

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Екскурсійна діяльність як фактор формування іміджу регіону за матеріалами
ТА «Ніка Тур Вояж», м. Хмельницький

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Шифр _____

Виконав: студент 4 курсу
група ТУР-19-1

Підпис

Ольга ЖОСАН

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис

Оксана ГРИНДІЙ

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:
Зав. кафедри
туризму та готельно-
ресторанної справи

Підпис

Ігор ЖУРБА

Ініціали, прізвище

_____ 2023 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти магістр
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
Журба І. Є.
_____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Жосан Ольги Ігорівни

Прізвище, ім'я, по батькові студента

- 1 Тема роботи Екскурсійна діяльність як фактор формування іміджу регіону за матеріалами ТА «Ніка Тур Вояж», м. Хмельницький
керівник роботи Гриндій Оксана Станіславівна
затверджена Наказом по університету від «01» березня 2023 р. №5
 - 2 Строк подання студентом роботи на кафедрі _____ 2023 р.
 - 3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, статистичні звіти, Інтернет джерела
 - 4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянути теоретичних основ дослідження поняття екскурсійна діяльність, кваліфікаційним її ознакам та чинникам, що впливають на формування туристичного іміджу. У другому розділі проаналізувати загальну діяльність ТА «Ніка Тур Вояж» та ринок екскурсійних послуг України; оцінено роль існуючих екскурсійних програм ТА «Ніка Тур Вояж» у популяризації Хмельницької області. У третьому розділі представити проблеми, перспективи екскурсійної діяльності в Хмельницькій області та розробити екскурсійний маршрут для покращення іміджу регіону .
 - 5 Перелік графічного матеріалу: Трансформація понятійної категорії «екскурсія»; Класифікація екскурсій; Чинники, що впливають на туристичний імідж регіону; Динаміка обсягу доходу АТ «Ніка Тур Вояж»; Екскурсійні програми ТА «Ніка Тур Вояж».
5. Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання ДР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	22.05.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою «Екскурсійна діяльність як фактор формування іміджу регіону за матеріалами ТА «Ніка Тур Вояж», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	25.05.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	29.05.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	01.06.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	05.06.2023	
6. Обробка зібраного матеріалу	12.06.2023	
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	16.06.2023	
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	19.06.2023	
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	20.06.2023	
10. Здача роботи на кафедрі	22.05.2023	

Студент-дипломник _____

Підпис,

Ольга ЖОСАН

Прізвище, ініціали

Керівник роботи _____

Підпис,

Оксана ГРИНДІЙ

Прізвище, ініціали

АНОТАЦІЯ

на дипломну роботу _____ Жосан Ольги Ігорівни _____

Тема роботи: Експерсійна діяльність як фактор формування іміджу дестинації за матеріалами ТА «Ніка Тур Вояж», м. Хмельницький _____

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник старший викладач Гриндій О.С.

м. Хмельницький, 2023 р.

Дипломна робота виконана на ___ с., містить ___ таблиць, ___ рисунків, з перелік джерел посилань складається із ___ найменування, ___ додатків.

Актуальність роботи 3 точки зору формування іміджу регіону, в сучасному контексті розвитку туристичної галузі України організація експерсійної діяльності забезпечить зростання інноваційного та інвестиційного потенціалу як окремих регіонів, так і країни в цілому. Організація експерсійної діяльності як пріоритетного напрямку туристичної галузі в певних межах сформує економічну, наукову, культурно-освітню та екологічну безпеку дестинацій, забезпечить розвиток економічного сектору.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних основ дослідження поняття експерсійна діяльність, кваліфікаційним її ознакам та чинникам, що впливають на формування туристичного іміджу.

У другому розділі проаналізовано загальну діяльність ТА «Ніка Тур Вояж» та ринок експерсійних послуг України; оцінено роль існуючих експерсійних програм ТА «Ніка Тур Вояж» у популяризації Хмельницької області.

У третьому розділі розглянуті тенденції та фактори гальмування розвитку експерсійної діяльності в Україні та представлений розроблений експерсійний маршрут, який формує позитивний туристичний імідж Хмельниччини.

Ключові слова: експерсійна діяльність, експерсія, ринок експерсійних послуг, туристична діяльність, аналіз, маршрути, розробка, проблеми, перспективи.

SUMMARY

for the thesis _____ Zhosan Olga Ihorivna _____

Topic: Excursion activity as a factor in the formation of the image of the destination according to the materials of the TA "Nika Tour Voyage", Khmelnytskyi _____

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of tourism and hotel and restaurant business

Research supervisor, senior teacher Hryndii O.S.

Khmelnytskyi, 2023

The thesis is completed on ___ pages, contains ___ tables, ___ figures, the list of reference sources consists of ___ names, ___ appendices.

Relevance of the work From the point of view of forming the image of the region, in the modern context of the development of the tourism industry of Ukraine, the organization of excursion activities will ensure the growth of innovative and investment potential of both individual regions and the country as a whole. The organization of excursion activities as a priority direction of the tourism industry within certain limits will shape the economic, scientific, cultural, educational and ecological safety of the destinations, and will ensure the development of the economic sector.

The first section of the work is devoted to the consideration of the theoretical foundations of the study of the concept of excursion activity, its qualifying features and factors affecting the formation of the tourist image.

In the second section, the general activity of the TA "Nika Tour Voyage" and the market of excursion services of Ukraine are analyzed; the role of the existing excursion programs of TA "Nika Tour Voyage" in the popularization of Khmelnytskyi region was evaluated.

In the third chapter, trends and factors inhibiting the development of excursion activities in Ukraine are considered and a developed excursion route is presented, which forms a positive tourist image of Khmelnytskyi.

Key words: excursion activity, excursion, market of excursion services, tourist activity, analysis, routes, development, problems, prospects.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ	10
1.1 Сутність поняття екскурсійна діяльність	10
1.2 Класифікаційні ознаки екскурсійної діяльності	12
1.3 Чинники, що впливають на формування туристичного іміджу регіону	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА «НІКА ТУР ВОЯЖ», ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ	21
2.1 Характеристика діяльності ТА «Ніка Тур Вояж»	21
2.1 Аналіз ринку екскурсійної діяльності Хмельницької області	24
2.2 Оцінка екскурсійної діяльності ТА «Ніка Тур Вояж» та вплив її формування іміджу регіону	27
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ	31
3.1 Тенденції та фактори гальмування розвитку екскурсійної діяльності в Україні	31
3.2 Розробка екскурсійного маршруту, який сформує позитивний туристичний іміджу Хмельниччини	34
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40

ВСТУП

З точки зору формування іміджу регіону, в сучасному контексті розвитку туристичної галузі України організація екскурсійної діяльності забезпечить зростання інноваційного та інвестиційного потенціалу як окремих регіонів, так і країни в цілому. Організація екскурсійної діяльності як пріоритетного напрямку туристичної галузі в певних межах сформує економічну, наукову, культурно-освітню та екологічну безпеку дестинацій, забезпечить розвиток економічного сектору. Поточна мета організації туристичної діяльності в основному зосереджена на вдосконаленні та розвитку внутрішнього туризму, що викликано впливом глобальної пандемії та вразливістю туристичної галузі до соціальних змін.

Великий внесок у теорію і практику екскурсійної діяльності як одного з пріоритетних напрямків розвитку туризму внесли вітчизняні та зарубіжні вчені. Питанням розвитку туристичної діяльності, спрямованої на розвиток туристичної індустрії України, присвячено чимало наукових досліджень українських вчених. Також сюди входять наукові розробки вчених, таких як: В. Бабарицької [7], В. Брич [10], І. Горбацьо [11], З. Карпюка [14], М. Поколодної [20], Т. Сокол [25]. Проблемі вдосконалення навичок планування подорожей присвятили свої дослідження Л. Альтгайм [1], І. Арсененко [3], Н. Бакало [8] та ін.

Особливості процесу формування іміджу туристичної території розглядали у своїх роботах Ю. Арбузова [2], Т. Божук [9], А. Горохов [12], проте не акцентують увагу на екскурсійній діяльності як основному виду туризму. Виходячи з цього, виникає необхідність об'єктивного дослідження організації екскурсійної діяльності та її впливу на формування регіонального іміджу в умовах розвитку сучасного туризму.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій організація екскурсійної діяльності направленої на формування туристичного іміджу Хмельниччини. Для реалізації поставленої мети необхідно розв'язати наступні завдання:

- дослідити сутність поняття екскурсійної діяльності;
- визначити класифікаційні ознаки екскурсійної діяльності;
- представити основні чинники, які впливають на формування іміджу регіону;
- ознайомитися з діяльністю ТА «Ніка Тур Вояж»;
- дослідити ринок екскурсійних послуг Хмельниччини;
- оцінити роль існуючих екскурсійних програм ТА «Ніка Тур Вояж» у популяризації Хмельницької області;
- розробити екскурсійний маршрут, який формує позитивний туристичний іміджу Хмельниччини;

Об'єкт дослідження – процеси формування іміджу регіону за допомогою екскурсійної діяльності ТА «Ніка Тур Вояж»

Предмет дослідження – сукупність наукових, методичних та практичних заходів екскурсійної діяльності щодо формування туристичної впізнаваності регіону.

