

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

_____ Д. І. Басюк
Завідувач кафедри ТГБ

_____ В. Ф. Доценко
Декан факультету ГРТБ

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

за спеціальністю 242 «Туризм»

освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

на тему: **«Розвиток туристського потенціалу міста Фастів
(Київська область)»**

Науковий керівник: к.н. держ. упр, доцент кафедри
туристичного та готельного бізнесу
Розметова Олена Григорівна

Рецензент: професор кафедри аграрного
консалтингу та сервісу НУБіП, д. е. н.
Кальна-Дубінюк Тетяна Прокопівна

Студент: Козакевич Віталій Іванович

Київ – 2019 рік

РЕЗЮМЕ

Магістерська робота складається з 76 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 7, таблиць - 15, формул - 3, додатки.

Об'єктом дослідження є процес розвитку туристського потенціалу міста.

Предметом магістерської роботи є теоретико-методологічні аспекти і практичний інструментарій підвищення ефективності використання та забезпечення подальшого розвитку туристського потенціалу міста Фастів.

Метою магістерської роботи є розробка пропозицій щодо подальшого розвитку туристського потенціалу міста Фастів.

У I розділі розглянуто теоретичні аспекти та практичні особливості дослідження туристського потенціалу міста. Визначено сутність, зміст та основні складові туристського потенціалу. Описано базові методики оцінки використання туристського потенціалу території. Досліджено світовий досвід щодо активізації розвитку туристського потенціалу.

У II розділі досліджено сучасний стан та ефективність використання туристського потенціалу міста Фастів. Зокрема, досліджено основні компоненти туристського потенціалу міста. Описано логістику міста Фастів для забезпечення туристичної діяльності. Проаналізовано ефективність використання туристського потенціалу міста.

У III розділі надано пропозиції щодо оптимізації використання та подальшого розвитку туристського потенціалу міста Фастів. Визначено основні проблеми та перешкоди на шляху розвитку туристського потенціалу міста. Запропоновано шляхи вирішення виявлених проблем та усунення перешкод. Доведено перспективність створення інноваційного засобу розміщення в місті Фастів.

У IV розділі розроблено інноваційний тур «Фастів-Інкогніто», як засіб популяризації туристського потенціалу міста Фастів. Зокрема, складено програму туру та наведено його економічне обґрунтування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туризм, туристський, потенціал, розвиток, інноваційний, тур.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА.....	9
1.1. Сутність, зміст та основні складові туристського потенціалу.....	9
1.2. Методика оцінки використання туристського потенціалу території.....	14
1.3. Світовий досвід щодо активізації розвитку туристського потенціалу.....	24
Висновки до першого розділу.....	29
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ФАСТІВ.....	31
2.1. Дослідження основних компонентів туристського потенціалу міста.....	31
2.2. Логістика міста Фастів для забезпечення туристичної діяльності.....	38
2.3. Аналіз ефективності використання туристського потенціалу міста.....	41
Висновки до другого розділу.....	44
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ФАСТІВ.....	45
3.1. Основні проблеми та перешкоди на шляху розвитку туристського потенціалу міста.....	45
3.2. Шляхи вирішення виявлених проблем та усунення перешкод.....	48
3.3. Перспективність створення інноваційного засобу розміщення в місті Фастів.....	51
Висновки до третього розділу.....	58
РОЗДІЛ 4. РОЗРОБЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРУ «ФАСТІВ-ІНКОГНІТО», ЯК ЗАСОБУ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ФАСТІВ.....	59

4.1. Програма інноваційного туру «Фастів Інкогніто»	59
4.2. Економічне обґрунтування запропонованого туру	65
Висновки до четвертого розділу	688
ВИСНОВКИ	699
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Сучасні умови розвитку економіки України ставлять значні виклики перед управлінськими структурами окремих територій та міст. Проголошена стратегія автономії розвитку окремих територіальних осередків вимагає пошуку нових оптимальних шляхів розвитку місцевої економіки та альтернативних джерел поповнення місцевого бюджету. Одним із перспективних напрямів економічного зростання територій є розвиток індустрії туризму, ефективне використання наявного туристського потенціалу.

Туристський потенціал території - ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму [41, с 344; 63, с 14].

Для підвищення туристського потенціалу міста Фастів не потрібно створювати умови для розвитку природних чи історико-культурних ресурсів. Місто має необхідні туристичні ресурси та близькість до столиці, що саме по собі дає поштовх для позиціонування його як перспективної туристичної атракції.

Останнім часом українці все більше згадують свої корені, національні та культурні традиції. Статистика та аналіз сучасної ситуації у державі дають змогу зрозуміти, що значної популярності набувають невеличкі та затишні осередки української культури - аутентичні малі готелі, що найчастіше створені на засадах родинного бізнесу. На основі цього явища і запропоновано вирішення проблеми активізації використання туристського потенціалу проблемного з цього боку району міста.

Отже, **актуальність теми** дослідження полягає у необхідності вирішити проблеми ефективного використання туристського потенціалу міста Фастів шляхом оптимізації туристської інфраструктури найбільш проблемного його району.

Метою дослідження є розробка пропозицій щодо оптимізації використання та подальшого розвитку туристського потенціалу міста Фастів.

Основні завдання дослідження:

- визначити сутність, зміст та основні складові туристського потенціалу;
- описати базові методики оцінки використання туристського потенціалу певної території;
- дослідити світовий досвід щодо активізації розвитку туристського потенціалу;
- дослідити основні компоненти туристського потенціалу міста;
- описати логістику міста Фастів для забезпечення туристичної діяльності;
- проаналізувати ефективність використання туристського потенціалу міста;
- визначити основні проблеми та перешкоди на шляху розвитку туристського потенціалу міста;
- запропонувати шляхи вирішення виявлених проблем та усунення перешкод;
- довести перспективність створення інноваційного засобу розміщення в місті Фастів;
- розробити програму інноваційного туру «Фастів-Інкогніто» з метою популяризації туристського потенціалу міста Фастів;
- економічно обґрунтувати доцільність розроблення та впровадження запропонованого туру.

Об'єктом дослідження є процес розвитку туристського потенціалу міста.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні аспекти і практичний інструментарій підвищення ефективності використання та забезпечення подальшого розвитку туристського потенціалу міста Фастів.

Теоретичну основу магістерської роботи становлять наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених. Так, ресурсно-географічній оцінці туристського потенціалу території присвячено праці: А. Ю. Александрової, Е. О. Байкова, м. г. Бойко, А. В. Бураченко, О. С. Віханського, м. г. Воронцової,

Ю. Б. Забалдіної, І. В. Зоріна, О. М. Ільїної, Д. К. Ісмаєва, Г. О. Карпової, А. М. Лапиної, О. О. Любіцевої, Я. Б. Олійника, В. С. Сеніна, Г.І. Михайличенко та інших. Формуванню складових інноваційного потенціалу та параметрам його оцінки присвячено публікації: В. М. Гейця, Т. І. Тищенко, А. М. Тихонова, В. О. Василенка, В. Г. Шматька, Л. І. Скібіцької, Л. І. Федулової та ін.

Інформаційну базу дослідження становлять діючі нормативно-правові акти, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, інформаційна база Міністерства економічного розвитку і торгівлі, офіційна інформація з сайту Фастівської міської ради та ін.

Методичною основою магістерської роботи є комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема використання діалектичного методу пізнання та системного підходу дало змогу комплексно вивчити теоретичні аспекти та організаційні особливості розвитку туристського потенціалу міста Фастів. При узагальненні результатів дослідження було використано прийоми абстрактно-логічного методу, аналіз і синтез, індукцію та дедукцію, аналогію і порівняння.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в узагальненні автором основних наукових підходів щодо сутності туристського потенціалу певної території та основних його складових. Також, автором обґрунтовані основні методики оцінки туристського потенціалу та невирішені проблеми в його подальшому розвитку.

Практичне значення одержаних результатів. Запропоновані автором пропозиції щодо створення на території одного з районів міста інноваційного засобу розміщення дадуть змогу удосконалити інфраструктуру та оптимізувати використання туристського потенціалу міста. Також, автором запропоновано інноваційний для міста тур «Фастів-Інкогніто», який сприятиме популяризації туристського потенціалу міста та формуванню туристичних потоків до найбільш атракційних місць досліджуваної території.

Апробація результатів роботи та публікація. За темою дослідження опубліковано тези доповіді на міжнародній конференції на тему «Сучасні тенденції розвитку туристського потенціалу міста».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі розглянуто основні терміни і поняття, що є основою для вивчення проблеми, вивчені та описані метод Бейдика для аналізу природних рекреаційних ресурсів та метод Кузика, що використовує категорійно-оціночний засіб підрахунку цінності історико-культурних рекреаційних ресурсів; на конкретних прикладах доведені теоретичні засоби підвищення туристичного потенціалу, що використовуються у розвинених туристичних країнах.

У другому розділі, використовуючи елементи метода Бейдика для оцінки природних рекреаційних ресурсів та метод Кузика для оцінки історико-культурних рекреаційних ресурсів, проведений аналіз туристичного потенціалу міста Фастів; дана коротка логістична оцінка міста, ресурсів засобів харчування та розміщення. Окремо описано сучасний стан практичного використання туристичного потенціалу міста Фастів для різних видів відпочинку. Також розглянутий загальний туристський потенціал кожного району міста окремо.

У третьому розділі запропонована модель підвищення ефективності використання туристського потенціалу одного з районів м.Фастів - Заріччя шляхом створення там малого готелю-садиби на засадах родинного бізнесу. Описані можливості такого підприємства та шляхи подолання можливих проблем.

У четвертому розділі запропоновано програму інноваційного для міста туру «Фастів-Інкогніто» з метою популяризації туристського потенціалу міста. Економічно обґрунтовано доцільність розробки та впровадження запропонованого туру.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА

1.1. Сутність, зміст та основні складові туристського потенціалу

Наша країна є надзвичайно багатою щодо мальовничих ландшафтів, зручних кліматичних умов для відпочинку, унікальних та цікавих традицій, які фактично не змінилися за століття.

Наприклад, українські ландшафти - це зручні для відпочинку ліси, озера, ріки, гори, узбережжя морів та інших водойм, пам'ятки - це архітектурні та історичні міста. Усе це, навіть без використання місцевого колориту дає змогу реалізувати туристичні бізнес-ідеї.

Тобто, зміст туристичного потенціалу полягає у наявності необхідних умов для здійснення рекреаційної діяльності.

Рекреація (пол. rekreacja - відпочинок, від лат. Recreatio - відновлення) - відпочинок і відновлення сил людини, витрачених у процесі праці.

Рекреаційні ресурси — це сукупність природно-технічних, природних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку духовних та фізичних сил людини, її працездатності [7, с. 28].

При вивченні понятійного апарату було встановлено, що об'єкти оцінки туристського потенціалу бувають різні. Окрім цього існують різні авторські думки щодо доцільності застосування таких термінів, як «туристський потенціал» та «туристичний потенціал». В даному дослідженні рекомендується використання наукової позиції щодо тотожності цих двох понять.

Так, в нормативно-правових документах досить часто зустрічається поняття «туристичний потенціал» – ємне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму [7, с.19].

Багатоаспектність туристичного потенціалу ототожнюється з розумінням значення «туристичний ресурс», що впливає на його оцінні показники та дозволило визначити такі критерії, як: «туристична придатність», «туристична привабливість», «туристична доступність», «туристична пристосованість» [9, с. 28]; а відносно об'єктів відвідування – ще й «пропускна здатність», «облаштування туристичного об'єкта» та «туристична інфраструктура».

Туристський потенціал території може розглядатися на різних рівнях його реалізації, тобто: на мега- та макрорівні – це туристський потенціал, □що включає в себе ресурсний, природний, інфраструктурний потенціал регіону (дестинації); на рівні кластера (об'єднання за інституціональною, □географічно близькою, інформаційно спорідненою, ціннісно орієнтованою, чи згрупованою за споживчими характеристиками продукції, метою) – це ресурси управлінського впливу, ресурсоощадних технологій, економічної взаємодії та організаційної підтримки суб'єктів кластера; на рівні організації – сукупність матеріальних та нематеріальних ресурсів організації, включаючи його інтелектуальний, комунікативний, клієнтський, репутаційний капітали. Вказаний підхід у формуванні оцінної бази враховує не лише ресурсну складову (за Захарченком В.) [8, с. 46], процесну складову (за Ілляшенком С.) [9, с. 58], а й змістовну складову наповнення туристського потенціалу.

Узагальнюючи різні підходи до оцінювання туристського потенціалу, можна констатувати, що він розглядається як ресурсний потенціал території, що повинен бути використаний максимально; ресурсоощадно та й креативно.

Таким чином, туристичний потенціал є широким поняттям. Складний механізм динамічної системи взаємодій рекреаційних ресурсів не може розглядати туристичний потенціал міста як окремі частини його складного конструктора. Тобто слід для розуміння туристичного потенціалу ознайомитися з рекреаційними ресурсами, а потім розглянути можливість їх використання в окремих видах відпочинку. Наприклад, відсутність зручних пляжних акваторій які розглядаються як гідрографічний рекреаційний ресурс є поганим стимулом для розвитку пляжного відпочинку, але стимулює розвиток

туристичного рибальства. Ось це і є різницею між рекреаційним потенціалом і туристичним потенціалом [42, с 251].

Наступна важлива ланка проблеми: законодавчо-нормативні умови для використання цих ресурсів та менталітет українців як створювачів умов відпочинку з одного боку та менталітет відпочиваючих українців та закордонних гостей.

Зараз Україна виступає як активний експортер, рекреаційно-туристських ресурсів.

Відповідний акцент містить Закон України «Про туризм», де наголошується на необхідності створення економічних умов стимулювання розвитку туризму як високорентабельної галузі національної економіки, що є одним з основних напрямів державної політики в галузі рекреації і туризму [1].

Але і нині існує безліч недієвих нормативно-правових механізмів раціонального та максимального ресурсовикористання щодо усіх видів рекреації. Прикладами цього є відсутність норм щодо різноманітних видів рибалки; повністю відсутнє законодавство щодо статусу сільського зеленого туризму; неповністю сформована база історичних пам'яток України [12, с. 54].

Інший момент - менталітет українців, який нажаль далекий від європейського щодо культури відпочинку з боку українських відпочиваючих та розумного природокористування з боку організаторів відпочинку.

Не зважаючи на окремі фактори гальмування процесу розвитку туристського потенціалу є певні позитивні зрушення.

