності, погоджуються, що саме унікальні особливості, притаманні певним територіям, стає ключовим елементом в системі розвитку культурного туризму. Підвищення інтересу до культурної ідентичності, елементами якої є мистецтво, кулінарія, мода, музика, історія, сприяє формуванню нематеріального багатства міст та країни в цілому. Водночас, туризм стає механізмом трансформації символічних та духовних цінностей в матеріальні шляхом створення нових туристичних напрямків та процес організації такого туристичного напрямку має враховувати інтереси місцевих громад та спиратись в тому числі на приватних інвесторів.

Щоб зрозуміти місце історико-культурного туризму серед інших видів туристичної діяльності, треба спочатку звернутися до дефініції “культурного туризму”, поняття якого є більш широким.

Вітчизняні та закордонні науковці мають різний підхід до визначення визначення поняття «культурний туризм». Основні підходи до цього питання висвітлено у табл. 1.1.

Табл. 1.1.

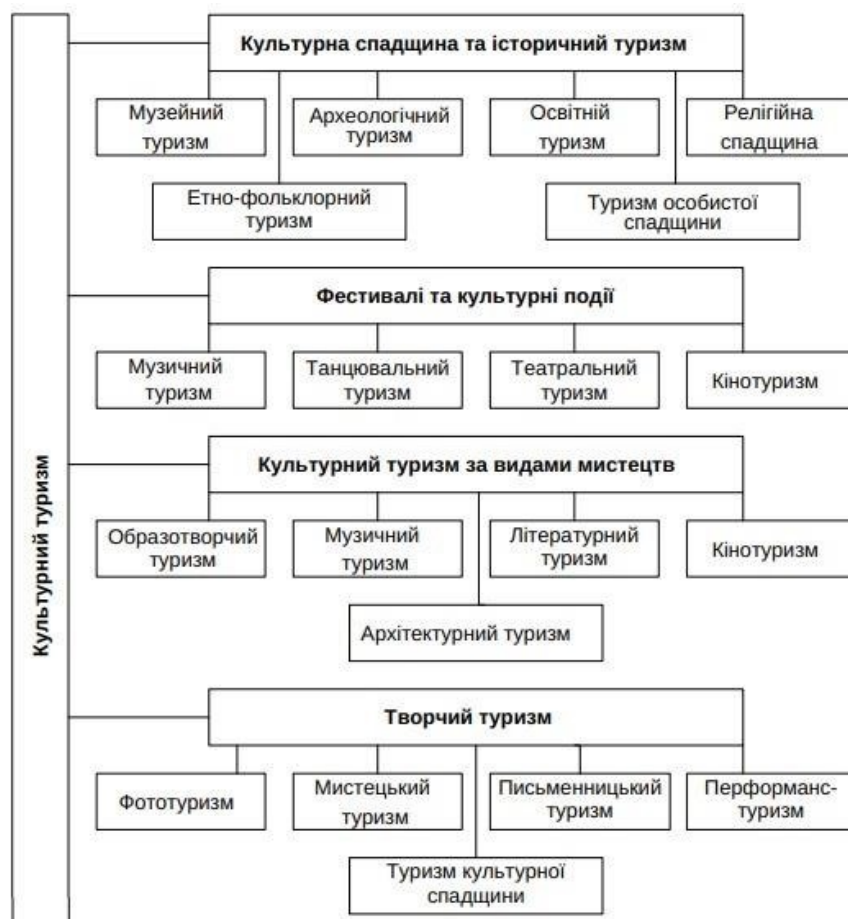
Наукові-нормативні підходи до трактування поняття «культурний туризм»

Джерело/Автор	Трактування поняття
Всесвітня туристична організація (UNWTO)	Переміщення осіб з переважно культурних мотивів, таких як навчальні поїздки, гастролі виконавського мистецтва та культурні тури, поїздки на фестивалі та інші культурні заходи, відвідування пам'яток і пам'ятників, подорожі з метою вивчення природи, фольклору або мистецтва, а також паломництва. [1]
Кляп М.П.	Відвідання історичних, культурних або географічних визначних пам'яток. [2]
Дроздова Г.М.	Подорож з метою ознайомлення з історикокультурними цінностями й унікальними природними об'єктами.[3]
Любіцева О.О.	Ознайомлення туристів з природою, культурноісторичним надбанням і сучасним життям країни. [4]
Ричардс Г.	Переміщення людей до віддалених від їхнього місця проживання культурних пам'яток, що має на меті набуття нової інформації й досвіду для задоволення культурних потреб. [5]
Фоли М., Леннон Дж.	Ідеальна сфера для дослідження природи культурного відтворення й ознайомлення туристів з мистецтвом, художньою спадщиною, фольклором та іншими проявами культури. [6]

Означені визначення дають змогу визначити культурний туризм як вид діяльності, який характеризується переміщенням осіб з метою відвідання об'єктів, що становлять культурну цінність з метою пізнання культурних

особливостей та історичної спадщини певної території. Обсяг цього поняття є доволі широким та з розвитком туризму включає в себе дедалі більше елементів. Основні цілі цього виду туризму полягають у подорожах з метою дослідження культури, традицій та мистецтва конкретної країни або окремого регіону. Цей вид туризму користується великою популярністю по всьому світу, поширеність якого постійно зростає та обумовлює пріоритетність розвитку цього напрямку в Україні.

Різноманіття культурного туризму та його класифікація зображає Рис. 1.1. Відповідно історико-культурний туризм виділяється серед інших тим, що безпосередньо пов'язаний з напрямками, які включають ознайомлення з об'єктами культурної спадщини.



Джерело: розроблено автором за [3]

Рис. 1.1. Класифікація видів культурного туризму

Музейний туризм традиційно займає одно з перших місць серед основних напрямків історичного туризму та передбачає відвідування музеїв, де зберігаються предмети культурної спадщини, які представляють історичну цінність. Це можуть бути як національні, так і краєзнавчі музеї, етнофольклорні парки тощо.

Археологічний туризм зосереджений на відвідуванні археологічних розкопок і місць, де знаходяться залишки древніх культур. Освітній туризм спрямований на навчання та пізнання історії через відвідування історично значущих місць, меморіалів та історичних пам'яток.

Багата релігійна спадщина України також відіграє важливу роль. Вона включає відвідування історичних релігійних пам'яток, таких як старовинні церкви, монастирі та інші культові споруди. Етно-фольклорний туризм, натомість, зосереджений на пізнанні культурних традицій та звичаїв, що відбивають історичну спадщину регіону. Це може включати відвідування етнографічних музеїв, участь у традиційних святах і обрядах, знайомство з місцевою кухнею та ремеслами.

Крім того, проведення фестивалів та культурні подій також є важливою частиною напрямку історичного туризму. Сюди входять реконструкції історичних подій, фестивалі народної творчості, ярмарки та інші заходи, які допомагають відтворити та зберегти історичну пам'ять. Такі події не тільки розважають, але й просвітлюють, відтворюючи атмосферу минулих епох.

Прикладом таких заходів є проведення щорічних «Травневих днів Кам'янця-Подільського». Це дійство насичене різноманітними культурними подіями. Серед них традиційний парад вулицями міста, численні театралізовані вистави на території Старої фортеці, лицарські поединки, виставки, конкурси.

Оскільки історико-культурний туризм, який фокусується на відвідуванні місць історично та культурно цінних для туристів, цей вид туризму інтегрує

культурні та історичні ресурси, зберігаючи та просуваючи ціннісні об'єкти культурної спадщини країни на локальний або світовий ринок.

Ключовою проблемою для розуміння, що підпадає під поняття історично-культурного туризму є те, що науковці та міжнародні інституції не мають єдиного розуміння історико-культурних ресурсів та використовують їх в широкому або вузькому сенсі.

Різні підходи до трактування культурної спадщини ускладнюють визначення меж історико-культурного туризму як категорії культурного туризму. Різні науковці та нормативні акти включають до культурної спадщини як матеріальні, так і нематеріальні культурні цінності, тоді як деякі визначення виключають ці аспекти, обмежуючи поняття історикокультурного туризму.

Табл. 1.2

Наукові та нормативні підходи для висвітлення поняття “культурна спадщина”

Джерело/Автор	Трактування поняття
ЗУ “Про охорону культурної спадщини”	Об'єкт культурної спадщини - місце, споруда (витвір), комплекс (ансамбль), їхні частини, пов'язані з ними рухомі предмети, а також території чи водні об'єкти (об'єкти підводної культурної та археологічної спадщини), інші природні, природноантропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність. [7]

Продовження таблиці 1.2

<p>Копієвська О.Р.</p>	<p>Сукупність всіх матеріальних і духовних культурних досягнень суспільства, його історичний досвід, соціальний капітал, що зберігається в арсеналі національної пам'яті. [8]</p>
<p>Каткова Т. Г.</p>	<p>Природні, природно-антропогенні або створені людиною рухомі і нерухомі об'єкти, що донесли до нашого часу цінність з антропологічного, археологічного, естетичного, етнографічного, історичного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність: споруди (витвори), комплекси (ансамблі), їхні частини, пов'язані з ними території чи території під водою, визначні місця, об'єкти науки і техніки, а також предмети та документи.</p>
<p>Поливач К.А.</p>	<p>Історико-культурні ресурси, що складаються з об'єктів та явищ, зокрема нематеріальних, які мають значну суспільну цінність. Вони можуть використовуватися для задоволення духовних, пізнавальних та рекреаційних потреб людей, а також відіграють важливу роль в економічному, соціальному та гуманітарному розвитку суспільства. [10]</p>
<p>Конвенція ЮНЕСКО про охорону світової культурної та природної спадщини</p>	<p>Пам'ятки історії та художньої творчості, їх ансамблі та пам'ятні місця, які мають видатну універсальну цінність з точки зору культури, науки та естетики. [11]</p>

Одним із ключових аспектів дослідження історико-культурного туризму є визначення його значимості як інструменту збереження культурної спадщини. Так він сприяє збереженню історичних пам'яток, архітектурних ансамблів, музеїв та інших об'єктів культурної спадщини. Туристи, які відвідують ці місця, не лише знайомляться з історією та культурою, але й сприяють фінансовій підтримці їх збереження та реставрації.

Якщо для гарантування привабливості матеріальної складової культурної спадщини, стратегія держави зосереджується здебільшого на заходах із збереження предметів культурної цінності, їх охорони, розвитку інфраструктури, то нематеріальна вимагає створення та організацію туристичних закладів, покликаних зберігати та просувати історико-культурні ресурси. В цьому процесі роль музеїв та етнофольклорних комплексів (включаючи в себе краєзнавчі, археологічні, меморіальні, природничі напрямки тощо) відіграє важливу роль для збереження історичної пам'яті та розвитку туристичних напрямів насамперед духовної культурної спадщини, надаючи можливість бачити і вивчати історичні та культурні аспекти. Ці інституції не тільки виконують пізнавальну функцію, але й сприяють збереженню цінних артефактів для сучасних і майбутніх поколінь.

Крім того, сучасна організація музеїв передбачає, що вони функціонують як культурні центри, де проводяться різноманітні заходи, спрямовані на залучення громадськості, вивчення історії та обмін ідеями. Таким чином, музеї матеріальної та нематеріальної спадщини є незамінними для збереження історико-культурних ресурсів.

Розуміння культурної спадщини у широкому змісті стає сучасною тенденцією. Тому поєднання пам'яток матеріальної та нематеріальної культурної спадщини України сприятиме розвитку туристичної мережі та забезпечить різноманітність туризму, що гарантує сталість туристичних напрямків навіть у кризові періоди.

Виходячи з означеного співвідношення трактувань понять, історикокультурний туризм — це вид туризму, який включає в себе подорожі, пов'язані з відвідуванням місць, які наділені певною історичною спадщиною та культурною цінністю, включаючи стародавні міста, садово-паркові ансамблі, палаци, комплекси культової архітектури, історичні будівлі та пам'ятки. Цей вид туризму використовує культурно-історичні ресурси, такі як матеріальні та нематеріальні пам'ятки, які слугують для формування туристичних продуктів та задовольняють освітні, культурні та пізнавальні потреби туристів.

Значущість історико-культурного туризму цього виду туризму базуються на аналізі його ролі у популяризації культурної спадщини, збереження національної ідентичності та впливу на соціально-економічний розвиток регіонів. Крім того, історико-культурний туризм відіграє важливу роль у формуванні та зміцненні національної ідентичності. Створення туристичних дестинацій на основі історичних місць, багатих на культурні особливості та етнічні традиції допомагає краще усвідомлювати свою історію, розуміти культурні здобутки та цінності, які передавалися з покоління в покоління. Організація такого виду туризму особливо сприяє формуванню національної ідентичності та патріотизму в порівнянні з іншими напрямками культурного туризму.

Значний вплив історико-культурний туризм має і на економічний розвиток суміжних сфер життя. Туристичний потік викликає мультиплікативний ефект, коли розвиток туризму сприяє зростанню інших галузей економіки, таких як інфраструктура, торгівля, готельний та ресторанний бізнес тощо.

1.2. Міжнародний досвід та світові тенденції використання історико-культурних об'єктів в розвитку туристичних дестинацій

Туризм, як фактор глобалізації культур, робить свій внесок в сучасні соціальні процеси та споживацькі вподобання. Туристична пропозиція завжди змінюється та запроваджує все нові види діяльності. Історико-культурний туризм не є виключенням і сьогодні стрімко розвивається. Крім того, він сприяє появі нових можливостей з розвитку малих та економічно не розвинутих територій, тому створення сталих туристичних дестинацій спонукає місцеві та національні органи влади робити інвестиції в сектор розвитку та пошуку нових історико-культурних ресурсів. Тому значення культурного та, зокрема, історичного туризму, важко переоцінити.

Культурний туризм став розвиватися як альтернатива популярному у 50х роках пляжному відпочинку, саме в час коли став активно формуватися ринок туристичних послуг. В ті роки у розвинених країнах Європи та Америки швидко зростала кількість туристичних фірм, які пропонували послуги з організації відпочину і дозвілля. Значною мірою така активність була зумовлена небувалим економічним піднесенням, яке переживала Європа. Стала зростати ефективність суспільної праці, підвищувався добробут населення. Із досягненням західним суспільством високого рівня життя починають культивуватися гедоністичні настанови, що сприяли формуванню суспільства масового споживання.