Інформаційною базою дослідження стали статті та наукові праці вітчизняних і зарубіжних дослідників у сфері туризму, інтернет ресурси, статистичні дані державної служби статистики України, офіційний сайт ТА «Ніка Тур Вояж».

Методи дослідження: науково-теоретичний для дослідження сутності туристичних понять; порівняльно-описовий для визначення ролі екскурсійної діяльності у загальній структурі туристичних послуг; аналітичний та статистичний методи застосовували для дослідження стану екскурсійної діяльності в Хмельницькій області; графічний метод використовували для побудови графіків, діаграм, схем; логічний метод – для здійснення висновків та формулювання пропозицій.

Практичне значення отриманих результатів полягає у застосуванні результатів даної роботи у діяльності туристичної агенції «Ніка Тур Вояж» щодо впровадження екскурсійного туру, який направлений на формування позитивного іміджу Хмельницької області.

Кваліфікаційна робота включає вступ, 3 розділи, висновки та список використаних джерел. Обсяг роботи – 42 сторінки. Містить __ таблиць, __ рисунки. Список використаних джерел – 28 найменувань.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ

1.1 Сутність поняття екскурсійна діяльність

Екскурсійна діяльність є дуже складною та проблемною галуззю сучасної української індустрії туризму. З різних причин цей напрямок користується особливою популярністю у зв'язку зі збільшенням обсягів екскурсійних послуг на ринку організованого туризму, а саме:

по-перший – це підвищення в цілому культурно-освітнього рівня суспільства;

по-друге – туристичні подорожі не обов'язково спрямовані виключно на вирішення рекреаційних цілей, розширюючи таким чином цілі самого туризму. Сучасні споживачі також бажають під час відпочинку задовольнити свої пізнавальні інтереси, отримати освіту та духовний розвиток;

по-третє, це пов'язано з трактуванням самого поняття «туристичний продукт» як сукупності послуг, що надаються туристу під час подорожі.

Сучасний туристичний ринок характеризується динамічним розширенням комплексності пропонованих послуг за напрямком вибору клієнта, причому важливе місце займають екскурсійні послуги та екскурсії (оглядові поїздки або екскурсії) з повною екскурсійною програмою. Зростаюча популярність екскурсій свідчить про те, що споживчий ринок туризму досяг певної зрілості. Для багатьох туристичних центрів України екскурсійні програми для туризму стали візитною карткою туристичних напрямків, щороку приваблюють все більше туристів. Все більше туристичних компаній зараз працюють над розробкою туристичних пакетів, які включають кілька тематичних турів відповідно до теми подорожі.

На жаль, у сучасному вітчизняному законодавчому полі трактування «екскурсійної діяльності» або «екскурсії» відсутнє.

Сьогодні в теорії та практиці екскурсійної діяльності категорія «екскурсія» має різні трактування. Визначення «екскурсія» походить з латини і в перекладі означає подорож. Протягом історії розвитку екскурсії визначення поняття «екскурсія» неодноразово змінювалося, відображаючи її сутність відповідно до поставленого завдання. Одним із перших вчених, хто спробував визначити це поняття, був В. Даль, який у своїй книзі 1882 р. писав, що екскурсія – це перехід, прогулянка, мандрівка з метою пошуку чогось, у тому числі збору трав. [20].

У таблиці 1.1 представимо трансформацію понятійної категорії «екскурсія».

Таблиця 1.1 - Трансформацію понятійної категорії «екскурсія»

Автор визначення	Сутність поняття
М.П. Анциферов [20, с. 32.]	«екскурсія – є прогулянка, що ставить своїм завданням вивчення певної теми на конкретному матеріалі, доступному спогляданню»
Л. Бархаш [14, с. 8]	«екскурсія – це наочний метод одержання певних знань, виховання шляхом відвідувань за заздалегідь розробленою темою певних об'єктів (музей, завод, колгосп тощо) зі спеціальним керівником екскурсиводом»
Б.Е. Райков [20, с. 33]	«екскурсія – вивчення об'єктів за місцем їхнього природнього розташування (локальний принцип) і в зв'язку з переміщенням свого місця в просторі (моторний принцип)»
В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух [13]	«екскурсія – туристська послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів»

Проведений нами аналіз показав, що інші енциклопедичні інтерпретації пізнішого періоду не вирізняються своєю оригінальністю і нічого не додають до того, що зроблено раніше.

В англomовному середовищі замість слова «excursion» використовується термін «guided tour». Вони в основному мають однакове значення. Зокрема, енциклопедія «Словник Макміллана» трактує цей термін як коротку подорож до місця чи будівлі, яка розповідає про те, що ви бачите. [28].

Таким чином, досліджуване поняття еволюціонувало в процесі свого становлення і набуло сучасного змісту. Ми вважаємо, що подорожі на

сучасному туристичному ринку слід розглядати як процес пізнання навколишнього світу та «живих» об'єктів, тобто пізнання їх місць. При цьому огляд самих пам'яток відбувається під керівництвом кваліфікованих фахівців (екскурсоводів, гідів) і супроводжується його розповіддю.

1.2 Класифікаційні ознаки екскурсійної діяльності

Екскурсійна практика враховує таксономічні особливості при проведенні окремих видів екскурсій. Сьогодні існує багато ознак, за якими вчені класифікують подорожі. Розглянемо виділенні за змістом екскурсії (рисунок 1.1).

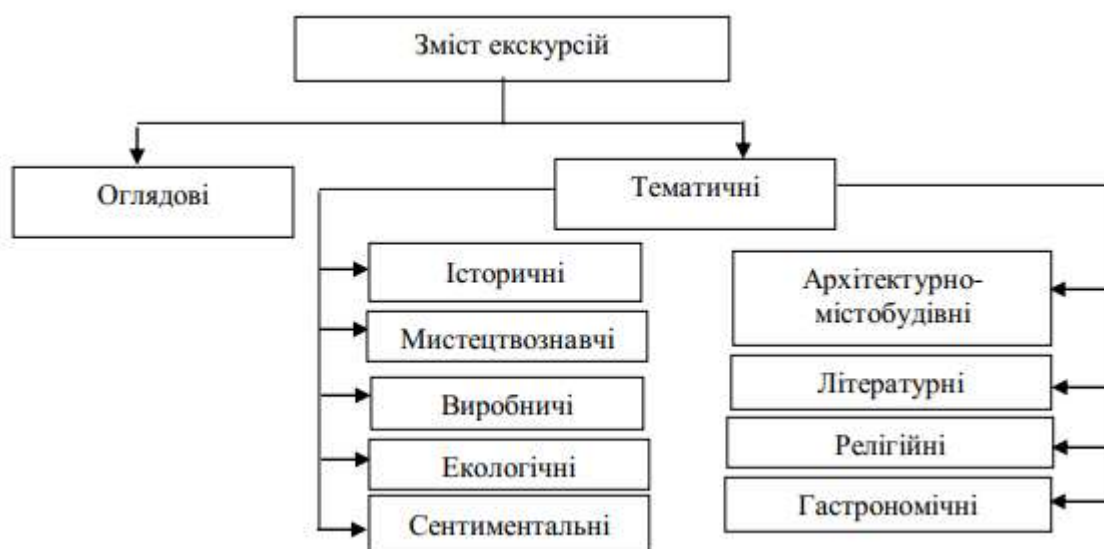


Рисунок 1.1 - Класифікація екскурсій за змістом [7; 9]

Оглядові екскурсії характеризуються одночасним виникненням кількох тем під час екскурсії. Оглядові тури зазвичай включають історичні, культурні, архітектурні, ділові та природні пам'ятки.

Наступною кваліфікаційною ознакою оберемо територіальне охоплення і форма проведення екскурсії (рис. 1.3)

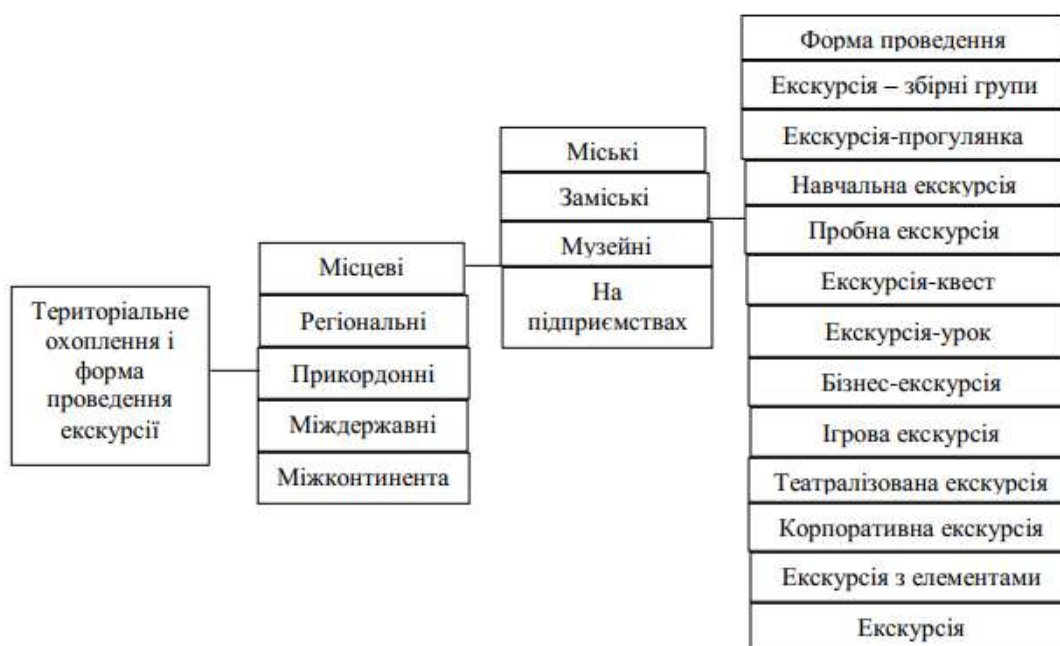


Рисунок 1.2 - Класифікація екскурсій за територіальним охопленням і формою проведення екскурсії [7; 9]

Представлений розподіл базується на деталях екскурсійної методики для кожної з п'яти груп. У нашій країні на практиці використовуються перші три групи.