Так, висока оцінка іноземцями ресурсного потенціалу нашої країни під час проведення Євро-2012 дозволяє спрогнозувати зростання туристичного попиту до 2022 року: збільшення міжнародних відвідувачів – на 69%; внутрішніх туристів – на 57%; обсягів витрат туристів на 41% і на 32% відповідно [22, с. 24]. Такі прогнози дозволяють передбачити стрімке зростання попиту на національний туристичний продукт, який є «новим європейським продуктом» (доступним, цікавим, атрактивним); знаходиться на стадії росту, а

отже має високий потенціал довгострокового й доходного (для держави та її економічних резидентів) зростання.

Туризм є ресурсно орієнтованою сферою діяльності, в якій питання раціонального природокористування відіграють першорядну роль, а стан природного та соціокультурного середовища є одночасно і ресурсом, і умовою діяльності, що передбачає досягнення збалансованості їх розвитку. Туристичні ресурси є одним з ключових понять при визначенні територій пріоритетного розвитку туризму та одночасно виступає джерелом інноваційного оновлення.

Це питання досить добре розроблене в літературі з географії, історії, організації туризму і має значну бібліографію. Однак слід зауважити, що єдиної, загальноприйнятої їх класифікації досі немає. Зокрема, в географії рекреації та туризму запропоновані певні класифікації, методики виявлення та оцінки, шкала цінності тощо, але в економічній інтерпретації є достатньо невирішених проблем. Найбільш поширеним підходом до класифікації рекреаційно-туристичних ресурсів є їх поділ на два основні класи: природні та історико-культурні.

Прогноз на базі доступних даних: з доповіді Сандри Геретшлагер, старшого есперту проекту Європейського Союзу «Підтримка Державного агентства України з туризму та курортів» на Київському міжнародному форумі 30.11.2012 р. методологія оцінювання ресурсного потенціалу туризму останніми роками була збагачена інструментарієм, що запропонований науковцями Київського національного університету ім. Тараса Шевченка під керівництвом професорів Я. Б. Олійника та О. О. Любіцевої, які в рамках розроблення національної Стратегії сталого розвитку туризму [16, с.46] провели інтегральну оцінку природних національних рекреаційно-туристичних ресурсів, побудували ресурсно-рекреаційний рейтинг регіонів, визначили рівні забезпеченості рекреаційно-туристичними ресурсами та ресурсно-рекреаційні домінанти регіонів України. Авторами за результатами оцінки зроблено висновки: кожен з регіонів країни має свою специфіку, свою неповторність – етнокультурну та архітектурно-історичну, природно-ландшафтну, біо-

соціальну, суспільно-географічного положення тощо. Виступаючи як оригінальні територіальні структури, що мають на національному туристичному ринку притаманну лише їм «торгово-рекреаційну марку» (регіональний бренд), регіони характеризуються як відчутною нерівномірністю розвитку ресурсної бази, так і різними показниками функціонування рекреаційної галузі. Запропонована рейтингова рекреаційно-ресурсна оцінка регіонів України розглядається як суттєвий ресурсосистематизуючий результат дослідження. При цьому загальний бал ресурсно-рекреаційного рейтингу адміністративно-територіальних одиниць України визначався як сума балів 7 блоків – суспільно-географічного, природного, архітектурно-історичного, інфраструктурного, природно-атропогенного, біосоціального, подієвого; та співставлення забезпеченості рекреаційно-туристськими ресурсами й ресурсно-рекреаційних домінант (ресурсно-рекреаційна домінанта - стабільний у просторі і часі вид рекреації, туризму, чинником розвитку якого є відповідна суспільно-економічна база). Всього авторами було виділено 10 домінант регіонів України: лікувально-оздоровчо-туристська, культурно-історично-сакральна, культурно-історична, оздоровчо-туристська, лікувально-оздоровча, сакральна, біосоціальна, екологічна, оздоровча, індустріальна.

Регіональні пріоритети освоєння рекреаційних ресурсів у межах національного простору свідчать про багатоманітність його ресурсно-рекреаційної бази: рекреаційно-ресурсонадлишкові регіони мають обґрунтовані комплексні програми подальшого залучення природних і суспільно-економічних ресурсів в їх економіку, рекреаційно-ресурсозбалансовані території представляють більш стримані пропозиції, а дефіцитні щодо наявності актуальних та потенційних ресурсів туризму, оздоровчої рекреації, курортного лікування області на внутрішній (регіональний) та зовнішній (національний) туристські ринки здебільшого пропонують незначні за масштабами перспективні програми. З іншого боку, таку ситуацію слід трактувати як наслідок недостатньо ретельної розробки альтернативних сценаріїв рекреаційного освоєння території, відсутності аналітичної експертизи

ресурсно-рекреаційної складової регіону, що, в свою чергу, може виступати важелем подальшого пошуку латентних територіальних можливостей і реалій, здатних пожвавити регіональне рекреаційне господарство, інтегрувати його в рекреаційно-туристську сферу держави.

Підсумовуючи викладене, слід нагадати про те, що за ієрархією реалій рівня забезпеченості території рекреаційно-туристичними ресурсами та ступенем просування турпродукту (дуже високий → високий → середній → низький → дуже низький) за різними критеріями Україна займає центральну або передостанню ланку, тому використання переваг геополітичного положення країни та суспільно-географічного – її регіонів – має розглядатися як один із головних чинників розвитку транснаціональних туристичних зв'язків, залучення іноземних інвестицій до індустрії туризму, активізації підприємницької (інноваційної) діяльності та посилення їх ролі у національній економіці.

1.2. Методика оцінки використання туристського потенціалу території

Розробка методики суспільно-географічного дослідження рекреаційного потенціалу досить складна. Рекреаційний потенціал є системою природних, історико-культурних об'єктів та їхніх властивостей, які використовують (або можуть використовувати) у рекреаційній діяльності, функціональною основою рекреації і в певному розумінні її складовою частиною [14, с 11].

Потрібно мати певну схему для послідовного виконання цієї методики.
(рис.1.1.)



потенціалу території

Джерело: [38, с 11].

Алгоритми розрахунків рекреаційного потенціалу можуть бути різні і погляди різних авторів щодо цих методів теж різні. Існують запропоновані алгоритми для розрахунку туристичних і рекреаційних потенціалів областей, районів та міст України; алгоритми для розрахунку окремих ресурсів рекреаційного потенціалу та інші.

Методика принципово одна: йдеться про бали на основі яких іде ця оцінка.

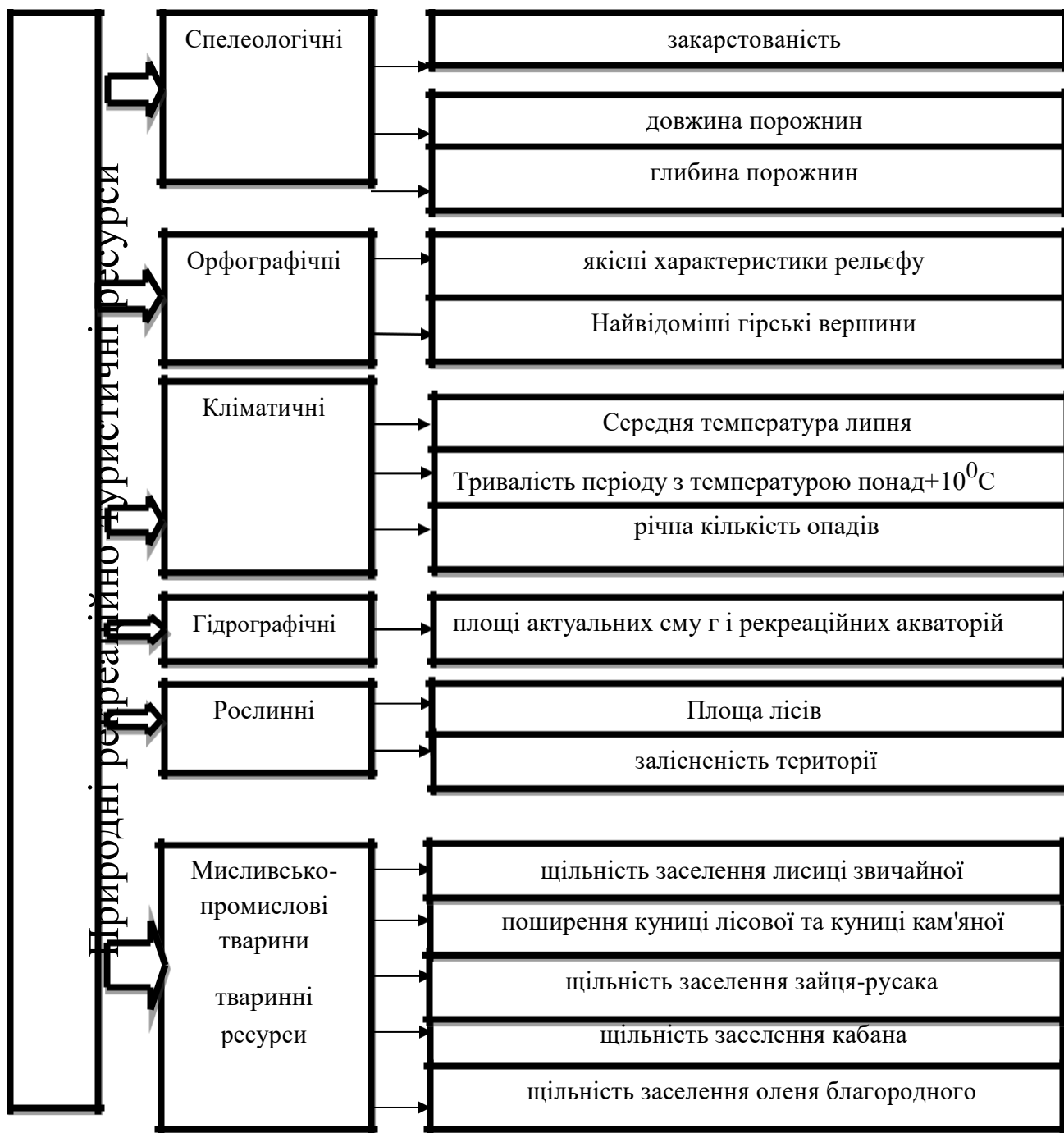


Рис. 1.2. Оціночні ресурси природного блоку рекреаційно-туристських ресурсів

Джерело: складено автором на основі [15, с. 81; 14, с. 4]

Слід зазначити, що такий метод дослідження може бути дещо суб'єктивним, бо у нашому випадку не підкорюється точним математичним законам і залежить від сприйняття окремої людини. Тут завжди можуть стати у пригоді окремі тези та правила порівняльного аналізу. Крім того бальна оцінка рекреаційних природних компонентів є дуже складною. Наприклад

наявність лісів до певної міри сприяє туристичному відпочинку у регіоні, але коли показник лісистості перевищує 50 % оціночний рекреаційний бал знижується.

Дуже багато робіт по цій темі написано різноманітними вченими, але методика оцінки природного рекреаційно-ресурсного потенціалу О.О. Бейдика є найбільш популярною.

Особливо слід відзначити природно-антропогенні рекреаційні ресурси. Прикладів природно-антропогенних рекреаційних ресурсів дуже багато - це заказники, ботанічні сади та дендрарії. Особливість природно-антропогенних рекреаційних ресурсів у тому, що усі вище згадані природні рекреаційні ресурси тут підпорядковуються частково, або повністю антропогенному впливу. Звісно людина створює необхідні умови відпочинку, тому вплив оціночних ресурсів тут буде менший. Ще одна особливість природно-антропогенних рекреаційних ресурсів - міра втручання людини. Як приклад мінімального втручання у природно-антропогенні рекреаційні ресурси може виступати заповідник, а максимального - ботанічний сад.

Історико-культурні туристичні ресурси - це пам'ятки історії і культури, що створені людиною, мають суспільно-виховне значення, становлять пізнавальний інтерес і можуть бути використані в туристичній діяльності. До історико-культурних туристичних ресурсів належать пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, етнографічні пам'ятки і пам'ятки народної творчості.

С.П. Кузик [45, с. 41] запропонував бальну систему оцінок історико-культурних туристичних ресурсів (Додаток А.). У цій методиці подано 13 підгруп, які отримані в результаті структуризації п'яти підвидів історико-культурних туристичних ресурсів. Кожна із підгруп характеризується логічним набором показників, які оцінюються за п'ятибальною шкалою.

Історико-культурні туристичні ресурси мають свої особливості (див. таблицю 1.1).

Таблиця 1.1

Пояснювальна таблиця до Додатка А

Історико-культурні туристичні ресурси	Привабливість	Пізнавальна цінність	Особливості оцінки та пояснення
1	2	3	4
Залишки матеріальної культури, археологічні знахідки	Невелика Від 1 до 5 балів оцінки	Середня	Чим більше збереглася ця знахідка тим більш цікавою вона є. Наприклад, городища раннього середньовіччя мають більшу привабливість, ніж стоянки первісних людей.
Пам'ятки, пов'язані з історичними подіями та особистостями, пам'ятки оборонного мистецтва	Середня Від 1 до 5 балів	Велика	Оригінальність музеїв та споруд оцінюється вище ніж пам'ятні міста. Найвищим балом оцінено показник групи пам'ятників, що мають високу архітектурно-мистецьку цінність. Має значення стан фізичного збереження пам'яток.
Сакральні споруди	Висока, до 5 балів	Середня	Для оцінки має значення вік, мистецька цінність.
Пам'ятки народної архітектури	Середня 1-5 балів	Середня	Є елементом доквілля для створення необхідного колориту. Найоригінальнішим і найбільш привабливим видом народної архітектури в Україні є дерев'яні церкви.
Палацово-паркові ансамблі	Висока	Висока	Чимало з них безпосередньо використовуються з рекреаційною метою, при визначенні балу береться рівень їх збереження та стан впорядкованості

Продовження таблиці 1.1

1	2	3	4
Сучасні пам'ятки архітектури	Середня	Висока	Оцінка зводиться до рівня використання найновіших технічних засобів у будівництві та стан їх атрактивності в сучасному архітектурно-ландшафтному середовищі
Професійні та народні художні промисли	Середня	Середня	Найвище оцінюють найбільш сконцентровані зразки такої діяльності- музеї народної творчості

Джерело: [45, с 48]

Використовуючи таблицю 1.1 та Додаток 1 отримуємо можливість перевести якісні параметри історико-культурних туристичних ресурсів у бали (формула 1.1)

$$A = \sum P_i + \sum T_i + \sum S_i + \sum R_i + \sum F_i \quad (1.1)$$

де: A - інтегральний показник пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів окремого поселення, місцевості;

P_i - компоненти пам'яток історії та культури;

T_i - компоненти архітектурних пам'яток; S_i - компоненти пам'яток мистецтва;

R_i - компоненти етнографічних пам'яток;

F_i - компоненти пам'яток народної творчості.