Стрімкий розвиток історико-культурного туризму, як явища, припадає на 1980-і роки та тісно пов'язаний зі зміною туристичних вподобань, пов'язаних з збільшенням середнього класу. Саме в цей час стає

загальноживаним термін “культурний туризм” та згодом розвивається більш спеціалізований напрямок історико-культурного туризму.

Туризм поступово зайняв місце серед життєвих пріоритетів споживачів. Однак активно пропонований на ринку курортний відпочинок як провідна форма організації дозвілля почав втрачати інтерес. Із зростанням матеріального добробуту суспільство розвинених країн Європи стало шукати інші варіанти на заміну масового, стандартизованого споживання туристичних продуктів і можливості самореалізації і саморозвитку.

Появою нових типів поведінки у споживацькому суспільстві відразу скористалися туроператори, які дедалі частіше почали пропонувати “культурний продукт” у якості нового незвичного типу відпочинку.

Лейтмотивом поступово стають самобутня культура і традиції місцевого населення, орієнтація на пізнання і духовне засвоєння культури світу в його різноманітності, пошук історичної ідентичності. З часом культурнопізнавальна складова стає неодмінним імперативом будь-якої подорожі, а захоплення минулим, “зачарування історією” – характерною ознакою сучасного життя. Як зазначає українська дослідниця, історик Н.М. Яковенко, культ минулого нині помітно зріс, про що свідчать густота і розмах меморіальних практик – поява нових музеїв, святкування історичних дат, зусилля зі збереження пам’яток старовини тощо [12, с. 26].

В Європі історико-культурний туризм став одним із ключових напрямків розвитку туристичної індустрії. Західноєвропейські країни, такі як Франція, Італія, Іспанія та Великобританія, успішно почали використовувати свої культурні та історичні об’єкти для залучення туристів. Так численні музейнозамкові та архітектурні комплекси у Франції особливо відомі та приваблюють туристів з усього світу.

Італійські міста широко відомі як важливі туристичні центри. Багато з них мають багатовікову історію, починаючи з часів Стародавнього Риму, і були столицями середньовічних князівств. Сьогодні вони зберігають безліч

творів мистецтва, історичних і архітектурних пам'яток. До таких міст належать Болонья, Падуя, Парма, Піза, Равенна та багато інших. Італія багата на визначні місця, як природного, так і історико-архітектурного значення

Здобуття культурної ідентичності територій через туризм охопив не лише великі міста та традиційні культурні осередки світу, такі як Відень, Рим, Прага, Мадрид чи Барселона, але й інші адміністративні одиниці з менш очікуваним культурним потенціалом. Ф. Котлер зазначав, що навіть порожні місця стали долучатись до створення нових концептуальних пам'яток, здатних стати їхньою "візитівкою" [13, с. 180]. Тому сучасний світ спостерігає справжній бум створення великих і малих тематичних місць – історичних, археологічних, архітектурних, етнографічних тощо. Завдяки культурно орієнтованим просторам туристичні подорожі стають яскравими подіями культурно-історичного розвитку територій.

Крім того, рушійними силами розвитку історико-культурного туризму стає розвинутість інфраструктури та поширення інформаційних технологій. Можливість забезпечити великий зовнішній потік туристів та просування туристичних пропозицій через глобальну мережу інтернет обумовило зацікавленість місцевих громад в просуванні власні туристичні дестинації, інвестуючи в створення конкурентно привабливих пропозицій.

Розвиток історико-культурних напрямків часто базується на домінуючій в країні культурі і цей фактор сприяє розвитку самобутніх дестинацій. Крім того, успішний розвиток історико-культурного туризму спирається на тісну співпрацю між державними установами та приватним сектором. Такий підхід дозволяє ефективніше використовувати ресурси та залучати громадськість та всі групи інтересів для обговорення стратегій розвитку туристичних дестинацій та шляхів їх досягнення. Співпраця між різними секторами забезпечує комплексний підхід до розвитку туризму, враховуючи економічні, соціальні та культурні аспекти.

Прикладом спільних зусиль держави та бізнесу є розвиток історикокультурного туризму в Італії, зокрема у Флоренції. В цьому місті державні установи, такі як Міністерство культурної спадщини та туризму, активно співпрацюють з приватними компаніями та громадськими організаціями для збереження та популяризації культурної спадщини. Завдяки цій співпраці було створено різноманітні туристичні маршрути, які включають відвідування музеїв, історичних пам'яток та організацію культурних заходів.

Приватний сектор активно сприяє створенню інфраструктури, необхідної для розвитку туризму, наприклад, готелі, ресторани, туристичні агенції та транспортні перевезення. Спільні проекти з державними установами покращують якість туристичних послуг та збереженню культурних об'єктів. Важливим аспектом є залучення місцевих жителів та підвищення їх зацікавленості в реалізації культурних проектів, що дозволяє врахувати їхні інтереси та підвищити рівень підтримки туристичної діяльності з боку громадськості.

Сучасними тенденціями в розвитку історично-культурних дестинацій стає лобювання місцевою владою великих культурних програм і проектів, які створюють “атмосферу місця” певної локації, створюючи тим самим особливо привабливий характер туристичного напрямку, підвищуючи тим самим його цінність. Національні та європейські інституції виступають інвесторами цих програм та зацікавлені в створенні нових регіональних напрямків, покращуючи пропозицію та різноманіття туристичних програм.

На практиці це проявляється, в тому числі, в організації культурних подій та тематичних заходів на національних та навіть європейських рівнях. Так захід “Культурна столиця Європи”, започаткований у 1985 року, є однією з найпрестижніших і найвідоміших культурних подій в Європі. “Культурна столиця” обирається Європейським Союзом терміном на один рік, протягом якого місто має яскраво продемонструвати своє культурне розмаїття: театри, музику, танці, музеї, виставки, фестивалі, бібліотеки тощо. У 2011 році такими

“столицями” стали міста Таллінн і Турку, що організували серію виняткових культурних заходів із загальним бюджетом 100 млн євро. [14]

Інформаційні технології, такі як віртуальна та доповнена реальність, а також залучення штучного інтелекту активно впроваджуються для підвищення туристичного досвіду мандрівників. Віртуальні тури, інтерактивні додатки та аудіогіди дозволяють туристам глибше зануритися в атмосферу та поглибити знання про об'єкти культурної спадщини.

Крім того, концепція сталого розвитку набуває все більшого значення у сфері туризму. Туризм визнається не лише як механізм споживання та експлуатації культурних об'єктів. Натомість використання історикокультурних ресурсів здійснюється з урахуванням принципів збереження та раціональності. Країни впроваджують програми для захисту історичних пам'яток та мінімізації негативного впливу туризму на навколишнє середовище.

Сучасні туристичні напрямки все більше роблять акцент на автентичність культурних пропозицій. Це сприяє зростанню популярності місцевих фестивалів, традиційних ремесел та гастрономічних особливостей. Наприклад, у багатьох країнах проводяться реконструкції історичних подій та фестивалі, що відтворюють культурні традиції минулого

Висновки до розділу 1

Історико-культурний туризм є дуже привабливим з економічної точки зору, а тому має великі перспективи для розвитку.

Збільшення частки вільного часу в суспільстві також є важливим фактором, який сприяв виникненню туризму. Адже вільний час дає людині можливість не тільки відновити життєві сили, але й розумно і розумно використовувати вільний час для пізнання навколишнього світу, займатися

улюбленою справою, виховувати дітей і молодь дає вам можливість використати його з користю. Досвід і досягнення минулих поколінь.

Основними завданнями в напрямку розвитку історико-культурного туризму є: інвестиції в усі аспекти, пов'язаних з виробництвом якісних туристичних послуг; розвиток соціальної та транспортної інфраструктури для забезпечення необхідного рівня комфорту в туристичних дестинаціях.

Сьогодні найбільшою проблематикою є облік та надання необхідного статусу об'єктам культурної спадщини. Наразі не існує єдиного підходу до визначення історико-культурних ресурсів, що ускладнює практичну реалізацію зі створення туристичного продукту та організації туристичних напрямків.

Історико-культурні пам'ятки та туристичні об'єкти мають велику символічну, соціальну та духовну цінність. Організація пов'язаного з цим напрямку туризму має враховувати інтереси територій, де знаходяться туристичні об'єкти та просувати ідеї збереження та дбайливого ставлення до культурної спадщини. Відродження місцевих народних традицій та культур має сприяти появі та розвитку нових туристичних напрямків .

Тому для подальшого розвитку туристичної галузі у цьому напрямку необхідно підвищувати обізнаність та зацікавленість громадськості в питанні використання культурної спадщини, а також створення ефективних механізмів реалізації державної соціальної політики, ефективно стимулюючи використання туристичних ресурсів України підприємствами на засадах сталого збереження.

На прикладі країн світу, Україні потрібно враховувати досвід не лише з побудови необхідної інфраструктури та розробки стратегій з створення автентичної атмосфери культурних міст. Пріоритетом має стати ініціативи з правового регулювання збереження та обліку історичних пам'яток. Організація та створення музеїв має забезпечити збереження та покращити привабливість історико-культурних об'єктів.

Реалізація цих заходів забезпечить збільшення потоку туристів та розвинення туристичної привабливості у світі, а також розширення можливостей для використання історико-культурних ресурсів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан історико-культурного туризму в Україні

Туристичні послуги займають перше місце серед галузей світового господарства за обсягом експорту товарів і послуг. Задля розвитку економіки України туризм визнається дійовим засобом формування ринкового механізму стимулювання економіки, розбудови інфраструктури, заохочення інвестицій та зовнішнього джерела коштів для економіки країни. Крім того, історичнокультурний туризм виступає гарантією для збереження культурної спадщини, формування національної ідентичності, розвинення краєзнавства, пізнання культурної спадщини широкими верствами місцевого населення.

Політика нашої держави визнає стратегічну мету з розвитку туристичних послуг та створення конкурентоспроможного на світовому ринку продукту, який може задовольнити світовий попит та культурнопізнавальні потреби туристів, забезпечуючи на цій основі комплексний розвиток територій та соціально-економічних умов населення.

Держава має значний потенціал для розвитку історико-культурного туризму. Наша країна є дуже багатою на історичні та культурні об'єкти, що

приваблюють туристів з усього світу. Історично-культурні ресурси включають в себе стародавні міста, як от Львів, Київ, Одеса, що мають неймовірну архітектурну спадщину та багату історію. Крім того, наша країна відома своїми монастирями, церквами, замками та палацами, які створюють унікальну атмосферу та враження потенційних мандрівників з усього світу.

Ресурсами історико-культурного туризму є об'єкти культурної спадщини, розташовані по всій країні, збереження та охорона яких забезпечуються державою. Понад 70 тисяч об'єктів культурної спадщини, які обліковуються та історія яких всебічно досліджується істориками та знавцями культури, розташовані в 9 400 населених пунктів. Крім того, до списку історичних населених місць України включено 401 населений пункт. Історичне населене місце відповідно до законодавства України це місто, селище чи село, яке зберегло повністю або частково свій історичний ареал з об'єктами культурної спадщини і пов'язані з ними розпланування та форму забудови, типові для певних культур або періодів розвитку [15].

Крім того, важливим елементом світового визнання та розвитку історичного туризму є визнання пам'яток об'єктом світової спадщини ЮНЕСКО. Так станом на зараз 8 об'єктів матеріальної культурної спадщини України віднесені до культурної спадщини України ЮНЕСКО. Перелік наведений у таблиці 2.2.

Табл. 2.1

Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні

Назва	Опис	Рік побудови	Рік визнання
Собор святої Софії та прилеглі чернечі будівлі, КиєвоПечерська лавра	Історичний ансамбль Святої Софії, монастир Києво-Печерської лаври та церква Спаса на Берестові стали центрами розвитку християнства в 11 столітті на старадавньої Русі.	XI-XVII століття	1990

Львів — ансамбль історичного центру	Старе місто Львова зберігає художні та архітектурні традиції Східної Європи, Італії і Німеччини.	XIII— XVIII століття	1998
Геодезична дуга Струве	Памятка розташована на території 10 країн та слугувала для розрахування точного розміру Землі.	1816— 1855 роки	2005
Букові праліси Карпат та давні букові ліси	Є об'єктом первозданної природи, розташований на території України та Словаччини.	-	2007
Резиденція митрополитів Буковини і Далмації	Резиденція зведена у стилі еkleктики. Використовується як будівля Чернівецького університету.	1882 рік	2011

Продовження таблиці 2.1.

Дерев'яні церкви карпатського регіону Польщі і України	6 церков України та Польщі характеризуються поєднанням гуцульського, бойківського, лемківського та галицького стилів архітектури.	XVI-XIX сторіччя	2013
Стародавнє місто Херсонес Таврійський	Грецький поліс на північному узбережжі Чорного моря, який за античної доби став важливим торговельним і політичним центром Таврики.	IV ст. до н. е.	2013

Джерело: розроблено автором на основі [16]

Рис. 2.1 демонструє географію розташування об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО. Дані свідчать про те, що більшість пам'яток розташовані на заході країни. Крім того, в Україні є пам'ятки-кандидати на потрапляння в список світової спадщини. Наприклад, до них відноситься місто Одеса з його історичним центром.



Джерело: розроблено автором на основі [16]

Рис. 2.1. Розташування об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО в Україні

На сьогодні в Україні існує 14 великих музеїв народної архітектури, серед яких найвизначнішими є: Львівський «Шевченківський Гай», Переяслав-Хмельницький музей народної архітектури, Закарпатський музей народної архітектури, Музей народної архітектури та побуту Прикарпаття, Музей історії сільського господарства Волині, Музей народної дитячої творчості, «Українська Слобода». [17]

Різноманітна історико-культурна спадщина обумовлює стратегію держави стосовно розвитку історико-культурного туризму в Україні. Сталий розвиток туристичної індустрії в Україні забезпечується формуванням послідовної державної політики, яка розглядає туризм як один із пріоритетних напрямків розвитку національної культури та економіки.

Цілі історико-культурного туризму досягаються шляхом розробки та впровадження нормативно-регуляторних заходів з підтримки та стимулювання розвитку туристичної діяльності, заснованої на реалізації потенціалу культурної та природної спадщини України на державному, регіональному та місцевому рівнях. Зокрема, це включає формування

національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів, включення об'єктів культурної спадщини України до міжнародних туристичних маршрутів, забезпечення популяризації та інформування про різноманіття природних ресурсів і багатство культурної спадщини України через засоби масової інформації, використання наукових, науково-популярних, навчальних і туристичних видань, а також застосування спеціалізованих інформаційних систем та інтерактивних баз даних. Такі заходи сприятимуть підвищенню туристичної привабливості України, збереженню та популяризації її культурної спадщини, а також стимулюватимуть розвиток туристичної інфраструктури.