За способом пересування екскурсії поділяють на пішохідні та такі, що використовують транспортні засоби (рисунок 1.3).

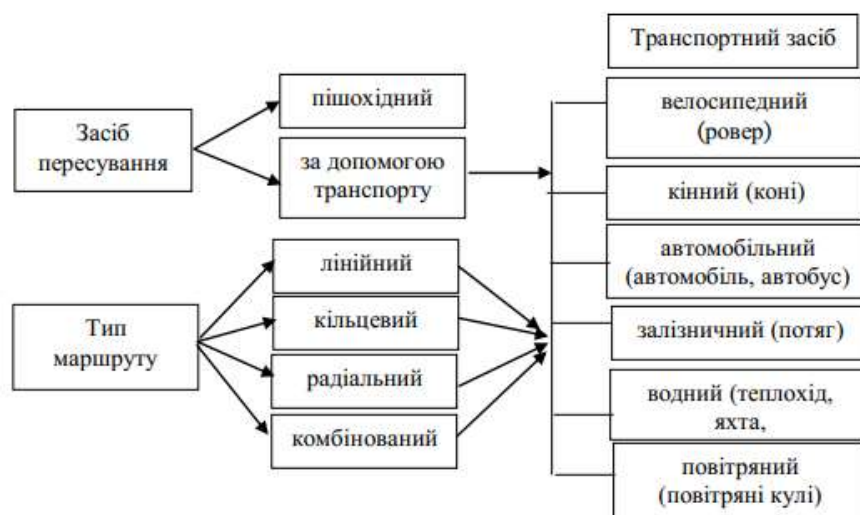


Рисунок 1.3 - Класифікація екскурсій за засобом пересування та типом маршруту [7; 9]

Кожен з перерахованих вище видів турів має свої переваги і недоліки. Перевага пішохідних екскурсій полягає в тому, що вони пропонують високу свободу щодо маршрутів, оскільки вони можуть відвідувати місця, куди не можна дістатися громадським транспортом. Повільний темп подорожі створює найсприятливіші умови для огляду пам'яток, які можна не тільки об'їхати з різних боків, але й доторкнутися. Ціни на піші тури також менші. До недоліків можна віднести: обмежена довжина туру (2-6 км). Зазвичай такі екскурсії проводяться в історичному центрі міста, на невеликій території де зосереджено багато напрямків.

Хочемо підкреслити, що екскурсії відрізняються від оглядових поїздок місцем розташування, тривалістю (до 24 годин) та вужчою метою подорожі чи відвідування. Через ці основні відмінності екскурсійні послуги не можна визначити як туристичні послуги, а екскурсантів не можна назвати туристами. Класифікація турів має велике значення в організації екскурсійної діяльності туристичних фірм, сприянні професіоналізації екскурсиводів, підвищенню якості підготовки, підвищення ефективності створення нових турів та їх реалізації. Добре знання екскурсійної систематики допоможе скласти системно грамотно побудовану екскурсійну програму, яка відповідає необхідним вимогам і водночас задовольняє найвибагливіші уподобання учасників екскурсії.

1.3 Чинники, що впливають на формування туристичного іміджу регіону

Регіональний імідж – це збірний показник, комплексна категорія, яку важко оцінити кількісно та якісно. Кожен регіон має свій імідж, який є результатом досягнень у соціальній, культурній, політичній, економічній, демографічній, освітній, історичній та інших сферах діяльності. [26].

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, імідж регіону – це набір емоційних і раціональних уявлень, які виникають в результаті порівняння всіх характеристик, особистого досвіду та чуток про цей регіон і впливають на формування того чи іншого іміджу [26].

Це визначення покладено в основу наукових праць багатьох учених. При цьому враховується складний характер визначення «регіонального іміджу», але акцентується увага на об'єкті (регіоні) і не враховується маркетинговий елемент формування іміджу.

Отже, акцентуючи увагу саме на маркетинговій складовій такої категорії як «імідж регіону», під іміджем регіону ми розуміємо комплексну думку цільової аудиторії про регіон, що склалась випадково або під впливом спеціально вжитих маркетингових заходів [26]

Імідж місцевого туризму позначає та окреслює конкретну цільову територію, визначену загальною, вузькою цільовою групою, і підкреслює особливості території, які є більш важливими для визначеної цільової групи.

Слід зазначити, що серед елементів туристичного іміджу виділяють об'єктивну та суб'єктивну складові [6].

Об'єктивною складовою туристичного іміджу регіону є сукупність конкурентних переваг і недоліків, які впливають на конкурентоспроможність регіону в цілому. Цей елемент включає такі деталі, як особливості території, наявний туристичний потенціал, рівень розвитку туристичної інфраструктури та соціальної сфери, інвестиційна привабливість.

Друга складова туристичного іміджу регіону має суб'єктивний характер і залежить від особливостей поведінки людей із певними уявленнями про регіон. По-перше, це оцінка території споживачами – владою, місцевими жителями, туристами, підприємцями та інвесторами – на основі їхнього досвіду та спостережень. По-друге, існує потреба в ініціативах місцевого самоврядування, стосунках із туристичним сектором, формуванні іміджу та просуванні регіону як єдиного туристичного продукту. Імідж регіону також залежить від типу стосунків між усіма людьми, які беруть участь у процесі створення іміджу.

При розгляді суб'єктивних елементів формування місцевого іміджу необхідно враховувати діяльність ЗМІ. За допомогою засобів масової інформації можна досягти великого успіху в донесенні створеного образу до цільової групи.

Два елементи туристичного іміджу регіону нероздільні, і якщо об'єктивний елемент є основою для створення конкретного туристичного іміджу, то суб'єктивний – це шлях, через який проходять основні ознаки та характеристики регіону. Вона стає призмою, через яку емоційна складова може виявити необхідну конкурентну перевагу, та має значення та вплив на цільову групу.

Регіональна іміджева політика відіграє важливу роль у формуванні іміджу туризму, що проявляється в стратегічному плануванні, тактичному управлінні та політиці, спрямованій на просування різних аспектів і результатів важливої регіональної діяльності. Локальна іміджева політика є частиною місцевого маркетингу. З цієї точки зору територія вважається «туристичним продуктом», і всі заходи, що здійснюються в рамках політики, спрямовані на цільові групи.

При формуванні та управлінні іміджем регіону необхідно охопити, проаналізувати та оцінити сучасний стан факторів, що впливають на формування привабливого туристичного іміджу. Проаналізуйте підходи до розподілу факторів, наявні в сучасній літературі.

За словами Аханаєва В.Ц., на формування іміджу регіону впливає багато факторів, таких як: регіональний ВВП, рівень та якість життя, політична та економічна стабільність, рівень інноваційної та підприємницької активності, наявність та доступність факторів виробництва, наявність потенціалу та перспективних виробництв. Цей сукупний фактор можна розбити на соціально-економічні та політичні категорії на регіональному рівні [5].

Серед факторів іміджу дослідниця виділяє: присутність у ЗМІ, створення іміджево-інформаційного поля, наявність широковідомого бренду (тут унікального туристичного об'єкта). Класифікує наведені вище фактори як похідні фактори іміджу або вторинні фактори іміджу. У своєму дослідженні

Аханаєва В.Ц. також висвітлює критичний вплив політичних, соціальних та економічних умов на розвиток цілих країн. [5].

Польська учена В. Кужняр [15] вказала на важливість векторних характеристик місцевої маркетингової політики та організованих у її рамках заходів, виділяючи такі групи факторів, що впливають на формування місцевого іміджу:

- загальні (події, що проводяться спільноту, системи представлення та ідентифікації спільноти, системи зв'язку спільноти);

- специфічні (людський потенціал (тут люди, життєдіяльність яких пов'язана з регіоном), архітектура, наука і релігія, природа, спорт, мистецтво, одиничні та циклічні події в межах регіону тощо.).

На думку вченої, на формування територіальних образів найбільше впливають: природні визначні пам'ятки, багата культурна спадщина, місцеві звичаї та традиції, ініціативи місцевого самоврядування, розвиток інфраструктури, розважальні продукти, магазини та ресторани [15].

Смельянова Н.О. та Чугунова О.О. в якості основних груп чинників виділяють: «психофізичні – фізичний та емоційний комфорт, екологічну безпеку відпочинку; репутаційні (іміджеві) – ступінь престижності відпочинку в регіоні; соціальні – стабільність в регіоні, відношення місцевого населення; культурно-естетичні – рівень історико-культурного потенціалу, інформаційна насиченість, пізнавальність екскурсійних маршрутів; економічні – відображають рівень туристичних витрат, вартість основних та допоміжних послуг, відповідність вартості та якості» [15].