Для зручності оцінювання (співставлення і порівняння оціночних параметрів) важливо ввести поняття "коефіцієнта пізнавальної цінності" (K_p), який дорівнює відношенню суми отриманих балів оцінки ПСТР окремого поселення, місцевості до максимально можливої кількості балів, яка наведена в шкалі оцінок(формула 1.2):

$$K_p = A/A_{\max} \quad (1.2)$$

де: А - сума балів пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів окремого поселення, території (блоку);

A_{\max} - максимально можлива сума балів за шкалою бальної системи оцінок.

Отже, рекреаційний потенціал - це система природних, історико-культурних об'єктів та їхніх властивостей, які використовують (або які можна використовувати) у рекреаційній діяльності. Він є функціональною основою рекреації і, в певному розумінні, її складовою частиною. Оцінка рекреаційного потенціалу території показує, що його якісні і кількісні параметри в поєднанні з суспільно-географічними чинниками є важливими об'єктивними передумовами розвитку рекреаційного комплексу регіону.

Вище розглянуто рекреаційний потенціал з позиції можливостей використання його рекреаційних ресурсів. Але такий підхід на думку окремих вчених є неповним. Розглядаючи рекреаційний потенціал необхідно враховувати його рекреаційну місткість.

Рекреаційна місткість території - показник, що окреслюється кількістю рекреантів, котрі протягом певного періоду можуть перебувати на певній території, не спричиняючи її дигресії [17, с. 8].

Максимальна рекреаційна місткість - це добуток допустимого рекреаційного навантаження і площі конкретної територіально-рекреаційної системи (формула 1.3).

$$Вік = EC_1/D \quad (1.3.)$$

де Вік - оптимальна місткість району в

період; Е - оптимальна місткість

території; С. - тривалість періоду (днів);

D- середня тривалість перебування рекреанта в рекреаційному районі.

Слід зазначити, що існують певні показники рекреаційних навантажень, що можна розгледіти у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Показники допустимих рекреаційних навантажень на природні
ландшафти

Тип території	Рекреаційне навантаження, осіб/км ²	
	Літо	Зима
1	2	3
Низовинні	80-120	30-50
Горбисті, височинні	100-150	40-60
Гірські	110-200	60-160
Річкові/озерні	80-150	16-45
Приморські	300-500	60-100

Джерело: [19, с 224]

Корисними з погляду логістики туризму є нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси

№	Природні комплекси для рекреації та туризму	Нормативи навантаження	
		Літо	Зима
1	2	3	4
1	Приміські зони відпочинку	85 осіб/км ²	35 осіб/км ²
2	Сосновий сухий бір	100 осіб/км ²	55 осіб/км ²
3	Широколистяний вологий ліс	95 осіб/км ²	40 осіб/км ²
4	Луки	110 осіб/км ²	50 осіб/км ²
5	Берегова лінія озер або ставків із проточною водою	110 осіб/км ²	30 осіб/км ²
6	Морські пляжі	400 осіб/км ²	90 осіб/км ²
7	Акваторія для купання в морі (річці)	250 осіб/км ²	60
8	Акваторія для купання в непроточних водоймах	70 осіб/км ²	20 осіб/км ²
9	Акваторія для катання на моторних човнах і водних лижах	20 осіб/км ²	

Джерело:[29, с 5]

Слід зазначити, що рекомендована місткість території залежить від виду відпочинку (рис.1.3).



Рис.1.4. Різновиди відпочинку та рекреаційна місткість.

Джерело: [70, с. 205].

Взаємозв'язок між логістичним потенціалом ресурсної бази туризму та ступінню його використання надскладний, його можна розглядіти на рис.1.5.

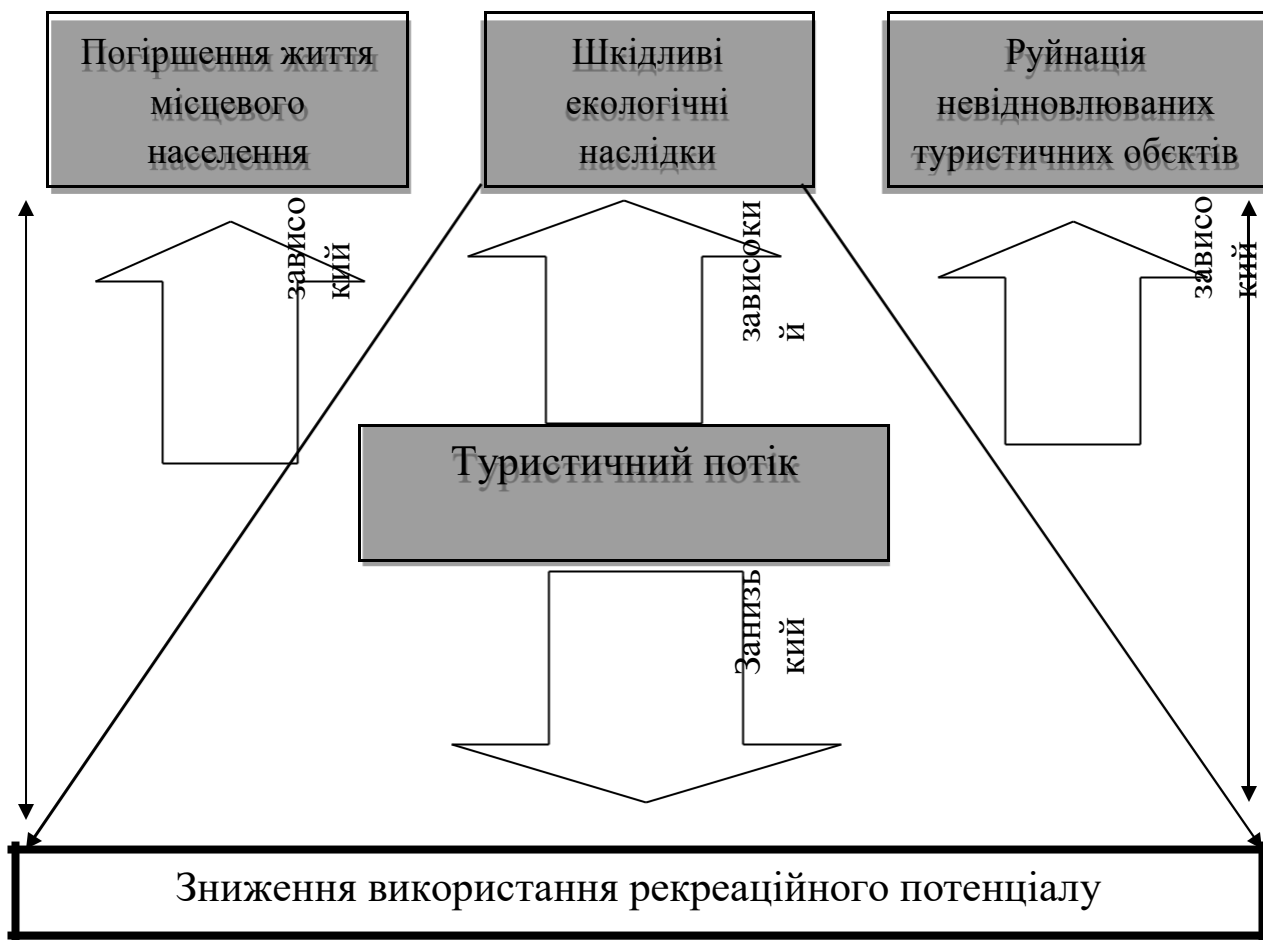


Рис.1.5. Вплив використання рекреаційних ресурсів

Джерело: [70, с. 208].

Отже, необхідно використовуючи елементарні математичні розрахунки, встановити саме той рівень рекреаційної місткості, який необхідний для підтримання рівноваги «туристичний потік- рекреаційна норма місткості». Для цього слід помножити загальну кількість споживачів рекреаційних ресурсів регіону й об'єктів туристичної інфраструктури на нормативний показник застосування в розрахунку на одну особу. Порівнюючи отриману величину з фактичною ресурсною базою, можна обчислити співвідношення між ними і зробити висновок чи потрібні додаткові капітальні вкладення у розвитку туризму. Крім того робиться, на основі довготривалого спостереження, прогноз росту туристичного потоку при наданні певних умов [71, с. 301].

Логістичне оцінювання також може включати опис умов для розвитку туризму (наприклад наявність зручних горських схилів - це логістична підоснова для альпінізму). При виявленні можливостей розвитку стає зрозумілою і та частина логістики регіону яку потрібно розвивати (наприклад для розвитку рибалки потрібні оренда устаткування та оздоблені береги річок чи озер) [28, с. 5].

Для узагальненого економічного (а також логістичного) оцінювання пропонують два параметри:

1) потенційна місткість (потенціал) туристичного ресурсу (його максимальне значення, визначене на конкретний період часу без обмежень у споживанні) ;

2) споживча місткість ресурсу (фактичне значення обсягу ресурсу, доступного для споживання протягом конкретного проміжку часу, з урахуванням обмежень споживання, сезонності, транспортної доступності тощо) .

У цій схемі є недолік, адже при комплексній оцінці туристичного потенціалу міста вона може запропонувати обчислення лише окремих видів туризму.

1.3. Світовий досвід щодо активізації розвитку туристського потенціалу

Говорячи про світовий досвід слід брати до уваги історичні процеси та соціально-економічні умови розвитку у найрозвиненіших країнах - це Європейський Союз, США, Канада, Японія, Китай. Цікавою особистістю цих безумовно розвинених країн є той факт що далеко не завжди у цих країнах існують ідеальні природні ресурси та навпаки, деякі країни ЄС, маючи безліч природних умов та історико-культурних пам'яток не є лідерами ЄС у експорті туристичних послуг [31, с. 41].

Розглянемо декілька загальних закономірностей, що у цих країнах спричинили розвиток туризму.

Прозорі границі, або зручні умови перетину державних кордонів

Найкращий приклад - країни ЄС, де 74 % зареєстрованих туристичних подорожей припадає на частку самих країн-членів ЄС [44, с. 236].

Всередині великих країнах, де звісно немає кордонів, теж дуже багато внутрішнього туризму. Гарний приклад - США, де щороку здійснюється близько 1 млрд подорожей внутрішнього туризму, і навпаки складність отримання віз гальмує збільшення туристичного потоку ззовні [48, с. 109].

Наявність міждержавних та міжурядових угод по співробітництву в сфері туризму та обмінів

У розвинених країнах цей крок був зроблений для міжнародного поділу праці а також для тісного співробітництва.

Приклад - співробітництво китайського уряду з міжнародними організаціями, такими як ЮНЕСКО, Всесвітній фонд дикої природи (ВФДП) та Міжнародний Фонд охорони навколишнього середовища (МФОНС) які активно співпрацювали з місцевим населенням з метою формування ефективною та сучасною індустрією туризму. Досвід взаємодії Китаю із МФОНС характеризується інноваційними рішеннями, зокрема, створенням міжнародної Академії екологічного туризму, що забезпечує навчання у сфері туристичного менеджменту 200 студентам щорічно. Крім того, Національна Туристична Адміністрація Китаю бере активну участь у різноманітних проектах сталого розвитку, зокрема, було відкрито третю Обсерваторію сталого туризму для спостереження за екологічними і соціально-економічними наслідками від туристичних потоків [34, с. 18].

Потужність матеріально – технічної бази

Гарний приклад - розвинені країни ЄС матеріально-технічна база у яких представлена засобами пасажирського транспорту, готельного розміщення, екскурсійними та видовищними об'єктами.. В міжнародному туризмі активно

беруть участь страхові компанії, банки, клуби, федерації, торгівельні компанії [49, с. 105].

Зручне законодавство та простота товаро-грошового обміну

Введення єдиної європейської валюти значно спростило товаро-грошові потоки у сфері туризму і збільшило кількість внутрішніх туристів у країнах ЄС

У Румунії запроваджено норму, згідно якої організовані групи туристів звільняються від сплати консульських зборів за видачу віз [50, с. 158].

Освоєння тих галузей туризму, яким не приділялося раніше багато уваги

Розвиток екотуризму та сільського зеленого туризму при якому не тільки пляжні курорти або культурні адміністративні центри а й провінціальні європейські міста і містечка змогли розвивати туристичний бізнес [35, с. 102].

Оперативна реакція влади та бізнес-еліти розвинених держав на зміни у пріоритетах туристів

Найгарніший приклад - це зміна туристичного законодавства ЄС у 80 – х років ХХ століття, спричинена тим, що туристи замість сонячних пляжів все частіше стали віддавати перевагу лісам, замість міських громад — поселенням традиційних народностей. Це спричинило розвиток екотуризму та сільського зеленого туризму [58, с 74].

Інший приклад- Японія, де туристам пропонується широкий спектр розміщення - як у західному (європейському) так і в японському стилі, які відрізняються за класом та цінами [53, с 58].

Доречи, ріст популярності японських садів спричинив збільшення кількості таких садів у туристичних центрах Японії. В Кіото для ознайомлення з 30-ма основними садами розроблений автобусний тур. Кількість міських парків з кожним роком збільшується. Якщо у 1990 р. їх кількість становила 59324 тис., то в 2006 їх кількість досягла відмітки 93227 [57, с. 5].

Залучення засобів масової інформації

Значний вплив на потенційних туристів здійснюють телебачення, випуск спеціалізованих журналів та газет, засоби Інтернету. Як і по відношенню до будь-якого іншого комерційного продукту, організація нових турів вимагає

проведення попереднього маркетингового дослідження. Туристи, що вперше відвідують ту чи іншу країну, особливо чутливі до активних маркетингових заходів. Щорічно біля 20% всіх іноземних туристів відвідують країну вперше. За результатами досліджень, близько 80% туристів відвідують країну вдруге в результаті активних маркетингових дій, зокрема, реклами в ЗМІ

Для доказу приведемо статистику трьох європейських лідерів туризму за 5 років (таблиця 1.4.).

Таблиця 1.4

Вплив реклами на розвиток туристичного ринку в деяких країнах Європи

Країна	Зростання витрат на рекламу, %	Зростання надходжень від туризму, %
Франція	6,3	11,7
Німеччина	24	106
Іспанія	83	126

Джерело: [39, с. 201].

Наявність державної програми розвитку туризму

«План Сечені» в Угорщині передбачав поліпшення туристичного обслуговування, розвиток внутрішнього туризму, залучення туристів з нетрадиційно туристських для Угорщини країн [59, с. 152].

Словацький уряд у рамках «Програми підтримки розвитку туризму», який передбачає часткові державні дотації для туристичних бізнес-проектів, реалізував 73 таких проектів на загальну суму 5,4 млн. дол. США [58, с. 3].