Рівень реалізації туристичної привабливості історико-культурної спадщини України можливо відстежити за допомогою двох показників: історико-культурного потенціалу та рівня його використання, результати висвітлені на рис. 2.2. Співвідношення двох індексів дозволяє порівняти ефективність реалізації історико-культурного туризму в окремих адміністративно-територіальних одиницях. Окрім того, за цими показниками можливо оцінити позиціонування регіонів України в загально національному рейтингу.

Дані, які ілюструє Рис. 2.2, демонструють велику різницю у використанні культурної спадщини між різними регіонами України. Деякі регіони, які очолює м. Київ, виділяються на фоні інших регіонів рівнем потенціалу та його реалізації. Це вказує на нерівномірний розвиток та використання історико-культурного потенціалу по всій країні.

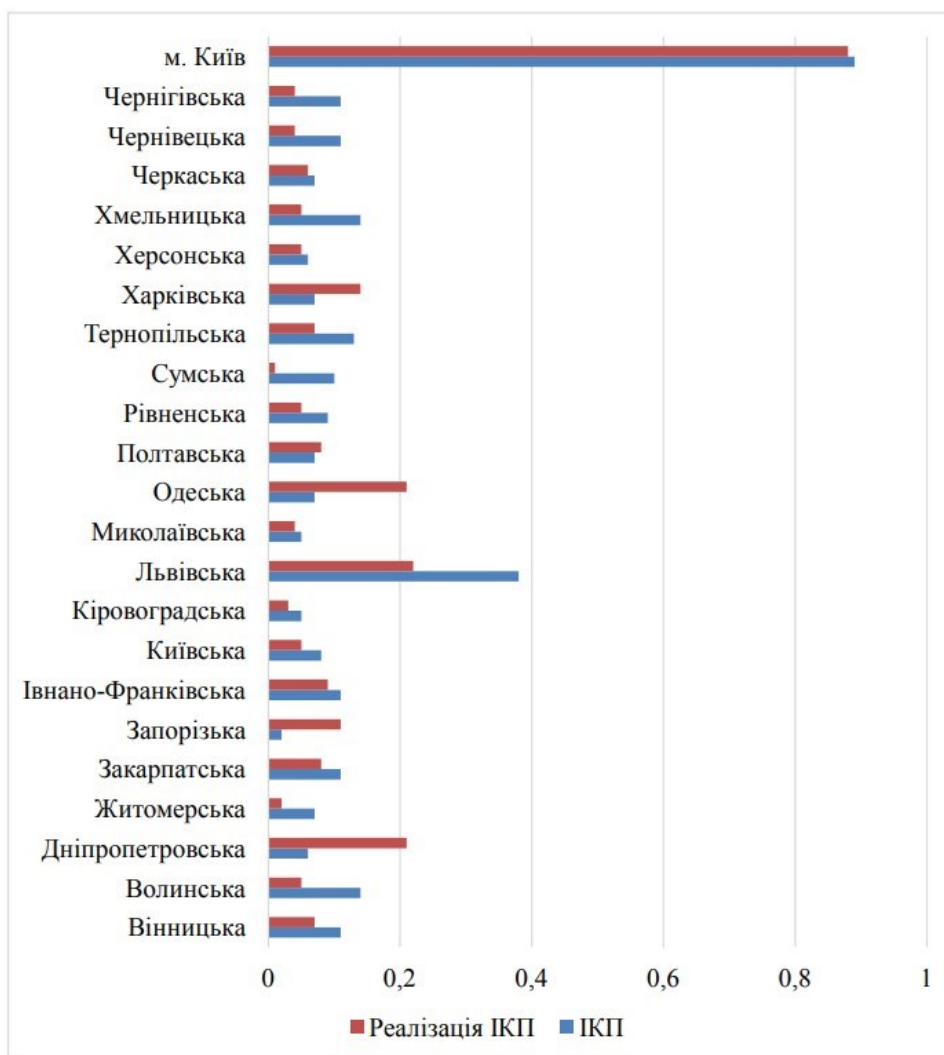


Рис. 2.2. Співвідношення індексів історико-культурного потенціалу (ІКП) та його реалізації за регіонами України

Джерело: розроблено автором на основі [18]

Так, «ступень реалізації потенціалу культурної спадщини в регіонах України показали значну різницю, значення цього показника в місті Києві перевищує мінімальне середнє значення в Сумській області у 73 рази.

Показник реалізації історико-культурного потенціалу для абсолютної більшості регіонів України є значно нижчим за середній рівень» [18].

Крім того, на основі інтегральних показників, зображених дає можливість класифікувати туристичні регіони за співвідношенням рівня історико-культурного потенціалу та виокремити 4 категорії. Розробимо класифікацію регіонів за показниками рівню історико-культурного потенціалу

регіонів та ефективності реалізації такого потенціалу, результат якої висвітлено у таблиці 2.2

Табл. 2.2

Категорії регіонів України за рівнем історико-культурного потенціалу та ефективності його реалізації

Історико-культурний потенціал			
		Низький	Високий
Реалізація історико-культурного потенціалу	Низький	Житомирська, Кіровоградська, Київська, Миколаївська, Херсонська області	Волинська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Чернігівська, Чернівецька області
	Високий	Дніпропетровська, Запорізька, Одеська, Полтавська, Черкаська, Харківська області	м. Київ, Львівська, Вінницька, Закарпатська, Івано-Франківська області

Означений ландшафт історико-культурного туризму свідчить про нерівномірність розвитку цього напрямку. Оскільки деякі регіони мають нереалізований історично-культурний потенціал, це свідчить про наявність невирішених проблем та недостатність уваги з боку держави.

Однією з причин такої ситуації слугують недоліки державної політики стосовно охорони об'єктів культурної спадщини. За даними Міністерства культури України, третина об'єктів, які мають перебувати під охороною, не перебувають на обліку. Через це виключається отримання ассигнувань з Державного бюджету України на їх підтримку та підтримання належного стану.

Деякі науковці стверджують, що Державна система охорони культурного надбання України не має достатнього організаційного, матеріального та фінансового забезпечення [19]:

- Управління в сфері охорони відбувається низкою суб'єктів, тобто Національною академією наук, локальними органами влади між якими відсутня належна координація;
- Відсутність дієвої системи обліку пам'яток відповідно до вимог Закону України «Про охорону культурної спадщини», не забезпечується належне просування обліку об'єктів Державного реєстру нерухомих пам'яток України;
- Тривале скорочення державного кошторису на проведення робіт із збереження об'єктів культурної спадщини, особливо на регіональних та місцевих рівнях;
- Брак ресурсів та державного кошторису для фондів музеїв, ремонтних робіт та робіт з реставраціями, закупівлю нового сучасного обладнання;
- Брак кваліфікованих кадрів через недостатнє фінансування та застарілі підходи до підготовки та освіти;
- Несистемний характер державного фінансування.

Шляхи покращення ситуації вбачаються в системному підході, який має забезпечити розвиток історико-культурного туризму шляхом створення необхідних передумов та забезпечити фінансовими та людськими ресурсами. Крім того, пріоритетом розвитку історичного туризму в Україні може стати переосмислення та розвиток музеїв за філософією, яка стає популярною в європейських країнах.

Так, музеї в Україні мають стати центром соціально-економічного розвитку шляхом для реалізації культурно-історичних продуктів та послуг у сфері культурного туризму. Тематичні комплекси, музеї та парки в якості осередків для проведення культурних заходів та ініціатив з популяризації туристичних продуктів будуть слугувати альтернативою для звичного одномонітного споживання історико-культурних ресурсів. Ці центри можуть розвиватись як децентралізовані інституції, які спираються на довготривалі компанії та пропонують варіативні туристичні товари та послуги.

Для досягнення цієї мети необхідна добре розвинена матеріальнотехнічна база та компетентні кадри, які забезпечить створення комплексу з обслуговування туристів та конкурентного надання послуг. Недостатнє використання потенціалу музеїв у туристичній галузі пов'язано не тільки з недостатнім фінансуванням цієї сфери в Україні, але й з консервативними поглядами музейних працівників, відсутністю зацікавленості та гнучкості, а також стимулів змінювати існуючі практики надання послуг.

Збереження культурно-історичної спадщини та природних ресурсів, раціональне використання цього потенціалу, а також реалізація програми щодо його використання можуть вирішити одну з найгостріших проблем туристичної діяльності в Україні - сезонність коливання попиту на туристичні послуги. Це дозволить успішно розвивати туристичну галузь через пропозицію міжсезонного туризму, оскільки культурні ресурси будуть самостійним мотивом для подорожей потенційних туристів.

2.2. Дослідження діяльності ТОВ «Sky Travel» як суб'єкту туристичного бізнесу України

Головною метою існування та функціонування туристичного підприємства є забезпечення фінансової стабільності, підтримання позитивної динаміки та досягнення хороших фінансових результатів, при цьому надаючи високоякісні туристичні послуги.

Туристичне підприємство представляє собою виробниче підприємство різних форм власності (державні, приватні, товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства тощо), яке займається створенням туристичних продуктів та послуг для населення. Усі ці підприємства є складовою частиною індустрії туризму, яка забезпечує виробництво товарів та послуг. Туристичний бізнес може бути представлений у багатьох формах: від окремих туристичних підприємств до різноманітних туристичних агентств та їх асоціацій. Туристичні оператори вирішують, які продукти та послуги продавати, де розмістити свої туристичні агентства та багато інших великих і малих питань. Туристичні оператори приймають рішення щодо того, які продукти та послуги пропонувати, де розміщувати свої туристичні агентства та вирішувати безліч інших питань різного масштабу.

Туристичне агентство «Sky Travel» було зареєстровано у 2013 році в м. Донецьк, а з 2014 року перемістилося до м. Київ. Сьогодні підприємство знаходиться за адресою: м. Київ, вул. Січових Стрільців, 79. Форма власності – недержавна (товариство з обмеженою відповідальністю). Основними установчими документами фірми є статут ТОВ «Sky Travel» та установчий договір.

Основні види діяльності підприємства включають діяльність за наступними кодами КВЕД: 79.11 Діяльність туристичних агентств – основна; 79.12 Діяльність туристичних операторів; 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язаної з цим діяльності; 66.22 Діяльність страхових агентів і брокерів. Початковий статутний капітал становив 1000 грн.

Місія туристичного агентства «Sky Travel» полягає у наданні

високоякісних туристичних послуг та підвищенні престижу та цінності роботи турагента, не лише як продавця турів, але і як висококваліфікованого фахівця, консультанта з туризму. Стратегія компанії спрямована на створення багатофункціонального туристичного оператора, який надає повний комплекс туристичних та готельних послуг.

Стратегія компанії передбачає створення багатофункціонального туристичного оператора, який пропонує повний спектр туристичних та готельних послуг. Туристичне агентство «Sky Travel» повністю забезпечене професійними кадрами з великим досвідом роботи на ринку туристичних послуг. На даний момент в компанії працюють 6 висококваліфікованих спеціалістів, серед яких: директор підприємства, бухгалтер, менеджери з туризму, менеджер з працевлаштування за кордоном та менеджер з організації стажувань і навчання за кордоном.

ТОВ «Sky Travel» є одним із провідних операторів на ринку туризму в Україні. Засноване з метою пропонування унікальних та захоплюючих подорожей, компанія спеціалізується на організації туристичних маршрутів по всьому світу. «Sky Travel» відзначається індивідуальним підходом до кожного клієнта та широким вибором турів, включаючи культурні екскурсії, пригодницькі відпочинки та гастрономічні тури. Завдяки досвідченому персоналу та партнерам по всій країні, компанія гарантує незабутні враження та високий стандарт обслуговування для всіх своїх клієнтів.

Основні функції та види діяльності підприємства включають:

1. Створення пакетів туристичних продуктів, що поєднують основні та додаткові послуги, які надаються за готівкову оплату в місці перебування туриста. Ця діяльність також включає розрахунок вартості подорожей, встановлення цін на послуги туроператорів у пакетах різної комплектації та якості.

2. Сервісні функції, які включають продаж пакетних турів мандрівникам, оперативний зв'язок та надання послуг на маршрутах.

3. Маркетингова функція, яка є комплексом заходів туристичного оператора і включає дослідження потреб споживачів на ринку туризму та туристичних послуг. «Sky Travel» просуває не лише турпродукти через систему турагентств, а й ділові та туристичні продукти.

4. Координаційна функція полягає в організації процесу управління туристичною діяльністю, забезпечуючи його плавність і безперервність. Основне завдання координації полягає у досягненні згоди між усіма суб'єктами туристичної галузі для забезпечення надання послуг, що входять до складу туристичного продукту. Ці відносини зазвичай є договірними між туроператорами та готелями, компаніями громадського харчування, транспортними компаніями, туристичними агентствами, організаціями, що управляють спортивними об'єктами, мисливськими та рибальськими організаціями тощо.

5. Гарантійна функція забезпечує мандрівникам гарантію надання попередньо оплачених туристичних послуг у визначеній кількості та на заданому рівні якості. Ця функція включає контроль якості, надійності та безпеки туристичних послуг.

Компанія «Sky Travel» зареєстрована в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, а також у Єдиному реєстрі платників податків.

Основна мета створення підприємства полягає в отриманні прибутку від своєї діяльності. Водночас компанія сприяє насиченню українського та міжнародного ринків туристичними, побутовими, культурними та соціальними послугами, забезпечуючи зайнятість громадян в умовах переходу до ринкових відносин та задовольняючи потреби громадян і підприємств різних форм власності в Україні.

Товариство «Sky Travel» діє на підставі власного статуту, який є сукупністю правил, що регулюють його діяльність і взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання. Статут відповідає основним положенням

законодавства України щодо підприємств і затверджується власником або засновником компанії. Статут визначає точну назву підприємства, його місцезнаходження, основні місії та цілі діяльності, керівні органи та процедури створення, а також умови реорганізації, закриття тощо.

У цьому установчому документі також визначаються права та обов'язки товариства та його засновників. До числа прав засновників належать: брати участь в управлінні товариством у порядку, визначеному Статутом та законодавством, брати участь у розподілі прибутку та отримувати дивіденди, розпоряджатись часткою та отримувати інформацію про діяльність товариства.