Аналізуючи чинники, що впливають на формування туристичного іміджу регіону, необхідно звертатися до напрацювань зарубіжних вчених та враховувати досягнення західноєвропейських наукових шкіл.

Місцевий імідж і конкурентоспроможність – два тісно пов'язані поняття. Привабливий туристичний імідж значно підвищить конкурентоспроможність території, підкреслюючи її унікальні особливості та залучаючи до цієї території

цільові групи з різними інтересами. Сильна конкурентна перевага не може бути досягнута без ефективного та далекосяжного іміджу.

У сучасному контексті проблематиці регіональної конкурентоспроможності приділяється все більша увага та стає предметом наукових досліджень. Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ) визначається щороку. Рейтинг склали експерти Всесвітнього економічного форуму в Давосі та Всесвітньої туристичної організації. До показників оцінки конкурентоспроможності, які вважаються факторами, що впливають на формування привабливого іміджу регіону, належать такі: стан розвитку туристичної інфраструктури, юрисконсульт, політична стабільність, зручність у веденні бізнесу, участь країни в розвитку індустрії туризму, туристичні об'єкти регіональна та національна безпека; природа і можливості людини [26].

Інший підхід до визначення факторів, що впливають на формування іміджу цілі, використав Дж.І. Кроуч [27]. Фактори іміджу вчені класифікують на такі категорії:

1. Основні ресурси та елементи: основні елементи, що формують туристичний імідж регіону, причини залучення ключових цільових груп у певний регіон.

2. Підтримуючі чинники та ресурси: відправна точка для розвитку туризму в регіоні та базою для розвитку туристичного потенціалу регіону, зосередженого в першій групі.

3. Регіональна політика планування та розвитку: основний напрямок та стратегічне управління економічною, соціальною та іншими сферами регіону.

4. Менеджмент дестинації: тактична дія місцевої адміністрації, яка демонструє здатність лідера вживати конкретних дій на основі місцевої політики.

5. Спецмфчні фактори, що визначають доцільність і рамки побудови територіального образу. Фактори, не включені в попередні чотири категорії.

Вони можуть мати суттєвий вплив на процес створення іміджу, а можуть і не мати, але їх внесок досить важко оцінити.

На наш погляд, група чинників Дж.І. Кроуча є найбільш комплексною, але й вона потребує уточнень, доповнень та пояснень.

Розглядаючи туристичний потенціал цього регіону та його самого як туристичного продукту, слід зазначити, що цей регіон є частиною країни і не може розглядатися окремо. Отже, на основі аналізу розглянутих підходів та опитувань мешканців та гостей Хмельницької області ми зосередимо увагу на зовнішніх (макро)факторах на державному рівні та внутрішніх (мікро)чинниках регіону (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 - Чинники, що впливають на туристичний імідж регіону [26]

№ з/п	Чинник	Характеристика
I. Зовнішні чинники/ чинники макросередовища		
1	Іміджевий	Загальний імідж країни, комплекс уявлень та думок про країну, виходячи з основних сфер її життєдіяльності
2	Історико-географічний	Просторово-часова характеристика країни, її географічне положення та участь в світових історичних подіях
3	Політичний	Загальна політична ситуація в країні та її стратегічні напрями розвитку, відношення до розвитку туристичної галузі
4	Економічний	Рівень економічного розвитку країни, загальний рівень доходу громадян, рівень цін, податків
5	Міжнародні відносини	Характер взаємозв'язків країни з державами-сусідами та іншими країнами світу, участь в міжнародних організаціях, заходах тощо
6	Соціальний або соціокультурний	Менталітет населення, спосіб та якість життя, звичаї та традиції, гастрономічні переваги
II. Внутрішні чинники/ регіональні чинники / чинники мікросередовища		
1	Рекреаційно-туристичний потенціал	Сукупність природних, культурно-історичних, туристичних ресурсів, що здатні приваблювати цільові аудиторії (відповідає основним чинникам та атракторам за Дж.І.Кроучем)
2	Туристична інфраструктура	Об'єкти, за допомогою яких відкривається доступ до використання природно-рекреаційного потенціалу регіону
3	Спеціалізація регіону	Ті сфери діяльності регіону, що визнані перспективними та пріоритетними для розвитку, де зосереджена увага місцевої влади та фінансовий капітал
4	Рівень відкритості регіону	Комплексний фактор, що визначає відкритість та гостинність місцевих жителів, відкритість політики, доступність до основних ринків, пов'язаних з туристичною сферою, інвестиційний та інноваційний клімат

5	Соціальний фактор	Сукупність психофізичних та соціально-економічних характеристик людей, що проживають в регіоні (менталітет, їх рівень та якість життя, загальний рівень освіти, умови проживання, відношення до туристів), а також характеристика трудових ресурсів, що забезпечують функціонування туристичної інфраструктури
6	Рівень та якість управління	В цьому факторі зосереджено як значення особистості (представників влади, які виражають інтереси регіону на різних рівнях), так і ті управлінські рішення, що приймаються адміністрацією регіону з маркетингу, менеджменту, розподілу бюджету тощо
7	Фактор безпеки	На різних рівнях та сферах діяльності, починаючи з особистої безпеки, безпеки ведення бізнесу, політичною стабільністю в регіоні
8	Емоційна складова	Чинник, що відповідає за загальне враження від регіону - настрій, атмосферу, наявність розважального продукту, здатність задовольнити потреби туриста та його емоційні очікування

Представлений підхід акцентує увагу на маркетинговому аспекті теми дослідження, відокремлюючи туристичні регіони від національних туристичних пропозицій і розглядаючи їх як самостійні туристичні продукти, здатні конкурувати на світовому туристичному ринку.

Важливим аспектом є орієнтація представлених елементів на широке коло цільових груп, включаючи як потенційних туристів, так і місцевих жителів, інвесторів та активних підприємців. Таким чином, ранжування елементів, рейтингова шкала та конкретна вага кожного елемента, обраного в представленому підході, залежать від цільової групи, на яку націлений імідж регіону.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА «НІКА ТУР ВОЯЖ», ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ

2.1 Аналіз діяльності ТА «Ніка Тур Вояж»

Діяльність «Ніка Тур Вояж» будується на підставі Статуту та чинного законодавства України. За організаційно-правовою формою туристична агенція «Ніка Тур Вояж» є приватним підприємством, про що свідчить свідоцтво про державну реєстрацію № 265805 від 31.10.2008 року.

«Ніка-Тур-Вояж» – це туристична агенція з 15-річним досвідом роботи у сфері туризму, яка по-новому розкриває для своїх клієнтів поняття дозвілля та відпочинку.

Основна мета компанії – максимально підтримати вибір клієнта. Компанія обере для кожного клієнта комфортний спосіб відпочинку в будь-якому куточку світу, беручи до уваги настрої та фінансову спроможність клієнта.

Такий рівень обслуговування дозволяє клієнтам довіряти персоналу туристичної агенції. Маршрут подорожі завжди складається індивідуально з урахуванням побажань і запитів клієнта.

Серед пропозицій туристичного агентства, як турів так і екскурсій, зокрема:

- широкий асортимент екскурсійних турів Україною – Київ, Львів, Чернівці, Почаїв, Зарваниця, Вінниця, Кам'янець, Меджибіж, Галицьке Поділля, Волинь, Острог, Хотин, Умань тощо);

- відпочинок у Карпатах (Буковель і не тільки) та Закарпаття;

- закордонні тури у співпраці з туроператором Coral Travel (Хорватія + Чорногорія, Відень + Будапешт, Болгарія, Румунія, Польща, Угорщина, Франція + Італія, Париж, подорожі найкрасивішими столицями Європи);

- авторські закордонні тури;

- купальні тури (Шацькі озера, Блакитні озера, Дністер, Українські Мальдіви, тощо);
- квіткові тури (тюльпанні поля, Волинська Голландія, Долина нарцисів, парк Софіївка та ін.);
- тури для школярів та студентів тривалістю від 1 до 5 днів;
- дитячий відпочинок на морі та в горах;
- україномовні та англomовні табори для дітей
- індивідуальні та VIP-тури;
- послуги комфортабельних транспортних перевезень по Україні та за кордон [4].

На протязі 2020-2022 років діяльність туристичної агенції «Ніка Тур Вояж» була прибуткова не зважаючи на повномасштабне вторгнення росії на нашу територію. Зміну обсягу доходу розглянемо за допомогою рисунку 2.1.