Закон "Про польські туристські організації", який набув чинності 1 січня 2001 р., значно змінив існуючу модель управління туризмом у Польщі. Головне нововведення полягає в поділі політико-стратегічних і адміністративно-оперативних функцій. Влада активно сприяє розвитку туризму у сільській місцевості, підтримує підприємства, які сприяють збільшенню привабливості

польських міст в якості місць проведення ярмарків, конференцій, конгресів і ділових зустрічей, а також підприємств, чия діяльність спрямована на зростання економічної рентабельності міської інфраструктури та ін.

У Національній стратегії у сфері туризму та подорожей США передбачено збільшення кількості міжнародних туристів до 100 млн осіб, які сумарно витратять у Сполучених Штатах Америки близько 250 млрд дол. США до 2021 року [51, с. 105].

Створення туристських неурядових структур

Такі структури проводять маркетингові дослідження, допомагають у встановленні контактів з зарубіжними партнерами. Приклад - Асоціація туристичних фірм, Спілка власників готелів [54, с. 3], Союз гідів, Союз агротуризму у Словаччині.

Безпека подорожей

Уряд США для забезпечення безпеки подорожей в країні посилив співробітництво з іншими країнами на основі багатосторонніх договорів; здійснив розробку на державному рівні стандартів, нормативів, правил і програм [55, с. 204].

Деякі прості рішення для забезпечення комфорту туристів

Гарний приклад- Японія, в якій проводиться робота із вдосконалення засобів розміщення та створення вивісок та знаків англійською мовою[56, с. 14].

Іноземні інвестиції

Цікавим є досвід Болгарії, в якій для розвитку готельного сектору залучалися кредити іноземних компаній та іноземні інвестиції з подальшим отриманням прибутків чи поверненням кредитів у вигляді можливості безкоштовного або пільгового відпочинку в цих готелях. Прикладом успішного фінансового інструменту впливу на розвиток туристичного комплексу є спеціальні економічні зони туристсько-рекреаційного типу (СЕЗ ТР), які дали поштовх для розвитку таких всесвітньо відомих курортів, як Анталія (Туреччина), Хургада (Єгипет), Сусс та Зарзіс (Туніс), Барселона (Іспанія),

Дубаї (ОАЕ) та інші. СЕЗ ТР вважається частина території країни, на якій встановлений спеціальний режим господарської діяльності, привілейований порядок застосування фіскальних, фінансових та адміністративних інструментів: повне або часткове звільнення від оподаткування, надання пільгових кредитів.

Висновки до першого розділу

1. Туристичний потенціал передбачає не тільки наявність різноманітних рекреаційних ресурсів але й нормативно-правові, послуго-грошові та морально-менталітетні передумови для його розвитку. Ці передумови можуть стати основою для розвитку туристського потенціалу навіть при відсутності частини рекреаційних ресурсів.

2. Методик оцінки туристського потенціалу дуже багато, але всі вони передбачають створення категорій рекреаційних ресурсів, які мають бальні оцінки.

3. Слід зазначити, що такий метод дослідження може бути дещо суб'єктивним, бо у нашому випадку не підкорюється точним математичним законам і залежить від сприйняття окремої людини. Тут завжди можуть стати у пригоді окремі тези та правила порівняльного аналізу. Крім того бальна оцінка туристичних і рекреаційних природних компонентів є дуже складною. Наприклад наявність лісів до певної міри сприяє туристичному відпочинку у регіоні, але коли показник лісистості перевищує 50 % оціночний рекреаційний бал знижується.

4. Методика оцінки туристського потенціалу міста передбачає вивчення методики цієї оцінки, вивчення об'єктів міста, що можуть слугувати основою рекреаційного потенціалу, виявлення перспективних та розробка шляхів розвитку тих рекреаційних ресурсів, що мають найбільшу перспективність.

5. Крім того природні туристсько-рекреаційні ресурси мають різну цінність для різних різновидів відпочинку та їх бальна значимість спірна.

Наприклад, хіба наявність багатого тваринного світу має значення для лікувально-санаторного туризму?

6. Набагато простіше, на нашу думку є створення категорійності та оціночних балів у сфері історико-культурних туристичних ресурсів за методом С.П. Кузика. Система дуже проста та логічна, тому вона є ефективною та точною.

7. Важливим нюансом оцінки є рекреаційна місткість та обчислення необхідних значень крихкого балансу логістичним потенціалом ресурсної бази туризму та ступінню його використання.

8. Логістичне оцінювання також може включати опис умов для розвитку туризму (наприклад наявність зручних гірських схилів - це логістична підоснова для альпінізму). При виявленні можливостей розвитку стає зрозумілою і та частина логістики регіону яку потрібно розвивати (наприклад для розвитку рибалки потрібні оренда устаткування та оздоблені береги річок чи озер).

9. Послідовна стратегія розвитку, прозорість границь, активне міждержавне співробітництво, мир, зручне законодавство та простота товаро-грошового обміну, оперативна реакція влади та бізнес-еліти розвинених держав на зміни у пріоритетах туристів, залучення засобів масової інформації, створення туристських неурядових структур, безпека подорожей забезпечують іноземні інвестиції та розвиток туризму у найрозвиненіших країнах світу.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ФАСТІВ

2.1. Дослідження основних компонентів туристського потенціалу міста

Спираючись на дуже популярні методи дослідження серед дослідників проблеми, які мають загальну рису послідовної оцінки туристського потенціалу за допомогою поділу рекреаційних ресурсів на певні категорії проведемо аналіз можливостей використання цих компонентів у місті Фастів.

Для аналізу природних рекреаційних ресурсів була використана схема подібна до метода Бейдика.

Фастів розташований в межах Придніпровської височини. Місто стоїть на річці Унава, що є правою притокою Ірпеня. Центральна частина Фастова стоїть на висоті 199 метрів над р.м. Площа міста складає 43 км. Географічні координати: 50°0437 пн.ш. 29°5406 сх.д. Часовий пояс: UTC+2, влітку UTC+3.

Тобто у місті та поблизу досліджуваної площі (мається на увазі 43 км площі міста) не існує умов для спелеологічного відпочинку та усіх видів гірського туризму. Це робить місто менш привабливим для туристів у зимовий період.

Клімат в місті Фастів холодно помірний. Є велика кількість опадів у Фастів, навіть в самий посушливий місяць. Середня температура повітря в Фастові є 7.5 ° С. 634 мм - середньорічна норма опадів. З квітня по жовтень, тобто 8 місяців триває період, коли у місті середня температура складає більше 10⁰ С, а у липні вона досягає 25⁰ С [36, с. 41].

Тобто клімат у місті дає змогу для використання багатьох видів спортивного відпочинку, прогулянок та родинного відпочинку, не заважає у більшості року проводити екскурсії по місту та здійснювати будь-який інший відпочинок на вулицях Фастова.

Дуже цікавою особливістю міста Фастів є те, що це місто перетинає річка Унава (Додаток Г).

Сама річка та заказник урочище "Унава" є джерелом багатьох видів відпочинку.

Ландшафтний заказник загальнодержавного значення поблизу Фастова був утворений 20 серпня 1996 року з метою захисту гідрологічного та ґрунтозахисного режиму річки Унава та прилеглої території.

Площа заказника становить 974 гектари, займаючи долину і заплаву річки, яка тече по території Андрушівський, Попільнянського, Брусилівського районів Житомирської області та Фастівського району Київської області.

Урочище відноситься до категорія МСОП - IV (Територія управління видами або місцями існування). Керуюча організація: Фастівське лісове господарство. Заказник був створений згідно з Указом Президента України №715.

Відзначено факти порушення роботи заказника. У 2015 році були виявлені рубки в заказнику площею 62,1 га.

Заказник займає квадрати 1-4, 7-11, 17-20, 27, 29, 30, 33, 34 Фастівського лісництва на території Волицької сільради - долина і заплава (лівий берег) річки Унава, що між селом Волиця на заході і містом Фастів на сході. Нижче за течією річки до заказнику примикає Фастівське водосховище.

Ландшафт заказника представлений переважно лісовим масивом, а також заболоченою заплавою. Ліс представлений дубовими насадженнями, де зустрічаються дерева віком 150-200 років. Заплава поросла очеретом розташована на квадратах 11, 29-30 і 34. На квадратах 18 і 27 були висаджені молоді лісові культури, де раніше були проведені рубки [43, с. 41].

У заказнику є поселення бобра, зустрічаються сірий заєць, лисиця, їжак, ласка. Є місцем гніздування для безлічі водно-болотних птахів.

Заказник є історичним місцем. На квадраті 30 (ділянка 14) розташована ботанічна пам'ятка природи місцевого значення «Дуб черешчатий» який за легендою був посаджений полковником Палієм, охоронний статус носить з

1972 року. Вік дерева становить близько 350 років, висота 25 метрів, а обхват 3.8 метри. Він знаходиться за містом дорогою до с. Волиця, де розміщений знак, що вказує на розташування дерева (Додаток Г).

Унава - річка в Житомирській та Київській областях України. Права притока річки Ірпінь (басейн Дніпра) що є потужним гідрографічним рекреаційним ресурсом Фастова. Річка Унава замерзає з початку грудня по березень. Цей період можна використовувати її для рибальства та різноманітних ігор та розважальних заходів на льоду. Гідрологічний пост у Фастова існує з 1949 року. Створено Фастівське водосховище, яке використовується на потреби технічного водопостачання, зрошення та відпочинку місцевих жителів і туристів.

Унава є популярним містом для рибальства. Глибина річки 3 метри, в ній водиться карась, амур, щука, судак, окунь, плотва, лящ, раки, лин, головень, але за даними вчених кількість риби та раків значно зменшилася за останні роки.

На жаль 7 серпня 2018 року в результаті проведених Міністерством охорони здоров'я України досліджень води в рекреаційній зоні Фастова (на пляжах) виявлені мікробні забруднення, тому рекреаційна зона Фастова потрапила до списку не рекомендованих для купання пляжів.

На жаль спортивний річковий туризм у Фастові нерозвинений, хоча у місті існує дитячий байдарковий спорт і є декілька дуже оздоблених та цікавих ділянок на річці Унава. Наприклад, для невеликих походів на байдарках по річці Унава підходить 11-кілометрова ділянка від залізничного моста (платформа Унава) до кінця водосховища в Фастові. Тут річка не засмічена і можна розглянути хатки бобрів і побачити диких птахів [18, с. 15].

Таким чином організація відпочинку на річці Унава має багато проблем, які запобігають розвитку декількох видів туристичної та рекреаційної діяльності. Річка та заказник виступають сумнівним гідрографічним ресурсом для рибальства бо рибалити можна тільки на території міста, де протікає річка, а полювання поблизу Фастова взагалі заборонено по закону користування заказниками. Пляжний відпочинок теж стає неможливий і непопулярний через

рекомендації МОЗ України. Річка та заказник виступають прекрасним рекреаційним ресурсом для прогулянок та екскурсій для родинного та спортивного відпочинку, а річковий спортивний туризм потребує розвитку.

Дуже велике значення у розумінні рослинних природних рекреаційних ресурсів Фастова займають парки.

Парки міста Фастів виступають як окремий комплекс природних рекреаційних ресурсів. На території Фастова знаходяться 2 парки: —Молодіжний та "Парк культури і відпочинку ім. Юрія Гагаріна".

Парк —Молодіжний займає площу 14 га і є пам'яткою садово-паркового мистецтва (Додаток Д)

Озерця, містки, цікавий ландшафт, скульптури з дерева - все сприяє гарному відпочинку.

На території парку є піднесення, з якого весь Фастів видно як на долоні. Вхід в парк безкоштовний.

"Парк культури та відпочинку ім. Ю. Гагаріна" знаходиться в центрі міста. На території парку є недіючий фонтан, літня сцена, пам'ятники радянським воїнам, атракціони та кафе. Незвичайна пам'ятка - тридцятиметрова водонапірна вежа, яка нахилилася і нагадує знамениту Пізанську вежу.

Інша пам'ятка Фастова, що знаходиться на території парку - пам'ятник Миколі Бернадосу - місце ділових зустрічей та романтичних побачень (Додаток Д). Пам'ятник ніде не замовляли, нізвідки не везли - його зробив своїми золотими руками місцевий скульптор Анатолій Древецький.

Це знаменитий винахідник, що з 1898 і до смерті в 1905 році жив у Фастові. Цій людині належить понад 120 винаходів (електричного зварювання і різання металу).

В 2017 році пам'ятник був відреставрований.

Парк є популярним місцем відпочинку фастівчан, але потребує більш ретельного догляду.

Наступні кроки для виконання нашого аналізу є оцінка ІКТР міста за методикою запропонованою Кузиком.

У місті Фастів є декілька визначник пам'яток.

Фастівський костел (Дім Воздвиження Святого Хреста) (Додаток Є).

Католицький храм в неоготичному стилі є справжнім архітектурним шедевром та візитівкою міста. Головний фасад вінчають дві різні вежі, між якими розташований центральний вхід в костел. Внутрішнє оздоблення костелу доволі аскетичне, за винятком колон з пишними капітелями. Поруч розташована будівля католицької семінарії. На території Воздвиженського костелу похований батько Зигмунд Козар, настоятель костелу, завдяки якому в 1990-х рр. католицька святиня Фастова була відроджена і відреставрована.

Покровська церква(Додаток Є).

Архітектурна пам'ятка національного значення, діючий православний храм. По периметру храм оточує аркадна галерея. У 1781 р побудована храмова дзвіниця. У радянські часи була проведена ґрунтова реставрація. Зруби перекриті восьмигранними куполами без барабана, що робить силует будівлі кілька приземленим.

Нахилені всередину (а іноді і в різні боки) стіни, криволінійні обриси, деяка приземленість надають храму привабливу архаїчність, таким чином він виглядає мальовничо і гармонійно, на всі свої понад 250 років. Карбування по жерсті, якою покрито церкву, трохи згладжує дисонанс «дерево-метал».

Спорткомплекс «Машинобудівник» (Додаток Ж).

Являє собою поле для великого футболу та інфраструктуру для занять спортом. На спорткомплексі є трибуна на 5 тисяч місць, бігові доріжки, 2 поля для мініфутболу та вуличні тренажери. Комплекс слугує місцем проведення футбольних матчів, масових заходів спортивного та культурного напрямку, базою спортивних секцій.

Кінозал —SMCіnema Фастів| (раніше "Промінь").

Відновив свою діяльність 2017 року після кількох років перерви. Вміщує невелику кількість глядачів, проте, це єдине місце у Фастові де можна переглянути новинки кінопрокату.

Фастівський краєзнавчий музей (Додаток Ж).

Власне краєзнавчий музей в Фастові був заснований згідно з рішенням Київського облвиконкому від 17 вересня 1990 року. Почав свою роботу в 1995 році після тривалого ремонту приміщення, що тривав 4 роки.