Учасники підприємства мають право виходу згідно з порядком, визначеним установчими документами. Вони зобов'язані дотримуватись вимог установчих документів товариства, виконувати рішення органу управління, вносити вклади у визначених розмірах та формах, і не перешкоджати діяльності товариства.

Вони також беруть на себе інші обов'язки, встановлені законодавством та установчими документами товариства. У своїй діяльності ТОВ «Sky Travel» також дотримується законодавства України: реалізує право власності, право підприємництва та право підприємництва.

Товариство у своїй діяльності суворо дотримується законодавства України, зокрема щодо прав власності та підприємницької діяльності. У сфері туризму, як і в інших галузях, важливу роль відіграють колективні договори, які є угодами між трудовими організаціями та державою. Ці договори укладаються щороку і регулюють виробничі, трудові та господарські відносини між керівництвом підприємства та працівниками.

Ефективність діяльності туристичного підприємства значною мірою залежить від професійного менеджменту та організаційної структури. Організаційна структура управління є впорядкованою сукупністю стійких взаємопов'язаних елементів, що забезпечують функціонування та розвиток

організації. Вона оптимально розподіляє функціональні обов'язки, права, відповідальність, порядок і форми взаємодії між органами управління та працівниками.

Організаційна структура туристичного підприємства має визначальний вплив на ефективність його діяльності. Вона зазвичай включає різні відділи, такі як маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів, фінанси тощо.

Оцінка організаційної структури залежить від вирішення конкретних завдань та потреб підприємства. Важливо забезпечити збалансовану комунікацію між відділами та чітко визначити ролі й відповідальності працівників. Гнучкість структури також є ключовою для адаптації до змін у галузі туризму. Функціональні обов'язки працівників ТОВ «Sky Travel» за посадами наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Функціональні обов'язки працівників «Sky Travel» за посадами

Назва посади	Кількість працівників	Функціональні обов'язки працівника
Директор	1	Організація та проведення адміністративно-маркетингової діяльності. розвиток туризму; Аналіз туроператорської діяльності. Виплата зароблених зборів; Управління процесами просування.
Менеджери з туризму	3	Прийом та реєстрація заявок на тури та бронювання житла. Консультації клієнтів щодо прав та обов'язків туриста. Туристична інформація для клієнтів. Проведення рекламно-промоційних заходів. Здача турпакетів, квитків і документів, пов'язаних з туристичною діяльністю.

Головний бухгалтер	1	<p>Організовує бухгалтерський облік фінансовогосподарської діяльності. Формує облікову політику відповідно до законодавства про бухгалтерський облік.</p> <p>Організовує облік майна, зобов'язань, господарських операцій, надходження основних засобів, товарів, матеріальних і грошових цінностей, фінансових, розрахункових і кредитних операцій. Дотримання порядку оформлення, розрахунків і платіжних зобов'язань первинних і фінансових документів.</p>
--------------------	---	--

Організаційна структура управління туристичного агентства «Sky Travel» є лінійно-функціональною, де головну роль виконує директор підприємства. Директор є вищим керівником організації, а спеціаліст з продажу турів виступає виконавчим органом. Така структура управління має переваги у вигляді простоти адміністрування та узгодженості дій між керівниками та менеджерами, що працюють у туристичній компанії «Sky Travel».

Завдяки цій організаційній структурі забезпечується високий рівень інформаційного обміну як із зовнішнім середовищем, так і всередині підприємства. Це дозволяє підтримувати тісний контакт між начальством і підлеглими, сприяючи професійному зростанню співробітників та їхній швидкій адаптації до змінних умов ринку.

Партнери «Sky Travel» включають готелі, авіакомпанії, транспортні компанії, ресторани, туристичні агентства та інших учасників галузі. Співпраця з цими партнерами дозволяє розширити асортимент послуг, отримати знижки та покращити загальний досвід подорожей для клієнтів. Встановлення ефективних партнерських відносин базується на взаєморозумінні та взаємовигідних угодах. Характеристику ділових контактів з виробниками туристичних послуг можна знайти в табл. 2.2.

У цій таблиці відображено співробітництво з різними країнами та компаніями. Основними напрямками діяльності є розвиток туристичного і

готельного бізнесу, організація екскурсій, конференцій, поїздок з метою відпочинку та відвідування туристичних місць.

Також важливо розвивати відносини з регіональними та місцевими туристичними органами для отримання підтримки та інформації про нові можливості. Взаємодія з технологічними партнерами для покращення онлайнприсутності та резервування може бути ключовою для вдосконалення бізнеспроцесів туристичного підприємства.

Таблиця 2.2.

Характеристика ділових контактів з виробниками туристичних послуг

Назва компанії	Країна	Співробітництво
Туристичні оператори		
SAYAMA Travel Group	Таїланд	Бронювання готелів, екскурсійне забезпечення
Ambotis Holidays	Греція	Приймаюча компанія, готельний бізнес
Intour Maldives	Мальдіви	Бронювання готелів, зустріч та відправлення гостей, трансфер, екскурсійне забезпечення,
7South	Сейшельські острови	Подорожі та перевезення
Desert Adventures	Дубаї	Трансфер, пакетні тури, гольф-тури, безліч екскурсійних програм, бронювання готелів
Diesenhau Unitours	Ізраїль	Трансфер, супровід, оренда авто, візова підтримка, індивідуальні та групові екскурсії, бронювання готелів
Intour Polska	Польща	Спеціальні пакетні пропозиції, трансфери, екскурсії, бронювання, послуги перекладачів
Готелі		
Baglioni Hotels & Resorts	Італія, Мальдіви	Партнерські ціни
Організація екскурсійного супроводу		

iTravex	Чехія	Партнерські ціни, групові, індивідуальні екскурсії , трансфери, організація конференцій, юридичні послуги, білети, оренда машин, перекладач (Прага, Карлові вари, Будапешт, Відень, Париж, Рим, Барселона)
---------	-------	--

Туристичне агентство «Sky Travel» зосереджується на наданні високоякісних послуг у сфері подорожей, постійно розширюючи свій асортимент відповідно до потреб споживачів. Завдяки тісному зв'язку зі своїми клієнтами, компанія отримала високі оцінки за якість послуг і зарекомендувала себе як конкурентоспроможний гравець на українському туристичному ринку. «Sky Travel» орієнтоване на розробку нових цікавих маршрутів і встановлення конкурентних цін. Основні напрямки діяльності агентства включають Польщу, Угорщину, Чехію, Словаччину та Хорватію.

Туристичне агентство «Sky Travel» активно співпрацює зі своїми клієнтами, що визначає наступні напрями його діяльності: - Пошук клієнтів: Завдяки рекламі, особистим контактам та іншим маркетинговим заходам компанія залучає нових споживачів своїх послуг.

- Ведення клієнтів: Агентство надає послуги, веде супровідну документацію, забезпечує безпеку та страхування, проводить анкетування і опитування щодо якості послуг.

- Робота з постійними клієнтами: «Sky Travel» пропонує повний комплекс туристичних послуг, створюючи цілісну філософію відпочинку, даруючи клієнтам позитивні емоції. Агентство організовує індивідуальні тури у 80 країн світу, виконує термінові та

складні замовлення, а також надає послуги класу VIP. Основні послуги агентства:

Послуги туристичні нематеріального характеру:

- послуги туристично-екскурсійних установ;
- послуги транспорту;
- послуги санаторно-курортних установ;
- послуги охорони здоров'я;
- послуги освіти;
- послуги громадських організацій; – послуги державного управління.

Послуги туристичні матеріального характеру:

- послуги непасажирського транспорту;
- заготовки;
- послуги торгівлі;
- послуги житлово-комунального господарства; – побутові послуги.

Якщо згрупувати основні послуги підприємства, то можна визначити основні напрями:

1. Гарячі путівки і пакетні тури Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Європа;
2. Допомога в підборі оптимального маршруту подорожі;
3. Дитячі проїздки, групові;
4. Екскурсії Україною;
5. Екскурсійні тури Європою;
6. Бронювання готелів;
7. Гірсько-лижний відпочинок;
8. Інше

Туристична агенція «Sky Travel» організовує різноманітні форми туризму. Основні напрями діяльності компанії включають:

- Внутрішній туризм: Це подорожі людей в межах своєї країни з туристичними цілями. Тут використовується національна валюта, а рідна мова туристів залишається основним засобом спілкування. Такі подорожі порівняно легко організувати, і на їх частку припадає 80-90% всіх туристичних поїздок. Витрати на внутрішній туризм у 5-10 разів перевищують витрати на міжнародні поїздки.

- Міжнародний туризм: Ця форма туризму охоплює подорожі за межі країни постійного проживання з туристичними цілями. Вона вимагає перетину державного кордону з відповідними формальностями: оформленням закордонних паспортів і віз, проходженням митних процедур, валютним і медичним контролем. Такі правила впроваджуються державами для боротьби з незаконною міграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією тощо, а також для забезпечення порядку в'їзду та виїзду з країни.

- Рекреаційний туризм: Це подорожі з метою відпочинку, які є найпоширенішою формою туризму для багатьох країн. Наприклад, поїздки іноземних туристів до Іспанії, Італії, Франції та Австрії зазвичай мають саме таку мету. Рекреаційний туризм характеризується тривалістю подорожей, обмеженою кількістю міст у маршруті, широким використанням авіаційного транспорту, зокрема чартерних рейсів.

- Пізнавальний (екскурсійний) туризм: Цей вид туризму передбачає подорожі з метою пізнання та розширення кругозору. Екскурсії, як форма дозвілля, сприяють інтелектуальному розвитку. Одним із різновидів пізнавальних поїздок є автомобільний туризм, який, порівняно з іншими видами транспорту, надає туристам більше можливостей для пізнання.

- Професійно-діловий туризм: Ця форма туризму охоплює поїздки з діловими цілями. У сучасному суспільстві міжнародні контакти стали необхідністю, і поїздки представників ділових кіл набули масового характеру.

- Шоп-тури: Метою цих поїздок є придбання товарів народного споживання для їхньої подальшої реалізації. Популярні напрямки включають Туреччину, Італію, Португалію, Сирію (взуття, трикотаж), Індонезію (текстиль), Грецію та Аргентину (хутро), Польщу та Італію (меблі), ОАЕ (теле- та радіотовари), Німеччину, Швецію та Голландію (автомобілі).

- Пригодницький туризм: Цей вид туризму поєднує відпочинок у привабливих місцях із заняттям незвичайними видами діяльності, забезпечуючи туристам нові враження та досвід.

- Релігійний (паломницький) туризм: Цей вид туризму користується великою популярністю і попитом. До нього належать кілька підвидів: паломництво (відвідування святих місць для поклоніння реліквіям), пізнавальні поїздки (ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією та культурою релігії), а також наукові поїздки (для істориків та інших фахівців, які досліджують релігійні питання).

Згрупуємо найбільш популярні напрями подорожей серед цільових клієнтів «Sky Travel» (табл.2.3)

Таблиця 2.3

Характеристика наявних напрямів подорожей для різних категорій споживачів «Sky Travel»

Напрями подорожей за метою	Напрями подорожей за географією	Особливості обслуговування
----------------------------	---------------------------------	----------------------------

Пізнавальний відпочинок	Чехія, Австрія, Італія, Німеччина, Польща, Угорщина	Напрямок виключає в себе подорожі і поїздки з пізнавальними цілями. Екскурсія як форма пізнання і вид дозвілля виконує функції розширення кругозору й інтелекту.
Шопінг – тури	Мілан, Париж, Стамбул	Метою використання даного напрямку є придбання товарів народного споживання для їхньої наступної реалізації або власного використання.
Гастро -тури	Італія, Іспанія, Франція	Даний напрям можна розглядати як частину екзотичного туризму, основною ідеєю якого є розширення власних смакових переваг та знайомство із кухнями країн світу.
Оздоровчий відпочинок	Карлови Вари, Трускавець, Миргород	Даний напрям має особистий, індивідуальний характер. Однак нерідко бувають випадки, коли туристи поєднуються для спільних поїздок, що має за мету одержання групових знижок за проїзд.
Дитячий відпочинок	Діснейленд, Дитячі міжнародні табори	Даний напрям послуг спрямований на задоволення дозвілля для дітей. Активний відпочинок, екологічні табори, кінні тури, трекінг та походи, водний туризм і рафтинг, робінзонади та освітні центри-це все пропонує «Sky Travel» своїм клієнтам.
Спортивний відпочинок	Буковель, Альпи	Головно завдання цих турів- забезпечення можливості туристам займатися обраним видом спорту. Одним з основних вимог, що пред'являються «Sky Travel» до спортивних тур, є забезпечення безпеки відпочиваючих.

Користувачі туристичних послуг почали виявляти зацікавленість у віртуальному ознайомленні з музеями, визначними пам'ятками, об'єктами культурної спадщини, театрами та виставками, не покидаючи свого дому - за допомогою Інтернету. Крім того, серйозним фактором, який може стати перешкодою, є коливання валютних курсів, що можуть призвести до зменшення економічного впливу туристичного продукту. В даний час понад

половину всіх туристів складають молоді люди. Молодь є катализатором соціальних змін; молоді люди готові до глобальних змін і прагнуть нових відкриттів для себе.

Для визначення стратегічних позицій підприємства було проаналізовано її зовнішнє і внутрішнє середовище на основі SWOT-аналізу (табл.2.4).

Таблиця 2.4

SWOT- аналіз ТОВ «Sky Travel»

<ol style="list-style-type: none"> 1. Вміння професійно вести конкурентну боротьбу. 2. Відносно низькі ціни на турпродукцію. 3. Налагодженість технологій роботи з агентствами. 4. Вища за середню обізнаність про стан ринку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Можливість обслуговування додаткових груп споживачів. 2.Вихід на нові сегменти ринку. 3. Розвиток цифрових технологій.
Слабкі сторони	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність web- сторінки у мережі Інтернет. 2. Недостатня зовнішня реклама в засобах масової інформації. 3. Високий ступінь плинності кадрів. 4. Вузька продуктова лінія. 5. Недостатньо чітко сформований імідж. 6.Відсутність диверсифікації ризиків. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Падіння попиту на туристичні послуги у зв'язку з воєнними діями . 2. Зміна курсу валют. 4. Підвищення законодавчого тиску на туристичну діяльність (збільшення умов отримання ліцензії на право займатися виїзним туризмом), підвищення податків. 5.Підсилення конкуренції на туристичному ринку 6.Несприятливі демографічні зміни, пов'язані з вимушеною міграцією

Компанія "Sky Travel" здійснює діяльність у сфері планування, впровадження та контролю над рухом туристичного продукту до кінцевого споживача з метою задоволення їх потреб і отримання прибутку. Головною метою підприємства є організація ефективного збуту виготовленого туристичного продукту.

