

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ГЕОГРАФІЇ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ**

**«АНАЛІЗ ВІДВІДУВАННЯ МЕШКАНЦЯМИ УКРАЇНИ М.ЧЕРНІВЦІ»**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

***Виконала:***

студентка 2 курсу, 610 групи  
**Телекі Наталія Дмитрівна**

***Науковий керівник:***

доцент Андрусяк Н.С.

*До захисту допущено  
на засіданні кафедри  
протокол № \_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2023р.)*

***Завідувач кафедри: Король О.Д.  
д. геогр. наук, доцент***

---

(підпис)

**Чернівці – 2023**

## Анотація

**Телекі Н.Д.** Аналіз відвідування мешканцями України міста Чернівці. *Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного ступеня магістра* зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Туризмознавство». Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці, 2023.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню в'їзного туризму м.Чернівці.

Автором досліджено та проаналізовано ресурсний потенціал України; проведено аналіз екскурсій та екскурсійних турів Україною з міста Чернівці та власне Чернівцями; проведено анкетування на тему: «Відвідування мешканцями України міста Чернівці».

Робота викладена на 75 сторінках з додатками, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 55 джерелами, містить 21 рисунок та 2 таблиці.

**Ключові слова:** екскурсія, екскурсійні тури, екскурсійна діяльність, екскурсант, гід (екскурсовод), екскурсійна методика.

## Annotation

**Teleki N.D.** Analysis of visits by residents of Ukraine to the city of Chernivtsi. *Qualification work for obtaining an educational qualification master's degree* in the specialty 242 "Tourism" according to the educational program "Tourism Studies". Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Chernivtsi, 2023.

The qualification work is dedicated to the study of inbound tourism in the city of Chernivtsi.

The author researched and analyzed the resource potential of Ukraine; an analysis of excursions and excursion tours in Ukraine from the city of Chernivtsi and Chernivtsi itself; a questionnaire was conducted on the topic: "Visit by residents of Ukraine to the city of Chernivtsi".

The work is laid out on 75 pages with appendices, consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of used sources with 55 sources, contains 21 figures and 2 tables.

**Key words:** excursion, excursion tours, excursion activity, excursionist, tour guide, excursion method.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ Н.Д. Телекі  
(підпис)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСКУРСІЙ ТА ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>5</b>
1.1. Методики та основи екскурсійної теорії .....	5
1.2. Ретроспективний розвиток екскурсійної справи в Україні.....	10
1.3. Аналіз українського ринку екскурсій.....	17
<b>РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ, ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ УКРАЇНОЮ З М.ЧЕРНІВЦІ.....</b>	<b>21</b>
2.1. Визначення цільової аудиторії.....	21
2.2. Ресурсний потенціал України для забезпечення екскурсійної діяльності...	30
2.3. Аналіз екскурсій та екскурсійних турів Україною з м. Чернівці.....	42
<b>РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ МІСТОМ ЧЕРНІВЦІ МЕШКАНЦЯМИ УКРАЇНИ .....</b>	<b>47</b>
3.1. Пропозиції екскурсій та екскурсійних турів об'єктами туристичної індустрії у м.Чернівці.....	47
3.2. Аналіз відвідування мешканцями України міста Чернівці.....	50
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>61</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>64</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>69</b>

## ВСТУП

На сьогоднішній день, туристська справа набуває розвитку як в Україні так і в регіонах в цілому. Сучасний світ цікавиться більше здоровим способом життя, подорожами, активним відпочинком, а не сидінням удома. Під час пандемії туризм став надзвичайно актуальним, оскільки суспільство відчуло втому від обмеження у «4 стінах» багатоповерхівок та бажання дивитися на екрани телевізора, комп'ютера тощо.

В даний час розвиток туризму характеризується масштабним розвитком і охоплює значну частину економічного сектора. Спираючись на досвід багатьох європейських країн, Україна намагається зробити власний внесок у розвиток туризму. Проте військова агресія з боку Російської Федерації завдала величезних втрат і завадила будь-якому розвитку. А саме – розвивати нові напрямки та підтримувати у належному стані існуючі пам'ятки історії та архітектури. Його значна частка в національній економіці є рушійною силою економічного розвитку і може забезпечити високий рівень життя людей.

Так як відвідувати популярні закордонні туристські маршрути, на даний час, не для всіх є можливим, необхідно розвивати регіональний туризм, який знаходиться поруч. Майже в кожній області можна знайти значну кількість пам'яток, які можна представити туристам, і більшість з них розташовані у регіонах. Деякі регіони активно сприяють розвитку туризму на своїй території, ініціюючи створення фестивалів, екскурсійних маршрутів та розвиваючи активний туризм для популяризації свого регіону.

*Актуальність теми.* Тема: Аналіз відвідування мешканцями України міста Чернівці. На сьогоднішній час туристична справа набуває розвитку не тільки в Україні, а й окремо в Чернівцях та Чернівецькій області.

Чернівці мають велику кількість пам'яток як місцевого, так і регіонального та міжнародного значення з багатовіковою історією, на основі якої можна створити безліч атракцій.

За допомогою екскурсійної справи можна донести будь-яку інформацію до туристів. Якщо створено якісні послуги, хорошу туристичну

інфраструктуру, то люди будуть відвідувати атракції на будь-якій місцевості. А це забезпечить стабільні надходження до бюджету міста та підвищить його економіку.

*Мета магістерської роботи:* покращити розвиток туризму в Чернівцях.

*Завдання роботи:*

- проаналізувати розвиток екскурсійної справи в Україні;
- дослідити ресурсний потенціал України;
- проаналізувати екскурсії та екскурсійні тури Україною з м.Чернівці та Чернівцями;
- проаналізувати відвідування мешканцями України міста Чернівці.

*Об'єкт дослідження:* екскурсійна та туристична діяльність Чернівців.

*Предмет дослідження:* екскурсійна діяльність в Чернівцях.

*Методи дослідження:* теоретичні, статистичні, порівняння, аналіз, анкетування, підсумки.

*Наукова новизна одержаних результатів* полягає в розробці анкетування щодо відвідування мешканцями України міста Чернівці.

*Практичне значення одержаних результатів:* полягає в даних, які одержані в результаті анкетування про відвідування мешканцями України міста Чернівці.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСКУРСІЙ ТА ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## 1.1. Методики та основи екскурсійної теорії

Розуміння суті екскурсії надає можливість належно вирішувати основні аспекти, пов'язані з плануванням та змістом екскурсійної діяльності. «Сутність – внутрішній зміст предмета, яка виражена в єдності всіх різноманітних та суперечливих форм його буття»[28, с.665].

Екскурсія (з латинської «excursio» – подорож) розпочинає свою діяльність із шкіл Англії, Франції, Німеччини, Австрії та інших країн, в яких учителі використовували задля вивчення матеріалу подорожі за межі міста та прогулянки пішим ходом.

У 1882 році В. Даль в своєму словнику висловив думку стосовно екскурсій: «Екскурсії - це прогулянки, вихід на пошук чогось, для збирання трав та іншого». У ХІХ столітті екскурсії вважались звичайними прогулянками з певною метою, які не мали бути тривалими та не передбачали великі відстані. Також важливим є те, що екскурсія повинна мати конкретну мету.

Екскурсія є неодмінною частиною туризму. Важливо зауважити, що з плином часу термін «екскурсія» набував різних значень. Наприклад, на рубежі ХІХ-ХХ століть під екскурсіями розуміли в основному наукові дослідження або процес набуття конкретних знань про історичні пам'ятки. В праці «Методика і техніка проведення екскурсій», професором Б. Є. Райковим, датованій 1927 роком, відзначав: «Екскурсія - це вивчення об'єктів, так би мовити, у місцях їх природного знаходження (за локальним принципом) та у зв'язку з пересуванням свого місця у просторі (за моторним принципом). Між собою ці два принципи тісно пов'язані та складають сутність екскурсійного методу»[25, с. 7-8].

За висловлюванням відомого експерта в галузі екскурсій Б. В. Ємельянова, екскурсія представляє собою цілеспрямований та наочний процес пізнання оточуючого світу. Цей процес побудований на заздалегідь вибраних об'єктах, які можуть знаходитися як у природних умовах, так і на промислових

об'єктах, в приміщеннях, лабораторіях науково-дослідних інститутів, майстернях художників, виставках, залах музеїв тощо.

Термін «екскурсія» у вигляді туристичної послуги було охарактеризовано у Міждержавному стандарті ДЕСТ 28681.2-95 під назвою «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги». Згідно з цим стандартом, екскурсія виступає як туристська послуга, спрямована на задоволення духовних, естетичних та інформаційних потреб туристів[21, с.33].

Неможливо не погодитись із визначенням терміну «екскурсія», яке надає В. К. Федорченко. Він розглядає екскурсію як процес візуального сприйняття оточуючого середовища, природних особливостей, сучасних та історичних об'єктів, елементів побуту та визначних пам'яток конкретного міста чи регіону. Визначення також включає тематичні маршрути, спрямовані на відвідування пам'яток, окремих об'єктів і місць[25, с.8].

Розглядаючи поняття «Суть екскурсії» необхідно враховувати обмеження, які накладають об'єктивні вимоги на процес подорожі. Кожна екскурсія є особливим діяльнісним процесом, а його сутність визначається певними закономірностями (тематичними, цільовими, образотворчими, емоційними, діяльними та ін.). [1, с.66].

Ще одним значущим терміном для авторського дослідження є «діяльність у сфері екскурсій». Згідно із Законом України «Про туризм» (15 вересня, 1995 р.): «Екскурсії - організовані тури тривалістю не більше 24 годин у супроводі професійних гідів за заздалегідь складеним маршрутом з метою ознайомлення з історією, природою, пам'ятками культури, туристичними об'єктами, музеями тощо»[10].

Крім того, важливим аспектом для дослідження є поняття, яке визначає особу, що користується екскурсійними послугами – «екскурсант». Згідно з Законом України «Про туризм»: «Екскурсант - учасник екскурсії, залучений під керівництвом екскурсовода до процесу вивчення навколишнього середовища (ландшафтного та біотичного різноманіття) з метою задоволення своїх



інформаційних, естетичних і духовних потреб шляхом огляду, вивчення визначних пам'яток, об'єктів діяльності людини тощо»[10].

Не менш важливим елементом є «гід (екскурсовод)». Згідно із Законом України «Про туризм» (15 вересня, 1995 р.): «Гід (екскурсовод) – особа, яка володіє фаховою інформацією про країну (місцевість) перебування, визначні місця, об'єкти показу, а також мовою цієї країни чи мовою іноземних туристів, яких приймають, або загально зрозумілою для них мовою, надає екскурсійно-інформаційні, організаційні послуги та кваліфіковану допомогу учасникам туру в межах договору про надання туристичних послуг» [10].

Також необхідно зазначити, що важливим аспектом для розгляду в рамках цього дослідження є «екскурсійний метод». Різні методи пізнання, такі як аналітичні, індуктивні, дедуктивні, синтетичний, метод абстрагування, аналогії, моделювання, експеримент та інші, використовуються під час проведення екскурсій в різній мірі.

За словами Б. В. Ємельянова, екскурсійний метод - це сукупність методичних прийомів екскурсій, основа екскурсійного процесу, а також сукупність способів і прийомів передачі знань. Це комплексний метод, що включає кілька особливостей, серед яких:

- предметність, наочність. Положення, які описані гідом підтверджуються тим, що бачать навколо екскурсанти;
- відбір найважливіших та істотних аспектів об'єктів, які підлягають огляду;
- екскурсійний метод як метод, який має основне значення. Зачасту розповідь є тільки коментарем до побачених екскурсійних об'єктів;
- екскурсійний метод напрямлений на те, що є основним в темі;
- рух;
- у процесі пізнання нового предмету та явищ навколишнього світу беруть участь всі органи чуттів людини.

У галузі педагогіки термін «методика» охоплює сукупність правил і прийомів, які використовуються для навчання навчальних дисциплін та

передачі знань, отриманих з різних наук. Це система методів, що використовуються для навчання та виховання молоді.

Важливо відзначити, що основні принципи педагогіки становлять основу для проведення будь-якої екскурсії. Елементами екскурсійного методу є взаємодія навчання та виховання, послідовність і систематичність, ясність і доступність матеріалу.

Автор повністю погоджується з думкою М. М. Поколодної про те, що екскурсійна методика – це чіткий набір, який містить правила та вимоги, які ставляться до екскурсій. Екскурсійна методика - це сукупність організованих прийомів і проведення екскурсій. І головним завданням тут є досягти всіх цілей екскурсійного процесу – допомогти туристам побачити, почути та відчути візуальні та вербальні матеріали. Методика екскурсій - це не тільки цілеспрямоване вивчення, а й вірне формулювання та систематизація, застосування методичних прийомів на практиці, завдяки яким гіді здійснюють свою діяльність[21].

Методологія проведення екскурсій включає в себе кілька незалежних, але взаємопов'язаних частин, таких як:

- методика (технологія) розробки нових екскурсій;
- методика розробки нових тем та екскурсійних маршрутів для екскурсовода;
- методика підготовки екскурсовода до наступного проведення екскурсії;
- методика проведення екскурсій (види та застосування організованих прийомів);
- післяекскурсійна методика [21, с. 6-7].

Для успішної екскурсійної методики важливо відзначитися відповідною підготовкою та тренуванням екскурсовода, що включає в себе ознайомлення з законами та урахування психологічних аспектів[21, с. 3-4].

Існує два аспекти екскурсійного методу. У вузькому розумінні — це сукупність прийомів підготовки та проведення екскурсій. Екскурсійні методи в широкому розумінні включають методику, теорію і практику.

Теоретичною основою методики екскурсій є взаємозв'язок навчання і виховання, педагогічні принципи послідовності, систематичності, доступності та наочності матеріалів.

Практична частина методики екскурсій включає в себе застосування науково-обґрунтованих методів та прийомів для підготовки та проведення екскурсій, а також створення та ефективне функціонування системи методичної роботи. Ця система включає в себе методичну раду, методичні секції для екскурсоводів, методичні відділи та методичний кабінет.

Екскурсійна методика представляє собою науково-прикладну дисципліну, яка складається з загальної та спеціальної методики. Загальна методика включає сукупність прийомів для підготовки та проведення екскурсій, що застосовуються у всіх випадках, а також використання наукових та навчальних засад в екскурсійній діяльності.

Предметом методики приватної екскурсії є прийоми, які використовуються під час різноманітних екскурсій. В їх основу покладено класифікацію екскурсій, перш за все за темами, що стосуються певної галузі науки. Крім того, предметом приватного екскурсійного методу може бути спосіб екскурсії за його класифікацією: місцевий (музей, місто, країна) або за видом транспорту (автобус (або інший транспорт), пішохідний), а також за екскурсійним характером (школярі, туристи, курсанти та ін.) [21, с. 4].

На сучасному етапі екскурсійне обслуговування визнає методику показу, спостереження та огляду об'єктів, яке здійснюється під керівництвом екскурсовода, як ключовий елемент. Під час цього процесу екскурсанти не лише спостерігають за об'єктами, але й беруть активну участь у їхньому аналізі.

Таким чином, автор висвітлює такі ключові поняття, як «екскурсія», «суть екскурсії», «екскурсійна діяльність», «екскурсант», «гід (екскурсовод)», та «екскурсійна методика». Саме цими термінами автор буде користуватися при вивченні таких аспектів, як ретроспективний розвиток екскурсійної справи в Україні, аналіз українського ринку екскурсій та ін.

## 1.2. Ретроспективний розвиток екскурсійної справи в Україні

Історії екскурсійної справи України вже понад дві сотні років. Опрацювавши велику кількість інформації та вивчивши праці туристсько-екскурсійних фахівців, які писали про історію цієї галузі, а саме Т. Г. Сокол [24], В. К. Федорченко [25], О. М. Костюкова, В. В. Абрамова, Т. А. Дьорова, автор перерахувала 9 основних етапів становлення туристично-екскурсійного бізнесу в Україні.

*Перший етап* (друга пол. XVIII – перша пол. XIX ст.), під час якого першим кроком була організація поїздок на землі Західної України з метою розвитку освіти, а потім інтересу до життя, навколишнього середовища, а також до історії їхньої країни, яка постійно розвивається. У цей час люди вперше почали цікавитися навколишнім життям та історією рідного міста. В цей час проводяться перші екскурсії та екскурсії учнівських груп. Ініціаторами таких поїздок є вчителі. Завдяки цим учителям, а також методистам, Статут народних шкіл 1786 року вмістив рекомендації щодо шкільних екскурсій. У Статуті школи (1804 р.) висловлювалися рекомендації щодо організації та проведення прогулянок (екскурсій) не лише на природу, а й на поміщицькі мануфактури, ремісничі майстерні та інші підприємства [3, с. 59].

*Другий етап* (середина 19 ст.) припав на поживлення суспільно-політичних рухів, вимог інтелектуальних кіл до інтересів і життя людей. У цей період більше уваги приділяють екскурсійній діяльності, особливо науково-освітній.

Поява вітчизнознавчої думки сприяла розвитку освітньої візуалізації та думки. Українська інтелігенція вивчала кращий досвід і праці видатних просвітителів європейських країн Франції, Німеччини, Швейцарії, Австро-Угорської імперії, що значною мірою сприяло започаткуванню в Україні пізнавальних тематичних екскурсій. А викладачі вважають, що прогулянки та екскурсії учнів є важливою частиною навчання.

У цей період утворюються перші місцеві історико-туристичні товариства, гуртки, клуби тощо. У 1863 р. засновано просвітницьке товариство «Громада»,

у 1883 р. — наукове товариство імені Т. Шевченка, «Етнографічно-статистичний гурток», товариство «Просвіта» та ін. [30, с. 272].