Музей знаходиться в історичному будинку кінця 19 ст. яке є зразком т.зв. безордерной архітектури в "цегельному" стилі(раніше слугував приміщенням банку).

Серед матеріалів історичного відділу є рідкісні архівні та фотоматеріали, а також історичні предмети, що розповідають про перебування в Фастові Директорії УНР, про бій під Мотовилівкою, про об'єднання УНР і ЗУНР та ін. Особливий інтерес викликає діюча модель залізниці і інші експонати про річну історію Фастівської залізниці.

Залізнична станція та —Вагон-музей Злуки УНР та ЗУНР|

На початку 2000-х років на залізничній станції Фастів між шляхами, що тягнуться у напрямку до Козятину і Білої Церкви, був встановлений відкритий для відвідування дореволюційний вагон-музей. У ньому, як прийнято вважати, 1 грудня 1918 року на залізничній станції Фастів було підписано попередній договір Акту Злуки УНР та ЗУНР в єдину соборну державу(Додаток З)

Пивний завод Зібєрта

Представляє історико-культурну цінність як 100-літнє підприємство, що можна використовувати для екскурсій. В 2000-х роках було проведено масштабну модернізацію підприємства із заміною обладнання, в рази збільшено випуск продукції. У Фастові працює 2 фірмових магазини пивоварні, також є 2 кіоски, що лишились з 90-х років.

Пам`ятник радянським воїнам у вигляді танку Т-34

При в'їзді в центр міста зі сторони мікрорайону Заріччя можна побачити пам'ятник радянським воїнам у вигляді танку Т-34. Встановлено танк було 9 травня 1970 року. В радянський період та до недавнього часу з центральної площі міста до танку відбувався масовий парад на день перемоги, який традиційно закінчувався салютом.

Курган Слави(Додаток Є)

9 травня 1985 року у Фастові було відкрито меморіальний комплекс — Курган Слави присвячений загиблим фастівчанам в роки Другої світової війни.

Крім тих пам'яток, що були названі, у Фастові існує ще кілька релігійних храмів: римо-католицький костел, українська православна церква, греко-католицька церква та цілий ряд протестанських храмів.

Є також декілька пам'яток, що не мають пізнавальну та розважальну цінність по різних причинах. Це занедбаний стадіон міського значення під назвою "Рефрижератор" та недобудований розважальний комплекс. Інший приклад невикористаних можливостей - дім № 10 на вулиці Садовій, де виріс Ян Кум - винахідник додатку «Whatsapp». Дім звичайний і не має навіть меморіальної дошки.

Слід відзначити також те, що в культурних закладах Фастова працює 42 клубних формування, 23 колективи художньої самодіяльності. З них понад 17 — це дитячі, в яких розвивають свій творчий потенціал понад 500 хлопчиків та дівчаток. Всього закладами культури охоплено майже 1,5 тисяч осіб. Понад 550 дітей навчається в дитячій музичній школі. Дев'ять колективів художньої самодіяльності мають високе звання аматорський «народний» та «зразковий».

Це найвидатніші пам'ятки, але історико-культурні туристичні ресурси Фастова цим не обмежуються. Для того щоб зрозуміти туристичний потенціал історико-культурних туристичних ресурсів було використано метод Кузика та Додаток А. Отримані дані розміщені у таблиці в Додатку.

Таким чином, використовуючи метод Кузика, який був докладно описаний у підрозділі 1.2. отримуємо дані, що були занесені до таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів
міста Фастова

Інтегральний показник пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів	Максимально можливий Інтегральний показник пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів	Коефіцієнт пізнавальної цінності	Рівень пізнавальної цінності міста Фастів
239	465	0,51	середньоатрактивний

Джерело: складено автором

Таким чином, місто має історико-культурні туристичні ресурси, які несуть пізнавальну цінність, але цього туристичного потенціалу міста недостатньо. Саме тому, на нашу думку, розглядати історико-культурні туристичні ресурси як окремий ресурс для розвитку туристичного потенціалу міста не є прийнятним.

2.2. Логістика міста Фастів для забезпечення туристичної діяльності

У місті Фастів є ресурси за допомогою яких можна зацікавити туристів, але для розвитку туризму необхідні наступні умови:

- Зручні транспортні шляхи для того, щоб дістатися до міста.
- Наявність доступного міського транспорту.
- Стан доріг та комунікацій (світло, водопровід, тепло, освітлення вулиць).
- Наявність місць розміщення та харчування.

Місто Фастів знаходиться у 64 км від Києва (потягом години їзди) і це є дуже великий плюс для розвитку туризму. Відстань до найближчого аеропорту - 62 км (аеропорт Жуляни). Графік електричок із Києва до Фастова дуже зручний.

Фастів є великим транспортним вузлом. Через нього проходять як автомобільні, так і залізничні шляхи.

Станція Фастів приймає пасажирів дальнього і приміського сполучення. Тут зупиняються поїзди на Київ, Львів та інші великі міста. Приміські поїзди ходять на Київ, Миронівку через Білу Церкву, Козятин, Житомир, Святошин.

У Фастові є автобусна система, яка сполучає багато вулиць, сіл і міст з центром міста, та містом Києвом. У місті ходять автобуси та маршрутки, маршрут яких охоплює основні видатні туристичні місця.

Для харчування у місті є декілька закладів (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Заклади харчування у м.Фастів

Назва	Стилістика	Ціни
«Вуду»	Ресторан	Помірні
«Барабан»	арт-кафе із музичною стилістикою	Високі
"Унава"	Ресторан на 100-120 місць	Високі
"Стара Прага"	Ресторан української та європейської кухні в центрі міста. Розливне чеське пиво.	Помірні
"Кофеин"	Кафе-бар в джазовому стилі. Банкетний зал на 60 персон. Фірмовий італійський кави, широкий вибір коктейлів.	Високі
"Золота підкова"	Кафе при мотелі	Помірні

Джерело: [68].

Окремо слід виділити засоби розміщення (таблиця 2.3.)

Таблиця 2.3

Засоби розміщення у м.Фастів

Назва	Характеристика	Мінімальна ціна за місце, грн	Кількість місць
Розважальний комплекс «Дубравушка Club»	На території комплексу розташовуються ресторан європейської та української кухні, готельні номери, котеджі і сауна, гранд-зал до 200 чоловік, бар, банкетні зали до 50 осіб, літні майданчики, більярд, настільний теніс, риболовля, караоке, катання на конях, прокат велосипедів	350	10
Гостиниця «Унава»	Двоповерховий міні-готель стоїть на закритій території біля основної транспортної магістралі міста. Є окремий котедж з сауною, конференц-зал на 40 місць, парковка на 10 автопідвідеоспостереженням, сніданок.	400	10
Мотель "Стара Прага"	Розташований в центральній частині Фастова, навпроти парку ім. Гагаріна та пам'ятника М. Бенардосу. Будівля стилізовано під стару європейську архітектуру	250	8
Міні-готель "Кофеин" (Caffeine)	Розташований в самому центрі Фастова, поруч з центральною площею. Одно- і двомісні номери категорії "стандарт"	240	10

Джерело: [69].

Отже, маємо місця харчування загальною ємкістю більш ніж як 300 місць та засоби розміщення лише на 38 місць.

Однією з головних проблем Фастова є незадовільний стан водопроводу та відсутність конструктивних дій з боку міської влади щодо вирішення цього питання.

Через застарілі комунікації місто практично позбавлене доступу до питної води через централізований водогін.

2.3. Аналіз ефективності використання туристського потенціалу міста

Туристичний потенціал міста Фастів має декілька переваг та недоліків. Використання цих переваг або недостатнє використання туристичного потенціалу міста проілюстровано на рис.2.1.

Отже, туристичний потенціал міста має чим задовольнити велику кількість туристів відпочиваючих за різними різновидами туристичного відпочинку [6, с. 25].

Крім того, для туристичного потенціалу першочергове значення має розміщення готелів та підприємств, що надають оренду житла. Тут велике значення має концентрація місць розміщення у районах міста, які можна побачити у Додатку В.

Крім того, слід оглянути засоби заохочення туристичного потенціалу міста, інформація розміщена у таблиці 2.4.

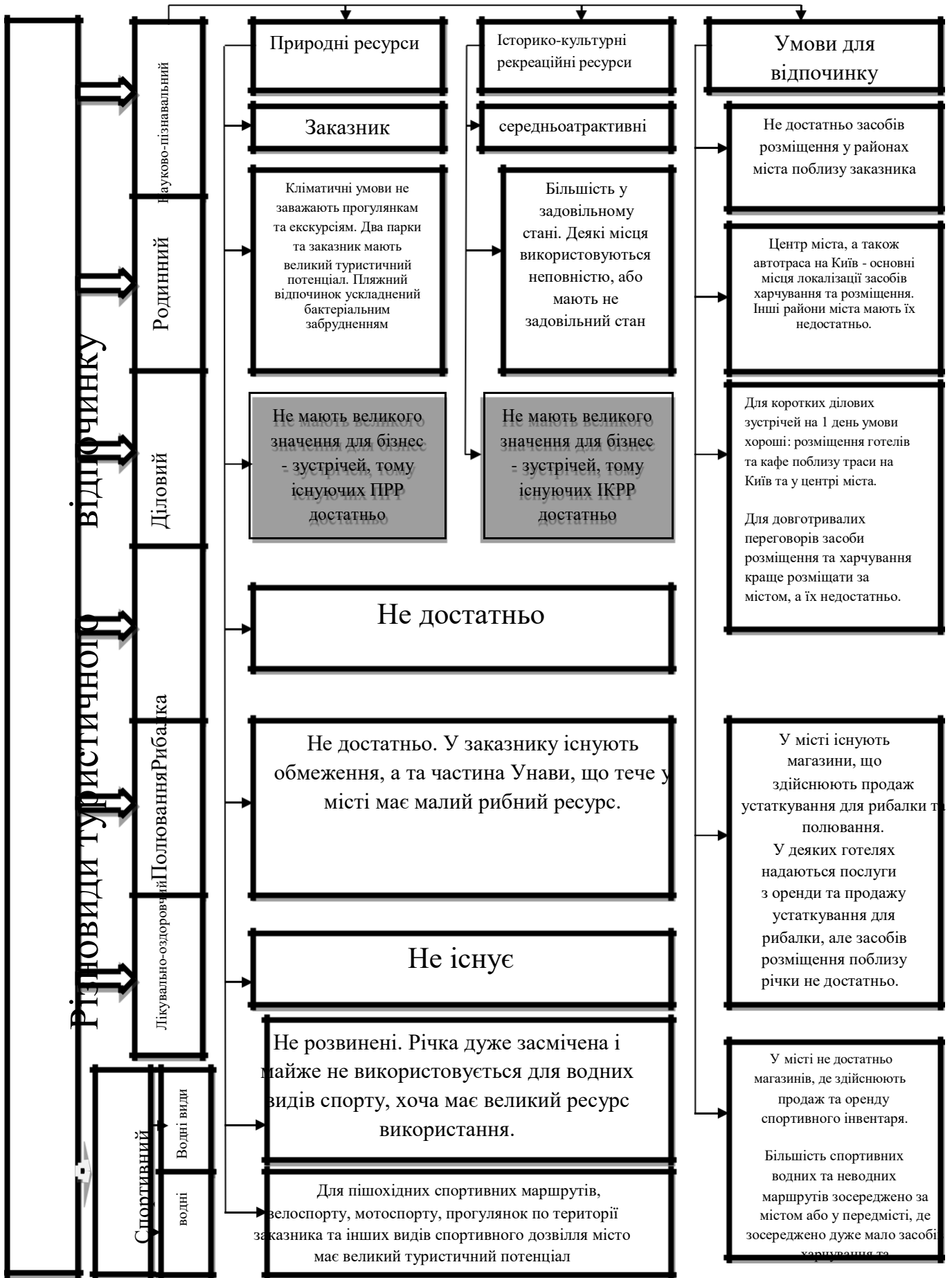


Рис.2. 14. Фактичне використання рекреаційного потенціалу міста [6, с. 25]

Таблиця 2.4

Туристичний потенціал районів міста

Назва району міста	Засоби розміщення, кількість	Місця харчування, кількість	Туристичний потенціал
Журавлівка	0	0	Незначні ІКРР з малим рівнем атракції, поблизу парк «Молодіжний»
Снігурівка	0	1	Незначні ІКРР з малим рівнем атракції, вихід на річку, вихід на автошляхи Київщини.
Кадлубиця	2	3	Незначні ІКРР з малим рівнем атракції
Центр міста	2	7	Воздвиженський костел, музей, музей на колесах, два парки, вихід на автошляхи Київщини.
Заріччя	0	0	Пивоварня Зіберта, Покровська церква, вихід до заказника, рибалка на березі річки, поряд-зручна дорога до центру міста, вихід на автошляхи Київщини.
Завокзалля	0	0	Музей на колесах, близькість залізничного вокзалу, вихід на автошляхи Київщини.
Казнівка	1	1	Вихід до річки, близькість до заказника.
Унавський	0	0	Вихід до річки, близькість до заказника, не має зручних автошляхів, послуги міського транспорту не задовільні.

Джерело: [12].

Таким чином, маємо дуже нерівномірне співпадіння туристичного потенціалу та засобів надання послуг розміщення та харчування.

Із таблиці 2.4. можна зробити наступні висновки: Центр міста-єдиний район у котрому рівень туристичного потенціалу та надання засобів розміщення і харчування мають дуже високий рівень. У цьому районі не має потреби покращувати ні рівень туристичного потенціалу ані надання туристичного сервісу. Райони Унавський та Журавлівка мають найнижчий рівень атракції та доступу до природних ресурсів міста. У цих районах не існує

засобів розміщення і харчування і потреб покращувати рівень туристичного сервісу не існує. Райони Снігурівка, Кадлубиця, Казнівка мають хороший рівень забезпечення потреб оренди та харчування але дуже низький рівень туристичного потенціалу, який необхідно підвищувати. Завокзалля не потребує підвищення туристичного потенціалу, а, через близькість до Центру міста, і у надаванні засобів харчування та оренди житла. Дуже цікавим виявився район Заріччя, де при високому рівні туристичного потенціалу не існує надання послуг харчування та оренди житла.

Висновки до другого розділу

1. Оцінка природних рекреаційних ресурсів, що можуть бути використані для туристичного потенціалу показала, що це є два парки та близькість до заказника. Негативними факторами є неможливість полювання та дуже скромний ресурс риби для рибалки та факт бактеріального забруднення пляжів.

2. Оцінка історико-культурних рекреаційних ресурсів за методом Кузика показала, що місто відноситься до середньоатрактивної зони відпочинку. На нашу думку недостатньо використовується народний фольклор та колорит міста, є недобудовані будівлі, нереставровані археологічні знахідки та інші історико-культурні рекреаційні ресурси, що могли б використовуватися для збільшення рівня атракції.