ТОВ «Sky Travel» реалізує свій туристський продукт без посередників, заключаючи прямі угоди з споживачами туристських послуг, але в тому

випадку, коли прямий збут доцільний: обсяг продажу виправдовує витрати на прямий збут; споживачі туристських послуг, для яких призначається продукція зосереджені в одному регіоні. Також ТОВ «Sky Travel» реалізовує свої туристські послуги, заключаючи агентські угоди, договори про співпрацю в галузі туризму з різними туристськими фірмами, організаціями.

2.3. Оцінка використання історико-культурної спадщини у процесі розвитку підприємства туристичного бізнесу (на прикладі ТОВ «Sky Travel»)

Використання історико-культурної спадщини в процесі розвитку ТОВ «Sky Travel» має значний вплив на успіх і прибутковість підприємства. Оцінка цього використання проводиться за декількома ключовими критеріями:

- Привабливість маршрутів та пропозицій: Якість і різноманітність історичних та культурних об'єктів, їх доступність та привабливість для туристів визначають конкурентоспроможність туристичного продукту.

- Якість обслуговування та послуг: Важливо, щоб туристичне підприємство забезпечувало високий рівень обслуговування, якісні екскурсії та інформаційну підтримку для туристів, що сприятиме задоволенню клієнтів і позитивному досвіду подорожей.

- Стратегічне розташування та зручність: Підприємство повинно бути розташоване у зручному місці, де легко доступні історичні та культурні об'єкти. Це допоможе залучити більше туристів і забезпечить комфорт їх перебування.

- Інноваційність та конкурентні переваги: Важливо впроваджувати інноваційні підходи до розвитку та просування туристичного бізнесу, щоб відрізнятись від конкурентів і забезпечити унікальний досвід для клієнтів.

- Стійкість та збалансованість: Підприємство повинно забезпечувати стійкий розвиток, уникати негативного впливу на природне та культурне середовище і збалансовувати інтереси стейкхолдерів.

- Партнерство та співпраця: Важливо співпрацювати з місцевими органами влади, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами для сприяння розвитку туризму та підтримки проектів.

Оцінка використання історико-культурної спадщини в розвитку ТОВ «Sky Travel» враховує ці аспекти для забезпечення успішного і стійкого розвитку бізнесу. Туристичні послуги, як предмет туристичної діяльності, мають відмінні характеристики, що відрізняють їх від інших послуг, і вже давно обговорюються в наукових дослідженнях. Для визначення цільових ніш було проведено сегментування споживачів туристичних послуг підприємства «Sky Travel» (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

Ринкові сегменти споживачів туристичних послуг ТОВ «Sky Travel»

Основна потреба	Бюджетний відпочинок або «згораючий тур»	Бюджетний відпочинок за середньою ціною	Відпочинок за високою ціною із комплексом додаткових послуг
Критерії	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Демографічні характеристики			
Вік	16-25 років	26-40 років	41-65 років
Дохід	2600-4000 грн.	5000-8000 грн.	10000-19000 грн.
Сімейний стан	Неодружені	Одружені	Одружені
Діти	Немає	Є	Є
Спосіб життя			
Частота замовлення туристичних послуг	Користуються вперше (23%)	2 рази (49%)	1 раз (28%)
Поведінкові моделі використання			

Причина вибору туристичного підприємства	Зацікавленість в конкретній послугі (25%)	Рекомендації друзів (37%)	Попередній досвід (40%)
Критерій обрання турпродукту	Ціна (42%)	Безпека, надійність (51%)	Якість (66%)

Джерело: складено автором

На основі проведеного сегментування споживачів підприємства, було розроблено маркетингові сценарії для визначених сегментів (табл. 2.6).

Таблиця 2.6.

Маркетингові сценарії для визначених сегментів ТОВ «Sky Travel»

Назва програми	Туристична пропозиція 1 «Бюджетний тур»	Туристична пропозиція 2 «Все й одразу»	Туристична пропозиція 3 «Стандарт Плюс»
Тип туру	Груповий, індивідуальний	Груповий, сімейний	Індивідуальний, сімейний
Сезонність	Протягом року	Весна-осінь	Літо
Тривалість туру	7 днів	10 днів	5 днів
Основні переваги	Доступні ціни, екстремальні види розваг	Різноманітні програми, відвідування багатьох місць, люксові готелі, високоякісне обслуговування	Пізнавальні екскурсії, Знижки при попередньому бронюванні, акційні пропозиції, ,
Туристичні продукти	Екскурсійні тури, (гірськолижні курорти); весільні тури	Екскурсійні подорожі до різних країн; круїзи, романтичні укенди, гастротури, шопінг-тури,	Екскурсійні подорожі, пляжний туризм, гастро-тури, круїзи

Джерело: складено автором

Завдяки проведеній маркетинговій сегментації та розробці маркетингових сценаріїв для визначених ринкових сегментів підприємство отримує унікальну можливість:

1. Оптимізація ресурсів: Спрямувати свої маркетингові та фінансові ресурси на найбільш перспективні ринкові сегменти, що дозволяє досягати максимального ефекту з мінімальними затратами.
2. Підвищення конкурентоспроможності: Розробка спеціалізованих продуктів та послуг для кожного сегмента, що задовольняють унікальні потреби клієнтів і підвищують лояльність до бренду.
3. Поліпшення комунікацій: Створення цілеспрямованих рекламних кампаній та комунікаційних стратегій, які більш ефективно залучають увагу та викликають інтерес у цільової аудиторії.
4. Зростання прибутковості: Використання цінової диференціації та персоналізованих пропозицій для кожного сегмента, що дозволяє збільшити середній чек та частоту покупок.
5. Прогнозування поведінки споживачів: Аналіз даних про споживачів в кожному сегменті допомагає передбачити їхню поведінку, адаптувати стратегії та швидко реагувати на зміни в ринку.
6. Інновації та розвиток продуктів: Виявлення незадоволених потреб та нових можливостей у різних сегментах сприяє створенню інноваційних продуктів і послуг, що відповідають запитам ринку.
7. Підвищення ефективності маркетингових кампаній: Тестування різних маркетингових сценаріїв та тактик у різних сегментах дозволяє ідентифікувати найефективніші підходи і зменшити витрати на менш продуктивні стратегії.

Таким чином, підприємство не тільки підвищує свою ринкову частку та дохідність, а й зміцнює свою позицію на ринку, формуючи довгострокові взаємини з клієнтами.

Розробка маркетингових сценаріїв щодо розвитку розвитку історикокультурного туризму в ТОВ «Sky Travel» наведена у таблиці 2.7.

З метою задоволення потреб туристів в історико-культурному туризмі у ТОВ «Sky Travel» було розроблено близько 20 туристичних програм, зокрема:

- Луцький замок – символ Волині;
- Цвітіння сакури на Закарпатті, фестиваль вина та меду «Сонячний напій»;
- Унівська лавра, а також Замки Львівщини: Олеський, Підгорецький, Золочівський;

Таблиця 2.7

**Маркетингові сценарії для розвитку історико-культурного туризму в
ТОВ «Sky Travel»**

Вид	Зміст	Сегменти, яким пропонується та туристична пропозиція	Тип мотивів
1. Туризм мистецтв та літератури	Знамениті представники літератури, театру та кіно; скульптурні роботи; мистецькі твори; театри, студії та інші культурні установи.	Сегмент 2 «Все й одразу»	Мотив душі - пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди
2. Історичний туризм	Пам'ятки людської цивілізації та соціально-економічної культури, що включають древні міста, руїни стародавніх поселень, а також воєнні пам'ятки, такі як фортеці, оборонні стіни, вали та місця битв.	Сегмент 1 «Бюджетний тур» та сегмент 3 «Стандарт Плюс»	Мотив душі - пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди
3. Туризм архітектурної культури	Архітектурні ансамблі, палацові комплекси, релігійні споруди та храми; гідротехнічні споруди; портова та промислова архітектура; рекреаційна архітектура.	Сегмент 1 «Бюджетний тур» та 2 «Все й одразу»	Мотив душі - пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди

4. Туризм тематичних парків культури	Штучні ландшафти	Сегмент 3 «Стандарт Плюс»	Мотив душі - пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди Мотив економіки - купівельна мета, торгівельна мета, ділова мета.
5. Туризм міського середовища та культури	Міське середовище та культура, міські панорами, а також ландшафтне планування та забудова міст.	Сегмент 1 «Бюджетний тур»	Мотиви настрою – туга за рідними місцями, знайомство з людьми, віра; Мотив економіки - купівельна мета, торгівельна мета, ділова мета.
6. Музейний туризм	Музеї, виставки, історико-культурні події та презентації	Сегмент 2 «Все й одразу» та 3 «Стандарт Плюс»	Мотив душі - пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди, і мотив економіки

- Фестиваль «Битва націй» у фортеці Хотин;
- Дендропарк Софіївка - Уманське чудо — творіння садово-паркового мистецтва;
- Джуринський водоспад та Червоногородський замок;
- Казкова Тернопільщина – Язлівець, підземні гіпсові печери;
- Манявський водоспад та Манявський скит;
- Гошівський монастир та Карпатський трамвайчик.

Таблиця 2.3

Відвідуваність деяких історичних пам'яток туристами за пропозицією ТОВ «Sky Travel»

Назва атракції	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Цвітіння сакури на Закарпатті, фестиваль вина та меду «Сонячний напій»	20	15	17	11	25

Гошівський монастир та Карпатський трамвайчик	11	15	18	15	14
Дендропарк Софіївка - Уманське чудо – – творіння садовопаркового мистецтва	32	39	24	23	31

Джерело: розроблено автором на основі даних підприємства

Як показує аналіз таблиці 2.3 найбільше туристів відвідує Дендропарк Софіївка (у 2021 року – 31 особи). Інші тури - «Гошівський монастир та Карпатський трамвайчик», «Цвітіння сакури на Закарпатті, фестиваль вина та меду «Сонячний напій» мали також хорошу динаміку зростання кількості відвідувачів, яка була чіткою та стабільною до 2021 року.

Якщо проаналізувати діяльність турфірми у цьому напрямі, то вона здебільшого використовує уже існуючі маршрути одноденних турів “Золота підкова”, Дендропарк Софіївка, Джуринський водоспад та ін. Вважаємо, що для розвитку культурно-історичного туризму необхідно розробити комплексний багатоденний маршрут, який включає інші об’єкти історичних місць та культурної спадщини, використовуючи можливість проведення різноманітних атракцій, таких як стрільба з лука та мушкету, лицарські бої, катання на конях тощо.

Незважаючи на доволі великий потенціал, реальний процес туристичної адаптації історичних пам’яток стикається з рядом негативних факторів, які можна об’єднати в декілька груп (табл. 2.3):

Таблиця 2.3

Групування проблем, які негативно впливають на розвиток історико-

культурного туризму в діяльності ТОВ «Sky Travel»

<i>Теоретико-методологічна група проблем:</i>
<ul style="list-style-type: none">– Відсутність чітко визначеної термінологічної бази і таксономічного статусу у галузі історико-культурного туризму.– Низький рівень наукових досліджень і теоретичних розробок у сфері історикокультурного туризму.– Суттєва нестача кваліфікованого персоналу з необхідними знаннями та навичками для організації екскурсій до замків.
<i>Організаційно-правова група проблем:</i>

Продовження таблиці 2.3.

<ul style="list-style-type: none">– Недостатній рівень державної підтримки та законодавчого регулювання процесу використання туристичних об'єктів;– Управління туризмом занадто централізоване, щоб вирішувати питання використання історичних пам'яток на регіональному рівні.
<i>Соціально-економічна група проблем:</i>
<ul style="list-style-type: none">– Неналежний розвиток різних туристичних інфраструктур (переважно транспортної та готельно-ресторанної), що виражається у відсутності регулярних маршрутів та значному дефіциті класифікованих закладів готельно-ресторанного господарства для прийому туристів.– Низький рівень фінансування туризму, який проявляється у відсутності капіталовкладень у галузь, неможливості залучення інвестицій через соціально-економічну та політичну нестабільність, а також небажанням займатися розвитком історико-культурного туризму.

- Відсутність інноваційних планів для гармонійного залучення замкових комплексів до туристичної сфери.

Рекламно-інформаційна група проблем:

- Низький рівень інформаційно-рекламного забезпечення розвитку історикокультурного туризму в регіоні, відсутність комплексної інформаційної системи, що описує потенціал та способи використання замків Львівської області.
- Відсутність єдиного кадастру фортифікаційних споруд у регіоні та інформаційних матеріалів про їхні туристичні характеристики.
- Інтернет недостатньо наповнений матеріалами про потенціал замків Львівської області, які є важливою складовою туристичного потенціалу регіону..

Природно-екологічна група проблем:

- Більшість людей не мають достатнього рівня екологічної свідомості та відповідної поведінки при відвідуванні замків;
- Багато туристичних історичних об'єктів, замкових споруд забруднені різними відходами, включаючи звалища, склади небезпечних речовин і будівельних матеріалів;
- Неможливість раціонально використовувати замкові споруди, деякі туристичних історичні об'єктів для проведення великих святкових заходів призводить до шкоди навколишньому природному середовищу.

Таким чином, лише ефективно та злагоджено вирішуючи ці нагальні проблеми, можна сприяти суттєвому подальшому розвитку історико-культурного туризму в країні і регіонах. Для цього необхідно розробити алгоритм певних дій, який повинен містити комплекс практичних заходів.

Висновки до розділу 2

Сучасний стан історико-культурного туризму в Україні характеризується не лише наявністю багатої культурної спадщини, але й активним впровадженням інноваційних підходів до її використання. Інноваційно-інвестиційні програми спрямовані на розвиток історикокультурних об'єктів дозволяють не лише зберегти культурну спадщину, а й зробити її доступною та привабливою для туристів. Важливою складовою цього процесу є розвиток інфраструктури, що забезпечує комфортне та якісне обслуговування туристів.