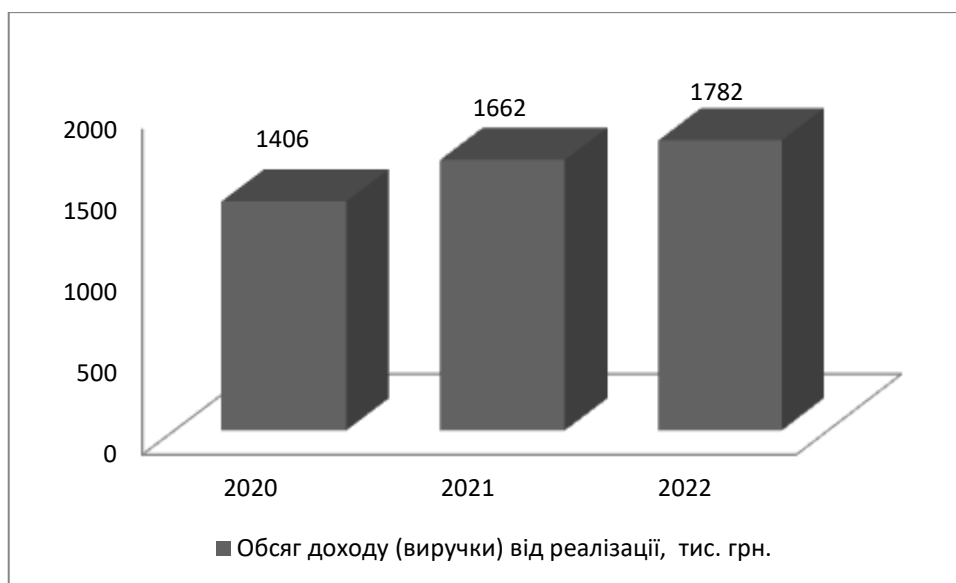


Рисунок 2.1 – Динаміка обсягу доходу АТ «Ніка Тур Вояж» на протязі 2020-2022 років

На рисунку 2.1 видно, що на обсяг доходу туристичної агенції має тенденцію до збільшення, а саме в 2021 році вона зросла на 256 тис. грн. порівняно з 2020 роком та в 2022 році на 120 тис. грн. порівняно з 2021 роком.

Це пов'язано з тим, що незважаючи на військові дії діяльність туристичної агенції продовжується.

Прямо залежно від показника доходів і показник кількість клієнтів, що отримали послуги в туристичні агенції «Ніка Тур Вояж». За допомогою рисунку 2.2 розглянемо зміну кількості клієнтів туристичної агенції на протязі 2020-2022 років.

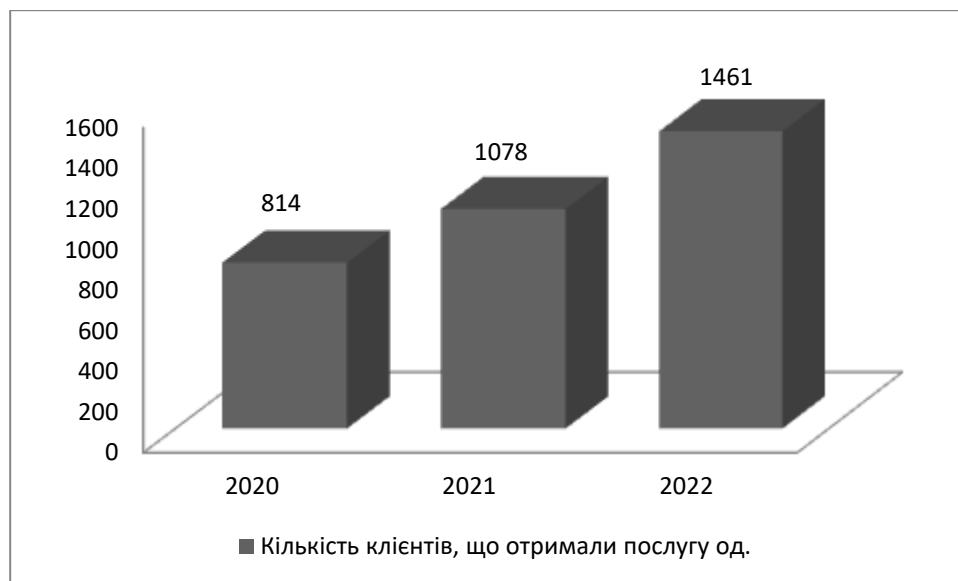


Рисунок 2.2 – Динаміка зміни кількості клієнтів АТ «Ніка Тур Вояж» на протязі 2020-2022 років

На рисунку 2.2 ми бачимо чітку тенденцію збільшення клієнтської бази туристичної агенції на протязі всього аналізуємого періоду, а саме, в 2021 році кількість зросла на 32% порівняно з 2020 роком та в 2022 році на 35% порівняно з 2021 роком.

Туристична агенція «Ніка Тур Вояж» - невелика компанія з 1 директором та 2 менеджерами.

Наталія Стрельвіцька – історик, науковець, член Національної спілки краєзнавців України. Має 24 роки досвіду туристичної діяльності та 15 років менеджера туристичної агенції, що спеціалізується на турах у різні напрямки. Неодноразово отримувала грамоту Департаменту інфраструктури та туризму

ОДА, грамоту Національної спілки краєзнавців України, неодноразово перемагала у конкурсі «Меценат року» у Хмельницькому [4].

Щоб утриматись на ринку туристичних послуг ТА «Ніка-Тур-Вояж» має основні переваги інших туристичних агентств:

- високопрофесійні гідів зі спеціальною освітою та понад 20-річним досвідом проведення екскурсій;
- яскраві тематичні авторські екскурсії від гідів, істориків, культурологів;
- екскурсійне обслуговування іноземних груп англійською, німецькою, румунською мовами;
- екскурсійне та транспортне обслуговування семінарів, конференцій

Отже, провівши аналіз діяльності ТА «Ніка Тур Вояж», ми з'ясували, що «Ніка-Тур-Вояж» це туристична агенція з 15-річним досвідом роботи у сфері туризму. Яку очолює кваліфікований директор з 24 літнім досвідом роботи. Доходи якої на протязі останніх років мають тенденцію зростання, завдяки постійному оновленню туристичних та екскурсійних програм та орієнтації на внутрішній туристичний ринок України.

2.2 Аналіз ринку екскурсійної діяльності Хмельницької області

Туристичний потенціал Хмельницької області безмежний, про що свідчить її багатий туристично-рекреаційний, історико-культурний потенціал, сприятливий клімат та особливості географічного положення регіону. Ця територія має відмінні характеристики. Стрімкий розвиток внутрішнього туризму, різноманітність різних видів туризму, наявність цікавих і конкурентоспроможних туристичних продуктів, екскурсійних, культурних програм і рекреаційних заходів з активним і здоровим відпочинком.

Хмельницька область за туристичною привабливістю увійшла в топ-5 областей України. Це інноваційний туристичний центр в Україні та вважається одним із найпривабливіших туристичних напрямків. В області нараховується 142 пам'ятки культурної спадщини національного значення, 54 заказники, 34 пам'ятки природи (регіональний парк) та «Маре Полісся»). 2896 культурних об'єктів.

Крім того, на Хмельниччині багато пам'яток рослинності природи, особливо в районі Священних озер в Ізяславському районі, та геологічних пам'яток, таких як печера «Атлантида» в селі Заваля Кам'янець-Подірського району, Бакотський скельний монастир [19].

Ландшафтно-водний заповідник включає 2442 пам'ятки історії, 205 пам'яток архітектури, 105 пам'яток археології та 1104 пам'ятки, які пропонуються під охорону згідно із Законом України «Охорона культурної спадщини» та 463 пам'ятки мистецтва. [19, 21].

Понад 1700 видів рослин, з яких 116 занесено до Червоної книги України, Хмельницька область посідає третє місце в Україні за різноманітністю рослин після Криму та Карпат.

Найпривабливішим місцем для туристів є найбільший в Європі природний парк «Подільські Товтри». У цьому природному парку зберігається близько 80 видів птахів, тварин і комах і 60 видів рослин, занесених до Червоної книги України. Його флора становить третину загального складу національних парків України, а фауна — п'яту частину всіх видів тварин. Сьогодні природоохоронними фондами охоплено понад 15% території області, що є найкращим показником в усій Україні. У цьому районі також розташована одна з найкрасивіших карстових печер «Атлантида» [24].

На південь від парку розташоване місто Кам'янець Подірський, одна з найпопулярніших пам'яток краю. Біля півніжжя міста розташований Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець», де зберігається понад 168 пам'яток архітектури. Все це сприяє розвитку туристичної галузі в

цілому та екскурсійній зокрема. За допомогою таблиці 2.2 розглянемо зміну туристичних потоків до Хмельницької області.

Таблиця 2.2 - Туристичні потоки у Хмельницькій області (осіб), 2018-2020 рр.

Кількість туристів, зокрема: ..., ос.	Роки			Відносні відхилення 2020/2019, %
	2018	2019	2020	
обслужених суб'єктами туристичної діяльності	25738	27613	11073	-59
іноземних туристів	1	4	-	-
громадян України, які подорожували за кордоном (виїзні туристи)	13720	19820	10271	-48
внутрішніх туристів	12017	7789	802	-89

Згідно з таблицею 2.2, туристичні потоки в 2019 році порівняно з 2018 роком мали тенденцію до збільшення, окрім внутрішніх туристів. Ситуація змінилась в 2020 році, тенденцію до зменшення мають всі туристичні покоти порівняно з 2019 роком, а саме кількість туристів обслужених суб'єктами туристичної діяльності на 59%; кількість громадян України, які подорожували за кордоном (виїзні туристи) на 48%; кількість внутрішніх туристів на 89%. Загалом туристичний потік у 2020 році впав на 72 % та відкинув туристичну галузь на рівень дев'яностих років.