*Третій етап* становлення екскурсійної справи (90-і рр. XIX ст. – 1918 р.) славиться появою організаційної основи розвитку екскурсій. Особливою популярністю в цей час користуються спеціалізовані тури - археологічні, ботанічні, геологічні. На зламі XIX–XX ст. певну роль у туристичній діяльності в Україні почали відігравати бізнес-структури, створені приватними підприємцями. Збільшується кількість кооперативів, які виконують культурно-освітні функції. Кооператив фінансує українські свята, особливо річниці з дня народження Т.Г.Шевченка, організовує лекції, сприяє поширенню української книги, організовує екскурсії до визначних історичних місць України. [30, с. 273].

Інтерес до екскурсійної справи в західноукраїнських регіонах підвищується, це було спричинено розвитком корпорацій з туризму, краєзнавства та появою спортивних товариств, зокрема «Чорногора», «Пласт», «Сокіл», «Січ». У ці ж роки поширеною стала організація поїздок різної тематики для студентів навчальних закладів, а також студентських поїздок за фахом. Історичні екскурсії є дуже важливими і проводяться в основному вчителями історії. Насамперед увагу студентів привернули історичні пам'ятки великих міст, таких як Київ, Львів, Ялта тощо. Кінець XIX – початок XX ст. метою паломництва є релігійне та моральне виховання молоді. Літературно-мистецькі екскурсії організовували та проводили на початку 20 століття, гідями яких часто були викладачі літератури та живопису. У цей період були розроблені промислові екскурсії по заводах, рудниках, копальнях, телефонних станціях, телеграфіях, друкарнях тощо. У 1909 р. в гімназіях України почали діяти «Самоучні шкільні громади», які організовували для учнів прогулянки, виїзди та екскурсії [26, с. 9].

У 1911р. було створено Молодіжне товариство «Пласт», учасники якого під час туристичних походів розвивали навички участі в таборванні, рятуванні тощо.

16 листопада 1917 р. генеральний секретар державної освіти підписав розповідь, а з січня 1918 р. перший міністр освіти УНР Іван Стащенко підписав розповідь до всіх відомств і відділів. Директор школи висунув: завдання національного виховання в школі, наголошуючи на необхідності організації екскурсій, щоб учні могли на власні очі побачити прекрасні краєвиди. Українська інтелігенція опікується піднесенням національної свідомості, і одним із найдієвіших засобів вважаються так звані гастролі. Метою профспілок є сприяння культурному розвитку своїх членів, вони також займаються туристичною справою Народної Республіки України[3, с. 128].

*Четвертий період* (1919 – 1927 роки). Дослідники, що спеціалізуються на вивченні історії туризму, називають цей етап «золотим десятиріччям» розвитку туристичної справи, тому що саме у цей «золотий» час почав зароджуватися масовий науково-туристичний рух, який сприяв розвитку традицій обслуговування вітчизняного туризму.

У 1920 р. при музеї УНТ було створено туристичне бюро, яке хоч і не проіснувало тривалий час, але вело активну роботу. Протягом 1920 р. відбулося 4 засідання бюро, на яких доповідали про стан туристичної та екскурсійної справи в Україні [29, с. 19]. Сфера туризму, а точніше екскурсійна діяльність, стала одним із пріоритетних напрямків діяльності закладів освіти в області.

Дослідники, які спеціалізуються на вивченні історії великих міст, зокрема Києва, Львова, Харкова, Одеси, Катеринослава (сучасне місто Дніпро), Херсону, а також інших адміністративних та культурних центрів України приділяли значну увагу розробці спеціальної літератури, такої як путівники, нариси з історії та інше.

Ленінська тема подорожей активно розробляється з 1924 року. З'явилися екскурсії про життєдіяльність революційного вождя та його соратників. Зі спорудженням пам'ятників Леніну та створенням музеїв тематика екскурсій стала ще ширшою.

У 1926 році на території України було утворено акціонерне товариство «Укртурс», спрямоване на пропаганду масового руху. Тоді ж працювали ще 37

туристично-екскурсійних організацій, серед яких було і «Українське міжпайове екскурсійне товариство» тощо [29, с. 47].

У 1920-30-х роках стали використовувати цикли екскурсій для більш глибокого вивчення різних галузей. Цей період відзначився поширенням циклових екскурсій з біології, сільського господарства та інших напрямків.

*П'ятий етап* (1928 – 1941 рр.) пов'язаний з створенням перших туристських організацій в умовах Радянського Союзу, серед яких УМПЕТ (1928-1930), ВАТ «Інтурист» (1929), Центральна дитяча туристська станція (1930), ТЕУ МЦРПС (1936-1941). ), Об'єднане туристичне бюро громадських організацій Російської Федерації (1926-1928), «Радтур» (1928-1930). УМПЕТ, ВАТ «Інтурист» організовує поїздки делегацій іноземних працівників. У цей період почали використовувати різні види громадського транспорту для проведення масових заходів та екскурсій [3, с. 116-117].

Друга світова війна тимчасово призупинила розвиток туризму та екскурсійного бізнесу. Лише після війни туристичні агентства почали відновлювати свою діяльність.

*Шостий етап* (1946 – 1968 рр.) характеризується реконструкцією туристичних закладів, зміцненням матеріально-технічної бази, розширенням мережі туристичних об'єктів: реконструкція історичних населених пунктів, будівництво нових міст, відновлення міст і сіл після Другої світової війни, будівництво житлових, громадських та промислових споруд, створення меморіалів та пам'ятників революції та бойової слави — усі ці процеси стали активними в розбудові Львівщини. В цей період шкільний екскурсійний рух на Львівщині набув широкого розповсюдження та став масовим явищем. Після Другої світової війни туризм у Західній Україні зазнав посиленого ідеологічного тиску. Екскурсоводів зі Львівщини та інших куточків Західної України просять проводити екскурсії без натяку на націоналізм. Одним із таких натяків вважається «поворот від актуальних і передових проблем сучасності до далекого минулого, до ідеалізації старовини, до припущення давньої

непримиренної класової боротьби між експлуатованими народами та експлуататорами» тощо [30, с. 274].

У післявоєнний період організації, такі як Держтурфірма України (з 1962 р. Республіканський комітет по туризму), ТЕУ, ЦК ЛКСМУ, Республіканська дитяча екскурсійно-туристична станція, ВАТ «Інтурист», «Супутник», Асоціація «Знання» та Українське товариство охорони пам'яток історії та культури, відзначалися активною організацією екскурсій.

Екскурсії в цей період включають покази історичних пам'яток і меморіалів, пам'ятні дошки п'ятирічним дітям-вождям, покази «досягнень» радянської влади тощо. Більшість екскурсій доповнені політичним змістом. Крім того, у цей період почалося створення методичних посібників та порад для допомоги екскурсоводам у перекладі.

*На сьомому етапі* (1969-1986 рр.) український туризм отримав подальший розвиток. Як зазначав В. К. Федорченко, «важливою віхою в розвитку екскурсій і туризму стала постанова «Про заходи щодо подальшого розвитку екскурсій і туризму», прийнята ЦК КПРС, Радою Міністрів УРСР і ЦК УРСР у травні 1969 року[29, с. 124].

У жовтні 1980 року була ухвалена постанова, що стосувалася подальшого розвитку та вдосконалення туристсько-екскурсійної справи в країні. У документі було відзначено, що ця галузь обслуговування стала значущою для мешканців, вплетаючись у їхній повсякденний життєвий порядок. Вона стала не лише засобом пропаганди досягнень Великого Жовтня та комуністичного будівництва, але й важливим інструментом виховання працездатних громадян і зміцнення їхнього здоров'я[там само, с. 128].

За словами В. К. Федорченка, розвиток і вдосконалення туристично-екскурсійної справи в СРСР сприяла участь Центральної ради з екскурсій та туризму в підготовці та проведенні Ігор XXII Олімпіади у Москві (1980 р.) [29, с. 127].

У цей період транспортне обслуговування туристів претерпіло значні зміни. Наприкінці 1983 року 23 туристичні автобази мали в своєму



розпорядженні 911 автобусів, що представляло значний приріст порівняно з 1959 роком, коли їх кількість обмежувалася лише 15 одиницями[30, с. 275].

У 1985 р. туристичним обслуговуванням в Україні займалися 25 областей, Київська міська рада та республіканська рада з питань туризму та екскурсій. Ці 39 агенцій відповідали за організацію планування маршрутів, розвиток матеріально-технічної інфраструктури, координацію та управління туристичними потоками в Україні [30, с. 275].

*Восьмий етап* (1987 – 1990-і рр.) можна назвати перехідним. Туристично-екскурсійні контори перейшли на самостійне фінансування та госпрозрахунок. У цей період вони продовжують використовувати традиційні методи обслуговування, а також впроваджують нові підходи.

Відповідно до того, як висловився В. К. Федорченко, в Україні у 80-х роках екскурсії проводились більш ніж на 3 тис. тем, і відвідувало їх щорічно майже 50 млн осіб. В середньому в республіці щодня в екскурсіях брало участь понад 110 тис. осіб. До них відносяться: туристи, які подорожують на всесоюзних і місцевих маршрутах; маршрутні групи вихідного дня; слухачі економічної та політичної систем освіти; учасники нарад, конференцій, семінарів; учні шкіл і студенти; представники різних професій [29, с. 137 ].

Починаючи з 1991 року та протягом наступних п'яти років туристична індустрія пережила період, відомий як «велике руйнування». У цей період тематика гастролей змінювалася: від історичної революції, ленінізму, партійно-комуністичної тематики до історичних, краєзнавчих та релігієзнавчих. Проводяться екскурсії про маловідомі чи невідомі сторінки історії країни, такі як «Львів в Австрії» («Мандрівка туманом» – Львів), «Львів у польську добу» («Пілігрим» – Львів). У 1992 році створено Державний комітет України з туризму[3, с. 162].

*На сучасному етапі* (з кінця 1990-х років і по теперішній час) у сфері туризму в Україні відбуваються певні зміни. Активізацією екскурсійної діяльності займається організація «Укрпрофтур», створена у 1991 році.

Відповідно до слів В. В. Абрамова, «Укрпрофтур» - це єдина туристична організація, якій вдалося певною мірою зберегти певні традиції екскурсійної школи в системі профспілкового туризму, тоді як Акціонерне товариство «Супутник-Україна» втратило пріоритет у цьому питанні. Відповідно до завдань, поставлених Радою директорів ЗАТ «Укрпрофтур» на початку 2002 року, більшість регіональних закритих акціонерних товариств, дочірніх та філій здійснили суттєві практичні кроки для відновлення та розгортання перспективної діяльності[3, с. 177].

Автор узагальнює відомості про розвиток туристичного бізнесу в Україні, зазначаючи, що його розвиток в Україні пройшов такі етапи: Зародження (друга половина XVIII – перша половина XIX ст.); Становлення (середина XIX ст.). XIX ст.); Виникнення організаційних форм (1890-ті – 1918 рр.); «золоте десятиліття» (1919-1927 рр.); створення Радянської екскурсійної організації (1928–1941 роки); реконструкція екскурсійної справи після війни (1946–1968); Найвищий розвиток екскурсійного бізнесу (1969-1986); перехідний період (1987-1990-ті); сучасний етап (кінець 1990-х – теперішній час).

Отож, туризм в Україні пройшов кілька етапів: від початку (друга половина XVIII - перша половина XIX століття) до сучасного етапу (кінець 1990-х років - тепер). Дев'ять конкретних етапів її розвитку стали можливими завдяки аналізу змісту екскурсій, появі інституцій, відповідальних за їх організацію та проведення, форми екскурсійного обслуговування, нормативно-правових документів та інших стандартів, які і по сьогоднішній день регулюють діяльність туризму.

*Таблиця 1.2.1.*

Етапи розвитку екскурсійної справи в Україні

№ п/п	Етапи
1.	Етап зародження екскурсійної справи на теренах України
2.	Етап становлення
3.	Етап виникнення організаційних форм екскурсійної діяльності

4.	«Золоте десятиріччя»
5.	Етап створення радянських екскурсійних організацій
6.	Післявоєнна відбудова екскурсійної справи
7.	Найвищий розвиток радянської екскурсійної справи
8.	Перехідний період
9.	Сьогодення

*Джерело: самостійно розроблено автором.*

### **1.3. Аналіз українського ринку екскурсій**

Для проведення аналізу ринку екскурсій в Україні, автор спрямовує увагу на особливості туристичних потоків у різних регіонах країни, досліджуючи статистику на рівнях держави та областей. Під час дослідження ринку екскурсійних послуг в Україні визначено кілька важливих рис його функціонування. Зокрема, на ринку спостерігається постійний ріст пропозиції послуг, що відповідає зростанню попиту споживачів. Також, із запровадженням нових освітніх програм і тренінгів, з'являються досвідчені фахівці для туристичної та екскурсійної сфери. Україна, зокрема, має конкурентні переваги для розвитку туризму, такі як зручне географічне положення, сприятливий клімат, різноманіття природних і культурних ресурсів, а також розвинена база санаторно-курортних закладів.

За даними Світової туристичної організації UNWTO, частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4%, а в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності приблизно 0,9%. Це свідчить про низьку ефективність туристичної галузі України та обмежене використання країною своїх ресурсів, які сприяють розвитку туризму.

Згідно з інформацією Державної служби статистики України за 2018 рік, кількість внутрішніх туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, склала 456 тисяч 799 осіб.

Щодо суб'єктів екскурсійної діяльності, за 2017 рік їх було 169, а за 2018 рік – 199. Варто відзначити, що кількість таких підприємств значно

відрізняється за різними областями України. У деяких областях, таких як Львівська, Івано-Франківська, Запорізька, Одеська, та м. Київ, існує значна кількість екскурсійних підприємств, що свідчить про їхню туристичну привабливість. У той час як інші області, зокрема Дніпропетровська, Сумська, Чернігівська, не мають жодного суб'єкта екскурсійної діяльності, що може свідчити про низьку привабливість цих регіонів для екскурсійної сфери.

За інформацією Мінекономрозвитку, за підсумками 2018 року (дані можна переглянути безкоштовно) надходження туристичного збору та загальні податкові платежі в туристичній галузі зросли на 20,7%, сягнувши 4,2 млрд грн, а туристичний збір зріс на 29,2%, досягнувши 90,70 мільйонів гривень.

Надходження від сплати туристичного збору за перше півріччя 2019 року склали 57,9 млн гривень, це більше на 71,2% , ніж за I півріччя 2018 року (33,8 млн гривень за перше півріччя 2018 року) [33] .У порівнянні із відповідним періодом 2018 року, найвищий приріст надходжень туристичного збору у першому півріччі 2019 року відзначено в Луганській області (3,2 рази), в Черкасах (2,7 раз), Вінниця (2,7 раз), Херсонська область (2,7 рази більше), в Полтавській (2,2 рази більше) та Житомирській області (2,1 рази більше)[33].

Порівняно з відповідним періодом 2018 року найбільше надходжень туристичного збору у першому півріччі 2019 року зросли в Луганській (у 3,2 рази), в Черкаській області (у 2,7 рази), у Вінницькій (у 2,7 рази), в Херсонській області (збільшившись у 2,7 рази) та Житомирській (у 2,1 рази) областях [33].

Спостерігається збільшення доходу від надання туристичних послуг за 2017 – 2020 рр. за областями України. Це свідчить про прибутковість туристичної галузі, і найбільш прибутковими регіонами, які виділилися за період з 2017 по 2020 роки, є місто Київ, Львівська та Івано-Франківська області. Відзначається різке зменшення доходу в Одеській області на 2,9%[13].

П'ятірку регіонів України з найвищими надходженнями туристичного збору за перше півріччя 2019 року визначив департамент туризму та курортів Міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства: місто Київ – 22,8 млн гривень (39,3% від загального обсягу); Львівська область. – 7,7 млн грн

(13,4% від загального обсягу), Одеська область – 3,4 млн грн (5,8% від загального обсягу), Дніпропетровська область – 3,1 млн грн (5,4% від загального обсягу), Івано-Франківська обл. – 2,9 млн. грн. (5,0% від загальної суми).

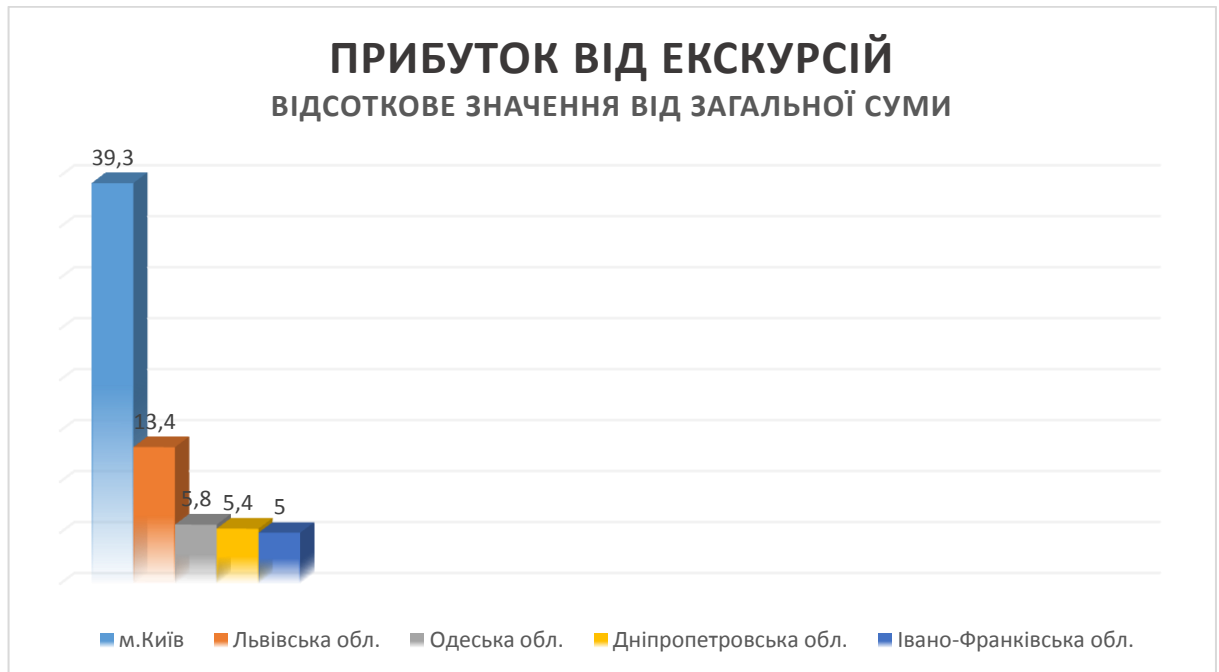


Рис. 1. 3. 1. Области України з найбільшим прибутком від екскурсій.