Історичний туризм має великі перспективи для розвитку, завдяки унікальним етнографічним та культурним ресурсам, а також активному впровадженню інноваційних підходів до їх збереження та популяризації. Розвиток цього сектору може стати важливим чинником економічного зростання та підвищення міжнародного туристичного іміджу України.

Деякі об'єкти культурної спадщини, які мають статус об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Станом на сьогодні, до цього списку входять вісім об'єктів матеріальної культурної спадщини. Вони не лише відображають багату історію та культуру України, але й відіграють важливу роль у розвитку історико-культурного туризму.

До ключових об'єктів, через які туристи можуть ознайомитись з історико-культурною спадщиною України, можна виділити численні етнографічні музеї, які діють як важливі туристичні атракції. В Україні функціонує 14 великих музеїв народної архітектури,

Незважаючи на значний розвинутість історико-культурного напрямку туризму, процес організації стикається з низкою проблем, таких як охорона культурної спадщини, забезпечення доступності об'єктів для відвідувачів, а також підвищення якості туристичних послуг. Вирішення цих проблем вимагає координації зусиль державних і місцевих органів влади, а також ефективного управління історико-культурними об'єктами.

На всіх рівнях індустрії туризму необхідно створити ефективні структури управління. Привести національне туристичне законодавство у відповідність з міжнародними стандартами. Вивчіть досвід ведення туристичного бізнесу в іноземній країні.

Забезпечення державною підтримкою та комплексний підхід до просування вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг має сприяти подальшому розвитку туристичних дестинацій історико-культурного характеру.

Оцінка використання історико-культурної спадщини в розвитку туристичних підприємств є надзвичайно важливою для зростання туристичної індустрії в Україні. Музеї, архітектурні споруди, історичні пам'ятки та інші об'єкти культурної спадщини мають значний потенціал для залучення туристів і сприяння розвитку туристичного бізнесу.

Однак, у процесі розвитку історико-культурних об'єктів виникають проблеми, такі як охорона культурної спадщини, забезпечення доступу до об'єктів для туристів та якість обслуговування туристів. Для вирішення цих проблем необхідна координація державної політики в сфері туристичного бізнесу та ефективне управління історико-культурними об'єктами.

В роботі здійснено аналіз туристичної діяльності туристичного підприємства «Скай Тревел», яке було засноване у 2012 році з метою надання туристичних та супутніх послуг. У 2016 році компанія отримала ліцензію туроператора і наразі розташована в Києві. Штат складається з 5 осіб.

Організаційна структура управління фірмою є функціональною.

У структурі туристичних потоків переважають виїзні туристи, частка яких у 2021 році становила 97,8%. Найпопулярнішими напрямками серед країн відправлення є Туреччина (32,2%), Єгипет (21,7%), Об'єднані Арабські Емірати (9,8%) та Греція (6,6%) (рис. 2.3). Оцінка фінансово-майнового стану ТОВ «Скай Тревел» показала, що підприємство має позитивну динаміку

зростання, будучи прибутковим. Чистий прибуток компанії за період з 2019 по 2021 роки зріс на 286%.

Для визначення цільових ніш було проведено сегментування споживачів туристичних послуг підприємства «Sky Travel», що дозволило визначити профілі трьох цільових сегментів.

На основі проведеного сегментування споживачів підприємства, було розроблено маркетингові сценарії для визначених сегментів. Для сегменту 1 «Бюджетний тур» запропоновано туристичні пропозиції, які відповідають мотиву душі (пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди) за видами туризму історичний і архітектурної культури, а також туристичну пропозицію за туризмом міського середовища та культури, що відповідає мотивам настрою (туга за рідними місцями, знайомство з людьми, віра) та мотиву економіки.

Для сегменту 2 «Все й одразу» запропоновано туристичні пропозиції, які відповідають мотиву душі (пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди) за видами туризму мистецтв та літератури, музейний туризм.

Музейний туризм та туризм тематичних парків культури запропонований сегменту 3 «Стандарт Плюс»

Аналіз відвідуваності деяких історичних пам'яток туристами за пропозицією ТОВ «Sky Travel» показав, що найбільше туристів відвідує Дендропарк Софіївка (у 2021 році – 31 особи). Інші тури - «Гошівський монастир та Карпатський трамвайчик», «Цвітіння сакури на Закарпатті, фестиваль вина та меду «Сонячний напій» мали також хорошу динаміку зростання кількості відвідувачів, яка була чіткою та стабільною до 2021 року.

Якщо проаналізувати діяльність турфірми у цьому напрямі, то вона здебільшого використовує уже існуючі маршрути одноденних турів “Золота підкова”, Дендропарк Софіївка, Джуринський водоспад та ін. Вважаємо, що для розвитку культурно-історичного туризму необхідно розробити

комплексний багатоденний маршрут, який включає інші об'єкти історичних місць та культурної спадщини, використовуючи можливість проведення різноманітних атракцій, таких як стрільба з лука та мушкету, лицарські бої, катання на конях тощо.

Незважаючи на доволі великий потенціал, реальний процес туристичної адаптації історичних пам'яток стикається з рядом негативних факторів, які були згруповані і проаналізовані в роботі.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНІ

3.1. Перспективи та проблеми розвитку історико-культурних об'єктів в Україні

З початком повномасштабного вторгнення українська туристична індустрія майже повністю зупинилася. З 24 лютого минулого року припинено всі авіаперельоти, як регулярні, так і ділові, які є основним засобом пересування для іноземних туристів. Українці також подорожують за кордон лише залізничним та автомобільним транспортом, і то лише обмеженою кількістю людей через загальну мобілізацію, яка триває досі. Як наслідок, майже всі заплановані поїздки в Україну та за кордон були скасовані.

Практично все доступне узбережжя Чорного моря опинилося під загрозою обстрілів, а Азовське море було окуповане. Через це сотні готелів, навіть ті, що могли б приймати гостей, не відкрилися на літо через побоювання щодо безпеки туристів.

У травні минулого року Міністерство культури та інформаційної політики України задокументувало 300 випадків воєнних злочинів, скоєних Росією проти культурної спадщини України.

Найбільше постраждали релігійні споруди, з яких 106 є пам'ятками історії, архітектури та містобудування. За даними Міністерства, пошкоджено 17 об'єктів національного значення, 81 - місцевого рівня, а також 6 нещодавно виявлених об'єктів культурної спадщини. Найчастіше злочини проти культурної спадщини фіксувалися в Харківській (88 випадків), Донецькій (62), Київській (49), Чернігівській (33), Луганській (21) та Сумській (20) областях.

Таблиця 3.1

Туристичні об'єкти, які постраждали внаслідок воєнних дій РФ на території України

Об'єкт/ Назва	Локація
Історико-краєзнавчий музей Марії Примаченко	Київська область

Музеї	Маріупольський художній музей ім. Куїнджі	Донецька область
	Музею Українських старожитностей Василя Тарновського	м.Чернігів
	музей-садибу Попови	Запорізька область
	Історико-краєзнавчий музей м. Охтирка	Харківська область
	Монумент ХХ століття - колишній кінотеатр імені Щорса	
Театральні зали	Маріупольський драматичний театр	Донецька область
	Дніпровський будинок органної та камерної музики	м.Дніпро
Храми	Покровська церква (1872 р.)	Житомирська область
	Дерев'яна церква Різдва Пресвятої Богородиці (1862 р.)	
	Георгіївська церква у Заворичах (1873 р.)	Київська область
	Святогірська Свято-Успенська Лавра (XVII - XVIII ст.)Христо-Різдвяний кафедральний собор	Донецька область
	Іллінська церква (XI - XII ст.)Успенський Єлецький монастир (1060 р.) заснований князем Святославом Ярославичем	м.Чернігів
Будівлі та меморіальні комплекси	Сумський кадетський корпус Сумська духовна семінарія	м.Суми
	Меморіальний комплекс Бабин Яр	м.Київ
Історичні	Будинок Слово, куди заселили українських митців, які згодом стали представниками Розстріляного Відродження Бібліотека ім. Короленка Будинок No8 на вулиці Свободи у Харкові Будинок No3 на площі Конституції у Харкові Будинок «Слово» у Харкові	м.Харків

Джерело: розроблено автором за [39].

Встановити масштаби втрат і руйнувань, спричинених війною, а також оцінити її вплив на майбутню безпеку туристичних і рекреаційних територій є надзвичайно складним і часто неможливим завданням. Деякі з цих територій наразі окуповані, а за інші ведуться запеклі бої. Через триваючий

конфлікт туризм у цих регіонах залишається вкрай непрактичним. У таблиці 3.2 подано огляд первинних даних щодо туристично-рекреаційного потенціалу територій, які зазнали втрат внаслідок російської агресії.

Таблиця 3.2

Туристично-рекреаційний потенціал областей, що частково знаходять під окупацією або розташовані поблизу

Область	Об'єкти природно заповідного фонду	Історичні пам'ятки архітектури	Значущі об'єкти
Миколаївська	89 районів, у тому числі частина Чорноморського біосферного заповідника.	3300 пам'яток, у тому числі 143 пам'ятки, 3 музеї у 8 департаментах та історико-археологічний заповідник «Ольвія».	Приємний клімат, піщані пляжі на узбережжі Чорного моря, джерела мінеральної води, лікувальні грязі.
Херсонська	69 територій та об'єктів природнозаповідного фонду, 2 біосферних заповідника - Асканія-Нова та Чорноморський.	5900 пам'яток, 143 з яких занесено до Списку національного надбання, 3 музеї та 6 відділів і департаментів.	Чорноморське та Азовське узбережжя Херсонської області (понад 200 км).
Запорізька	299 територій та об'єктів природнозаповідного фонду, частина відділу українського степового заповідника «Кам'яні Могили»	6,8 тис пам'яток, в тому числі 25 пам'яток архітектури і містобудування, 3 заповідники, 16 музеїв із 2 відділами. Національний заповідник «Хортиця»	Сприятливі кліматичні умови, узбережжя Азовського моря.
Одеська	92 заповідники, у тому числі	7400 пам'яток, з них 1440 – пам'ятки	о. Зміїний площею 1,5 км ² .

	заповідні території Дунайські плавні, пам'ятки природи – Михайлівський яр і Одеські катакомби, ботанічний сад Одеського університету.	містобудування та архітектури, 3 музеї, 7 філій і відділів, у тому числі перший український музей старожитностей в Одесі.	Сприятливі кліматичні умови, численні пляжі (>300 км), лікувальні грязі, джерела мінеральних вод.
Харківська	135 територій та об'єктів природнозаповідного фонду.	Загальна кількість пам'яток 2535, 15 національних музеїв і заповідників.	Мінеральні джерела, курорти Березівські мінеральні води і Рай-Оленівка.

Джерело: розроблено автором за [40].

З огляду на досвід інших країн, які пережили воєнні конфлікти, можна зробити висновок, що такі ситуації мають прямий вплив на розвиток туризму. Наприклад, після завершення конфлікту в Боснії та Герцеговині у 1995 році туристичний потік до країни значно збільшився, щорічно зростаючи на 24%. Всесвітня організація туризму прогнозувала, що до 2020 року Боснія і Герцеговина стане третім за швидкістю розвитку туристичним напрямом у світі.

Щодо іншого прикладу - Ізраїль, який досі перебуває у стані війни з Палестиною, варто зазначити, що не зважаючи на конфлікт, ця країна залишається привабливою для туристів, і туризм складає 6,2% її економіки. Популярними видами туризму в Ізраїлі є паломництво, медичний туризм та культурний туризм.

Україна має ключові напрямки для відновлення туризму після війни, які потребують особливої уваги (рис.3.1):



Рис. 3.1. Ключові напрямки для відновлення туризму після війни.

Розвиток інфраструктури туристичних послуг та впровадження цифрових рішень: Використання передових технологій і цифрових інновацій у сфері туризму розширить можливості для відвідувачів. Віртуальні тури, онлайн-бронювання та інтерактивні додатки підвищать рівень обслуговування та зручність для туристів.

Розвиток туризму на різних рівнях і формування конкурентних переваг: Україна повинна активно працювати над розвитком туризму на національному, регіональному та місцевому рівнях. Створення унікальних туристичних маршрутів, інвестиційних проєктів та використання місцевих особливостей допоможе привернути увагу міжнародних туристів і виокремитися серед конкурентів.

Продаж унікальних українських брендів за кордоном: Активне популяризування унікальних аспектів української культури, історії, природних та культурних ресурсів на міжнародному рівні є ключовим. Ефективна маркетингова стратегія та співпраця з міжнародними партнерами допоможуть залучити більше іноземних туристів до України.

Для зменшення впливу зазначених проблем на внутрішній туризм, рекомендується прийняти заходи з безпеки та попередження:

Уряд повинен забезпечувати безпеку на території країни, надавати інформацію про потенційні небезпеки та попереджати туристів про зони, які не рекомендується відвідувати. Це може включати розміщення попереджувальних знаків, надання рекомендацій щодо поведінки у зонах конфлікту, розробку мап безпеки та надання підтримки туристам.

Відновлення історичних та культурних об'єктів, які постраждали від військових дій, має стати пріоритетом у післявоєнний період. Створення туристичних місць пам'яті у містах, таких як Бородянка, Гостомель, Буча, Чорнобаївка, Ізюм, Херсон, Лиман, Маріуполь, допоможе зберегти історію і привернути увагу туристів.

Для забезпечення безпеки та підтримки розвитку туризму в інших регіонах країни можна розробити альтернативні маршрути, які не проходять через зони конфлікту та активних воєнних дій.

Станом на 2021 рік, Україна ратифікувала низку міжнародних нормативноправових актів щодо охорони, збереження і примноження культурної спадщини. Зокрема, серед них такі документи:

- «Європейська хартія регіональних мов або мов меншин»
 - «Європейська конвенція про охорону археологічної спадщини»
- (переглянута) –

Конвенції:

1. «Про охорону архітектурної спадщини Європи»
2. «Про охорону підводної культурної спадщини»
3. «Про охорону нематеріальної культурної спадщини»
4. «Про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження»
5. «Про охорону Всесвітньої культурної та природної спадщини»

6. «Про заходи спрямовані на заборону та запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачу права власності на культурні цінності»

Відповідно до Конституції України та Закону «Про міжнародні договори України», ці міжнародні акти є частиною національного законодавства й підлягають обов'язковому виконанню.