Отже, Хмельницька область має дуже багатий природний та історико-культурний потенціал, який забезпечить інтенсивний розвиток туризму в цьому регіоні та ефективну популяризацію Хмельниччини на туристичному ринку. Однак, поширення інфекції Ковід19 у 2019 році та повномасштабне вторгнення росії в 2022 році спричинили гальмування розвитку туристичної галузі в Україні та в Хмельницькому регіоні зокрема.

2.3 Оцінка екскурсійної діяльності ТА «Ніка Тур Вояж» та вплив її формування іміджу регіону

Одним із шляхів покращення іміджу регіону є ефективне управління туристичними компаніями. Туризм – це галузь, де усне спілкування є найбільш ефективним. Можливо, якщо людина може добре відпочити в якомусь місці, то вона сама поїде в таке місце, порекомендує друзям, і його друзі теж порекомендують своїм друзям. Позитивний імідж регіону завжди прокладає шлях до успіху на туристичному ринку. Область займає лідируючі позиції на ринку туризму, завдяки вмілому розвитку та послідовному формуванню позитивних образів туристичних місць у свідомості споживачів, підкріплених якістю та рівнем туристичних послуг.

ТА «Ніка Тур Вояж» займається наданням туристичних послуг на території Хмельницької області. Досліджуване підприємство має ряд екскурсійних програм, 12 з яких проводяться на території Хмельницької області. Екскурсійні програми представимо в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Екскурсійні програми ТА «Ніка Тур Вояж» [4]

Назва екскурсій	Опис
Етнопроект «Таємниці Березині. Українська магія жіночності і краси»	Меджибіж – Історія міста, визначні місця, фортеця, музеї. НОВИНКА – КВЕСТ «В ПОШУКАХ СКАРБІВ!!!».
Гурме-Тур Поділля» «Смачне»	літописний Зіньків-дерев'яний храм, костел, замок XVIст., цілющі джерела, водоспад. Яскрава театралізована екскурсія. Дегустація «зіньківських смаколиків»
«Сокілець: покинутого міста та карпатські краєвиди Поділля» магія	«Томашова криниця», фортеця, костел Св.Роха , цілющі джерела, Товтри. Найкрасивіші водоспади– Малівецький, Бурбун та Сокілецький.
Таємниці Поділля та Волині»	«:Чорний Острів – палацово-парковий комплекс, храми, Антоніни – володіння ПОТОЦЬКИХ, Миколаїв – ЕКО-ФЕРМА. Частування медових смаколиків на пасіці.
«Волинський Версаль» і ЧАЙНА ЦЕРЕМОНІЯ	Палацово-парковий комплекс Самчики, «Алея бажань», єдина в Україні «Японська кімната», «Китайський будинок». Самчики-

«Ічіго-Ічіє»	Старокостянтинів
«Лавандовий край і маленька Варшава»	Сатанів-Городок – середньовічний Троїцький монастир, печера монахів, замок, міські мури, водоспад, цілюще джерело «Збручанське», синагога XVI ст
«Неперевершений Кам'янець-Подільський» одне із семи чудес України	Стара фортеця, костел Петра і Павла, Ратуша, історичний центр, Вірменська площа, Торговий дім, Домініканський монастир, «Замки в мініатюрі»
«Вечірній релакс»	Шарівка – мурований храм поч. XVст., костел, давній парк, Сутківці – вежа-донжон, унікальний Покровський храм-замок, екскурсія на виноградники- дегустація вин.
Тур «Шляхами великих Авантюристів XVIII ст»	легендарного графа Каліостро та подільського реформатора Мархоцького, німецького принца Шарля фон Зігена та шляхетних чоловіків роду Потоцьких
«На гостини до графа Мархоцького»	Підлісний Мукарів, Миньківці, Отроків, «Храм миру», Верхня та Нижня Гроти – «Миньковецька держава».
«Невідоме Поділля»	Свято-Преображенський монастир (Головченці), Санктуарій в Летичеві, унікальний храм св. Анни у Свічній, бароковий костел в Новокостянтиніві, Кудин-давньоруське городище і водоспад, старовинні підвали графа Лідерса (дегустація)

Розглянемо більш детально нові цікаві екскурсії, які пропонує АТ «Ніка Тур Вояж».

«Вечірній релакс» - особливістю даної екскурсійної пропозиції є те, що екскурсант може відпочити від робочих буднів відвідавши цікаву місцевість Хмельниччини та дізнатись таємниці візиту на Поділля легендарного містика і авантюриста графа Каліостро, відвідати унікальну церкву – замок XV ст та середньовічну вежу – донжон. А також відвідати місцевий виноградник, познайомитись з власного, узнати про особливості виноробства та скоштувати різні види виноробної продукції місцевого виробництва. Дана екскурсійна програма відбувається щочетверга, тривалість її з 18.00-до 21.30 [4].

Ще один цікавий екскурсійний проект туристичної агенції під назвою «Чайна церемонія». Програма екскурсії включає відвідування наступних атракцій:

- Замок князів Острозьких – «некоронованих королів України-Русі».
- Давні святині: храм Святої Трійці XVI ст.; монастир домініканців XVII ст., монастир капуцинів XVIII ст.

Особливість даної екскурсійної програми є «Чайна церемонія» в стилі «ІЧІГО-ІЧІЄ» в Китайському будиночку ХІХ ст. та єдиній в Україні Японській кімнаті в стилі епохи Едо у палацово-парковому комплексі в Самчиках.

Чайна церемонія – один з кращих видів відпочинку для естетів, творчих особистостей і шалено зайнятих людей. Саме тут можна насолодитися красою, відмовитися від усіх проблем, і нарешті-то забути про час.

Зміст японської чайної церемонії виходить далеко за рамки витонченого ритуалу вживання живильного напою. Чайна церемонія сприяє пізнанню багатьох аспектів японської культури, пов'язаних з Ічіго-ічіє, вона вчить створювати й переживати незабутні моменти з різними людьми – що дає змогу жити більш наповненим і щасливим життям. Це мистецтво дозволило Стиву Джобсу інтегрувати у своє життя дзен- що стало основним інструментом для розробки продукції «APPLE», запорукою успіху та бути відкритим для творчості. Він навчився цьому у свого японського наставника [4].

Кожен відвідувач на чайній церемонії зможе емоційно відпочити та надовго зберегти ці враження в своєму серці.

Вартість даних та багатьох інших екскурсійних програм коливається від 99 грн до 400 грн, що дає можливість кожному бажаючому скористатись даними пропозиціями (таблиці 2.3).

Таблиця 2.3 – Аналіз вартісного показника запропонованих екскурсій АТ «Ніка Тур Вояж» [4]

№	Назва екскурсії	Вартість
1	Етнопроект «Таємниці Березині. Українська магія жіночності і краси»	249
2	Гурме-Тур «Смачне Поділля»	349
3	«Сокілець: магія покинутого міста та карпатські краєвиди Поділля»	399
4	«Таємниці Поділля та Волині»	299
5	«Волинський Версаль» і ЧАЙНА ЦЕРЕМОНІЯ «Ічіго-Ічіє»	349
6	«Лавандовий край і маленька Варшава»	299
7	«Неперевершений Кам'янець-Подільський» одне із семи чудес України	349
8	«Вечірній релакс»	279

9	«Шляхами великих Авантюристів XVIII ст»	349
10	«На гостини до графа Мархоцького»	399
11	«Невідоме Поділля»	349
12	Тематичні екскурсії по м. Хмельницькому:	Від 99

Особливістю екскурсійної діяльності АТ «Ніка Тур Вояж» це блок тематичних екскурсій по м. Хмельницькому:

- «Таємниці Проскурова та околиць»,
- «Містичний Проскурів»,
- «Проскурів польський»,
- «Проскурів єврейський»,
- «Проскурів мистецький»,
- «Шарм Проскурівських двориків» [4].

Відвідавши одну з таких екскурсійних програм екскурсант може з'ясувати, що Хмельницький - чарівне та затишне місто. Так, тут немає львівського шику чи одеського гумору, київських масштабів або чернігівської давнини. Зате є фантастична краса Південного Бугу, шарм міста-дендропарку і романтичний затишок центру.

Екскурсійні програми туристичної агенції пропонують цікаві моменти з історії становлення, розвитку та розбудови міста та області, що позитивно впливає на формування іміджу регіону.

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ

3.1 Тенденції та фактори гальмування розвитку екскурсійної діяльності в Україні

З економічно-управлінської точки зору в сучасному контексті розвитку туристичної галузі України організація екскурсійної діяльності спрямована на забезпечення зростання інноваційно-інвестиційного потенціалу національної економіки. Організація екскурсійної діяльності як пріоритетного напрямку туристичної галузі створить у визначених рамках економічну, наукову, культурно-освітню та екологічну безпеку та сприятиме розвитку технологічно значущих галузей національної економіки.

Розвиток екскурсійної діяльності не лише стимулюватиме працевлаштування, розвиток підприємництва, інвестиції в інфраструктуру та транспорт, збереження національної спадщини, а й сприятиме покращенню якості життя місцевого населення та гостей країни.

Організація екскурсій в Україні з метою підвищення ефективності туристичної галузі має великі перспективи і може бути реалізована завдяки організаційним, економічним, правовим, культурно-освітнім, науковим, екологічним, інформаційним та стандартизаційним реформам та дотриманню. Підвищення економічних потреб шляхом інноваційних інвестицій.