*Джерело: складено автором за [33].*

Проаналізовано статистичну інформацію про туристичні потоки, надану державними адміністраціями та обласними управліннями статистики цих п'яти областей України. Згідно з цією інформацією, у 2017 році Київ прийняв 176 150 внутрішніх туристів, у 2018 році – 220 749, у 2019 році – 228 913[7]. Кількість в'їзних туристів у Львівській області сягла 98 580 у 2017 році, у 2018 році - 86 455 туристів та 61 881 у 2019 році[9]. Івано-Франківська область в 2017 році прийняла 68 000 912 внутрішніх туристів, у 2018 році – 55 000 779, у 2019 році – 33 000 572 мандрівників[5]. Одеська область зафіксувала найвищу кількість в'їзних туристів: 21 000 213 у 2017 році, 444 125 000 туристів у 2018 році, у 2019 році - 8 124 000[6]. Дніпропетровська область зареєструвала: у 2017 році - 7776, у 2018 році - 7482 та у 2019 році - 9229[8].

Після аналізу даних можна зробити висновок, що кількість внутрішніх туристів зростає в місті Київ та областях Одеська та Дніпропетровська. З іншого боку, туристичні потоки до Львівської та Івано-Франківської областей

зменшуються. Таким чином, автор не може визначити, чи спостерігається загальний спад чи зростання екскурсійних потоків в Україні, оскільки туристичні потоки в різних областях значно різняться один від одного.

CNN, найвідоміша світова телекомпанія, склала незалежний рейтинг 11 найкращих туристичних міст України, що також свідчить про те, що Україна є популярною серед багатьох іноземних туристів. Це відомий усім Львів, славнозвісні Чернівці, Умань, столиця України - Київ, також Переяслав-Хмельницький, шляхений Харків, Чернігів, перлина біля моря - Одеса, Ужгород і Кам'янець-Подільський.

Туристичний оператор «Орнамент України» з Києва визначив найбільш популярні напрями екскурсій з Києва, такі як Переяслав, Батурин, Чигирин, а також самі екскурсії по Києву [37].

Компанія «Кумпель-тур» з Львова, яка спеціалізується на авторських екскурсіях у Львові, вказала, що 70% їхніх замовлень стосуються екскурсій у Львові, 20% припадають на замки Львівщини і 10% на Карпати [34].

Значний попит спостерігається на туризм у Чорнобильській зоні. Туроператор «Go2Chernobyl» із Чорнобиля, що спеціалізується на турах до зони відчуження, повідомив, що порівняно з 2018 роком кількість туристів, що відвідали зону відчуження, зросла майже вдвічі і в 2020 році склала 63 тисячі осіб. З них 40% туристів подорожували з турфірмою «Go2Chernobyl» [36].

Автор припускає, що ця цифра значно збільшиться після виходу серіалу «Чорнобиль», оскільки попит іноземних туристів на цю дестинацію великою мірою зріс. Цей ріст популярності Чорнобильської зони серед туристів підтверджується також туроператором «Чорнобиль Тур» з Києва. Вони наводять дані, що 70% їхніх клієнтів є іноземцями. «Чорнобиль Тур» навіть розробив екскурсію за сюжетом серіалу «Чорнобиль» [32].

Загальний висновок з аналізу туристичних потоків свідчить про популярність екскурсійних послуг в Україні серед споживачів. Міста Київ, Львів, Одеса, Івано-Франківська та Дніпропетровська області визначаються як

найпопулярніші та найприбутковіші напрями для екскурсійної діяльності в Україні.

## РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ, ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ ТА ЕКСКУРСІЇ УКРАЇНОЮ З М.ЧЕРНІВЦІ

### 2.1. Визначення цільової аудиторії

Враховуючи такі чинники, як первинна вартість туру, остаточна вартість туру, загальна відстань, яку туристи долають за маршрутом, середньодобові переїзди, тривалість туру, насиченість туру туристськими центрами й об'єктами, визначити сегмент туристів, для яких обраний тур буде найбільш придатним. Вибір повинен бути обґрунтованим.

На підставі проведених досліджень складається перелік рекомендацій для туристів, що можуть бути включені в інформаційний листок стосовно наступних аспектів:

- особливості перетину кордону;
- забезпечення зручності під час поїздки та перебування в автобусі;
- правила проживання та перебування в готелях;
- особливість додаткового харчування (при потребі);
- правила поведінки, які притаманні країнам, що відвідуються;
- рекомендації щодо факультативних екскурсій;
- інші аспекти

Цільовою аудиторією можуть бути особи, які розглядають можливість чи вже скористалися туристичними послугами, при цьому вони можуть бути потенційними чи поточними подорожуючими. Ці люди приймають рішення про свою подорож у конкретному напрямку, керуючись відповідною мотивацією та набором послуг. Також до цільової аудиторії можуть входити ті, хто має вплив на прийняття такого рішення. Це може бути окрема особа, група, прошарок населення або громадськість. Рішення про доповідача, а також рішення про зміст, спосіб, місце і час повідомлення – залежать від цільової аудиторії.

Звичайно, у більшості випадків остаточною відповіддю на пропозицію є придбання продукту, але це результат довготривалого процесу прийняття рішення споживачами. Менеджери з маркетингових комунікацій повинні орієнтуватись та знати, де розшукати цільову аудиторію для своїх



туристичних продуктів і якого етапу вони повинні досягти, щоб прийняти правильне рішення.

Цільові аудиторії можуть перебувати у, так би мовити, шести станах готовності покупця: обізнаність (поінформованість), знання, прихильність, надання переваги, впевненість, купівля (рис.2.1.1.)

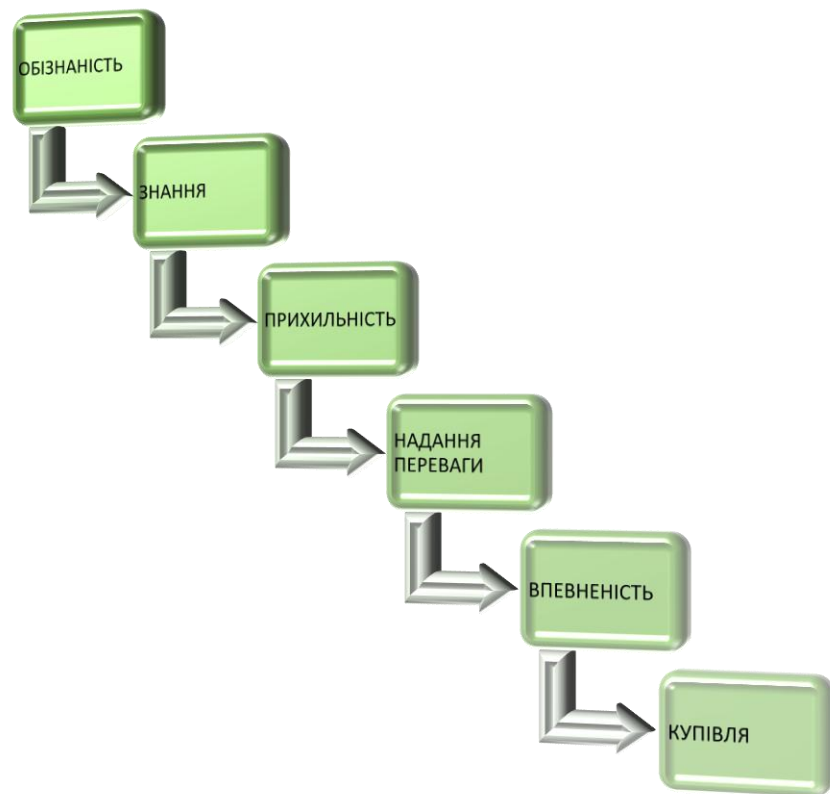


Рис. 2.1.1. Стани готовності покупця

*Джерело: самостійно розроблено автором*

*Обізнаність* передбачає формування ставлення до туризму, послуг, що надаються туристичними фірмами або самою організацією, визнання різноманітних послуг на туристичному ринку. Такий процес може початися з простого повідомлення, яке повторює назву. Та навіть на цьому етапі усвідомлення потребує часу. Наприклад, нова туристична компанія може зосередитися лише на обізнаності серед невеликої кількості мешканців поблизу. Наступною метою має бути ознайомлення з сервісом серед 40% населення в певному радіусі.

Підвищення рівня обізнаності клієнтів — безкінченний процес. Люди забувають імена інших людей, назви місцевостей і товарів. Власне екскурсійним турам необхідно мати високий рівень обізнаності серед клієнтів. Велике значення має, якщо про агентство пам'ятають більше, ніж 20 конкурентів.

*Знання.* Турфірма може обрати знання про її послуги як основну мету своєї комунікаційної політики для того, щоб спонукати до придбання туру, так як самої обізнаності може бути недостатньо.

*Прихильність* визначає ставлення цільової аудиторії, яка знає про компанію, пропоновані тури та надані послуги, але любить їх різною мірою, включаючи «ненависть», «нешанобливе ставлення», «байдуже ставлення», «начебто, подобається», «подобається» тощо.

Необхідно розібратися в негативних установках, визначити їх причини і розробити рекламні кампанії таким чином, щоб вони були привабливі для потенційних споживачів. Якщо негативне ставлення пов'язане з реальним недоліком, то завдання керівника - з'ясувати його коріння, усунути і поліпшити рекламу.

*Надання переваги.* Цей критерій визначає пошук управлінських рішень для створення переваги над конкурентами. У цьому випадку реклама повинна акцентувати увагу на позитивних відмінностях послуг і турів туристичної компанії від послуг і турів інших турфірм на конкретному туристичному ринку.

*Впевненість* стосується покупців, які вагаються щодо придбання бажаних турів і послуг, але врешті-решт вирішують відкласти. У цьому випадку управлінські дії можуть бути спрямовані на розвиток зв'язків з громадськістю — взаємодії з громадськими організаціями.

*Купівля.* Це пов'язано з кампаніями, покликаними спонукати клієнта до покупки та переконати його, що кращих турів, якості та різноманітності послуг він не знайде. У цьому випадку можна скористатися максимальною можливістю зниження цін при збереженні відповідної якості обслуговування, за

допомогою стимулів, спрямованих на зміцнення бажання купувати туристичні продукти в майбутньому.

Цільова аудиторія в сфері туризму також залежить і від типу туризму – подорожі, відпочинок, пригоди; а також від конкретних послуг та пропозицій.

Нижче представлені кілька загальних сегментів цільової аудиторії:

- Мандрівники-міленіали: молоді люди, часто активні користувачі соціальних мереж, які шукають незвичні та цікаві подорожі, досвід та взаємодію з місцевою культурою.
- Сімейні мандрівники: сім'ї з дітьми, які шукають дитячі анімаційні програми, сімейні готелі та заходи, які дозволять усім членам сім'ї насолоджуватися відпочинком.
- Мандрівники літнього віку: люди, які перебувають на пенсії або віддають перевагу спокійним відпочинкам, шукають комфортабельні умови та екскурсійні програми.
- Бізнес-андрівники: підприємці та фахівці, що подорожують у робочих справах, цікавляться комфортом та зручностями під час поїздок.
- Любителі пригод та активного відпочинку: люди, які шукають екстремальні пригоди, такі як гірський туризм, дайвінг, сафарі та інші активні види відпочинку.
- Любителі культури та мистецтва: мандрівники, які цікавляться історією, мистецтвом та культурою, шукають екскурсії, музеї та виставки.
- Соло-андрівники: люди, що подорожують поодиночку, шукають безпечні та зручні умови проживання та можливість завести нові знайомства.
- Медичний туризм: люди, які подорожують для отримання кваліфікованої медичної допомоги, консультацій, лікування або операцій.

- Гастрономічні туристи: люди, які цінують місцеву кухню та культуру харчування, шукають гастрономічні тури, дегустації та ресторани.
- Екологічно усвідомлені мандрівники: люди, які дбають про природу та навколишнє середовище, шукають екотури та стійкі види відпочинку.

Сегментація цільової аудиторії допомагає туристичним компаніям більш точно націлити свої маркетингові зусилля та надати послуги, що відповідають унікальним потребам та інтересам кожної групи мандрівників[43].

*Таблиця 2.1.2.*  
Сегментація цільової аудиторії

Сегменти цільової аудиторії	Вік	Інтереси	Уподобання
<b>Мандрівники-міленіали</b>	18-35 років	Індивідуальні та незвичайні подорожі, місцеві враження, соціальні медіа	Бюджетні варіанти, хостели, місцева кухня, активні заходи
<b>Сімейні мандрівники</b>	25-50 років	Сімейний відпочинок, розваги для дітей, освітні активності	Сімейні готелі, анімаційні програми, безпечні райони, сімейні знижки
<b>Мандрівники літнього віку</b>	50+	Культурні та історичні пам'ятки, спокійні краєвиди	Комфортабельне проживання, екскурсії, круїзи, заходи для людей похилого віку
<b>Бізнес мандрівники</b>	25-60 років	Робочі зустрічі, семінари, мережеві заходи	Бізнес-готелі, зручні робочі умови, близькість до ділових центрів
<b>Любителі пригод та</b>	18-40 років	Екстремальні види відпочинку, спортивні	Гірські бази, дайв-центри, пригодницькі

<b>активного відпочинку</b>		<b>заходи</b>	<b>тури</b>
<b>Любителі культури та мистецтва</b>	25-60 років	Музеї, театри, виставки, пам'ятки архітектури	Готелі у центрі міста, гіді-екскурсоводи, культурні заходи
<b>Соло-мандрівники</b>	18-40 років	Незалежні мандрівки, знайомства з новими людьми	Хостели, групові тури для одинаків, події для спілкування
<b>Медичний туризм</b>	Різноманітно	Медичні послуги, лікування, реабілітація	Спеціалізовані клініки, медичні послуги, комфортне проживання
<b>Гастрономічні туристи</b>	25-60 років	Місцева кухня, кулінарні майстер-класи, дегустації	Гастрономічні тури, ресторани з національною кухнею
<b>Екологічно усвідомлені мандрівники</b>	18-60 років	Стійкий туризм, екологічно чисті місця	Еко-готелі, екологічні тури, акції з охорони навколишнього середовища

*Джерело: самостійно розроблено автором*

Сегментація допоможе адаптувати маркетингові стратегії, пропонуючи релевантні послуги та задовольняючи унікальні потреби кожної групи мандрівників.

Болі цільової аудиторії у сфері туризму можуть змінюватись в залежності від конкретних сегментів. Ось кілька прикладів типових болів, з якими мандрівники можуть стикатися:

- **Високі витрати:** Однією з найпоширеніших болів є високі витрати на подорожі. Це може включати вартість перельотів, проживання, екскурсій та додаткових витрат. Багато мандрівників турбуються про те, як впоратися з бюджетом та отримати максимальну кількість цінних вражень.

- Невизначеність та невідомість: Нові місця та культури можуть викликати занепокоєння у мандрівників. Болі пов'язані з питаннями безпеки, розуміння місцевих звичаїв, мовного бар'єру та орієнтування у незнайомому середовищі.
- Складність планування: Подорожі можуть бути складними для організації, включаючи бронювання квитків, готелів, транспорту та різноманітних активностей. Більшість мандрівників бажає легкості та зручності у плануванні.
- Поспіх та очікування: Обмежений час відпустки може викликати стрес через бажання вмістити якнайбільше в програму подорожі. В результаті мандрівники можуть відчувати поспіх і тиск, що суперечить бажанню розслабитися та насолодитися.
- Якість проживання: Очікування щодо якості проживання можуть сильно змінюватись. Деякі мандрівники прагнуть розкішних умов, а інші — автентичних і простих варіантів. Розбіжність між очікуваннями та реальністю може викликати невдоволення.
- Відсутність інформації: Недолік інформації про місцеві визначні пам'ятки, культуру та транспорт може створювати відчуття невизначеності та занепокоєння.
- Проблеми здоров'я та безпеки: Болі можуть бути пов'язані з питаннями медичної допомоги за кордоном, безпекою та ризиками, пов'язаними з подорожами до різних регіонів.
- Емоційна напруга: Подорожі можуть викликати емоційну напругу, особливо якщо це пов'язано з розлукою з сім'єю або друзями, страхом перед літанням або новими ситуаціями.

Розуміння болей в мандрівників дозволяє туристичним компаніям надавати послуги та рішення, спрямовані на зменшення стресу, підвищення комфорту та створення позитивного досвіду для клієнтів.