Необхідно посилити роль спільних інститутів співпраці, таких як громадські, консультативні, експертно-методичні ради. Основні функції цих інститутів включають:

- Забезпечення участі широкої громадськості у формуванні та реалізації державної політики у сфері культури.
- Участь у процесах розробки законодавчих та нормативно-правових актів з охорони історико-культурної спадщини в регіонах та контроль за їх виконанням.
- Популяризація культурних цінностей на місцевому та регіональному рівнях.
- Організація інспектування за збереженням та реставрацією об'єктів культурної спадщини.
- Внесення пропозицій щодо складання та оновлення на базі національного охоронного реєстру переліку культурних цінностей.

Перспективним напрямком є розробка державних цільових програм збереження культурної спадщини на регіональному рівні. Такі програми мають включати:

- Питання збереження культурної спадщини регіонів або територій.
- Сприяння впровадженню ефективних форм збереження та популяризації культурної спадщини, які використовуються ЮНЕСКО.
- Розроблення і здійснення комплексу науково-дослідних, ремонтнореставраційних, природоохоронних, інформаційних,

фінансовоекономічних заходів для забезпечення збереження, використання та популяризації об'єктів культурної спадщини.

- Створення нових туристичних маршрутів та сучасної туристичної інфраструктури регіонів України.

Таким чином, посилення ролі громадськості та розробка державних програм збереження культурної спадщини є ключовими елементами для ефективного управління культурною спадщиною в Україні.

У розвитку культурного туризму фахівці пропонують наступні перспективні напрямки їх подальшого розвитку, зокрема:

- Сприяння створенню високоякісних культурних продуктів та послуг креативними професіоналами, спільнотами та інституціями.
- Проведення реставрації та ревіталізації об'єктів культурної спадщини, а також вивчення елементів нематеріальної культурної спадщини як інвестиційно привабливих ресурсів.
- Розвиток креативних індустрій на основі використання культурноісторичного потенціалу регіону, етнонаціонального різноманіття та створення нових видів туризму.
- Системне реформування музейної діяльності з метою перетворення музеїв та заповідників на відкриті універсальні простори.
- Сприяння розвитку системи творчих резиденцій.
- Впровадження нових форм діяльності клубних закладів, центрів народної творчості та культурно-освітніх центрів.
- Підтримка розвитку малого та середнього підприємництва у сферах креативних індустрій.
- Інтеграція об'єктів культурної спадщини та територій, на яких вони розміщені, у міжнародні, національні та регіональні культурні і туристичні маршрути.

- Розширення можливостей закладів культури для ведення самостійної фінансової та господарської діяльності.
- Активізація туризму в сільській місцевості через проведення фестивалів, ревіталізацію та збереження промислової, історичної та культурної спадщини.
- Перехід до грантової системи фінансування культури шляхом розвитку державно-приватного партнерства та залучення додаткових джерел фінансування культурних проєктів через спеціальні фонди та програми підтримки.

3.2. Розробка стратегічних напрямів розвитку туристичного підприємства «Skay Trevel» на основі використання історико-культурної спадщини

Сьогодні активно застосовуються інноваційні методи у створенні брендів, заснованих на культурній спадщині. Один із таких методів включає використання матеріальної культурної спадщини та історичних подій для просування туристичних локацій, популяризації історичних подій, видатних особистостей, традицій та свят.

Залучення потенційних туристів можна також здійснювати через культуру харчування, використовуючи культурну спадщину. Інтерес до регіональної кухні стає важливим засобом залучення туристів. Для створення відчуття автентичності, виробники часто застосовують традиційні, а інколи й старовинні методи приготування. Наприклад, трдельник асоціюється з Чехією, піца – з Італією, гуляш – з Угорщиною, а львівський чізкейк – зі Львовом.

Розвиток історико-культурних об'єктів має позитивний економічний та туристичний вплив не тільки на регіон, а й на всю країну. Інвестиції в ці об'єкти сприяють створенню робочих місць, покращенню місцевої

інфраструктури та залученню туристів. Це може мати значний соціально-економічний вплив на регіон та сприяти збереженню культурної спадщини. Інноваційні інвестиційні програми також сприяють популяризації історії та культури через використання сучасних засобів комунікації. Вони включають створення веб-сайтів, мобільних додатків, відеоматеріалів та інших інтерактивних інструментів, які дозволяють глядачам отримувати більше інформації та занурюватися у світ історії. Загалом, інноваційні інвестиційні програми відіграють ключову роль у збереженні, розвитку та популяризації історичних та культурних об'єктів. Вони забезпечують фінансову підтримку, стимулюють інновації та сприяють залученню приватного сектору. Правильне використання таких програм та проєктів позитивно впливає на економіку, туризм і культурну спадщину суспільства.

Розробляючи шляхи розвитку та удосконалення туристичної діяльності Sky Travel слід розглянути можливі напрямки для розвитку виду історикокультурний туризм (табл.3.1).

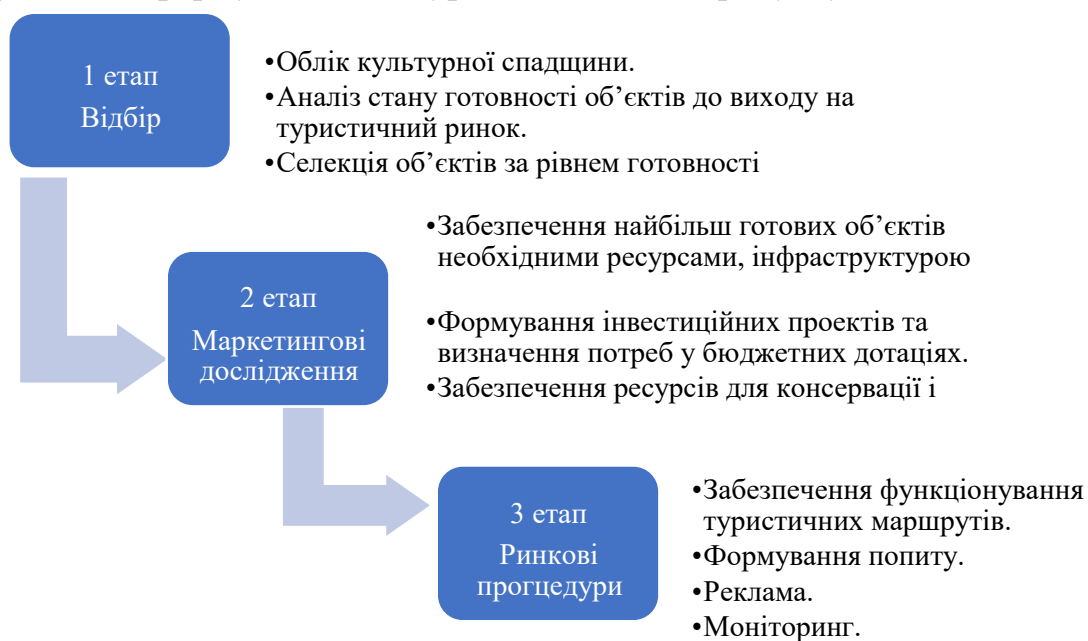
Таблиця 3.1

Характеристика напрямів історико-культурного туризму для ТОВ «Sky Travel»

Туристична дестинація	Туристична атракція	Середня прогнозо вана кількість туристів в рік
м. Київ	Собор святої Софії та прилеглі чернечі будівлі, Києво-Печерська лавра	60
м. Львів	Львів — ансамбль історичного центру	80
м. Чернівці	Резиденція митрополитів Буковини і Далмації	50
Волинська область	Золоте кільце Волині (Кременчук – Луцьк – Дубно – Тараканів – Тернопіль – Кременчук)	40

Джерело: Розроблено автором.

Процес формування туристичного продукту на основі



історикокультурної спадщини можна схематично розділити на три етапи (рис.:

та послугами.

реставрації об'єктів.

Рис. 3.2. Процес формування туристичного продукту на основі історикокультурної спадщини

На етапі відбору ідей доцільними є дії щодо обліку культурної спадщини, аналізу стану готовності об'єктів до виходу на туристичний ринок, селекція об'єктів за рівнем готовності.

На етапі проведення маркетингових досліджень необхідно вирішити питання забезпечення найбільш привабливих об'єктів необхідними ресурсами, інфраструктурою та комплексом послуг, визначення потреб у бюджетних дотаціях та формування інвестиційних проектів, забезпечення ресурсів для реставрації та консервації туристичних об'єктів.

На останньому етапі здійснюються ринкові процедури, а саме: забезпечення функціонування туристичних маршрутів, формування попиту, реклама, моніторинг .

Для ТОВ «Sky Travel» розроблена туристична програма Золоте кільце Волині.

Мета програми: розробка і впровадження туристичного маршруту "Золоте Кільце Волині" з метою популяризації культурної спадщини Волині, стимулювання розвитку місцевої економіки та залучення туристів до регіону.

Етапи реалізації програми

1. Відбір об'єктів

- Облік культурної спадщини:
 - Ідентифікація та інвентаризація історичних, архітектурних, археологічних і культурних об'єктів Волині. ○ Визначення ключових об'єктів для включення у туристичний маршрут.
- Аналіз стану готовності:
 - Оцінка стану об'єктів, їх доступності для відвідувачів та інфраструктурної забезпеченості. ○ Визначення необхідних заходів для підготовки об'єктів до прийому туристів.

- Селекція об'єктів:
 - Відбір об'єктів за рівнем готовності та значимістю для культурної спадщини регіону.

2. Маркетингові дослідження –

Забезпечення ресурсами:

- Набір необхідних ресурсів, інфраструктури та послуг для найбільш готових об'єктів.
- Формування інвестиційних проектів для залучення фінансування.
- Формування інвестиційних проектів:
 - Визначення потреб у бюджетних дотаціях та приватних інвестиціях.
 - Розробка проектів для консервації і реставрації об'єктів.
- Консервація та реставрація:
 - Забезпечення необхідними ресурсами для збереження і відновлення об'єктів.

3. Ринкові процедури

- Забезпечення функціонування туристичних маршрутів:
 - Розробка та маркування маршрутів.
 - Підготовка інформаційних матеріалів (карти, гіді, мобільні додатки).
- Формування попиту:
 - Проведення рекламних кампаній. ○ Співпраця з туристичними агентствами, готелями та іншими партнерами.
- Реклама: ○ Використання різних каналів комунікації для промоції маршруту (соціальні мережі, ЗМІ, туристичні виставки).
- Моніторинг:
- Збір відгуків від туристів та аналіз їхніх вражень.

– Постійне оновлення інформації та вдосконалення маршруту. Основні об'єкти маршруту "Золоте Кільце Волині" 1. Замок Любарта (Луцький замок) - Луцьк ◦ Історичний центр Волині, один з найстаріших замків України.

2. Музей Волинської ікони - Луцьк ◦ Унікальна колекція ікон та церковного мистецтва.

3. Берестечко (Національний заповідник "Поле Берестецької битви") - с.

Пляшева ◦ Місце однієї з найбільших битв часів Хмельниччини.

4. Кременецький замок - Кременець ◦ Живописні руїни замку на горі Бона. 5. Олицький замок - смт Олика ◦ Один з найдавніших ренесансних замків в Україні.

6. Церква Святого Дмитрія - с. Кисилин ◦ Відомий своєю унікальною архітектурою.

7. Садиба Косачів - с. Колодяжне ◦ Музей Лесі Українки.

8. Шацькі озера - Шацьк ◦ Природна перлина Волині, ідеальне місце для відпочинку.

Додаткові послуги

- Екскурсії з професійними гідами.
- Місцеві гастрономічні тури.
- Майстер-класи з народних ремесел.
- Проживання в автентичних садибах та готелях.

Очікувані результати

- Збільшення потоку туристів до Волині.
- Підвищення рівня зайнятості місцевого населення.

- Покращення стану культурної спадщини.
- Збільшення інвестицій у регіон.

Таким чином, запропонована Програма "Золоте Кільце Волині" сприятиме підвищенню ефективності туристичної діяльності ТОВ «Sky Travel», а також стимулюватиме розвиток туристичної інфраструктури та економіки регіон, збереженню та популяризації культурної спадщини Волині.

Висновки до розділу 3

Стратегічний підхід до розвитку внутрішнього туризму в Україні – це спрямована національна політика, яка має на меті визнати туризм одним із головних пріоритетів країни, впровадити економічні та правові механізми для успішного ведення туристичного бізнесу, а також розвивати туристичну інфраструктуру.

На даний момент держава реалізує такі стратегії для розвитку внутрішнього туризму: Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2027 року; Ukraine now; "Мандруй Україною"; "Цифрове перетворення України".

Враховуючи досвід інших країн, що постраждали від воєнних конфліктів, Україна має можливість відновити та модернізувати внутрішній туризм шляхом таких заходів: розвиток напрямку «військовий туризм», який включає об'єкти, пов'язані з військовими діями (оборонні споруди, місця битв, музеї, меморіали, пам'ятники та поховання); створення альтернативних маршрутів, що не проходять через зони конфліктів та активних бойових дій; інтеграція туристичної галузі у програми післявоєнної відбудови країни; організація державної підтримки туристичної галузі.

Розвитку історико- культурного туризму фахівці пропонують здійснювати за наступними перспективні напрямки, зокрема:

- Сприяння створенню високоякісних культурних продуктів та послуг креативними професіоналами, спільнотами та інституціями.

- Проведення реставрації та ревіталізації об'єктів культурної спадщини, а також вивчення елементів нематеріальної культурної спадщини як інвестиційно привабливих ресурсів.
- Розвиток креативних індустрій на основі використання культурноісторичного потенціалу регіону, етнонаціонального різноманіття та створення нових видів туризму.
- Системне реформування музейної діяльності з метою перетворення музеїв та заповідників на відкриті універсальні простори.
- Впровадження нових форм діяльності клубних закладів, центрів народної творчості та культурно-освітніх центрів.
- Інтеграція об'єктів культурної спадщини та територій, на яких вони розміщені, у міжнародні, національні та регіональні культурні і туристичні маршрути.
- Активізація туризму в сільській місцевості через проведення фестивалів, ревіталізацію та збереження промислової, історичної та культурної спадщини.
- Перехід до грантової системи фінансування культури шляхом розвитку державно-приватного партнерства та залучення додаткових джерел фінансування культурних проектів через спеціальні фонди та програми підтримки.