3. Зручне залізничне сполучення та автошляхи, близькість до Києва є дуже гарними умовами для використання туристичного потенціалу.

Негативними елементами для розвитку туристичного потенціалу є нерівномірність та недостатність засобів розміщення та харчування у одних районах міста та висока її концентрація у інших. Загалом, місто має місця харчування загальною ємкістю більш ніж як 300 місць та засоби розміщення на 43 койко-місця.

4. Співпадіння розміщення місць надання оренди житла та харчування із місцями концентрації рекреаційних ресурсів теж неоднакове.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ФАСТІВ

3.1. Основні проблеми та перешкоди на шляху розвитку туристського потенціалу міста

Незважаючи на наявність у Фастові передумов, сприятливих для функціонування туристично-рекреаційного господарства в місті, останнє характеризується низьким рівнем розвитку. Незадовільними лишаються як кількісні показники забезпеченості міста закладами туристичної інфраструктури, так і якість матеріально-технічної бази останніх.

Фастів по більшій мірі не є «туристичним» містом. Така ситуація пояснюється слабо розвинутою туристичною інфраструктурою та відсутністю позиціонування міста як туристичної дестинації. Місто має значний культурно-історичний та достатньо великий природно-туристичний потенціал, який ще недостатньо використовується в якості туристичних ресурсів, проте його можливо (і треба) використовувати для організації туристичної діяльності.

Якщо зробити висновки із наявної інформації, щодо використання міста Фастів з туристичного боку одразу слід зазначити, що екологічна ситуація у місті має катастрофічний вплив на розвиток туризму. Найбільш стримуючим фактором, що негативно впливає на розвиток туристичної галузі в місті, є:

- бактеріальне забруднення Унави внаслідок виливів каналізації призвело до складнощів у використанні пляжів;
- нерозумне водовикористання призвело до проблем водопостачання у місті.

Мережа існуючих доріг загального користування в Фастові та навколо нього в цілому дозволяє здійснювати автотранспортне сполучення в місті, але технічний стан її потребує проведення значних робіт із реконструкції та капітального ремонту.

Загрозами, що можуть стати на заваді розвитку туристичного потенціалу у Фастові, можуть бути: низький попит на рекреаційні послуги, що надаються в місті; незадовільний рівень інформованості потенційних споживачів та інвесторів про рекреаційні можливості регіону; подальше зниження рівня платоспроможного попиту з боку населення, обсягів фінансування та інвестування галузі, погіршення екологічної ситуації міста та території населених пунктів прилеглих до нього; спад атрактивності рекреаційних ресурсів природного й антропогенного походження внаслідок нераціонального їх використання та організації недостатньо ефективних заходів щодо їх охорони; недостатність підприємницької ініціативи в рекреаційній галузі регіону.

Основними проблемами розвитку рекреаційного та туристичного господарства в місті є брак фінансових ресурсів, значна зношеність основних виробничих фондів, застаріла матеріально-технічна база, низький попит на рекреаційні послуги в регіоні, зумовлений як недостатньо високою якістю туристичних послуг, так і поганою інформованістю потенційних споживачів щодо можливостей відпочинку в регіоні.

Як свідчить аналіз туристично-рекреаційних ресурсів міста Фастів, на сучасному етапі вони використовуються вкрай незадовільно і не слугують завданню національно-культурного відродження України. Швидкому розвитку туризму в значній мірі перешкоджає:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- поганий стан автомобільних доріг, необлаштованість місць короточасного відпочинку туристів;
- незадовільний стан інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг як в межах міста, так і поза ним (відсутність дорожніх вказівників, туристично-інформаційних знаків, рекламних біг-бордів тощо);
- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму;
- низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг;

- недостатність туристичної інформації як для туристів, так і для підприємств, що надають послуги у сфері туризму (карт, рекламної продукції, інформації про місто);
- відсутність у достатній мірі сучасних закладів комплексного обслуговування туристів: готелів, кемпінгів, туристичних баз тощо;
- низький рівень конкурентноспроможності міського туристичного та рекреаційного продукту;
- відсутність інформації про місця відпочинку, стоянки для автотранспорту, відсутність сан-вузлів (біотуалетів).

Інша проблема, яка виявлена- майже повна відсутність пам'яток народної архітектури. У місті не існує прикладів національних споруд у вигляді стародавніх хат, млинів, садиб та інших осередків тутешньої народної архітектури- цю проблему теж слід враховувати.

Всі ці проблеми пов'язані з повільним розвитком туризму в місті. Їх неможливо розв'язати засобами та силами тільки відділу культури і туризму виконавчого комітету Фастівської міської ради, для цього необхідні регіональна програмна підтримка та комплексний підхід, координація діяльності з іншими відділами місцевих органів виконавчої влади, комунальними службами, органами місцевого самоврядування, суб'єктами підприємницької діяльності та міжгалузева координація.

Місто також має давні традиції збереження природних ресурсів - це наявність двох парків та заказника, тобто розвиток зеленого туризму тут має гарний фундамент для розробки стратегії розвитку туристичного потенціалу міста загалом.

3.2. Шляхи вирішення виявлених проблем та усунення перешкод

Туристична галузь має велике значення для розвитку економіки та соціальної сфери Фастова. Пріоритетні напрямки розвитку туристичного потенціалу міста є важливим чинником утворення додаткових робочих місць та підвищення авторитету району в області.

Фастівська міська рада розглядає туризм як невід'ємну складову частину розвитку економіки та соціально-культурної сфери міста, як дієвий засіб формування ринкових механізмів, поповнення бюджету, створення нових робочих місць, проведення змістовного дозвілля фастівчан та гостей міста. Туризм сприяє розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва, залученню громадян до здорового способу життя, пізнання розмаїття природи та історико-культурної спадщини нашого краю. У свою чергу важливими факторами розвитку туристичної галузі є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал міста. А тому міською радою Фастова було затверджено «Програму розвитку туризму міста Фастова на період 2016-2020 роки».

Ця програма покликана стимулювати ефективне використання наявних ресурсів міста, підвищити рівень туристичного співробітництва, стимулювати розвиток ринкових відносин у туристичній сфері.

У рамках Програми планувалось поступове вирішення таких питань:

1. Створення:

- сприятливих умов для презентації туристичних можливостей міста на власному та всеукраїнському туристичному ринках шляхом представлення експозицій на обласних та національних туристичних виставках, ярмарках;
- створення умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького, релігійного тощо);
- єдиної інформаційної бази даних готельних, ресторанних, туристичних послуг у місті;

- інформаційної системи бази даних щодо існуючих туристичних, тематичних пізнавальних, розважальних маршрутів та туристичних об'єктів;
- штатної одиниці у відділі культури і туризму для вирішення питань з розвитку туристичної галузі міста та презентації її потенціалу на різних рівнях;
- штатної одиниці —науковий співробітник - екскурсовод у Фастівському державному краєзнавчому музеї для розроблення туристичних маршрутів та проведення екскурсій по місту і району.

2. Виготовлення рекламно-інформаційної продукції про місто та його туристичні можливості (буклети, путівники, каталоги, карти).
3. Проведення: фестивалів, культурно-розважальних, спортивних заходів, активної рекламної діяльності, спрямованих на формування туристичного іміджу міста.
4. Підтримка розвитку підприємств галузі туризму (малого та середнього бізнесу).
5. Забезпечення необхідних заходів щодо вдосконалення структури управління в туристичній сфері на місцевому рівні.
6. Формування, реконструкція, модернізація та раціональне використання паркових, прибережних та лісопаркових територій.
7. Створення та розвиток об'єктів туризму.
8. Створення сприятливих умов для розвитку спортивно-оздоровчого та культурно-пізнавального туризму.
9. Впровадження сучасних інформаційних технологій в розвиток туристичної сфери, наприклад створення віртуальних екскурсій по місту для зацікавлення громадян через інтернет-мережу.

Програмою також передбачені шляхи вирішення проблеми розвитку туризму в місті:

- ініціювання формування туристичного простору високої привабливості шляхом розроблення та впровадження конкурентоспроможного туристичного продукту на основі наявних туристичних та рекреаційних ресурсів;

- сприяння розвитку спеціалізованої туристичної інфраструктури, здатної забезпечити стійкі темпи зростання туристичних потоків;
- сприяння створенню умов для залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- сприяння формуванню позитивного туристичного іміджу міста, розвитку регіонального і міжнародного співробітництва у сфері туризму;
- формування розвиненої туристичної індустрії, яка б задовольняла потреби туристів та їх безпеку;
- реставрація пам'яток історії та культури;
- підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини;
- випуску якісної рекламної продукції туристичної галузі;
- підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг;
- впровадження нових туристичних маршрутів і тематичних екскурсійних програм;
- популяризація туристично-оздоровчого та екскурсійного туризму серед учнівської молоді та населення;
- посилення ролі громадськості в розвитку туризму;
- удосконалення механізмів взаємодії органів державної влади, громадських організацій, суб'єктів туристичної діяльності у сфері туризму;
- збереження і розвиток національної культури, відродження народних ремесел;
- формування національної самосвідомості, патріотичне виховання дітей та молоді.

Отже, аналізуючи другий розділ для підвищення рівня туристичного потенціалу мною запропонована модель аутентичного готелю-садиби (за аналогією садиб Західної України). Така садиба повинна бути заснована на засадах родинного бізнесу та сільського зеленого туризму. Такий готель може бути створений з метою підвищення туристського і культурного потенціалу

району Заріччя, де при високому рівні туристичного потенціалу не існує надання послуг харчування та засобів розміщення [33].

Запропонована модель засобу розміщення туристів повинна бути стилізована під характерні особливості українського села Фастівщини. Обов'язковою умовою існування такої садиби має бути те, що усі функції персоналу такого міні-готелю буде здійснювати одна родина, тобто це буде родинний бізнес.

3.3. Перспективність створення інноваційного засобу розміщення в м.

Фастів

Враховуючи недостатню кількість, відсутність різноманітності засобів розміщення у м.Фастів та враховуючи закордонний досвід провідних країн світу, пропонується відкрити в м.Фастів аутентичні готелі-садиби, яких до цього часу не було в місті. Отже вони стануть першими інноваційними засобами розміщення, що привернуть увагу туристів з найближчих великих міст своєю колоритністю та абсолютною протилежністю урбаністичному стилю життя у великому місті.

Розглянемо ключові питання функціонування аутентичного готелю-садиби. Така модель переслідує низку цілей та засобів вирішення конкретних проблем у місті та перепон у веденні бізнесу.

Харчування

Тут важливими, у світлі принципів зеленого туризму, є натуральність продуктів, ендемічність і місцевий колорит меню. Харчування по бажанню клієнта може бути дворазовим, або триразовим. Меню складається заздалегідь-кожен відпочиваючий може ознайомитися з ним за день. Також для тих відпочиваючих, які готують самостійно повинна бути повністю обладнана міні-кухня з обідньою зоною, холодильником, чайником та плиткою, посудом. Окремо до послуг харчування відносяться місце для пікніку, дитяче меню,

спеціальні дієтичні меню (по замовленю), сніданок у номер, доставка продуктів. Бажана наявність магазину поблизу, якщо туристи бажають харчуватися самостійно.

Схожість із карпатськими садибами

Основний пріоритет складають туристи Київщини, у яких за статистикою садиби сільського зеленого туризму Полонини стають все більш популярними. А тут не треба далеко їхати - Фастів значно ближче до Києва, ніж

Полонина. Різноманітність умов проживання.

Обов'язковою умовою існування такого підприємства є наявність усіх різновидів оренди житла, мають бути номери класу економ, напів-люкс та люкс, а також мінімум один конференц-зал. Як видно із рис. 2.14 необхідно задовольнити потреби науково-пізнавального, родинного, ділового та спортивного туризму, а також любителів рибалки. Також різні туристи мають різні матеріальні можливості та цілі.

Конкурентоспроможність

Бажано мати у такій садибі басейн, сауну, можливо більярд та увесь стандартний набір сервісу, тобто Інтернет, телебачення та ін. щоб забезпечити умови подібні до інших готелів міста. Звісно сервіс включає прибирання кімнат, користування пральною машинкою, догляд за дітьми, транспортні послуги. Розрахунок на кожну особу- зміна постілью та рушників один раз на три дні, але за необхідністю можливо і частіше.

Для отримання конкурентних переваг власнику гостинної садиби необхідно визначитися із основними підходами діяльності. Існують два основних підходи для отримання конкурентних переваг [9, с. 9] :

- підхід, акцентований на споживачах;
- підхід, акцентований на конкурентах.

Перший підхід є більш сприйнятним з точки зору концепції маркетингу, так як передбачає концентрацію на потребах та запитах споживачів; застосування методів, які посилюють об'єктивне та суб'єктивне задоволення

споживачів послугами запропонованої моделі ведення готельного бізнесу [46, с. 201].

Другий підхід зосереджується на стратегії та тактиці протидії конкурентам, при якому можуть використовуватись два способи досягнення конкурентних переваг: лідерство за витратами та сукупність дій із погіршення якості конкурентного середовища [10, с. 521].

Співпраця

Бажано організувати тісну співпрацю з місцевими жителями та різноманітними організаціями, мати штатного екскурсовода.

Важелі для усунення сезонності попиту

Циклічність сезону охоплює період до 1 року і пов'язана, як правило, з кліматичними змінами та видами туризму на території, де знаходиться готель.

У більшості садиб Карпат та Прикарпаття, досвід яких мною був використаний при написанні роботи, існує проблема сезонності попиту, що значною мірою позначається на стабільності рівня доходів. Найбільше можливості садиб використовуються у зимові місяці у розпал гірсько-лижного сезону та у літні місяці. Періоди спаду використання гірських витягів та осінні місяці - найважчий час у існуванні підприємства. У нашому випадку сезонність попиту буде ще важчою проблемою, адже у нашої моделі не існує природних рекреаційних ресурсів для гірсько-лижного відпочинку. Як правило пік сезону перепадає на літні місяці, а взимку настає «мертвий» сезон [11, с 251].

Для зростання конкурентної переваги перед іншими курортними готелями, необхідно розробити систему праці нашої моделі ведення готельного бізнесу, при якій прибуток не піддається сезонним коливанням. Треба розробити систему при якій готель буде орієнтований на ділових та відпочиваючих туристів одночасно.

Такий засіб вирішення проблем є надання декількох видів послуг, попит на які коливається у протифазі (сезонний спад або підйом).

Деякі цілі ділового туризму мають перспективу розвитку у запропонованій моделі, а деякі- ні.