Страхи цільової аудиторії у сфері туризму можуть змінюватись в залежності від індивідуальних характеристик, досвіду та переваг кожного

мандрівника. Автор радить звернути увагу на деякі типові страхи, з якими можуть зіткнутися мандрівники:

- Страх перед невідомістю: Страх перед незнайомим середовищем, місцевою культурою, незнайомою мовою та непередбачуваними обставинами.
- Страх перед невдачею: Побоювання, що подорож може не виправдати очікування, і вкладені ресурси (час, гроші) будуть витрачені даремно.
- Страх перед хворобою та безпекою: Занепокоєння щодо медичної допомоги за кордоном, захворюваннями, відсутністю гарантії на свою безпеку.
- Страх перед перельотами: Побоювання, пов'язані з тим, що переліт може спричинити дискомфорт, стрес або фізичні проблеми.
- Страх перед спонтанністю: Для деяких людей спонтанні події та несподівані ситуації можуть викликати занепокоєння та страх.
- Страх перед відривом від рутини: страх втратити рутину, контроль над розпорядком дня і звичні умови.
- Страх перед розлукою від сім'ї та друзів: Побоювання, пов'язані з розлукою з близькими, почуття самотності та відриву від підтримки.
- Страх перед невдачею у соціальних ситуаціях: Побоювання, що складнощі у спілкуванні з незнайомими людьми можуть завадити повноцінному досвіду.
- Страх перед проблемами з транспортом та логістикою: Занепокоєння щодо втрати багажу, затримок, транспортних засобів.
- Страх перед прийняттям ризиків: Побоювання, пов'язані з участю в екстремальних активностях або пригодницьких турах.

Розуміння страхів мандрівників допомагає туристичним компаніям надавати інформацію, послуги та підтримку, які допоможуть впоратися із занепокоєннями та створять більш комфортний досвід подорожі [43].

При роботі з цільовою аудиторією у сфері туризму слід враховувати низку важливих аспектів, щоб успішно залучати та утримувати клієнтів. Ось кілька із них:

- Розуміння потреб та уподобань: необхідно вивчити потреби, інтереси та переваги цільової аудиторії. Дізнатися, які види подорожей, активності та послуги найбільше цікавлять клієнтів.
- Сегментація аудиторії: розділити цільову аудиторію на підгрупи відповідно до їх характеристик та інтересів. Це дозволить більш точно налаштовувати маркетингові стратегії та пропонувати релевантні послуги.
- Персоналізація послуг: необхідно надавати персоналізовані послуги, які відповідають індивідуальним потребам та перевагам кожного клієнта.
- Якість обслуговування: висока якість обслуговування – ключовий фактор задоволеності клієнтів. Забезпечити чуйне та доброзичливе обслуговування у всіх етапах подорожі.
- Прозорість та довіра: надати клієнту повну інформацію про ціни, послуги та умови. Це створює довіру та дозволяє уникнути непорозумінь.
- Безпека та захист: приділити особливу увагу безпеці мандрівників. Надати їм інформацію про медичну страховку, заходи безпеки та екстрені контакти.
- Зворотній зв'язок: активно зібрати зворотний зв'язок від клієнтів після подорожей. Це допоможе зрозуміти їхній досвід, виявити слабкі місця та внести покращення.
- Інформаційна підтримка: надати найбільш детальну інформацію про місця, маршрути, місцеву культуру та звичаї, щоб мандрівники почували себе впевнено.



- Соціальні медіа та відгуки: використовувати соціальні медіа для комунікації з клієнтами, демонстрації досвіду інших мандрівників та збору відгуків.
- Спеціальні пропозиції та акції: пропонувати спеціальні пропозиції, знижки та акції для привернення уваги та стимулювання бронювання.

Автор стверджує, що розуміння та облік цих аспектів дозволить ефективно працювати з цільовою аудиторією, створювати лояльних клієнтів та досягати успіху у сфері туризму [43].

## **2.2. Ресурсний потенціал України для забезпечення екскурсійної діяльності**

Україна має значний потенціал у ресурсах та інфраструктурі для підтримки туристичної та екскурсійної діяльності.

Природні та історичні ресурси утворюють велике підґрунтя для розвитку екскурсійної галузі. Чарівна природа, помірний клімат, історія, мистецтво, релігія та архітектура є головними принадами туризму.

Автор виділив ресурси, що забезпечують екскурсійну діяльність:

- місця, які мають історичне значення та пов'язані із подіями минулого;
- об'єкти (будівлі, споруди і т. д.), пов'язані з життям і творчістю визначних особистостей;
- природні об'єкти (парки, водоймища, заповідники та інші);
- експозиції у музеях, галереях та на виставках;
- археологічні пам'ятки;
- об'єкти мистецтва (скульптури та інше).

На рис. 2.2.1. графічно відображено ресурси, що забезпечують екскурсійну діяльність.



Рис. 2.2.1. Ресурси, які забезпечують екскурсійну діяльність.

*Джерело: створено автором самостійно.*

Україна розпоряджається значущими рекреаційними ресурсами, які мають світове визнання. В нашій країні знаходяться туристичні об'єкти, включені до списків ЮНЕСКО, такі як Києво-Печерська лавра, Софіївський собор з архітектурним ансамблем, ансамбль історичного центра Львова, історичний центр Одеси, церква Спаса на Берестові у Києві, резиденція православних Митрополитів Буковини і Далмації у Чернівцях, геодезична дуга Струве, Стародавнє місто Херсонес Таврійський і його хора у Криму, букові праліси Карпат, дерев'яні церкви Карпат.

Природні багатства України включають розгалужену водну систему, до якої відносяться узбережжя Чорного та Азовського морів, численні ріки, такі як Дніпро, Південний Буг та інші, а також місцевості з цілющими грязьовими властивостями, такі як родовища Ріпне, Кирилівське, Куяльницьке. Крім того, важливою частиною природних ресурсів є мінеральні води, представлені родовищами Шаянське, Полянське, Трускавецьке та іншими.

Також серед природних ресурсів варто відзначити національні природні парки, кількість яких в Україні становить 51, зокрема відомі Шацький та

Хотинський національні парки, а також Подільські Товтри. Національні заповідники також є важливою складовою природних ресурсів, представлені, наприклад, заповідником Асканія-Нова, природним заповідником «Горгани», серед інших дунайський біосферний заповідник.

Після ретельного аналізу природних та історико-культурних ресурсів можна узагальнити інформацію щодо екскурсійного потенціалу різних регіонів України.

*Вінницька область* має на своїй території 338 природоохоронних об'єктів. Природні ресурси області включають в себе території заказників, заповідників, пам'яток природи, які мають загальнодержавне та місцеве значення, а також об'єкти садово-паркового мистецтва, гідрологічні об'єкти, лісові масиви, радонові та мінеральні води, зокрема в Немирові, Хмільнику, Бронницькому.

Серед найпривабливіших туристичних пунктів варто відзначити музей-садибу М. І. Пирогова, руїни замків у Бару, Озаринцях, Хмільнику, літературно-меморіальний музей М. М. Коцюбинського, світломузичний фонтан «Рошен», дерев'яні святині, такі як церкви святого Миколая (1746 р.) та святого Юрія (1726 р.), колишня резиденція Гітлера «Вервольф» та культові споруди XVI-XIX століть у містах Немирові, Шаргороді, Вінниці та Могилеві-Подільському, представляють історичну спадщину. На сьогоднішній день у Вінницькій області працює близько 120 музеїв, включаючи 23 державні та 97 самодіяльних. Загалом, держава охороняє близько 3,5 тисяч пам'яток області.

*Волинська область* нараховує 209 природно-заповідних об'єктів, серед яких виділяється Шацький природний національний парк. Зокрема, природні ресурси області включають 135 озер, ліси, джерела мінеральних вод та лікувальних грязей.

Щодо історико-культурних ресурсів, Волинська область багата об'єктами, такими як Василівська церква, Успенський собор, Костел Йоакима і Анни у Володимирі-Волинському, замок Радзівіллів, Стрітенська церква, костел святого Петра і Павла у селищі Олика, Свято-Троїцький кафедральний собор у Луцьку, Синагога, замок Любарта та безліч інших.

До державного реєстру внесено 468 пам'яток архітектури, а в самій області функціонує 6 музеїв.

*Дніпропетровська область* нараховує 105 природно-заповідних об'єктів, включаючи 15 заказників державного значення, 24 – місцевого значення та 7 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва.

До визначних туристичних атракцій області відносяться центр народного мистецтва «Петриківка», козацький хутір «Галушківка», Парк Ракет, а також культурно-архітектурні пам'ятки у селі Старі Кодаци; території, де відбувалися сутички між козацькими військами та польською шляхтою під містом Жовті Води та с. Княжими Байраками, музей ретро автомобілів «Машини часу», композиція «Битва за Дніпро» у формі діорами, садиба «Миколин хутір», будинок-музей академіка Д. І. Яворницького. Загалом в області функціонує 9 музеїв.

*Донецька область* нараховує 70 територій і об'єктів природо-заповідного фонду, включаючи філії Українського степового заповідника, а також 30 заказників державного та місцевого значення, 30 пам'яток природи та 6 заповідних урочищ [35].

Серед значущих туристичних та екскурсійних об'єктів області можна відзначити соляну шахту та музей соляної промисловості в Соледарі, культурно-архітектурні споруди в Артемівську, музей мініатюрної книги, історико-архітектурний заповідник у Слов'яногірську. Функціонує в області 19 музеїв.

*Житомирська область* нараховує 102 території та об'єкти ПЗФ (природно-заповідного фонду), серед яких 43 заказники (10 із них мають державне значення), 26 пам'яток природи та 31 парк-пам'ятку садово-паркового мистецтва [35].

Серед екскурсійних ресурсів області виділяються культурно-архітектурні пам'ятки періоду Київської Русі, які можна відвідати у містах Овручі, Житомирі та Новограді-Волинському. Також до цих ресурсів входять садиба у смт. Верховці, ансамбль монастиря кармелітів XVI-XVIII століть, Троїцький

монастир XV ст. і його комплекс, який включає Преображенську церкву та келії ченців. Крім того, варто відзначити музей замок Радомисль, палац Уварової, особняк Філіппова, та інші культурні пам'ятки. У Житомирській області можна знайти 5 музеїв [38].

*Закарпатська область* нараховує 415 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, включаючи Синевирський природний національний парк, ботсад Ужгородського університету, 24 заказники державного значення та 14 місцевого значення, Карпатський державний заповідник, 349 пам'яток природи, 3 заповідні урочища та 21 пам'ятку садово-паркового мистецтва. У регіоні можна відзначити десятки печер, включаючи карстову печеру з прозорими стінами поблизу с. Мала Уголька Тячівського району [35].

Серед популярних туристичних атракцій в області вирізняються Ужгородський, Мукачівський та Хустський замки, а також «Закарпатський музей архітектури і побуту», де представлені зразки будівель з низовинних і гірських районів Закарпаття [38]. Загалом у області функціонують 3 музеї.

У *Запорізькій області* розташовано 299 об'єктів природно-заповідного фонду, що включають в себе 181 заказник, серед них 7 мають державне значення, 95 пам'яток природи, зокрема 6 з яких мають державне значення, 3 заповідних урочища, 20 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва [35].

Крім того, Запорізька область вражає своїм багатограним туристичним розмаїттям, яке включає в себе такі об'єкти як національний заповідник «Хортиця», садиба-замок Попова, Дніпровська гідроелектростанція, історико-культурний комплекс «Запорізька Січ», скіфський курган «Солоха», Караїмська кенаса та Козацька залога. Всі ці унікальні об'єкти додають області неповторний характер та роблять її привабливою для туристів. Запорізька область також може пишатися 16 музеями, які розкривають історію та культуру цього унікального регіону.

*Івано-Франківська область* налічує 366 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, у тому числі Карпатський природний національний парк, 99

пам'яток природи, 30 заказників, 8 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 3 дендропарки та 212 заповідних урочищ [35].

Серед видатних туристичних об'єктів області можна виокремити Галицький замок, скельно-печерний комплекс «Скелі Довбуша», площу Ринок у Івано-Франківську, Ратушу та Австрійський міст у Ворохті, Чернелицький замок, музей-садибу родини Івана Франка, резиденцію «Синьогора». В області працює 11 музеїв.

*Київська область* налічує 85 об'єктів природно-заповідного фонду, включаючи 12 державного значення, 17 заказників, 35 пам'яток природи, 12 заповідних урочищ та 8 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва [35].

Туристичні атракції області включають парк «Київська Русь», історико-культурний заповідник у Переяслав-Хмельницькому, етнографічний комплекс «Українське село», дендропарк «Олександрія», ландшафтний парк Буки, Уваровський будинок, Будинок органної та камерної музики у місті Біла Церква, Покровська церква у Пархомівці, собор Антонія і Феодосія у місті Васильків, садиба Репніних, садиба Остен-Сакен у Миротському, музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році». У Київській області налічується 16 музеїв.

*Київ*, як столиця України, представляє собою найвидатніший культурно-історичний центр країни, що має великий туристичний потенціал. Місто багате природно-рекреаційними ресурсами, включаючи такі відомі парки, як Гідропарк, Голосіївський парк імені М. Рильського, Ботсад імені А. В. Фоміна, Центральний ботанічний сад Національної академії наук, лісопарки, пляжі та водоймища [35].

Київ славиться своїми історико-культурними надбаннями, включаючи Софійський собор, Києво-Печерську лавру, Золоті Ворота, Видубицький монастир, Андріївський узвіз, Андріївську церкву, Володимирський собор, Маріїнський палац, замок Річарда Левове Серце, Київську фортецю, історико-архітектурний комплекс Подолу та багато інших відомих об'єктів. Також в місті розташовані два національні заповідники: Софія Київська та Києво-Печерський

історико-культурний заповідник. У Києві діє 23 державних музеї, серед яких виділяються музей народної архітектури та побуту «Пирогів», музей «Одна вулиця», Національний музей історії України, національний музей «Меморіал жертв Голодомору», Національний музей мистецтв ім. Варвари і Богдана Ханенків, музей книги і друкарства, музей кіностудії Довженка, музей сучасного мистецтва та багато інших [12, с. 84].

У *Кіровоградській області* налічується 39 природно-заповідних об'єктів, серед яких є державного значення, такі як дендропарк «Веселі Боковеньки», пам'ятка природи «Чорний Ліс», а також об'єкти садово-паркового мистецтва регіонального і місцевого значення – серед них 17 природних пам'яток, 2 заказники, 10 заповідних урочищ та 4 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва [35].

Серед найцікавіших об'єктів для розвитку туризму в області виділяються Іллінська церква у Новомиргороді, Хрестовоздвиженська церква в Розумівці, музей-заповідник І. К. Карпенка-Карого, руїни садиби контр-адмірала Абази та Гайворонська вузькоколійка. Загалом в області діє 16 музеїв.

*Луганська область* розпочинає свій туристичний шлях з 87 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, що охоплюють різноманітні пам'ятки, включаючи комплексні Айдарську терасу та Конгресів яр, 13 заказників, 6 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, серед яких виділяється Гостра Могила, 48 природних пам'яток та 14 заповідних урочищ [35].

Серед туристичних ресурсів особливе місце належить меморіальному комплексу «Молода гвардія» у Краснодоні, Королівським скелям у заповіднику Провальський степ та долині кам'яних обличь. Луганщина славиться також наявністю 14 музеїв із 9 відділами, і серед них варто відзначити Луганський краєзнавчий музей, заснований у 1920 році [38].

*Львівська область* багата на 400 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, серед яких виділяється 33 заказники, ботанічний сад Львівського національного університету, державний заповідник «Розточчя», 2

дендропарки, 240 природних пам'яток, 55 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва та 61 заповідне урочище [35].

Серед визначних туристичних об'єктів можна відзначити Золочівський замок, музей-заповідник Олеський замок, Підгорецький замок, палац Потоцьких у Львові, парк мініатюр фортифікаційних споруд, музей народної архітектури та побуту, Личаківське кладовище, площу Ринок та фортецю Тустань. У Львівській області функціонує 14 музеїв.

У *Миколаївській області* 89 заказників та об'єктів, у тому числі частково Чорноморський біосферний заповідник, двадцять шість заказників, у числі яких лісовий заказник загальнодержавного значення «Рацинська дача», 30 заказників, у тому числі ботанічний сад «Степок». Є 19 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення та 13 заповідних територій [35].

Серед туристичних об'єктів області варто відзначити національний заповідник «Ольвія», пивоварню «Бейкуш», колишню резиденцію купця Кроля, колишню резиденцію Ерліха, Покровську церкву в Первомайську та колишню резиденцію с. купець Кривошеєв. В районі діють 3 музеї та 8 їх відділів.

в *Одеській області* розміщується 92 природо-заповідні території, зокрема з них – заповідник «Дунайські плавні» державного значення, 5 заказників, 2 заповідні урочища, ботанічний сад Одеського державного університету, 42 пам'ятки природи та 19 парків-пам'яток[35].

Серед відомих туристичних об'єктів області – історичний центр Одеси, Дерibasівська вулиця, Одеські катакомби, Воронцовський палац, палац Курисів, Аккерманська фортеця, будинок-стіна. На території області діють 3 музеї із 7-ма філіалами.

*Полтавська область* розміщує на своїй території 169 природо-заповідних територій, зокрема: 46 заказників, пам'яток природи - 92, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва – 20 та 10 заповідних урочищ [35].

До туристичних об'єктів Полтавської області відносять Мгарський монастир, Свято-Успенський кафедральний собор, Іванова гора, музей-садиба



Івана Котляревського, Хутір Проні, поле Сорочинського ярмарку, літературно-меморіальний музей Миколи Гоголя, будинок Воздвиженського, кладовище літаків. Зараз на території області функціонує 15 музеїв, відомі з яких - Національний музей українського гончарства, садиба-музей Григорія Сковороди та краєзнавчий музей.