Одним із найактуальніших питань організації екскурсійної діяльності є врахування туристичного потенціалу України та вдосконалення організаційно-економічних механізмів з використанням передового досвіду провідних країн світу в туристичній галузі. Оскільки туристична зона пов'язана з діяльністю понад 50 галузей промисловості, її розвиток сприятиме підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню та розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного природного

середовища тощо та сприятиме розвитку туризму. промисловість. Ступінь інноваційності національної економіки сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави [23].

Організація екскурсійної діяльності як пріоритетного напрямку туристичної галузі України потребує чіткого державного регулювання. Зважаючи на поступові кроки до глобальної інтеграції, державне регулювання туристичної економіки України спрямоване насамперед на ефективну роботу в напрямку розвитку внутрішнього туризму та євроінтеграції..

Основними цілями національного регулювання в туристичному секторі є: гарантії громадянам на відпочинок, свободу пересування, оздоровлення, зміцнення здоров'я, безпечні умови життя і здоров'я, задоволення духовних потреб та інші права, закріплені Конституцією України. Безпека туризму, захист прав і законних інтересів туристів, інші види туристичної діяльності та їх організацій [22].

Розвиток і організація екскурсійної діяльності в Україні підтримується і регулюється на державному рівні. 16 березня 2017 року уряд затвердив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року. Цей документ спрямований на прискорення розвитку туристично-курортної сфери та створення умов для перетворення туристично-курортної сфери на світову туристично-курортну територію. Високоєфективний в інтегрованій індустрії трансформаційного світового ринку. Реалізація цієї стратегії передбачається за такими напрямками: забезпечення безпеки та захисту законних прав та інтересів туристів, виконання законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку території, створення сприятливих умов для залучення інвестицій, особливо у розвиток туристичної інфраструктури, забезпечення професійної підготовки кадрів. система експерт у сфері туризму, освіти та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Ця стратегія визначає комплексний підхід до розробки та реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, включаючи в певних межах покращення

та розвиток послуг для туристів. Одним із основних напрямів реалізації стратегії у сфері туристичної діяльності є запровадження міжнародної системи якості послуг у таких сферах, як організація супроводу гідів, перекладачів та роботи гідів [22].

Оцінюючи соціально-економічне середовище, в якому розвивається індустрія туризму в цілому, необхідно розробити стратегії ефективної організації туристичної діяльності, спрямовані на задоволення визначених перспектив і розроблених рекомендацій щодо підвищення ефективності. що платформи формуються. Вимоги до організації екскурсійної діяльності з урахуванням вимог суттєвого стимулювання інноваційної діяльності та впровадження інновацій і стандартів інформаційного суспільства як мотиватора розвитку економічних відносин.

Вирішення проблеми формування напрямків регіонального розвитку на засадах підприємницької діяльності у сфері екскурсійної діяльності неможливе без інституційного реформування та реструктуризації регіональних туристично-рекреаційних комплексів, що потребує певного часу. Тому сьогодні основний тягар забезпечення можливостей ефективної діяльності перенесено на мікрорівень діяльності компаній і підприємців у цій сфері, на середній рівень муніципалітетів і муніципалітетів, основними практичними завданнями яких є забезпечення виживання і розвитку малих підприємств. Вітчизняні науковці вважають, що реалізація концепції формування нових територій і форм виробництва рекреації і туризму буде досягнута через організаційно-економічні механізми, які забезпечують активізацію та розвиток підприємницької діяльності в регіоні [24].

З точки зору організації екскурсійної діяльності, побудова платформи для соціально-економічного розвитку та підприємництва в Україні потребує оптимального поєднання МСП та великих компаній. Загалом вони краще задовольняють різноманітні потреби суспільства, швидше реагують на кон'юнктуру ринку та досягнення науково-технічного прогресу, створюють умови для економічного зростання. Підприємництво в індустрії туризму є

однією з ключових складових соціально-економічного прогресу, тому суспільство стурбоване створенням умов для економічного розвитку. Ефективна та активна підприємницька діяльність в туризмі може здійснюватися в суспільному господарстві за певних макроекономічних передумов: наявність прав і свобод для здійснення самостійної підприємницької діяльності; узаконене право власника на засоби виробництва, продукт і дохід від підприємницької діяльності; повна відповідальність за результати своєї економічної діяльності; наявність конкурентного середовища; відкритість економіки, її інтеграція в систему світо-господарських зв'язків, право підприємця здійснювати зовнішньоекономічні операції, сприятливий економічний клімат, позитивна суспільна думка.

Досліджуючи проблему організації екскурсійної діяльності в Україні з урахуванням національних, європейських та світових тенденцій, економічних, правових, організаційних, освітніх, культурних, науково-педагогічних та методичних з'ясувалося, що вплив цих процесів на розвиток екскурсійної справи є неперевершеним.

Глобальна економічна інтеграція туристичної індустрії України включає закони ринкової економіки, особливо в системі ведення туристичної діяльності, з метою координації учасників ринку туристичних послуг відповідно до міжнародних та ЄС вимог якості та безпеки.

3.2 Розробка екскурсійного маршруту, який сформує позитивний туристичний іміджу Хмельниччини

У зв'язку з повномасштабним вторгненням росії на нашу територію, центральні та західні регіони України прийняти велику кількість переселенців. Саме в Хмельницькому на даний час перебуває велика кількість осіб, які втратили житло або були змушені покинути власну домівку у зв'язку з

окупацією території ворогом. Багато людей, як переселенців так і місцевого населення в цьому році захтять відпочити недалеко від дому. З цього погляду хочемо запропонувати екскурсійний маршрут «Впізнай Бакоту». Він може носити як культурно-пізнавальний характер так і суто відпочинковий. Вартість даного маршруту складатиме 460 грн для одного клієнта та при умові мінімальної групи 20 осіб.

Маршрут подорожі: Хмельницький - Бакота – Хмельницький

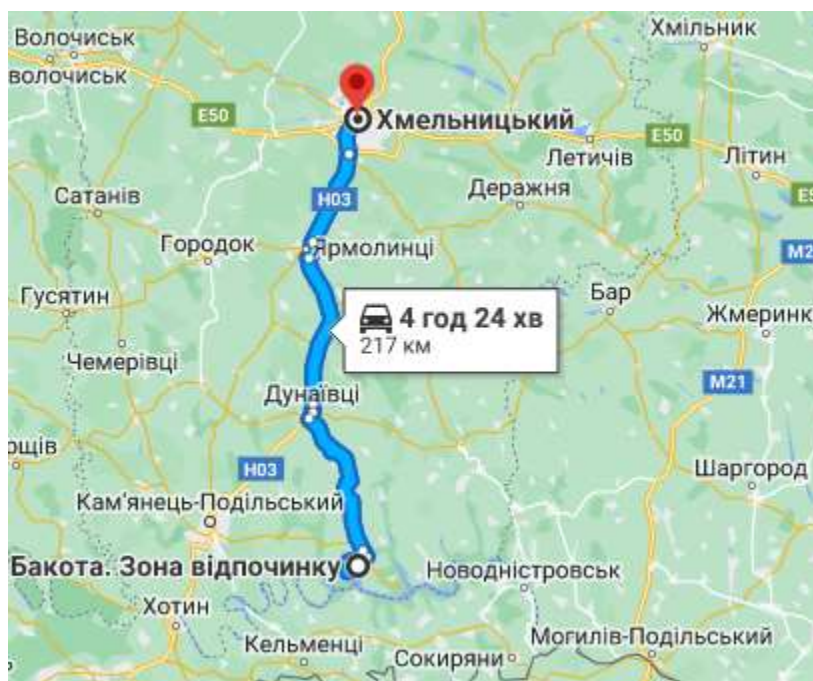


Рисунок 3.1 – Карта екскурсійного маршруту «Впізнай Бакоту»

Короткий опис подорожі.

Більшість українців ніколи не були в постраждалому від повені селі Бакота і навіть не чули про це чудове місце за 50 кілометрів від Кам'янця-Подільського на Хмельниччині. Яке вважається одним із найкрасивіших природних чудес України.

Затока Бакоти є однією з найпопулярніших туристичних визначних пам'яток. Тут можна купатися, засмагати та відпочивати з дітьми завдяки м'якому клімату та приємній воді. А сидячи на березі, екскурсант зустріне неймовірні краєвиди.

Також ця екскурсія пропонує відвідати.

Це найвідоміше місце в Бакоті, популярне туристичне місце та важлива духовна пам'ятка. Бакотський скельний монастир – єдина стародавня споруда, яка залишилася неушкодженою після затоплення села. Історики вважають, що воно було тут ще в дохристиянські часи, у 12-13 століттях. Тут на величних Білих горах висотою 120 метрів був заснований печерний монастир. На жаль, його багато разів руйнували. Дісталосся йому і під час татарської навали, і при обвалі скелі. Сучасний монастир зараз складається з трьох печер і однієї ніші. Станом на сьогодні Бакотський скельний монастир не функціонує, проте мандрівники можуть спокійно дослідити печери. В середині ви знайдете чимало старовинних та незвичних ікон, які були сховані тут в часи радянського наступу на вірян.

Над монастирем клієнту можуть потрапити на найкращий оглядовий майданчик під назвою «Біла гора».