Розглянемо їх детальніше:

- проведення переговорів і ділових зустрічей з партнерами по бізнесу. Для короткочасних переговорів більше підходять умови великих готелів Фастова, що зручно розміщені і мають налагоджену інфраструктуру, для довгострокових- умови нашої садиби у тиші на природі, далеко від урбанізованих краєвидів. Але при розумній інформаційно-рекламній політиці та маркетингових дослідженнях і у галузі короткочасних переговорів запропонована модель може забезпечити конкурентноспроможність, інший дієвий інструмент- гнучка цінова політика;
- встановлення і налагодження ділових контактів - де ж це робити, як не на свіжому повітрі Фастова. Гості можуть також домовлятися про бенкети або проведення пікніків ;
- проведення нарад з керівництвом і колегами з філій і дочірніх структур;
- контроль роботи представництв і філій;
- навчання співробітників;
- звернення в держструктури інших країн для отримання ліцензій, сертифікатів, дозволів і тому подібне.

Головна відмінність ділового відпочинку від масового туризму – це ухвалення рішення про відрядження, джерела і розміри фінансування, орієнтуючись на ділову необхідність. У більшості випадків рішення приймають керівник або власник компанії, начальник відділу, а не самі бізнес-туристи. Цей факт можна вигідно використати, коли усталена дешева орендна плата стане ключовим аргументом для залучення гостей.

Орендні можливості садиби можливо використовувати також для здійснення будь-яких етапів бізнес-турів, все що необхідно- забезпечити проживання та сніданки для гостей, що подорожують.

Як правило, бізнес-тури організують професійні агентства ділового туризму, тому якщо заключити контракт з таким агентством, наприклад на осінь, то вони гарантовано забезпечать садибу гостями.

Згідно із статистики з усіх різновидів ділового туризму - 92 % складають гості, яким потрібні тільки сніданок та ночівля. Для цього у запропонованій моделі необхідно створити умови, близькі до транзитних готелів, які призначені для обслуговування туристів в умовах короткочасної зупинки. Це приміщення малої чи середньої місткості з обмеженим рівнем комфорту. Це дуже зручно для господарів садиби, адже невеликі зусилля для ділових гостей та скромним прибутком будуть компенсувати гості, що відпочивають. Разом це буде створювати необхідну «безпеку прибутку».

До 8% відноситься інсентив-туризм (MICE-tourism), що покликаний деформалізувати рутину бізнесу, поєднуючи справи та розваги, і слугувати мотивацією-винагородою для кращих працівників. По суті ділові гості, які їдуть для здійснення інтенсив-туризму ні чим не відрізняються від відпочиваючих гостей за переліком необхідних послуг садиби. Вони будуть доповнювати інших відпочиваючих.

Отже, сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу. Звісно садиба не може втратити інших гостей, тому тут потрібен розумний підхід.

Звісно близькість Києва тут буде виступати великим плюсом.

Анкетування

При прийомі гостей до садиби їм необхідно запропонувати відповіді на просту анкету, для максимального задоволення їх потреб. Крім того це дасть змогу слідкувати за попитом та вчасно на нього реагувати.

Невелика кількість робітників.

Слід зазначити, що запропонована модель готелю є дуже невеличке підприємство, тому колектив цієї організації дуже невеликий-інакше не забезпечити економічну рентабельність та спроможність підприємства. Для того, щоб забезпечити робітників нормальним заробітком, дуже багато працівників повинні займатися декількома справами. Маючи родинний бізнес це легше забезпечити без виникнення конфліктних ситуацій. За необхідністю

підприємство тимчасово має наймати одного-двох робітників (робітниць) які виконують допоміжні функції і займаються господарськими справами, проведенням капітального та косметичного ремонту, приготуванням їжі, прибиранням і та ін.

Вигідним козирем для садиби є її дуже маленький колектив, тому проблеми родинного бізнесу великих компаній(гроші, чвари за наступництво, "кумівство"), усе те що призводить до неефективного управління сімейним бізнесом- не є актуальним для колективу садиби.

Побудова сімейної концепції

Ключем до довгострокового успіху сімейного бізнесу є професійне управління і побудова сімейної концепції, яка дозволить родині бути відданою власній справі.Сьогодні сімейний бізнес вважають ще не достатньо розпізнаною формою власності, але в той же час він є достатньо поширеним – від невеличких сімейних крамничок до потужних бізнес-гігантів, таких як BMW, Samsung і Wal-Mart Stores.

Злагожденість роботи колективу.

Як бачимо, тут головними чинниками є гармонійність та злагодженість у роботі членів родини. Матеріальна вигода окремих робітників відступає на другий план- гроші і так залишаються у родині.

Цінова політика та сервіс

Широко розповсюджений засіб- політика сезонних цін – застосування прогресивних форм цін в залежності від очікуваного попиту споживачів на ті чи інші послуги готелю, а також їхньої здатності реагувати на такі зміни. Знов-таки у малому підприємстві значно простіше здійснити таку політику, ніж у великому. Дуже важливими є також всебічне вдосконалення сервісу з надання послуг для становлення підприємства на конкурентному ринку;формування бази постійних клієнтів та системи знижок для них; - формування спеціальних пакетних пропозицій у низький сезон, наприклад, 3 ночі за ціною двох; реєстрація у системах бронювання та використання договорів із корпоративними клієнтами.

Інформативні послуги

Важливою умовою популярності запропонованої моделі ведення готельного бізнесу у Фастові є те, що усі інформативні послуги надаються безкоштовно. Тому керівництво підприємства повинно «тримати руку на пульсі» і постійно знати міські новини та ціни на будь-які послуги та місця, де ці послуги надаються.

Використання засобів масової інформації

Широке використання засобів масової інформації для формування попиту на послуги і залучення клієнтів шляхом їх оповіщення про властивості та якості послуг, що надаються.

Збереження потенціалу

При спаді попиту дуже виручає внутрішня родзинка підприємства-родинний бізнес. Це дає змогу зберегти інтелектуально-трудоий потенціал садиби, використати цей час для реконструкції та ремонту садиби.

Використання теоретичних маркетингових досліджень на практиці

Важливою аксіомою використання орендних можливостей садиби є не тільки реагування на статистичні дані попиту, а й бажання використовувати вже готові маркетингові дослідження про розуміння потреб типового туриста, що відпочиває з певними цілями.

Логістика міста Фастів дає змогу вважати ділового туриста найцікавішою групою туристичного відпочинку, тому розглянемо на цьому прикладі теоретичні маркетингові напрацювання.

Типовий турист, що подорожує зі службовими цілями, - це чоловік середнього віку з вищою освітою, кваліфікований спеціаліст чи керівник, власник бізнесу, вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу.

Орієнтування на українського споживача.

Активне залучення європейських ділових туристів вимагає великі орендні площі, матеріальні затрати та використання спеціалізованих бізнес-готелів, обов'язковою складовою якого є диверсифікований бізнес-центр, що має надавати безліч ділових послуг з обов'язковою розважально-

ознайомлювальною програмою. Звісно це не підходить малому родинному бізнесу садиби.

Розумне використання орендних площ

Спираючись спочатку на теоретичні маркетингові дослідження, а потім на власний досвід необхідно розробити сегментування використання орендних площ для економії матеріальних засобів. Тут універсальної моделі немає, але за попитом споживача це сегментування можливо розробити. Наприклад, здавати в оренду невеликі дешеві приміщення класу «напів-люкс» та «економ», коли єдиним туристичним попитом стане зимова рибалка, або короткочасні ділові відрядження у осінньо-зимовий період.

Висновки до третього розділу

1. Запропонований шлях розвитку туристичного потенціалу району Заріччя міста Фастів шляхом підвищення культурного, туристичного потенціалу та рівня забезпечення доступного харчування та оренди житла.
2. За основу праці моделі готелю обрано тип аутентичної садиби, де усі справи веде одна родина.
3. Запропоновано шляхи подолання рівня конкурентності, економічної нестабільності внаслідок сезонності прибутку, доказані позитивні риси такої моделі.

РОЗДІЛ 4. РОЗРОБЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРУ «ФАСТІВ-ІНКОГНІТО», ЯК ЗАСОБУ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ФАСТІВ

4.1 Програма інноваційного туру «Фастів - Інкогніто»

За результатами проведеного дослідження було виявлено повну відсутність турів вихідного дня до м.Фастів такого сегменту туристів, як мешканці найближчих великих мість, які бажать переключитись з урбаністичного середовища на спокійний відпочинок в невеликому колоритному місті.

Пропонується у якості старт-апу Програма інноваційного для м.Фастів туру на 2 дні (тур вихідного дня) з елементами сільського зеленого туризму, яка розрахована на 14 туристів. Ключовим населеним пунктом туру є: м. Фастів. Тур розрахований для людей віку 40+.

Пізнавальний аспект туру буде проведено в м.Фастів з відвідуванням його історико-культурних пам'яток. Елемент сільського зеленого туризму, що присутній у турі – це проживання у запропонованому в роботі інноваційному готелі-садибі «Перлина Унави».

Тур та його технологічна документація повинні відповідати нормативним вимогам, які направлені на захист прав споживачів.

Технологічна карта пізнавального туру «Фастів - Інкогніто» представлена у табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Технологічна карта туру

Назва туристичної організації	«JOIN UP»
Назва маршруту	2-денний пізнавальний тур «Фастів-Інкогніто»
Вид транспорту	автобус MERCEDES BENZ 818
Основні пункти маршруту	м. Київ — м. Фастів
Вид маршруту	Кільцевий, організований, автобусно-пішохідний
Кілометраж	150 км
Тривалість маршруту в днях (календарних)	2 дні
Кількість туристичних груп	1 група
Всього туристів по маршруту	14 + 1 чол.
Всього людино-діб (по ночівлям)обслуговування на маршруті	2 люд./діб
Затрати по екскурсійному обслуговуванню	-
Тривалість роботи керівника туристичної групи	2 дні
Вартість путівки на туристичну групу	49,708грн.
Вартість путівки на одну особу	3,550 грн.

Джерело: складено автором.

Програму пізнавального туру по м. Фастів наведено в табл.4.2.

Таблиця 4.2

Програма туру «Фастів - Інкогніто»

День 1	14:30 16:00 16:10 - 17:00 17:10 - 19:20 19:30 –20:00 20:10	Виїзд з м.Київ Приїзд в м.Фастів Розміщення Розважальна програма Вечеря Вільний час
День 2	8:30 – 9:00 9:15 - 9:30 9:40 – 12:50 13:00 – 14:00 14:20 – 16:30 16:35 — 16:50 17:10 - 19:20 19:30 –20:00 20:10	Сніданок Виїзд в центр Фастова Оглядова екскурсія Фастова Обід Оглядова екскурсія Фастова Приїзд до місця розміщення Розважальна програма Вечеря Вільний час
День3	8:30 – 9:00 9:40 – 12:50 13:00 – 14:00 14:20 – 16:30 16:35 — 16:50 18:00	Сніданок Оглядова екскурсія Фастова Обід Оглядова екскурсія Фастова Приїзд до місця розміщення Виїзд до Києва

Джерело: складено автором.

Інформаційний листок до путівки туристської подорожі – містить розділи обов'язкової й додаткової інформації з маршруту, призначеної для туристів, є невід'ємним додатком до туристської путівки. Даний документ відображений у табл. 4.3

Таблиця 4.3

Інформаційний листок пізнавального туру «Фастів - Інкогніто»

Параметри	Характеристика
Назва країни перебування	Україна
Найменування містперебування	м. Київ – м. Фастів — м. Київ
Державний устрій країни	Унітарна держава
Столиця	Київ
Великі міста	Київ, Дніпро, Харків, Запоріжжя, Одеса, Миколаїв
Релігія	Православ'я
Коротка інформація про транспортне обслуговування під час подорожі та заклади розміщення та харчування по маршруту	Даний тур є пізнавальним, груповим, за формою організації - організований, даний тур є сезонним, короткотривалим (2 дні), маршрут є кільцевим, автобусно- пішохідним, засоби розміщення – готель-садиба «Перлина Унави», заклади харчування – ресторан «Стара Прага», готель-садиба «Перлина Унави».
Основні визначні пам'ятки	Фастівський костел, Фастівський краєзнавчий музей, Покровська церква, заказник —урочище Унавал, —Вагон-музей Злуки УНР та ЗУНР, парк —Молодіжний, пивний завод Зіберта
Розважальна програма	«Вечорниці на Заріччі» — музично-розважальна програма проводиться господарями садиби у взаємодії з туристами з елементами народних ігор сіл Київщини
Корисні поради туристам	Потрібно ретельно обдумати список речей, які необхідно взяти із собою (камеру, зарядні пристрої для Вашої техніки; лікарські засоби, які можуть стати Вам у нагоді. Взяти із собою документ, який засвідчує особу (паспорт, водійські права, тощо). Варто надати актуальний мобільний телефон, який буде з Вами під час поїздки. Пошкоджене майно (в готелі-садибі, автобусі і т. д.) оплачується додатково, виходячи з суми нанесеної шкоди. Ніколи не залишайте гроші і цінні речі в автобусі під час зупинок і на ніч.

Джерело: складено автором.

Культурно-пізнавальний тур починається в м.Київ, далі туристи прямують до м. Фастів. В м.Фастів учасники користуються пішохідним маршрутом.

Схему маршруту наведено на рис. 4.1, 4.2.

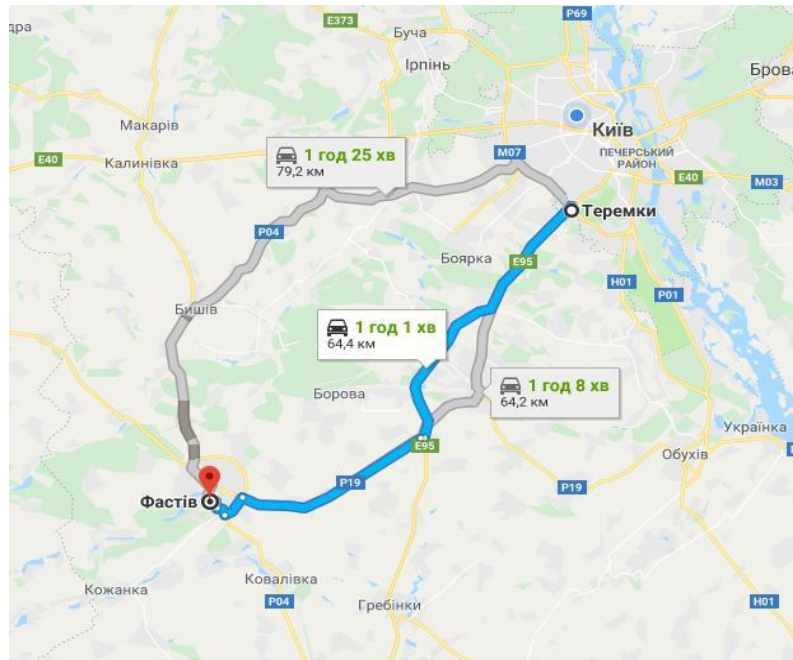


Рис. 4.1. Автобусна схема туру

Джерело: складено автором на основі [54].