Відновлення історичних та культурних об'єктів, які постраждали від військових дій, має стати пріоритетом у післявоєнний період. Створення туристичних місць пам'яті у містах, таких як Бородянка, Гостомель, Буча, Чорнобаївка, Ізюм, Херсон, Лиман, Маріуполь, допоможе зберегти історію і привернути увагу туристів.

В роботі запропоновано напрями в історико-культурного туризму для ТОВ «Sky Travel»: туристична дестинація м. Київ -туристична атракція «Собор святої Софії та прилеглі чернечі будівлі, Києво-Печерська лавра»,

середня прогнозована кількість туристів в рік - 60 чол.; туристична дестинація м. Львів, туристична атракція - Ансамбль історичного центру Львова — середня прогнозована кількість туристів в рік 80 чоловік; м. Чернівці - резиденція митрополитів Буковини і Далмації, середня прогнозована кількість туристів в рік 50 чоловік; Волинська область - Золоте кільце Волині (Кременчук – Луцьк – Дубно – Тараканів – Тернопіль – Кременчук), середня прогнозована кількість туристів в рік - 40 чоловік.

Процес формування туристичного продукту на основі історикокультурної спадщини доцільно здійснювати за трьома етапами: на етапі відбору ідей доцільними є дії щодо обліку культурної спадщини, аналізу стану готовності об'єктів до виходу на туристичний ринок, селекція об'єктів за рівнем готовності; на етапі проведення маркетингових досліджень необхідно вирішити питання забезпечення найбільш привабливих об'єктів необхідними ресурсами, інфраструктурою та комплексом послуг, визначення потреб у бюджетних дотаціях та формування інвестиційних проектів, забезпечення ресурсів для реставрації та консервації туристичних об'єктів; на останньому етапі здійснюються ринкові процедури, а саме: забезпечення функціонування туристичних маршрутів, формування попиту, реклама, моніторинг .

Для ТОВ «Sky Travel» розроблена туристична програма Золоте кільце Волині.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз теоретичних основ історико-культурного туризму, що включає сучасні підходи та моделі, які наявні у світовій та вітчизняній практиці, дозволив зробити висновки:

- Історико-культурний туризм є дуже привабливим з економічної точки зору, а тому має великі перспективи для розвитку.

- Основними завданнями в напрямку розвитку історико-культурного туризму є: інвестиції в усі аспекти, пов'язаних з виробництвом якісних туристичних послуг; розвиток соціальної та транспортної інфраструктури для забезпечення необхідного рівня комфорту в туристичних дестинаціях.

- На прикладі країн світу, Україні потрібно враховувати досвід не лише з побудови необхідної інфраструктури та розробки стратегій з створення автентичної атмосфери культурних міст. Пріоритетом має стати ініціативи з правового регулювання збереження та обліку історичних пам'яток. Організація та створення музеїв має забезпечити збереження та покращити привабливість історико-культурних об'єктів.

2. Дослідження сучасного стану історико-культурного туризму в Україні, включаючи аналіз статистичних даних, тенденцій та проблем, дозволило зробити висновки:

Сучасний стан історико-культурного туризму в Україні характеризується не лише наявністю багатой культурної спадщини, але й активним впровадженням інноваційних підходів до її використання. Інноваційно-інвестиційні програми спрямовані на розвиток історикокультурних об'єктів дозволяють не лише зберегти культурну спадщину, а й зробити її доступною та привабливою для туристів. Важливою складовою цього процесу є розвиток інфраструктури, що забезпечує комфортне та якісне обслуговування туристів.

Деякі об'єкти культурної спадщини, які мають статус об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Станом на сьогодні, до цього списку входять вісім об'єктів матеріальної культурної спадщини. Вони не лише відображають багату історію та культуру України, але й відіграють важливу роль у розвитку історико-культурного туризму.

До ключових об'єктів, через які туристи можуть ознайомитись з історико-культурною спадщиною України, можна виділити численні етнографічні музеї, які діють як важливі туристичні атракції. В Україні функціонує 14 великих музеїв народної архітектури,

3. Дослідження діяльності ТОВ «Скай Тревел» як суб'єкту туристичного бізнесу України дозволило визначити:

- Туристичне підприємство «Скай Тревел» було засноване у 2012 році з метою надання туристичних та супутніх послуг. У 2016 році компанія отримала ліцензію туроператора і наразі розташована в Києві. Штат складається з 5 осіб. Організаційна структура управління фірмою є функціональною.

- У структурі туристичних потоків переважають виїзні туристи, частка яких у 2023 році становила 97,8%. Найпопулярнішими напрямками серед країн відправлення є Туреччина (32,2%), Єгипет (21,7%), Об'єднані Арабські Емірати (9,8%) та Греція (6,6%) (рис. 2.3). Оцінка фінансово-майнового стану ТОВ «Скай Тревел» показала, що підприємство має позитивну динаміку зростання, будучи прибутковим.

- Для визначення цільових ніш було проведено сегментування споживачів туристичних послуг підприємства «Sky Travel», що дозволило визначити профілі трьох цільових сегментів.

- На основі проведеного сегментування споживачів підприємства, було розроблено маркетингові сценарії для визначених сегментів. Для сегменту 1 «Бюджетний тур» запропоновано туристичні пропозиції, які відповідають мотиву душі (пізнавальна потреба, потреба знань, потреба задоволень і насолоди) за видами туризму історичний і архітектурної культури, а також туристичну пропозицію за туризмом міського середовища та культури, що відповідає мотивам настрою (туга за рідними місцями, знайомство з людьми, віра) та мотиву економіки. Для сегменту 2 «Все й одразу» запропоновано туристичні пропозиції, які відповідають мотиву душі (пізнавальна потреба,

потреба знань, потреба задоволень і насолоди) за видами туризму мистецтва та літератури, музейний туризм. Музейний туризм та туризм тематичних парків культури запропонований сегменту 3 «Стандарт Плюс»

- Аналіз відвідуваності деяких історичних пам'яток туристами за пропозицією ТОВ «Sky Travel» показав, що найбільше туристів відвідує Дендропарк Софіївка (у 2021 року – 31 особи). Інші тури - «Гошівський монастир та Карпатський трамвайчик», «Цвітіння сакури на Закарпатті, фестиваль вина та меду «Сонячний напій» мали також хорошу динаміку зростання кількості відвідувачів, яка була чіткою та стабільною до 2021 року.

- Якщо проаналізувати діяльність турфірми у цьому напрямі, то вона здебільшого використовує уже існуючі маршрути одноденних турів “Золота підкова”, Дендропарк Софіївка, Джуринський водоспад та ін. Вважаємо, що для розвитку культурно-історичного туризму необхідно розробити комплексний багатоденний маршрут, який включає інші об'єкти історичних місць та культурної спадщини, використовуючи можливість проведення різноманітних атракцій, таких як стрільба з лука та мушкету, лицарські бої, катання на конях тощо.

- Незважаючи на доволі великий потенціал, реальний процес туристичної адаптації історичних пам'яток стикається з рядом негативних факторів, які були згруповані і проаналізовані в роботі. Особливо впливають проблеми, такі як охорона культурної спадщини, забезпечення доступу до об'єктів для туристів та якість обслуговування туристів. Для вирішення цих проблем необхідна координація державної політики в сфері туристичного бізнесу та ефективне управління історико-культурними об'єктами.

4. В роботі зроблено ряд рекомендації щодо реалізації потенціалу історикокультурної спадщини для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг:

- Враховуючи досвід інших країн, що постраждали від воєнних конфліктів, Україна має можливість відновити та модернізувати внутрішній туризм шляхом таких заходів: розвиток напрямку «військовий туризм», який включає об'єкти, пов'язані з військовими діями (оборонні споруди, місця битв, музеї, меморіали, пам'ятники та поховання); створення альтернативних маршрутів, що не проходять через зони конфліктів та активних бойових дій; інтеграція туристичної галузі у програми післявоєнної відбудови країни; організація державної підтримки туристичної галузі.

- Розвиток історико- культурного туризму доцільно здійснювати за наступними перспективні напрямки, зокрема: сприяння створенню високоякісних культурних продуктів та послуг креативними професіоналами, спільнотами та інституціями, проведення реставрації та ревіталізації об'єктів культурної спадщини, а також вивчення елементів нематеріальної культурної спадщини як інвестиційно привабливих ресурсів, розвиток креативних індустрій на основі використання культурно-історичного потенціалу регіону, етнонаціонального різноманіття та створення нових видів туризму; системне реформування музейної діяльності з метою перетворення музеїв та заповідників на відкриті універсальні простори; впровадження нових форм діяльності клубних закладів, центрів народної творчості та культурноосвітніх центрів.

- Відновлення історичних та культурних об'єктів, які постраждали від військових дій, має стати пріоритетом у післявоєнний період. Створення туристичних місць пам'яті у містах, таких як Бородянка, Гостомель, Буча, Чорнобаївка, Ізюм, Херсон, Лиман, Маріуполь, допоможе зберегти історію і привернути увагу туристів.

-В роботі запропоновано напрями в історико-культурного туризму для ТОВ «Sky Travel»: туристична дестинація м. Київ -туристична атракція «Собор святої Софії та прилеглі чернечі будівлі, Києво-Печерська лавра»,

середня прогнозована кількість туристів в рік - 60 чол.; туристична
дестинація м. Львів, туристична атракція - Ансамбль історичного центру
Львова — середня прогнозована кількість туристів в рік 80 чоловік; м.
Чернівці - резиденція митрополитів Буковини і Далмації, середня
прогнозована кількість туристів в рік 50 чоловік; Волинська область -
Золоте кільце Волині (Кременчук – Луцьк – Дубно – Тараканів – Тернопіль
– Кременчук), середня прогнозована кількість туристів в рік - 40 чоловік.

- Процес формування туристичного продукту на основі історикокультурної спадщини доцільно здійснювати за трьома етапами: на етапі відбору ідей доцільними є дії щодо обліку культурної спадщини, аналізу стану готовності об'єктів до виходу на туристичний ринок, селекція об'єктів за рівнем готовності; на етапі проведення маркетингових досліджень необхідно вирішити питання забезпечення найбільш привабливих об'єктів необхідними ресурсами, інфраструктурою та комплексом послуг, визначення потреб у бюджетних дотаціях та формування інвестиційних проектів, забезпечення ресурсів для реставрації та консервації туристичних об'єктів; на останньому етапі здійснюються ринкові процедури, а саме: забезпечення функціонування туристичних маршрутів, формування попиту, реклама, моніторинг .

Для ТОВ «Sky Travel» наведений приклад розроблення туристичної програми Золоте кільце Волині.

Список використаних джерел

1. UNWTO : Tourism and culture. URL: <https://www.unwto.org/tourism-andculture>
2. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: навч. посібн. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. К.: Вид-во «Знання», 2011. 334 с.
3. Подолян Я. Тимошенко І. Садова Н. «Економіка та суспільство» Культурний туризм як інструмент відновлення та розвитку індустрії гостинності у повоєнний період, випуск 53, 2023 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2652>
4. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посібн. / О.О. Любіцева. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
5. Richards G. Tourism and Culture: Image, Identity and Marketing. University of Northumbria, 1996. — pp. 107–120.
6. Hospitality, Tourism and Leisure Management : Issues in Strategy and Culture. London, 1997. — С. 56–58
7. Закон України «Про охорону культурної спадщини» від 25.10.2001 № 2768-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>.
8. Копієвська О.Р. Всесвітня культурна спадщина: регулювання міжнародним правом / О.Р. Копієвська // Держава і право : зб. наук. пр. Культура України. Випуск 48. 2015 37/ Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України. — Київ, 2006. — Вип. 33. Юрид. і політ. науки. — С. 25–30.
9. Каткова Т. Г. Поняття культурної спадщини за міжнародним та українським законодавством / Т. Г. Каткова // Право і безпека. — 2005. — Т. 4. — № 5. — С. 148–152
10. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України (суспільно-географічне дослідження) : дис. ... канд. геогр. наук : спец. 11.00.02. — Київ, 2007. — 220 с

11. Конвенція про охорону світової культурної та природної спадщини, 1972. – 96 с.
12. Яковенко Н. Вступ до історії / Н. Яковенко. К.: Критика, 2007. 375 с.
13. Kotler Philip. Marketing Places Europe: How to Attract Investments, Industries, Residents and Visitors to Cities, Communities, Regions and Nations in Europe 2nd Edition / Philip Kotler. Ft Pr; 2nd edition (December 15, 1999). – 314 р.
14. Парфіненко А.. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. Вісник львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 43. Ч. 1
15. Постанова від 26 липня 2001 р. N 878 “Про затвердження Списку історичних населених місць України” URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF#Text>
16. Об’єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні URL: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ua>
17. Каднічанський Д. Скансени України / Д. Каднічанський // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2010. – Квітень № 16 (645). – С. 3–8.
18. Юхновська Ю.О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/6_2019/13.pdf
19. Вечерський В.В. Проблеми українських заповідників / В.В. Вечерський // Пам’ятки України: історія та культура. – № 3-4. – С. 16–20.
20. Про туризм. (n.d.). Офіційний Вебпортал Парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
21. Кабінет Міністрів України - Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>

22. Visit Ukraine - RULES OF SAFE VISIT TO UKRAINE.

URL:<https://visitukraine.today/>

23. Ukraine Now. Бренд України у світі. URL:

<https://banda.agency/ukrainenow/>

24. Мандруй Україною Пам'ятки, 3D-тури, маршрути, гідс | DISCOVER.UA. URL: <https://discover.ua/>

25. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну: історичний контекст. URL: <https://uinp.gov.ua/aktualni-temy/povnomasshtabne-vtorgnennya-rosiyi-vukrayinu-istorychnyy-kontekst>.

26. Орлова В. Україна, Литва та Польща розпочали працювати над оцифруванням культурної спадщини України. URL:

<https://www.unian.ua/society/ukrajina-litva-ta-pol-shcha-rozpochali-pracyuvatinad-ocifruvannyam-kulturnoji-spadshchini-ukrajini-novini-ukrajini11824371.html>.

27. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року. URL:https://kse.ua/wpcontent/uploads/2022/10/Sep22_FINAL_Sep1_Damages-Report.pdf

28. Мапа культурних втрат. URL: <https://uaculture.org/culture-loss/>

29. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dvorska2.htm.

30. Офіційний сайт Укрзалізниці URL:<http://www.uz.gov.ua>

31. Проект Плану відновлення України URL:<https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/restoration-anddevelopment-of-infrastructure.pdf>