Наступна атракція це Скеля Курник. Химерного вигляду кам'яна скеля на березі Дністра. Вона привертає увагу через кілька факторів.

Окрім цікавих локацій на Бакоті ця екскурсія пропонує мандрівникам кілька варіантів активного відпочинку, що розганяють кров та підвищують рівень адреналіну:

- Огляд Бакоти на квадро циклах
- Джип-тури по Бакоті
- SUP-серфінг на Бакоті
- Катер, катамаран та навіть яхта
- Дайвінг
- Параплан

Бакотська затока тішить око та душу, а ще і смаколиками. До послуг мандрівників чималий вибір домашнього та екологічного гастрономічного виробу на будь-який смак, зокрема... Чайна церемонія чи творчий вибір свого власного чаю (Родинне Виробництво Прудивусів, с. Стара Ушиця). Дегустація вин та лекція від титулованого винороба Богдана Павлія. Крафтові овечі сири

без лактози та козеїну з ферми «Lason». Різноманітні меди (з фундуком, мигдалем, насінням соняшнику тощо) та бджолотерапія.

Отже, після отримання культурного, адреналінового та смакового відпочинку клієнт повернеться додому та буде розповідати про таку цікаву екскурсію. З кожним разом це буде збільшувати кількість відвідувачів, що допоможе сформувати позитивний імідж регіону (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Рекомендовані пропозиції щодо розробки екскурсійного маршрути для підвищення іміджу Хмельницького регіону

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Екскурсія «Впізнай Бакоту»	Розробка пізнавально-відпочинкової екскурсії для підвищення іміджу регіону	Додатково підвищення іміджу Хмельницького регіону та додатковий дохід туристичні компанії «Ніка Тур Вояж» в розмірі 291648 грн за літній сезон

ВИСНОВКИ

Таким чином, проаналізувавши різні підходи до визначення «екскурсія», ми з'ясували, що за час свого формування досліджувана концепція еволюціонувала і набула сучасного значення. Ми вважаємо, що на сьогоднішньому туристичному ринку екскурсію слід розглядати як процес пізнання навколишнього світу, який передбачає ознайомлення з об'єктами «в прямому ефірі», тобто за їх місцезнаходженням. При цьому огляд самих пам'яток відбувається під керівництвом кваліфікованого фахівця – гіда, екскурсовода та супроводжується його розповіддю.

Класифікація екскурсій має велике значення для організації екскурсійної діяльності туристичними підприємствами, сприяє спеціалізації екскурсоводів, підвищує якість підготовки, створення нових екскурсій та ефективність їх проведенню. Ґрунтовне знання класифікаційних ознак екскурсій допомагає створювати методично правильно побудовані екскурсійні програми, які відповідають необхідним вимогам, в той же час здатні задовольнити найвибагливіші уподобання екскурсантів.

Туристичний імідж регіону конкретизує та окреслює певну область охоплення, що визначається більш вузькою цільовою групою громадян, акцентуванням на характеристиках регіону, які мають більше значення для визначеної цільової групи. При формуванні та управлінні іміджем регіону необхідно виявити, ми проаналізували та оцінили сучасний стан тих чинників, що впливають на створення привабливого туристичного іміджу.

Провівши аналіз діяльності ТА «Ніка Тур Вояж», ми з'ясували, що «Ніка-Тур-Вояж» це туристична агенція з 15-річним досвідом роботи у сфері туризму. Яку очолює кваліфікований директор з 24 літнім досвідом роботи. Доходи якої на протязі останніх років мають тенденцію зростання, завдяки постійному оновленню туристичних та екскурсійних програм та орієнтації на внутрішній туристичний ринок України.

Хмельницька область має дуже багатий природний та історико-культурний потенціал, який забезпечить інтенсивний розвиток туризму в цьому регіоні та ефективну популяризацію Хмельниччини на туристичному ринку. Однак, поширення інфекції Ковід19 у 2019 році та повномасштабне вторгнення росії в 2022 році спричинили гальмування розвитку туристичної галузі в Україні та в Хмельницькому регіоні зокрема.

Екскурсійні програми туристичної агенції пропонують цікаві моменти з історії становлення, розвитку та розбудови міста та області, що позитивно впливає на формування іміджу регіону

Провівши аналіз проблем та перспектив розвитку екскурсійної діяльності України, ми з'ясували, що світова економічна інтеграція туристичної індустрії України потребує чіткого дотримання законів ринкової економіки, зокрема, в системі реалізації екскурсійної діяльності за рахунок адаптації учасників ринку екскурсійних послуг до міжнародних вимог та вимог ЄС щодо якості та безпеки.

Як пропозицію підвищення іміджу території запропонували екскурсійний маршрут «Впізнай Бакоту». Він може носити як культурно-пізнавальний характер так і суто відпочинковий. Вартість даного маршруту складатиме 460 грн для одного клієнта та при умові мінімальної групи 20 осіб. Який на нашу думку збільшить зацікавленість Хмельниччиною та підпишіть імідж регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альтгайм Л.Б. Основне значення та принципи організації екскурсійних послуг / Л.Б. Альтгайм // Вісник Хмельницького національного університету. економічні науки. Хмельницький, 2014. Вип. 6(1). С. 215-219.
2. Арбузова Ю.В. Модель процесу формування іміджу туристської дестинації. / Ю.В. Арбузова // Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві. 2016, вип. 2(13). С. 252-262.
3. Арсененко І.А. Екскурсійна діяльність як основа функціонування ринку екскурсійних послуг / І.А. Арсененко, В.М. Іванова // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 4: Географія і сучасність. Київ, 2015. Вип. 19(33). С. 191-195.
4. АТ Ніка Тур Вояж, офіційний сайт URL: <http://nika-tour.net.ua/uk/home/>
5. Аханаева В.Ц. Формування іміджу регіону — важливий фактор укріплення його конкурентоспроможності /В. Ц. Аханаева // Вісник державного університету. Економіка. Вип. 22 – 2009. - № 26 (164) – С. 82-83.
6. Ємельянова Н.А. Імідж туристичного регіону /Н. А. Ємельянова, О. А. Чугунова. - URL:: <http://geoeко.mrsu.ru/2012-1/PDF/Emelyanova.pdf>.
7. Бабарицька В. Екскурсоведство і музеєзнавство : навч. посіб. / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. Київ: Альтерпрес, 2007. 464 с.
8. Бакало Н.В. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ЗІ СКЛАДНИКІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ. СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ Випуск 3 (08) 2017 URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/8_2017/39.pdf
9. Божук Т. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика / Т. Божук. Львів: Укр. бестселер, 2014. 468 с.
10. Брич. В.Я. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В.Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.

11. Горбацьо І. Контрольні тексти екскурсій містами, розташованими на українсько-польському прикордонні : навч. посіб. / І. Горбацьо, О. Нужний. Львів : Вид-во НУ «Львів. політехніка», 2015. 128 с.
12. Горохов А.Ф. Разработка методики формирования бренда туристической дестинации/ URL: <http://intelmedia-group.ru/presscentr/publikacii/razrabotka-metodiki-formirovaniyabrenda-turisticheskoy-destinacii>
13. Енциклопедичний словник-довідник туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух; [за заг. ред. В. К. Федорченко]. Київ: Видавничий дім «Слово», 2006. 372 с.
14. Карпюк З.К. Екскурсознавство і музеєзнавство: методичні рекомендації для практичних робіт із курсу / З.К. Карпюк, Н.В. Цвид-Ендрю. Луцьк: ВежаДрук, 2017. 48 с.
15. Кужняр В. Процес формування іміджу території і його вплив на цільовий ринок. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Grani/2011_5/23.pdf.
16. Мариняк Я.О. Туризмознавство. Вступ до спеціальності : навч.-метод. посіб. / Я.О. Мариняк. Тернопіль: Вектор, 2014. С. 89–94.
17. Організація екскурсійної діяльності: конспект лекцій. / Н.А. Леоненко. – Х.: НУЦЗУ, 2019. – 167 с. URL: http://nnvc.nuczu.edu.ua/images/topmenu/kafedry/kafedra-menedzhmenta/Lekcii/ORGANIZACIYA_EKSKURSIJNOI_DYALNOST.pdf
18. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
19. Офіційний веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації. URL: <http://adm.km.ua>
20. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності: підручник/ М. М. Покоłodна; Харків. нац. ун-тміськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. –180с URL: <https://core.ac.uk/reader/141489400>

21. Програма розвитку туризму в Хмельницькій області на 2021–2025 роки. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/?p=78829>
22. Про туризм: Закон України № 124-VIII від 15.01.2015, // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 14, ст. 3. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95->
23. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. Електронний ресурс [Режим доступу]: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>
24. Слатвінська Л. А., Поворознюк І. М., Литвин О. В., РОЛЬ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/8065/pdf>
25. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні : підруч. / Т.Г. Сокол. Київ: Грамота, 2006. – 264 с.;
26. Стельмах О.А., Смикова М.О. Чинники, що впливають на туристичний імідж регіону. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?_2014_11_67
27. Crouch G.I. Modelling destination competitiveness. A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes. URL: https://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2014/12/Crouch_modelDestnComp-v2.pdf
28. Macmillan Dictionary. Michael Randell. London, Macmillan Education, 2002. 896 p.