На території *Рівненської області* розташовано 227 природно-заповідних об'єктів, зокрема 17 заказників, 8 пам'яток природи, 2 об'єкти садово-паркового мистецтва державного значення та 91 заказник, 36 природних пам'яток, 9 об'єктів садово-паркового мистецтва місцевого значення, а також 63 заповідних урочищ [35].

Серед туристичних атракцій області варто відзначити Тунель Кохання у місті Клевань, Тараканівський форт, заповідник «Поле Берестецької битви» у селищі Пляшева, Губківський замок, Дубенський замок, Острозький замок, Корецький замок, Заславська брама, Садибу Хоткевичів. В Рівненській області діють 7 музеїв.

*Сумська область* налічує 168 природно-заповідних об'єктів, серед яких Михайлівська цілина відділення Українського степового заповідника, 50 заказників, 55 природних пам'яток, дендропарк, 19 об'єктів садово-паркового мистецтва, 43 заповідних урочища [35].

Туристичні ресурси області включають Софронієвський монастир, палац Голіцина, палац Лещинських, садибу «Круглий двір», пам'ятки архітектури у Путивлі. В області діє 8 музеїв.

*Тернопільська область* має на території своєї області 421 природно-заповідний об'єкт, включаючи 89 заказників, 308 природних пам'яток, 18 об'єктів садово-паркового мистецтва, серед яких заповідник «Медобори» [35].

Область славиться своїми історико-культурними об'єктами, такими як замки, серед яких Червоногородський замок, Збаразький замок, Кременецький замок, Буцацький замок, Буцацька ратуша, Сидорівський замок, палац Бадені, палац Вишневецьких, Почаївська лавра. Крім того, в області розташовані

всесвітньо відомі печери: Оптимістична, Кришталева, Вертеба. Тернопільщина має 3 музеї з 22-ма відділами.

*Харківська область* включає 135 природних об'єктів, зокрема 2 заказники, ботанічний сад, 4 об'єкти садово-паркового мистецтва державного значення, також область має 81 заказник, пам'яток природи налічується 39, парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва та 6 заповідних урочищ, які мають місцеве значення[35].

Варто відзначити такі відомі туристичні ресурси області як: палац Кеніга (Шарівський палац), садибу Наталівку, особняк Соколова, будівлю колишніх мебльованих кімнат. В Харківській області діє 15 музеїв, серед яких літературно-меморіальний музей Г. С. Сковороди, художньо-меморіальний музей живописця І. Ю. Рєпіна, історичний музей, Пархомівський історико-художній музей[38].

До складу *Херсонської області* входять 69 природо-заповідних об'єктів та територій, зокрема кількість біосферних заповідників - 2, заказників державного значення нараховується - 5, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва - 12 та заповідних урочищ - 10 [35].

Область володіє різноманітними ресурсами, які сприяють туристичній та екскурсійній діяльності, серед яких виділяються Херсонська фортеця, заповідник Асканія-Нова, Очаківські (Західні) ворота, Кам'янська січ, Олешківська Січ, Тендрівська коса, будівля арсеналу (Арсенал), руїни Кизи-Кермана,. На Херсонщині діють 3 музеї з 6-ма філіалами.

*Хмельницька область* гордиться наявністю 269 природо-заповідних об'єктів, включаючи 39 заказників, 198 природних пам'яток, 7 заповідних урочищ та 24 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва. Особливим надбанням є Кам'янець-Подільський ботанічний сад [35].

З найвідоміших туристичних об'єктів варто відзначити Старокостянтинівський замок, Сатанівський замок та синагогу, Покровську церква-замок, Меджибізький замок, Жванецький замок, Субічський скельний

монастир, печери Кармалюка у с. Маліївці, Кам'янець-Подільський замок (фортеця), Летичівський замок. Область славиться 9-ма цікавими музеями.

В *Черкаській області* розташована 381 природно-заповідна територія, що включає 159 заказників, 155 природних пам'яток, 38 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, дендропарк «Софіївка» і 26 заповідних урочищ [35].

Тут можна відзначити такі туристичні об'єкти, як заповідник «Трипільська культура», Замкова гора та Національний історико-культурний заповідник у Чигирині, Чигиринська фортеця, резиденцію Богдана Хмельницького, музей Т.Г. Шевченка у Мошнах, садибу Нарішкіних-Шувалових, садибу Даховських. У Черкаській області функціонує 25 музеїв.

*Чернівецька область* вражає своєю різноманітністю природних ландшафтів, налічуючи 243 природні території та об'єкти, серед яких виділяються 16 заказників, 38 заповідних урочищ, 144 природні пам'ятки та 40 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва[35].

Видатними туристичними пунктами є Хотинська фортеця, Чернівецька ратуша, Український народний дім, архітектурні шедеври у вигляді будинків-близнюків, Резиденція буковинських митрополитів, палац Манеску в селі Чорторія, Успенська церква у Количанці, а також цікаві комплекси Театральної та Центральної площ у Чернівцях. Варто відзначити також триярусну печеру з екзотичною назвою «Попелюшка» та Скитську печеру. У Чернівецькій області функціонує 5 музеїв з 4-ма відділами [38].

*Чернігівська область* багата на 528 об'єктів природо-заповідного фонду, є насправді справжнім кладовищем природної розмаїтості. Серед цих об'єктів – 332 заказники, 22 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, 127 природних пам'яток та 45 заповідних урочищ [35].

Особливо привертають на себе увагу такі туристичні перлини, як цитадель Батуринської фортеці, величезний палац Розумовського, заповідник «Гетьманська столиця», прекрасний палац Галаганів, музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім», Спасо-Преображенський монастир, меморіальний музей М.

К. Заньковецької та палацово-парковий ансамбль у Качанівці. На Чернігівщині діє 19 музеїв, які мають 9 відділів.

Ще однією важливою темою для розгляду у рамках дослідження є туристична інфраструктура. Автор поділяє точку зору, яка описана у Законі України «Про туризм», і визначає туристичну інфраструктуру як комплекс різноманітних суб'єктів туристичної діяльності, таких як готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, заклади харчування, транспортні підприємства, культурні та спортивні заклади тощо. Ці суб'єкти забезпечують прийом, обслуговування та транспортування туристів [10]. Туристична інфраструктура пов'язує різні сектори туристичної сфери.

Автор стверджує, що туристична інфраструктура представляє собою комплекс підприємств, чия діяльність спрямована на задоволення потреб людей, що беруть участь у туристичних та екскурсійних подіях, іншими словами – туристів та екскурсантів.

Важливо відзначити, що туристична інфраструктура визначає якість обслуговування споживачів на конкретному регіоні, формуючи туристичні регіони та дестинації через інфраструктурні зв'язки між окремими об'єктами, такими як заклади та підприємства.

Інфраструктура туризму включає в себе систему транспортних зв'язків і всі установи, які пов'язані з обслуговуванням туристів (готелі, ресторани, музеї, галереї, театри, кінотеатри та інші). Автор висловлює думку, що важливо зосередити увагу на музейних експозиціях в Україні, оскільки вони становлять основу туристичної інфраструктури. За даними Державної служби статистики України на 2021 рік, у країні функціонує 574 музеї з понад 11 мільйонами предметів основного фонду. Загалом у 2020 році музеї відвідало понад 16,4 мільйона людей [13].

Україна має розвинену мережу музеїв, зокрема, в столиці та регіональних центрах. Практично майже в кожному районному центрі присутній краєзнавчий музей. Тривалому розвитку музеїв в Україні заважають ряд проблем, таких як застаріла матеріально-технічна база, недостатнє державне фінансування,

відсутність чіткої координації музеїв як системи та недостатній розвиток зв'язків між музеями, як в регіональному, так і в національному контексті. Деякі з цих питань можуть бути вирішені завдяки участі громадських організацій та волонтерських груп.

У різних регіонах України туристичні об'єкти представлені різною кількістю, залежно від наявності природних та історико-культурних атракцій. Регіони з більшим кількісним та різноманітним об'єктовим потенціалом традиційно розвивають більш розгалужену туристичну інфраструктуру, яка приваблює туристів та подорожуючих. Однак існують області, які отримують обмежену увагу у розвитку туристичної сфери.

Проблеми інфраструктури туризму, зокрема туристичної та екскурсійної, в Україні становлять серйозну перепону для її ефективного розвитку. Таким чином, кількість туристів, обслуговуваних екскурсійними підприємствами України, залишається незначною порівняно зі світовими потоками в'їзного та виїзного туризму.

Підсумовуючи стан організації туристичної сфери в Україні, особливо в сфері екскурсій, можна визнати її неконкурентоспроможною на світовому ринку туристичних послуг. Складність полягає у застарілій матеріально-технічній базі, а близько 70% туристичної інфраструктури потребує реконструкції та модернізації. Сервісна якість також не завжди відповідає міжнародним стандартам, і багато пам'яток залишаються занедбанними.

Отже, Україна має значний потенціал для розвитку екскурсійної діяльності, але недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури становить перешкоду. Тому виникає необхідність створення екскурсійного потенціалу регіонів та міст України з орієнтацією на стратегічний розвиток та розробку ефективних механізмів його реалізації в сучасних умовах для прискореного економічного зростання.

### **2.3. Аналіз екскурсійних турів Україною з м.Чернівці**

Внутрішній попит на подорожі лише частково компенсував загальний спад, і індустрія туризму залишається у важкому становищі. Зимовий сезон 2022/23 став викликом для туристичної галузі.

Туризм сильно постраждав через закриття повітряного простору через війну, окупацію частини території України Російською Федерацією, руйнування туристичної інфраструктури та загальну економічну ситуацію.

Згідно з даними Мультимедійної платформи Українського іномовлення, наразі в структурі продажів українських туроператорів переважають санаторії – на цю категорію припало 44,4% замовлень у жовтні 2022 року. На другому місці ретрити та відновлювальні поїздки в Карпати (29%). Третіми за популярністю є гірськолижні напрямки (19,5%), але взимку спостерігається тенденція до зростання. Крім того, українці купують путівки в приморські санаторії, автобусні тури по країні, екскурсії обраними містами та спеціалізовані розважальні заходи для дітей [44].

## Напрямки внутрішнього туризму

Станом на початок листопада 2022



Рис. 2.3.1. Напрямки внутрішнього туризму

*Джерело: Мультимедійна платформа іномовлення України*

Проаналізувавши пропозиції кількох сайтів туристичних компаній міста Чернівці - «Квітка Буковини», Чернівецьке екскурсійне бюро та сайту

офіційного туристичного порталу м. Чернівці, автор дійшов висновку, що найбільш наповнено та найбільше пропозицій екскурсійних турів Україною з Чернівців висвітлено на сайті Чернівецького екскурсійного бюро.

На сайті приємно зручний поділ турів за основними напрямками: Карпати, Закарпаття, Поділля та Волинь, Львівщина, Буковина, Україна-Центр, а також для любителів водних видів відпочинку – сплави по Дністру та Чорному Черемошу. Квіткові тури, шкільні та Новорічно-різдвяні тури Україною також представлені на сайті Чернівецького екскурсійного бюро.

Якщо розглядати окремо кожен сегмент напрямку, то Карпатами пропонується на вибір більше 10 турів. Це і рафтинг з неаби-яким адреналіном на річці Чорний Черемош, і водоспади Карпат, Яремче, Буковель. Популярними екскурсійними турами є тури на гору Піп-Іван, Памір, Парк динозаврів у Франківській області.

Туристи, які полюбляють походи в гори, можуть обрати на вибір тури на гору Синиця, гору Синяк, Маковиця, стежку Довбуша, сходження на Говерлу, на гору Хомяк. Додавлять вражень і тури до озера Несамовите, похід на Петрос в Закарпатській області, на гору Ігрець неподалік с.Буковель.

На Закарпаття турагентство пропонує тури, в яких турист може і оздоровитись, і цікаво та з користю провести час ознайомившись з природою Закарпаття. Туристичні маршрути до термальних комплексів та курортів не залишать нікого байдужим. Велятино, Косино, аквапарки Закарпаття, долина вовків, архітектурні пам'ятки області та багато іншого задовільнить навіть найвибагливішого туриста.

За напрямком Поділля та Волинь, екскурсійне бюро пропонує тури, більшість з яких включають в свою програму відвідування водоспадів, термальних басейнів, замків Тернопільщини, Шацькі озера, парк Софіївка, печери Тернопільщини, а також екскурсійний огляд цих обласних центрів. Цікавим та захопливим буде екскурсійний тур п'ятьма замками Поділля – Бучач, Чортків, Язловець, Рукомиш, Підзамочок. Містичний Тараканівський

форт, легендарний замок у Дубно та романтичний «Тунель кохання» - ще один напрямок екскурсії, який здивує, наситить враженнями та емоціями.

Для любителів екстриму, в окремій категорії, є круїзи і сплави по Дністру, на яхті до Бакоти, рафтинг на Чорному Черемоші.

Для тих, хто бажає відвідати знамениту Львівщину пропонуються екскурсійні тури власне Львовом, також є тур «Золота підкова Львівщини», яка включає відвідування Олесько, Підгірці та Золочева. Тури до найгарнішого водоспаду Львівщини – водоспад Кам'янка; Славське, Тустань; Дрогобич. Наповнить враженнями екскурсантів і відвідини Національного природного парку «Сколівські Бескиди».

Екскурсійні тури Буковиною: серед популярних напрямків тури на Памір та високогірне озеро Буковинське око; тур до скель Кінашки; тур в Банчени, Білу Криницю. Цікавим і насиченим є тур під назвою «Мале Буковинське кільце», в програму якого входить відвідування релігійних пам'яток в смт.Лужани, м.Вашківці, оглядини села Виженка з підйомом на перевал Німчич, з якого відкриваються неймовірної краси панорами Буковинсько-Покутських Карпат та річки Черемош.

На сайті за напрямком Україна-Центр присутні пропозиції відвідин парків Центральної України (Самчиківський парк, ландшафтний парк в Буках, найбільший парк України «Олександрія» в Білій Церкві); тур «Козацька Україна»: Чернігів, Батурин, Київ; екскурсійний тур в столицю України – м.Київ; «Ах, Одеса, перлина біля моря», де туристам протягом кількох днів покажуть самі найпотаємніші куточки Одеси, відкриють таємниці кримінальної Одеси та ще багато цікавинок.

Любителі квіткових турів також знайдуть тут екскурсійні сезонні напрямки, які їм до вподоби. Серед найбільш відвідуваних Парад тюльпанів, равлики і Буковинська Троя, Долина нарцисів, Синевир та долина Крокусів, Цвітіння магнолії в ботсаду Чернівців. Серед дводенних турів – Сакура-Фест на Закарпатті та Червона рута на Чорногорі.



Тематичні Новорічні та Різдвяні тури Україною також пропонують на інтернет-сторінці Чернівецького екскурсійного бюро. З такого різноманіття екскурсійних турів важко визначитись на якомусь одному. Бюро пропонує кількадевні тури на Новий рік на Закарпаття та Новий рік у Карпатах (в турі пропонується здійснити передноворічні закупи на Косівському базарі, відвідати зимовий водоспад Рушір, прогулятись маєтком Святого Миколая у с.Пістинь, купання в гарячих чанах, водоспад Пробій та Манявський, відвідати Різдвяний ярмарок в Івано-Франківську та ще багато інтригуючих місць), тур Львів на Різдво. З одноденних турів це: Хотин та Кам'янець-Подільський; Чорторія, Косів та Шешори; Джип-тур в Карпати: Яремче, Буковель, Женецький водоспад; Банчени, Сонячна долина та румунська Маланка; Маланка у Вашківцях та Красноільську; для любителів фотографуватись можна обрати тур «Інстаграмні Чернівці» з цікавими фото-локаціями. Поціновувачам чогось незвичного пропонується ексклюзивний Новорічний тур «Чернівецький експрес» - це тур раритетним тролейбусом по Чернівцях.

Понад 30 шкільних турів пропонується на сайті Чернівецького екскурсійного бюро. Серед одноденних турів – тури Чернівецькою областю, Карпатами та Прикарпаттям, Поділлям та Волинню. Для дводенних турів можна обрати екскурсійні тури Карпатами та Закарпаттям, Поділлям та Волинню, Львівщиною, Одесою, Києвом.

Проаналізувавши всі напрямки, які представлені на сайті Чернівецького екскурсійного бюро, автор зауважує, що відсутні взагалі будь-які екскурсії та екскурсійні тури в Житомирську, Кіровоградську, Полтавську області. Також відсутні тури і в області, які межують з країною-агресором, в ті області, де відбуваються воєнні дії та тимчасово окупована Російською Федерацією територія України – це Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Миколаївська, Сумська, Харківська, Херсонська області та тимчасово окупована Автономна Республіка Крим.

Автор з упевненістю стверджує, що після закінчення воєнних дій та перемоги України в цій війні, відбудується і відновиться зруйнована та

знищена територія України, відбудується туристична інфраструктура. І після відновлення створяться нові туристичні маршрути, які будуть користуватись великим попитом та піднімуть економіку країни.

## **РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ МЕШКАНЦЯМИ М.ЧЕРНІВЦІ**

### **3.1. Пропозиції екскурсій та екскурсійних турів об'єктами туристичної індустрії у м.Чернівці**

Чернівці – дуже чарівне та комфортне місто, яке називають перлиною архітектури України. У місті знаходиться понад 700 різноманітних пам'яток, тут багата культурна спадщина та гостинна атмосфера.

Чернівці не обмежуються лише архітектурою. Туристи змінилися і стали більш вимогливими. Щоб привернути увагу туриста, не достатньо просто запропонувати йому огляд архітектурних споруд, пейзажів та вулиць. Поки що це має бути лише частиною перебування туриста в Чернівцях.

На основі сайтів турфірм «Чернівецьке екскурсійне бюро», «Квітка Буковини» та офіційного туристичного порталу м.Чернівці автор проаналізував екскурсійні тури, які пропонуються Чернівцями.

Отож, Офіційний туристичний портал та Чернівецьке екскурсійне бюро пропонують на вибір туристу понад п'ятнадцять різноманітних турів містом з багатою культурною та архітектурною спадщиною, містом з багатовіковою історією, містом, яке називають «Маленьким Парижем» - містом Чернівці. Обидва турагентства пропонують подібні за наповненням програми екскурсії:

- Оглядова екскурсія Чернівцями
- ЧНУ – Резиденція Буковинських митрополитів
- Чернівецькі Некрополі, кладовище на вулиці Зеленій
- Таємниці Садгори
- Чернівці Єврейські
- Храми Чернівців – церкви, собори, монастирі столиці Буковини
- Літературні Чернівці
- Selfi in Chernivtsi або інстаграмні Чернівці
- Вілли Чернівців
- Підземні Чернівці

Офіційний туристичний портал м.Чернівці на своєму сайті пропонує ще такі цікаві екскурсійні тури Чернівцями: «Відкрий для себе Чернівці», де туристичну стежечку створено за допомогою спеціальних стрілок-табличок з QR-кодами; «Променад Панською вулицею»; «Чернівецькі легенди кохання»; «Золота Австрійська миля Чернівців»; «Кроками Йозефа Ляйцнера» та «Нічний тур Чернівцями» з паном Ярком, де присутні легенди, жарти, плітки, кумедні діалоги, а також несподівані зустрічі зі звичайними чернівчанами, які виринають просто посеред ночі.

Сайт Чернівецького екскурсійного бюро на своїй інтернет-сторінці, крім схожих за наповненням турів, які описані двома абзацами вище, пропонує такі цікавинки: «Кавовий тур», «Алко-тур», «Прадавні Чернівці», «Екскурсію в ботанічний сад», «Квести по Чернівцях», «Графіті-тур по Чернівцях». Також варто розглянути нові тури, які пропонує Чернівецьке екскурсійне бюро, а саме «Кримінальні Чернівці» та «Чернівецький експрес – тролейбусний тур по Чернівцях», адже Чернівці – це друге місто в Україні, у якому з'явилися тролейбуси! Поїздка відбувається на відреставрованому раритетному екскурсійному тролейбусі, який вже понад 40 років курсує вулицями Чернівців, а напередодні Нового року всі пасажери такого «Чернівецького експресу» можуть зігрітись запашним гарячим глінт-вейном.

З метою підвищення конкурентоспроможності Чернівців на українському та європейському туристичних ринках формується туристичний імідж культурно-історичного міста. Щороку складається «Календар туристичних заходів», який оприлюднюється на Порталі Чернівецької міської ради та Туристичному Інтернет-порталі, а також на рекламних конструкціях.

З метою оживлення та підтримки національних та культурних традицій організовується ряд заходів, серед яких Різдвяний ярмарок, фольклорно-етнографічний фестиваль «Маланка-фест», свято «Від Різдва Христового до Йордана», свято «Запали найбільше серце твого міста» присвячене Дню Святого Валентина, відзначення Масляної під гаслом «Зиму проводжаймо й весну зустрічаймо», святкування «Христос Воскрес – Воскресе Україна»,

весняний фестиваль народної творчості «Мерцішор», Садигурське свято «Рогізнянська галушка», конкурси читців, присвячені вшануванню пам'яті Тараса Шевченка, Буковинська туристична ярмарка, міське свято «Петрівський ярмарок», День Європи, мистецький проект «Буковинська вливанка», Міжнародний фольклорний фестиваль «Буковинські зустрічі», Всесвітній день туризму, Міжнародний поетичний фестиваль «Meridian Czernowitz», Регіональний конкурс рок-музики «Відродження», заходи присвячені Дню міста Чернівців, фестиваль пісні імені Назарія Яремчука, Міжнародний чемпіонат з кулінарного і кондитерського мистецтва «Food Land Bukovina», Свято духовної музики, День вишиванки, День вуличної музики, Буковинський фестиваль етнодуховності молоді «Обнова», святкування Дня літнього сонцестояння під назвою «Мідсоммар» та Фестиваль комедій «Золоті оплески Буковини». Події, що влаштовуються для представлення та відзначення національних традицій буковинської кухні - Місячник гурмана та Гастрономічний Фестиваль «Смак Чернівців», які спрямовані на вироблення інтересу до кулінарної спадщини та представлення буковинських страв.

З метою рекламування туристичних можливостей Чернівців були створені наступні матеріали: презентаційний буклет під назвою «Чернівці – Буковина»; туристичний путівник «Чернівці» українською та російською мовами; путівник «Чернівці в ритмі міжкультурної гармонії» англійською, польською та румунською мовами; каталоги «Чернівці на перехресті епох і культурних традицій» українською, англійською, польською та румунською мовами; туристичні карти-путівники «Чернівці» українською, англійською, німецькою, румунською і польською мовами, брошура виставки «Настінні розписи синагог Буковини»; путівник у формі карти «Чернівці» (доступний англійською, українською та російською мовами); туристична карта «Оглядова екскурсія Чернівцями» та програми екскурсій «Чернівці – прогулянка містом»; календарі святкових подій у місті Чернівці; листівки «Чернівці» (доступні англійською та українською мовами); рекламні банери, що демонструють «Картосхеми історичного центру міста Чернівці»; календарі у вигляді

подарунків з тематикою «Чернівці»; блокноти та сувенірні ручки із туристичним логотипом «Чернівці – унікальність в розмаїтті»; листівки із старовинними фотографіями Чернівців; відеоролики, що презентують Чернівці та інші аналогічні матеріали.

Розвиток туристичної галузі, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, вдосконалення туристичної інфраструктури сприяють формуванню позитивного іміджу Чернівців на національному і міжнародному рівнях.

### **3.2. Аналіз відвідування туристами України міста Чернівці**

Автором створене та проведене анонімне та добровільне анкетування щодо відвідування мешканцями України м.Чернівці.

Анкетування було проведено з метою отримання основних даних про туристів, які прибувають до Чернівців. Анкета складається з трьох основних блоків питань:

- регіон, з якого туристи завітали до Чернівців;
- цілі поїздки та терміни перебування в місті, інформаційні канали для планування подорожі, причини обрання для відвідин місто Чернівці, чому найбільше часу приділяли туристи в місті та пропозиції екскурсантів, які можуть допомогти розвитку туризму в Чернівцях;
- питання про вік, стать та соціальний статус.

Опитування було проведене в листопаді 2023 року та охопило 113 туристів з різних регіонів України.

Відпочинковий туризм в Чернівцях характеризується в основному туристами віком від 25 до 44 років, основною метою яких є відвідування родичів, знайомих, друзів (60,2%), відвідування та огляд визначних історичних місць та пам'яток (54%) та культурно-розважальна мета (35,4%).

Основними джерелами інформації про Чернівці для подорожуючих залишаються родичі та друзі (54,9 %), а також інтернет-ресурси (52,2%).

Серед пам'яток, які найбільше вразили туриста в Чернівцях є Резиденція митрополитів Буковини та Далмації – нині Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

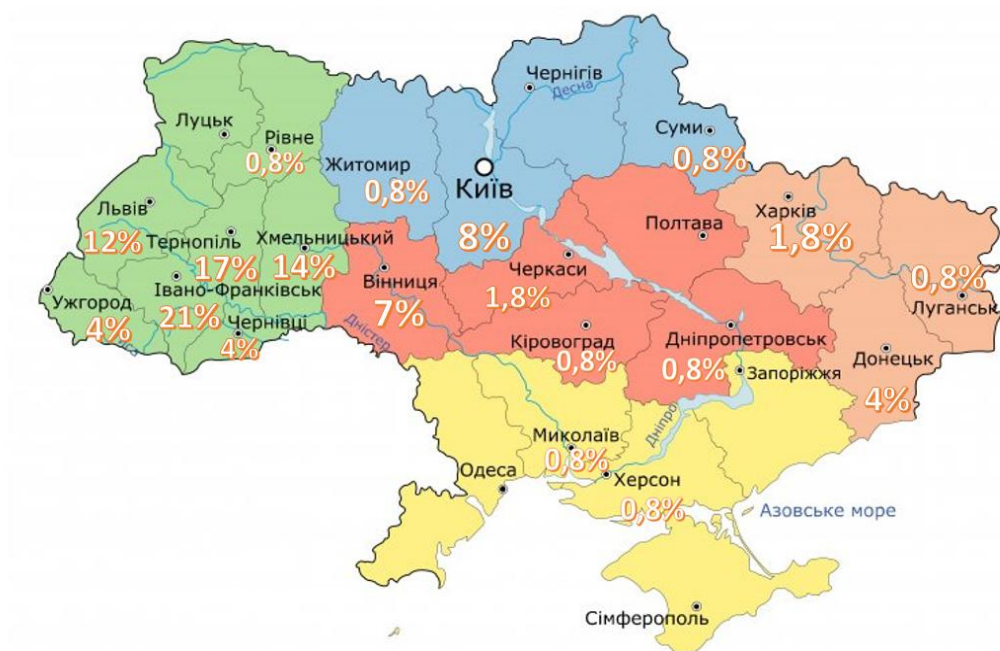
Основною причиною розчарування туристів залишається низька якість доріг на даний момент, і це відзначають приблизно 73% від загальної кількості опитаних. Окрім цього, іншою причиною негативного враження є громадський транспорт 30,1% та неефективне транспортне сполучення – 21,2%.

Серед причин, за якими туристи обрали для відвідування саме Чернівці, а не інше місто, переважають: гарна архітектура (70,8%), цікава культура/традиції (майже 47%) та безпечне місто для туриста (35,4%).

Найбільше пропозицій по покращенню розвитку туризму в Чернівцях респондентами було запропоновано саме: покращення якості доріг, налагодження транспортних сполучень, збільшення реклами та розповсюдження інформації про місто, збільшення бюджету, реставрація історичних пам'яток та архітектурних споруд міста.

За результатами анонімного та добровільного незалежного анкетування впливають наступні показники:

- До Чернівців туристи приїжджають здебільшого із сусідніх областей – Франківська – 21%, Тернопільська – 17%, Хмельницька – 14%.



Р  
ис.  
3.2.1.  
Регіон  
и  
в'їзної  
о  
туризм  
у  
Д  
жерел  
а:  
анкет  
ування  
провед

ене автором у листопаді 2023р.

- Більшість респондентів люблять подорожувати (99,1)%:

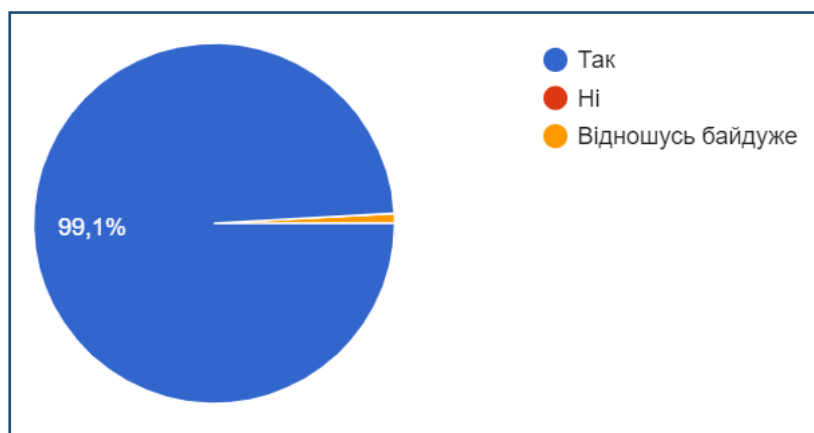


Рис. 3.2.2. Інтерес до подорожей

Джерела: анкетування проведене автором у листопаді 2023р.

- Приїждять до Чернівців здебільшого туристи віком 25-44 роки (загалом близько 80% – віком до 60 років) та

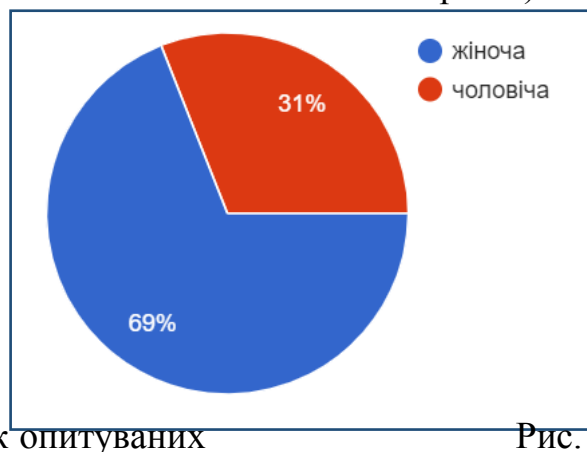
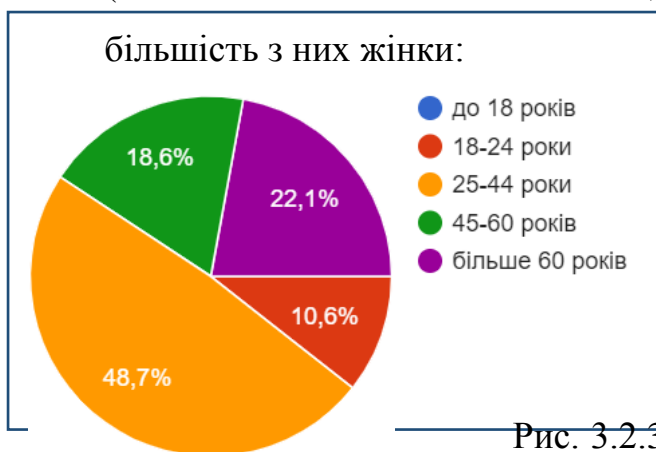
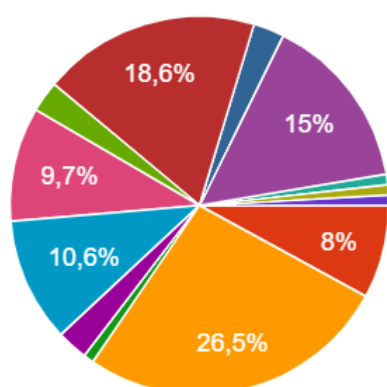


Рис. 3.2.3. Вік опитуваних

Рис.

### 3.2.4. Стать респондентів

Джерела: незалежне анкетування проведене автором



- Робітники та працівники бюджетної сфери становлять більшу частину

в'їзних туристів:





Рис. 3.2.5. Вид діяльності

*Джерела: незалежне анкетування проведене автором*

- Більше 5 разів за кількістю та терміном більше 5 днів перебувають

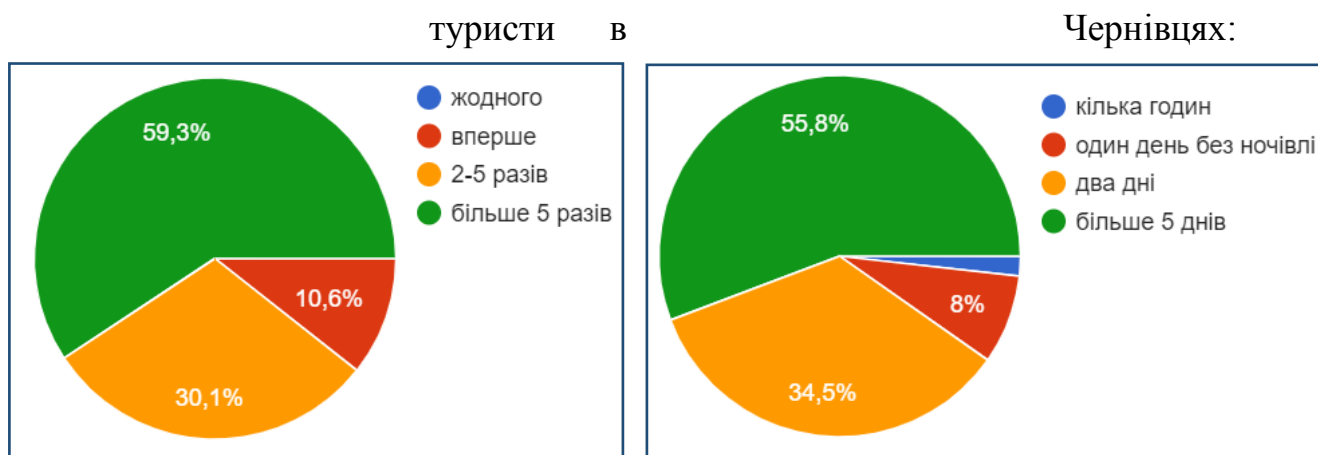


Рис. 3.2.6. Частота відвідування

Рис. 3.2.7. Тривалість перебування

*Джерело: анкетування проведене автором*

- При відвідинах Чернівців туристи прагнуть перш за все відвідати родичів та друзів – 60,2%, оглянути визначні місця та пам'ятки історії та архітектури – 54%:

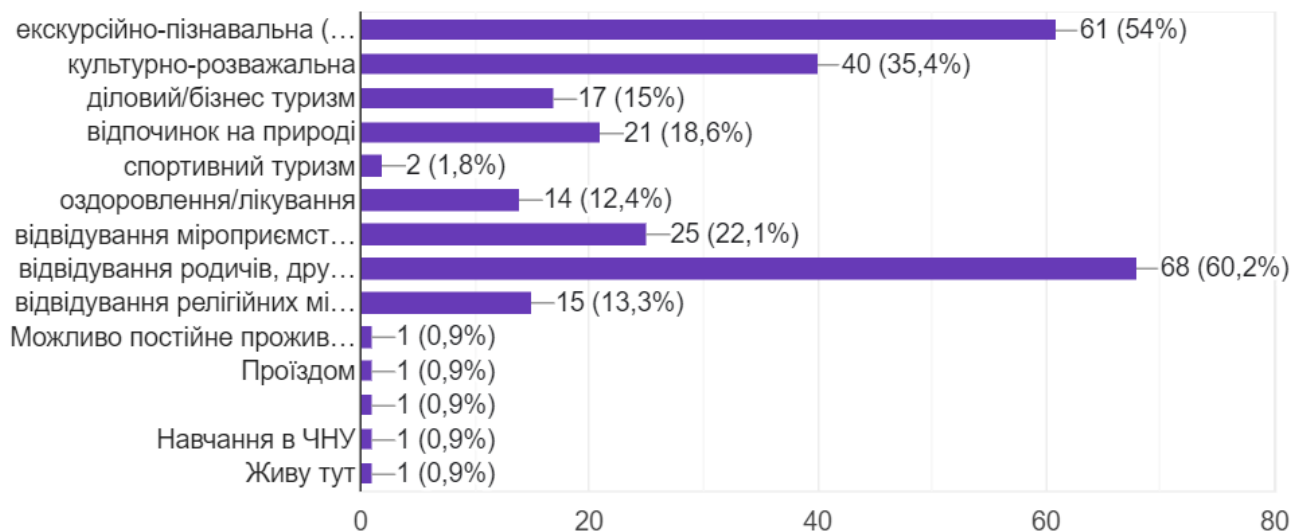


Рис. 3.2.8. Основні причини для поїздки

*Джерело: незалежне анкетування проведене автором*

- Більша частина туристів подорожують із сім'єю та обирають самостійну організацію подорожі:

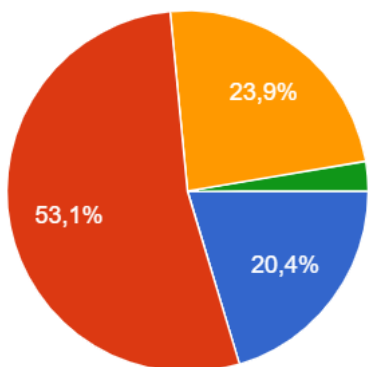


Рис. 3.2.9. Супровід під час подорожі

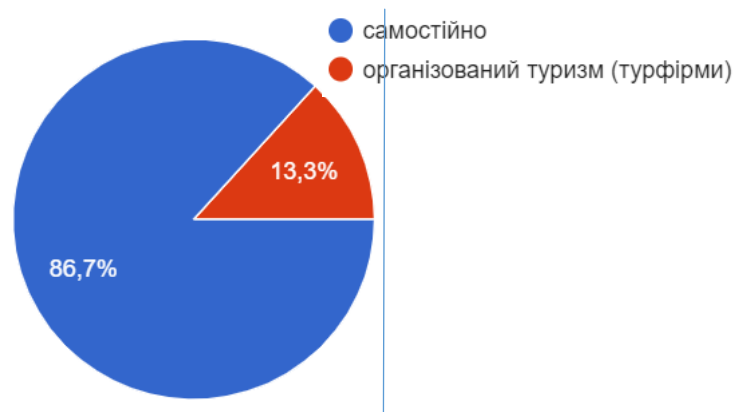


Рис. 3.2.10. Організація подорожі

*Джерело: анкетування проведене автором*

➤ Серед пам'яток, які найбільше вразили туристів лідирує Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича, Театральна площа та музично-драматичний театр імені Ольги Кобилянської, пішохідна вулиця міста – вулиця О. Кобилянської. Також респонденти вподобали Органний зал (Вірменська церква), Художній музей, площу Пресвятої Марії, Будинок-корабель, церкву Преподобної Параскеви Сербської, міська Ратуша, Чернівецька обласна філармонія, Будинки-близнюки, Калинівський ринок, Свято-Миколаївська церква, Костел Найсвятішого Серця Ісуса, пам'ятник Т.Шевченку.



*Джерело: Фото з відкритих інтернет-джерел*

- 38,1% опитуваних брали участь в екскурсійних програмах та тематичних маршрутах містом, а близько 42% туристів планують взяти участь в екскурсійних програмах в Чернівцях:

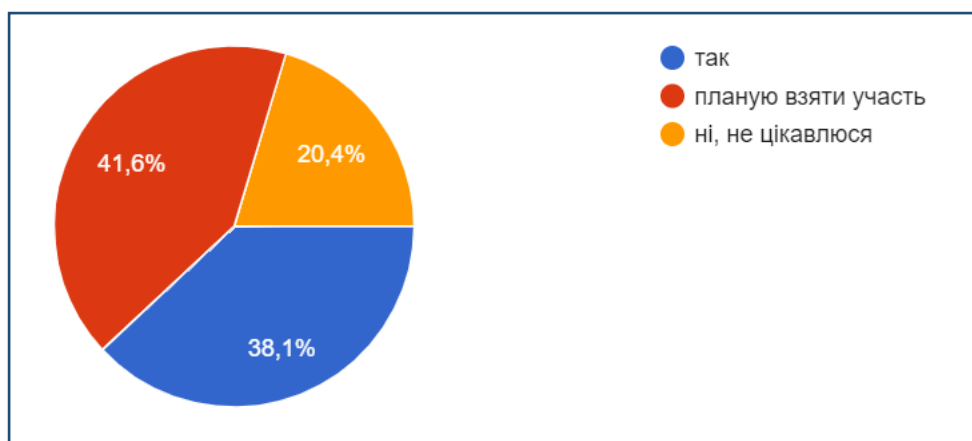


Рис. 3.2.11. Участь в екскурсійних програмах

*Джерело: анкетування проведене автором*

- 62 респондента (54,9%) для своєї подорожі в Чернівці користувались рекомендаціями друзів, родини, ще 59 респондентів (52,2%), як джерела інформації використовували інтернет ресурси:

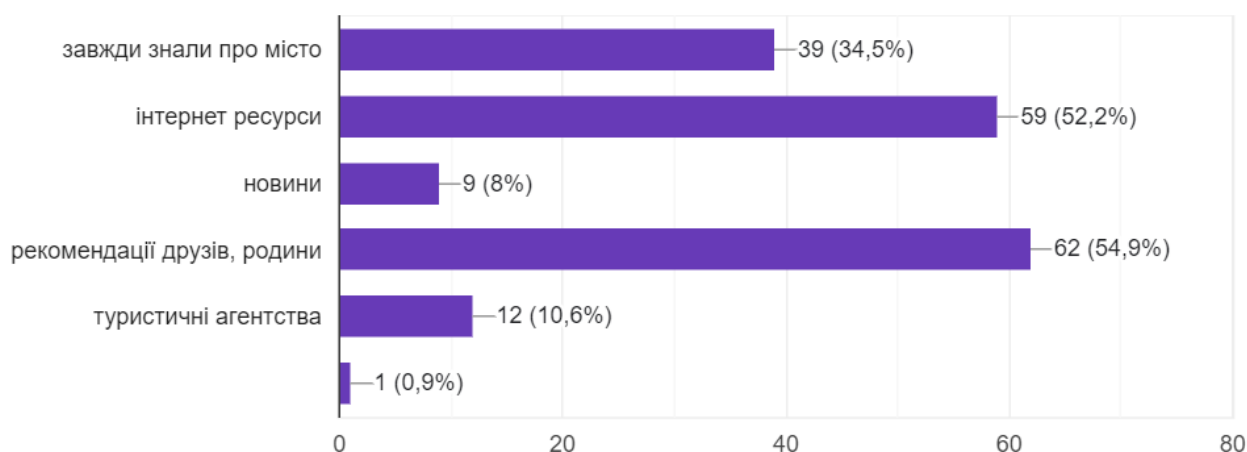


Рис. 3.2.12. Ключові джерела інформації для планування подорожі

*Джерело: анкетування проведене автором*

➤ Відмічається висока привабливість Чернівців серед туристів, проте залишається і ряд сфер, які справляють негативне враження на відвідувачів міста:

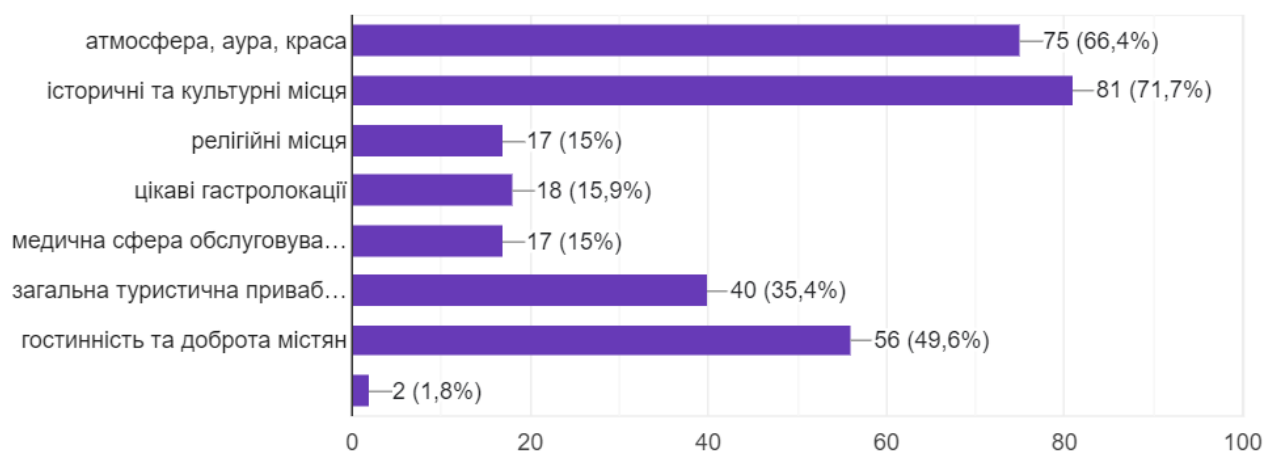


Рис. 3.2.13. Позитивні риси оцінки міста

*Джерело: анкетування проведене автором*

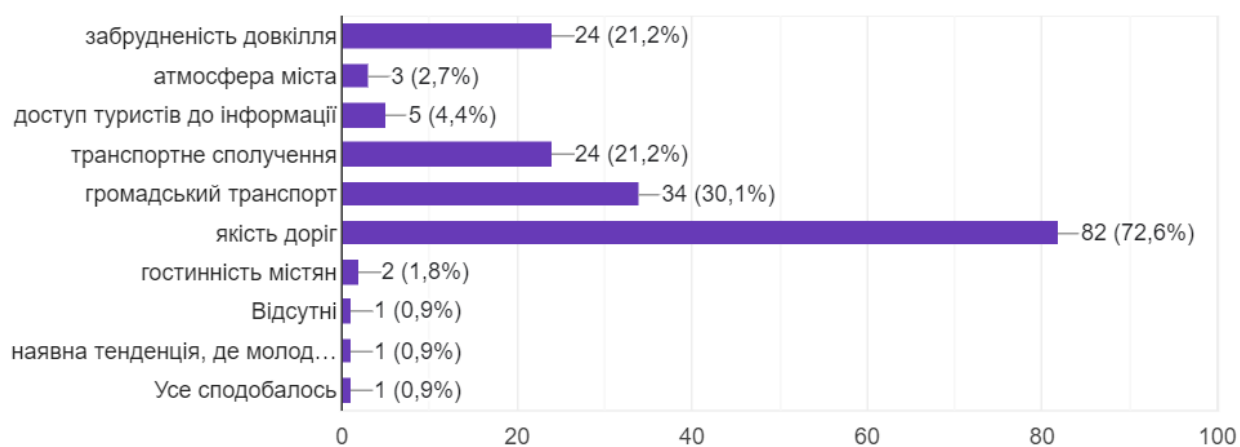


Рис. 3.2.14. Негативні риси оцінки міста

*Джерело: анкетування проведене автором*

- Під час своєї подорожі переважна частина туристів орієнтувались в місті завдяки інтернет-картам та путівникам та завдяки жителям міста:

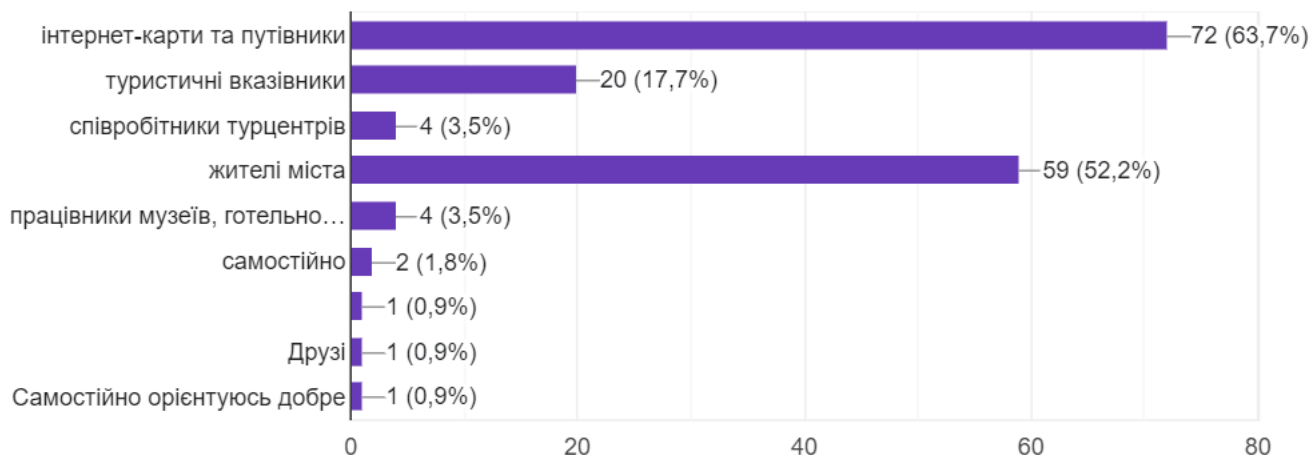


Рис. 3.2.15. Джерела для орієнтування в місті

*Джерело: анкетування проведене автором*

- Чернівцям часто надають перевагу перед іншими містами через його привабливу архітектуру, цікаву багатовікову історію, культуру та традиції, а також тому, що Чернівці є безпечним містом для туриста:

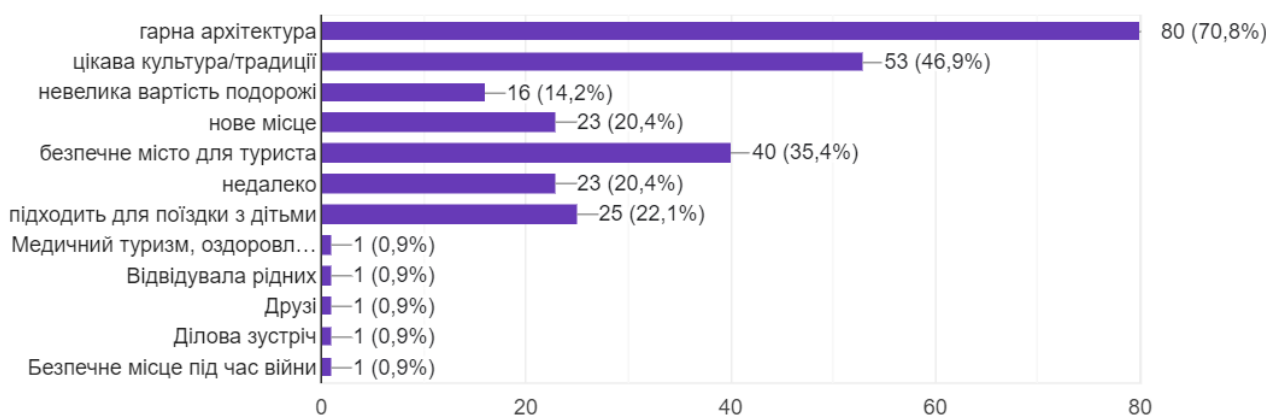


Рис. 3.2.16. Причини вибору Чернівців, а не інших міст

*Джерело: анкетування проведене автором*

➤ На даний момент найбільше часу туристи приділили огляду визначних місць (76,1%), велика частина відвідувачів міста надала перевагу посиденькам в кав'ярнях (43,4%), також не малий відсоток туристів найбільше свого часу віддав відвідуванням кінотеатрів, театрів, концертів, тощо (33,6%).

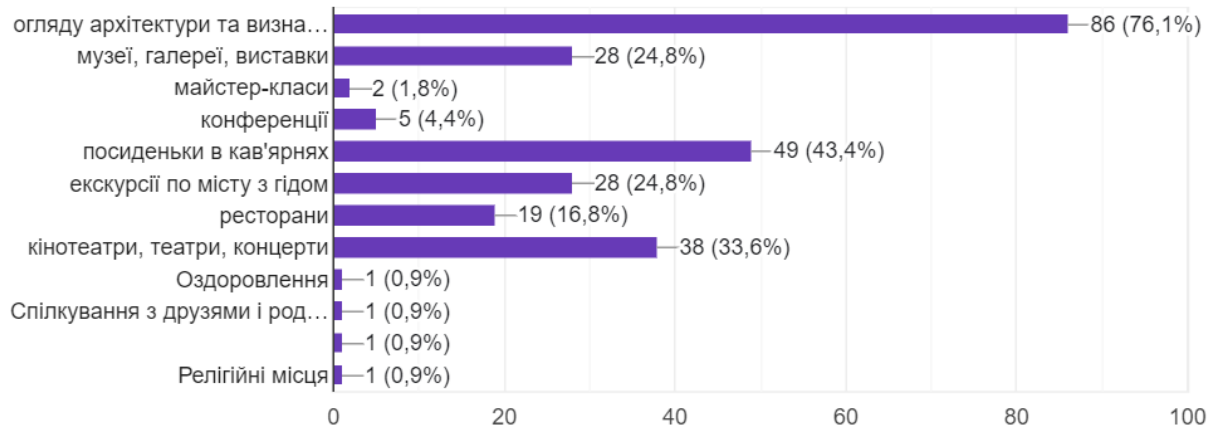


Рис. 3.2.17. Види проведення часу в Чернівцях

*Джерело: анкетування проведене автором*

➤ Серед пропозицій, які можуть допомогти розвитку туризму в Чернівцях, мешканці України рекомендують покращити якість доріг в місті, налагодити транспортне сполучення, покращити громадський транспорт міста, замінивши старі автобуси на нові; збільшити інтернет-рекламу та розповсюдження інформації про Чернівці, реставрувати та підтримувати належний стан архітектурних пам'яток міста, збільшення бюджету та залучення інвестицій з-за кордону.

Для збільшення і розвитку приїзного туризму необхідно розширювати туристичний потенціал міста за допомогою додаткових ініціатив, таких як фестивалі, ярмарки, атракції та інші події. Також можливим варіантом є організація комбінованих турів, наприклад, виїзд у гори до сусідніх районів, таких як Мигове, Вижниця чи Путила, або до визначних природних об'єктів, таких як Дністровський каньйон, Хотин, або рекреаційні локації на Дністрі.

Чернівецький національний університет і так є магнітом, який притягує туриста сюди. А тут уже потрібно створити можливість розгорнути більше заходів. Бо наразі люди не затримуються в Чернівцях надовго.

Окрім розвиненої інфраструктури та збереження архітектурної спадщини, місту необхідно активно розвивати подієвий туризм. Це є ключовим елементом для насичення враження від відвідування міста. За думкою автора, міській раді та департаменту міста слід активно працювати не тільки над відновленням та покращенням якості доріг, а й над створенням нових атракцій, фестивалів та розширенням можливостей для різних форм туризму, таких як зелений, екстремальний, спортивний, медичний та інші. Автор вбачає великий потенціал у розвитку цього напрямку у місті Чернівці.



## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто такі питання, як визначення основ екскурсійної теорії та методики, ретроспективний розвиток екскурсійної справи в Україні, аналіз українського ринку екскурсій, визначення цільової аудиторії, ресурсний потенціал України для забезпечення екскурсійної діяльності, аналіз екскурсій та екскурсійних турів Україною з м.Чернівці, пропозиції екскурсій та екскурсійних турів об'єктами туристичної індустрії у м.Чернівці та аналіз проведеного анкетування щодо відвідування мешканцями України міста Чернівці. У результаті наукового пошуку та опрацювання значного масиву інформації, автор дійшов наступних висновків.

Турист - це особа, яка здійснює поїздку до іншої країни або по Україні, маючи законне право на перебування протягом часового періоду від 24 годин до одного року. Важливо, що під час цього перебування турист не може займатися будь-якою оплачуваною діяльністю та зобов'язаний залишити країну або місце перебування у визначений термін.

Іншими базовими поняттями кваліфікаційної роботи стали, «сутність екскурсії», «екскурсійна діяльність», «екскурсант», «гід (екскурсовод)», «екскурсійна методика» та ін.

Отож, можна визначити, що екскурсійна справа в туризмі має вагому роль. Ця діяльність має довгу історію, що сягає XVIII століття, із перших виходів на природу для вивчення оточуючого середовища. З того часу екскурсії перетворилися на популярний вид діяльності у всьому світі.

Екскурсійна діяльність включає багатоаспектну працю великої кількості людей, спрямовану на розвиток територій, популяризацію туризму та вивчення історичної та культурної спадщини. Щоб створити якісну екскурсію, важливо звертатись до професіоналів, які володіють методикою створення екскурсій, знають ключові аспекти і мають здатність зацікавити екскурсантів.

Загальний висновок з аналізу туристичних потоків свідчить про популярність екскурсійних послуг в Україні серед споживачів. Міста Київ, Львів та Львівська область, Одеська, Івано-Франківська та Дніпропетровська

області визначаються як найпопулярніші та найприбутковіші напрями для екскурсійної діяльності в Україні. Причинами такого стану речей є наявні в цих місцях значні природні ресурси, історико-культурні пам'ятки, досить розвинена туристична інфраструктура.

У роботі було досліджено туристичний потенціал України, розглянуто кількість історичних та природних пам'яток в різних регіонах України.

Україна володіє значним ресурсним потенціалом для здійснення екскурсійної діяльності: наявні багаті природні ресурси, серед яких національні парки та заповідники, родовища мінеральних вод та лікувальних грязей. Що стосується історико-культурних пам'яток, то в Україні збереглися унікальні палацово-паркові ансамблі, садиби. Крім того, в країні є також туристичні ресурси, які включено до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, працює 574 музеї.

На основі сайту Чернівецького екскурсійного бюро автор дослідив основні напрями екскурсій та екскурсійних турів, які пропонуються з міста Чернівці по регіонам України.

Якщо ж говорити про місто Чернівці, то Чернівці не обмежуються лише архітектурою. Туристи змінилися і стали більш вимогливими. Щоб привернути увагу туриста, не достатньо просто запропонувати йому огляд архітектурних споруд, пейзажів та вулиць. Поки що це має бути лише частиною перебування туриста в Чернівцях.

На базі сайтів турфірм «Чернівецьке екскурсійне бюро», «Квітка Буковини» та офіційного туристичного порталу м.Чернівці автор проаналізував екскурсійні тури, які пропонуються Чернівцями.

В кваліфікаційній роботі також була звернута увага на заходи щодо сприяння розвитку туристичної справи в Чернівцях, це ряд заходів з метою підтримання національних та культурних традицій, спрямовані на підвищення інтересу до міста – ярмарки, фестивалі, концерти тощо.

Автором було створене та проведене анонімне і добровільне анкетування щодо відвідування мешканцями України м.Чернівці. Опитування проводилось з

метою отримання основних даних про туристів, які прибувають до Чернівців. Особливу увагу автор звернув на дослідження результатів анкетування, яке проводилось в листопаді 2023р. На основі даного анкетування автор дійшов висновків, що більшість мандрівників приїзять до Чернівців здебільшого із сусідніх регіонів, щоб відвідати родичів, друзів та оглянути визначні історичні пам'ятки. Все більше туристів використовують інтернет-ресурси як джерело інформації для відвідування міста. Також варто відзначити, що респонденти виділили як позитивні, так і негативні аспекти при перебуванні в Чернівцях.

Багато уваги автор приділив аналізу пропозицій екскурсантів по покращенню розвитку туризму в Чернівцях, а саме: покращення якості доріг, налагодження транспортних сполучень, збільшення реклами та розповсюдження інформації про місто, збільшення бюджету, реставрація історичних пам'яток та архітектурних споруд міста.

Таким чином, при створенні відповідної реклами та розповсюдженні інформації про місто на просторах інтернету, вдосконаленні туристської інфраструктури, покращенні якості доріг та транспортного сполучення - збільшиться потік туристів, будуть надходження до бюджету та накопичуватиметься позитивний імідж Чернівців.

Окрім цього, за думкою автора, міській раді та департаменту міста слід активно працювати не тільки над відновленням та покращенням якості доріг, а й над створенням нових атракцій, фестивалів та розширенням можливостей для різних форм туризму, таких як зелений, екстремальний, спортивний, медичний та інші. Автор вбачає великий потенціал у розвитку цього напрямку у місті Чернівці.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. та доп. К.: Альтерпрес, 2008. 286 с.
2. Вільна енциклопедія Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 07.09.2023).
3. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму: підручник. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
4. Абрамов В. В., Покогодна М. М. Проблеми удосконалення системи підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристської галузі України. Коммунальное хозяйство городов: научный сборник №75, 2006. С.203-211.
5. Головне управління статистики в Івано-Франківській області. URL: <http://www.ifstat.gov.ua/> (дата звернення: 07.10.2023).
6. Головне управління статистики в Одеській області. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 07.10.2023).
7. Головне управління статистики м. Київ. URL: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.10.2023).
8. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. URL: <http://www.dnestrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.10.2023).
9. Головне управління статистики у Львівській області. URL: <https://lv.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.10.2023).
10. Закон України "Про туризм" (15 вересня 1995р.). К., 1995.
11. ДСПТО 5113-Ю.63.30 – 2007. Державний стандарт професійно-технічної освіти. Професія-екскурсовод. М-во освіти і науки України, М-во праці та соц. політики України. – Вид. офіц. – [Чинний від 2007-08-29]. К. : [б. в.], 2007.
12. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Донецький ін-т туристичного бізнесу. Донецьк: Східний видавничий дім,

2008. 180с.

13. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 13.11.2023).

14. Державне агентство автомобільних доріг України. URL: <https://ukravtodor.gov.ua/> (дата звернення: 13.11.2023).

15. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с. URL:

[http://tourlib.net/books\\_ukr/kyfjak\\_13.htm](http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_13.htm) (дата звернення: 13.11.2023)

16. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: навч.- метод. посіб.

Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. 144 с. URL:

[http://tourlib.net/books\\_ukr/korol-ekskurs.htm](http://tourlib.net/books_ukr/korol-ekskurs.htm) (дата звернення: 23.10.2023).

17. Король О. Д., Крачило М. П. Менеджмент туризму: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича.

Чернівці: Рута, 2008. 240с.

18. Любіцева О. О. Методика розробки турів: навч. посіб. Вид. 2-е, перероб. і доп. К.: Альтерпрес, 2008. 300 с.

19. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.

20. Мальцева Л. В. Проблеми викладання дисципліни «Історія туризму» (спеціальність «Туризм»). Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. №16. С.

43-46. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/malceva.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/malceva.htm) (дата звернення 18.09.2023).

21. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності : підручник; Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 180 с.

22. Смольнікова К. А. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами». «Розвиток туризму в Україні: проблеми та перспективи»(м. Луцьк, 8.12.2016 р.). Луцьк: Луцький НТУ, 2016. Ч.1. С.344-346. URL:

[http://tourlib.net/statti\\_ukr/molnikova.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/molnikova.htm) (дата звернення: 01.10.2023).

23. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. – 2-ге вид., випр. і допов. К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. 463 с.
24. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності / за ред. Орлова В.Ф. К.: Грамота, 2006. 264 с.
25. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні: навч. посіб. для студ. вузів. К.: Вища школа, 2002. 195 с.
26. Чагайда І. М. Екскурсознавство: навч. посіб. К: ІТФПУ, 2004. 240 с.
27. Худоба В. В. Історія розвитку світового туризму. Лекція №1. Львівський державний університет фізичної культури, 2018, 14 с.
28. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. 840 с.
29. Федорченко В. К., Костюкова О. М., Дьорова Т. А., Олексійко М. М. Історія екскурсійної діяльності в Україні: навч. посіб. К.: Кондор, 2004. 166 с.
30. Щепанський Е. В. Історія становлення та розвитку туристично-рекреаційної галузі України. Університетські наукові записки, 2010. № 2, С. 270-276. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap\\_2010\\_2\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2010_2_40) (дата звернення: 18.09.2023).
31. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги: ГОСТ 28682.2-95. К.: Держстандарт України, 1997. 11 с. (Національний стандарт України).
32. Туристичний портал UA.IGoToWorld.com. URL: <https://ua.igotoworld.com/> (дата звернення: 18.09.2023).
33. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: <http://www.me.gov.ua/> (дата звернення: 18.09.2023).
34. Мультимедійна платформа іномовлення України Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 08.11.2023).
35. Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П., Богадьорова Л. М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/semenov.htm](http://tourlib.net/books_ukr/semenov.htm) (дата звернення: 08.11.2023).

36. Туристичний оператор «Go2Chernobyl». URL: <https://go2chernobyl.com/> (дата звернення: 11.09.2023).
37. Туристичний оператор «Орнамент Тур». URL: <https://ornament.ua> (дата звернення: 11.09.2023).
38. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2003. 352 с. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/pankova.htm](http://tourlib.net/books_ukr/pankova.htm) (дата звернення: 08.11.2023).
39. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти / за ред. О. І. Лугова. Ін-т туризму Федерації профспілок України. К., 2002. 162 с.
40. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
41. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 08.11.2023).
42. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org/> (дата звернення: 11.09.2023).
43. Целевая аудитория в туризме: Даниил Шнитов. URL: <http://dzen.ru/> (дата звернення: 01.12.2023).
44. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 01.12.2023).
45. Державний кадастр територій та об'єктів природно-заповідного фонду України. URL: <http://pzf.menr.gov.ua> (дата звернення: 08.11.2023).
46. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навч.-метод. посіб. Одеса: Астропринт, 2011. 216 с.
47. Онлайн-журнал Шпальта. URL: <https://shpalta.media/> (дата звернення: 01.12.2023).
50. Основи екскурсійної роботи: методичні матеріали. Ужгород, 2007. 34 с.
51. Офіційний сайт Всеукраїнської асоціації гідів. URL: <https://uaguides.com/>

(дата звернення: 08.11.2023).

52. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навч. посіб. К.: Академвидав, 2010. 248 с. (Серія «Альма-матер»).

53. «Чернівецьке екскурсійне бюро». URL: <https://chernivtsi-tours.com.ua/> (дата звернення 23.11.2023).

54. Туристичний оператор «Квітка Буковини». URL: <https://bukflower.com.ua/ro-ukraini/#!> (дата звернення 23.11.2023).

55. Чернівці – офіційний туристичний портал. Туристичний оператор Go Chernivtsi. URL: <https://travel.chernivtsi.ua/category/18> (дата звернення 23.11.2023).



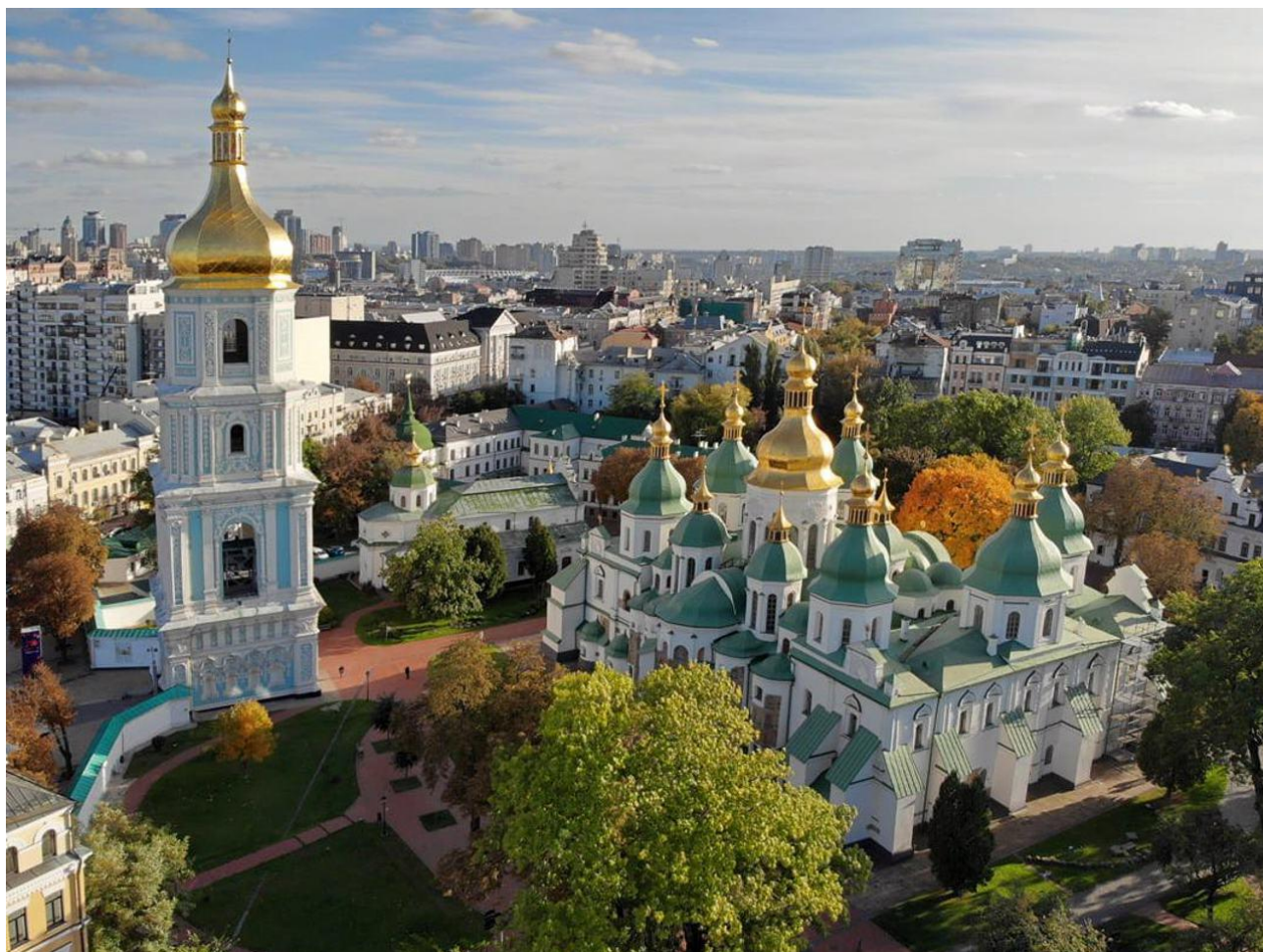
## ДОДАТКИ

Додаток А

Площа Ринок у Львові



## Софіївський собор у Києві





## Історичний центр Одеси



## Додаток Г

## Палац Кеніга, Шарівка, Харківська область





Додаток Д

Резиденція православних митрополитів Буковини і Далмації.

Сьогодні тут знаходиться Чернівецький національний університет.

м. Чернівці