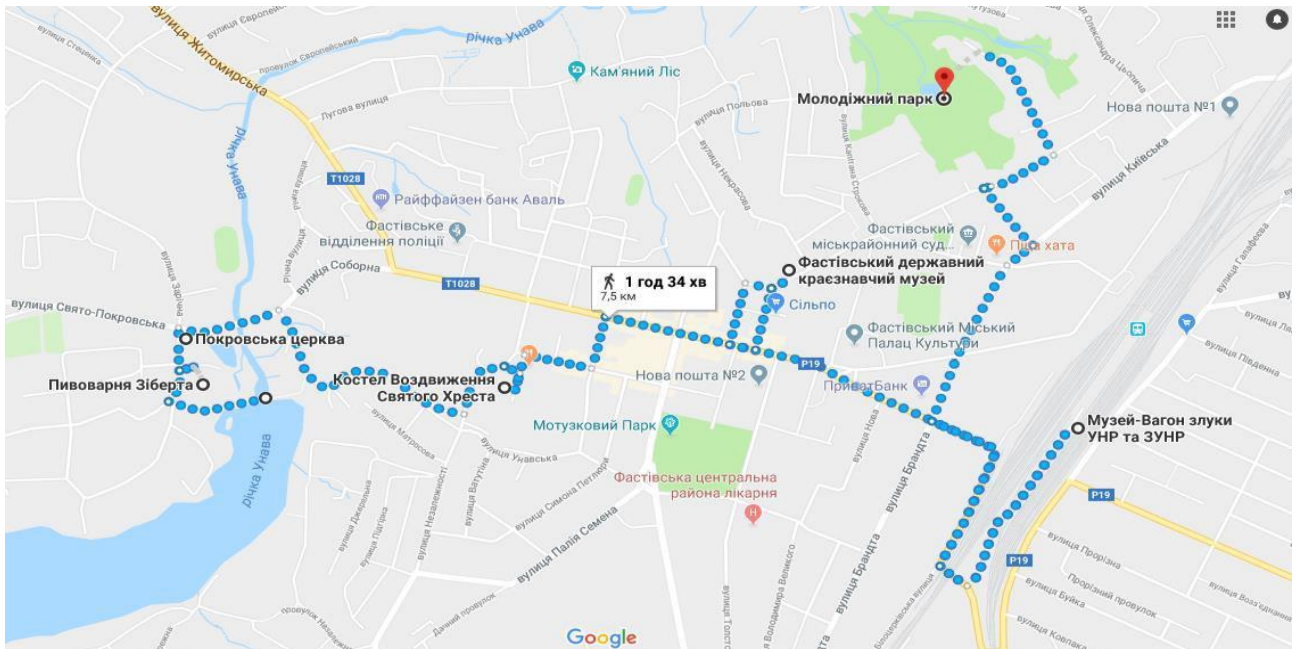


Рис. 4.2 Схема пішохідного маршруту по місту Фастів

Джерело: складено автором на основі [54].

Таблиця 4.4

Калькуляція вартості автотранспортного маршруту

№ п/п	Назва стаття витрат	Кількість	Ціна, грн.	Сума, грн.
1.	Витрати на паливо	100	26	2,600
2	Витрати на відрядження водієві	2	400	800
3	Витрати на страхування (Green Cart)	2	100	200
6	Загально експлуатаційні затрати (утримання офісу, реклама, зарплата персоналу)	1	6000	6,000
7	Накладні витрати (екологічний збір, рекреаційний збір, санобробка, злив туалетів)	1	1500	1,500
8	Амортизація	2	300	600
9	Собівартість	-	-	11,700
10	Прибуток	30 %	-	3,522
11	Загальна вартість автотуру	-	-	15,222
12	Вартість у розрахунку на 1 особу	14	-	1,087

Джерело: складено автором.

4.2. Економічне обґрунтування запропонованого туру

Основні витрати по туру складаються із собівартості (сумарної вартості основних послуг тур пакету) та податків.

Додатковими витратами по туру є вартість додаткових послуг, які пропонуються туристам на вибір і за їх бажанням можуть бути включені до остаточної ціни тур пакету чи сплачуватись в місці споживання.

У вартість запропонованого туру включено:, усі трансфери, розміщення в готелі-садибі 3* і харчування FB (сніданки, обіди, вечері), екскурсійна програма, прибуток тур фірми - 10%, страховка – 100 грн./день. Проживати туристи будуть у двомісних номерах класу «Покращений двомісний номер».

Тобто заброньовано 7 номерів. Супроводжуючий проживає окремо в одномісному номері, вартість якого оплачує організація, яку він представляє.

1. Вартість проживання :

В готелі-садибі в номері "Покращений двомісний номер" (14*300 грн.) * 2 дні=8,400 грн.

Номер для керівника групи 200 грн. *2= 400 грн.

2.Вартість харчування туристів:

Вартість харчування на всіх об'єктах складає 80 грн. за один прийом їжі. Прийомів їжі буде 6 – 2 сніданків, 2 обідів, 2 вечерь. Їх вартість розрахуємо: вартість харчування

Прийом обіду буде здійснюватись в ресторані —Стара Прага

на групу – $6 * 80 * 14 = 6,720$ грн. Вартість на одну особу – $6,720 / 14 = 480$ грн.

+ 480 харчування керівника групи.

4. Трансфер автобусом:15,222 грн.

5. Екскурсійне обслуговування:

Всього тур включає 8 екскурсій, середня ціна яких 40 грн.

Ціна на групу $8 * 40 * 14 = 4,480$ грн.

6. Медична страховка:

$100 * 14 \text{ осіб} * 2 = 2,800$ грн. – на всю групу. На одного – 200грн.

Собівартість туру, за переліком основних послуг на групу складає:

$8,400 + 6,720 + 15,222 + 4,480 + 2,800 = 37,662$ грн.

Прибуток тур фірми - $37,662 * 10 / 100 = 3,762$ грн.

Повна вартість туру: $37,662 + 3,762 = 41,424$ грн.

До отриманої суми додається 20% ПДВ: $20\% =$

$41,424 + 8,284 = 49,708$ грн.

Ринкова ціна пізнавального туру на 2 днів/2 ночей для групи туристів з 14 осіб складає 49,708 грн. На одного туриста 3,550 грн.

Розрахунок вартості туру здійснюється за підрахунком усіх витрат, які пов'язані з послугами транспортування, розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування, страхування туристів

Таблиця 4.5

Розрахунок прямих витрат

Стаття витрат	Витрати на одну путівку, грн.	Кількість туристів у групі, чол.	Витрати на весь тур, грн
Витрати на екскурсії	320	14	4,480
Харчування туристів	480	14	6,720
Проживання	600	14	8,400
Страхування туристів	200	14	2,800
Всього	1,600	14	22,400

Джерело: складено автором.

За підрахунком прямих та непрямих витрат була розрахована загальна собівартість туру для групи туристів з 14 осіб складає 44,102 грн.

Вартість тур путівки, з урахуванням прямих та непрямих витрат, на одного туриста становить 3,150 грн.

Таблиця 4.6

Розрахунок непрямих витрат

Стаття витрат	Витрати на весь тур, грн.	Кількість туристів у групі, чол.	Витрати на одну путівку, (Σ гр.2/ Σ гр.3) грн.
Автотранспортні послуги маршруту	15,222	14	1,087
Витрати на рекламу	6000	14	428
Харчування керівника групи	480	14	34
Всього:	21,702	14	1,543

Джерело: складено автором.

Визначимо фінансові результати діяльності туристської фірми від організації інноваційного туру.

Визначення чистого прибутку від туру «Фастів - Інкогніто»

Таблиця 4.7

Показники	Сума, грн.
Чистий дохід від реалізації послуг	49,708
Собівартість послуг	44,102
Валовий прибуток	3,762
Адміністративні витрати	200
Витрати на збут	500
Інші операційні витрати	200
Результат від операційної діяльності	2,862
Податок на прибуток	572
Чистий прибуток	2,290

Джерело: складено автором

Де **Валовий прибуток** = чистий дохід - собівартість послуг.

Результат від операційної діяльності = валовий прибуток - сума адміністративних витрат - витрати на збут - інші операційні витрати.

Чистий прибуток = результат від операційної діяльності - податку на прибуток. ПП - 18 %.

Оцінка ефективності проводиться за допомогою розрахунків таких показників як чиста рентабельність продажів і чиста рентабельність витрат туристського продукту.

Чиста рентабельність продажів визначається як відношення чистого прибутку від чистого доходу, що складає — 4,6 %

Висновки до четвертого розділу

Пізнавальний тур по м. Фастів складається з пішохідного маршруту та проживання в запропонованій моделі готелю садиби «Перлина Унави». Тривалість туру складає 2 дні та 2 ночей. Трансфер в маршрут здійснюється за допомогою мікроавтобусу, що розрахований на 15 осіб+водій. Спортивно-оздоровчий тур спроектований для 14+1 осіб. Протяжність лінійно-кільцевого маршруту туру становить 335 км на транспорті + 6км пішохідної частини.

Населеними пунктами включеними в маршрут є: м.Фастів. Населеним пунктом збору групи є м.Київ.

Тур розрахований на вікову категорію – старше покоління.

Вартість продажу туру для однієї людини становить — 3,550 грн.
Вартість туру для групи з 14 осіб становить 49,708 грн.

Валовий прибуток від реалізації туру прогнозується на рівні 37 014 грн.
Чистий прибуток від продажу туру становить 3,762 грн.

ВИСНОВКИ

1. Туристичний потенціал це широке поняття. Складний механізм динамічної системи взаємодій рекреаційних ресурсів не може розглядати туристичний потенціал міста як окремі частини його складного конструктора. Тобто слід для розуміння туристичного потенціалу ознайомитися з рекреаційними ресурсами, а потім розглянути можливість їх користування у окремих видах відпочинку.

2. Алгоритми розрахунків рекреаційного потенціалу можуть бути різні і погляди різних авторів щодо цих методів теж різні. Існують запропоновані алгоритми для розрахунку рекреаційних потенціалів областей, районів та міст України; алгоритми для розрахунку окремих ресурсів рекреаційного потенціалу та інші. Методика принципово одна: йдеться про бали на основі яких іде ця оцінка. Нами вивчено методику Бейдика для оцінки природно-рекреаційних ресурсів та Кузика для оцінки історико-культурних рекреаційних ресурсів.

3. Використовуючи методику Бейдика для оцінки природно-рекреаційних ресурсів та Кузика для оцінки історико-культурних рекреаційних ресурсів було вивчено рекреаційний потенціал міста Фастів. Природно-рекреаційних ресурсів у місті не багато, це два парки та заказник, а аналіз історико-культурних рекреаційних ресурсів за методом Кузика встановив, що місто є середньоатрактивним. Транспорт Фастова на дуже високому рівні, розміщення вигідне, що є дуже вагомим плюсом для туристичного потенціалу. Серйозні екологічні проблеми через засмічення річки відіграють дуже погану роль у загальній картині туристичного потенціалу та значно ускладнюють пляжний відпочинок та рибалку, а також через засмічення виникають проблеми з водопостачанням у самому місті. Місто є дуже перспективним для усіх видів пасивного відпочинку: екскурсій, родинного відпочинку, ділових переговорів на природі, навчально-пізнавального туризму.

4. Туристичний потенціал по окремих районах міста показав, що Центр міста-єдиний район у котрому рівень туристичного потенціалу та

надання засобів розміщення і харчування мають дуже високий рівень; райони Фастів 2, Унавський та Журавлівка мають найнижчий рівень атракції та доступу до природних ресурсів міста; райони Снігурівка, Кадлубиця, Казнівка мають хороший рівень забезпечення потреб оренди та харчування але дуже низький рівень туристичного потенціалу, який необхідно підвищувати; Завокзалля не потребує підвищення туристичного потенціалу, а, через близькість до Центру міста, і у надаванні засобів харчування та оренди житла; Заріччя, де при високому рівні туристичного потенціалу не існує надання послуг харчування та оренди житла.

5. Для підвищення туристичного потенціалу міста запропоновано проект підвищення його у окремому районі- районі Заріччя. Для підвищення ІКРР та наявності засобів розміщення і харчування запропонована модель малого готельного підприємства, яка існуватиме на засадах аутентичних домів Фастівщини та родинного відпочинку. У третьому розділі запропоновані шляхи подолання основних проблем такого підприємства. До основних проблем відносяться конкурентоспроможність підприємства та проблема «сезонності прибутку». Для конкурентоспроможності запропоновані універсальні методи вдосконалення сервісу та чітка орієнтація на вітчизняного туриста. Для подолання проблеми «сезонності прибутку» запропоновано під час «мертвого сезону» та спаду попиту залучати осіб, що подорожують із діловими цілями, тобто використовувати діловий туризм.

6. Запропоновано програму інноваційного для міста туру «Фастів-Інкогніто» з метою популяризації туристського потенціалу міста. Економічно обґрунтовано доцільність розробки та впровадження запропонованого туру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм»: (офіц. текст: за станом на 06 жовтня 2011 р.) / Верховна Рада України. – К.: Парламентське вид-во, 2011. – 32 с.
2. Статистика // Державна служба туризму і курортів України. –
3. Закон України —Про курорти: (офіц. текст: за станом на 15 вересня 2006 р.) / Верховна Рада України. – К.: Парламентське вид-во, 2006. – 18 с.
4. Статистична інформація // Туризм в Україні // Готелі (1995-2006 рр.). – www.ukrstat.gov.ua.
5. Агамирова, Е. В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе : практикум / Е. В. Агамирова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Дашков и К, 2009. – 180 с.
6. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2009. – 352 с.
7. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 185 с.
8. Антоненко, І. Я. Методичні матеріали з дисципліни "Менеджмент готельного господарства" для студентів форми навчання за фаховим спрямуванням 6.050400 "Туризм" напряму підготовки 0504 "Туризм" / І. Я. Антоненко. – Київ : КУТЕП, 2009. – 22 с.
9. Антоненко, І. Я. Методичні матеріали з дисципліни "Менеджмент туризму" для студентів форми навчання за фаховим спрямуванням 6.050400 "Туризм" напряму підготовки 0504 "Туризм" / І. Я. Антоненко. – Київ : КУТЕП, 2009. – 22 с.
10. Армстронг, М. Менеджмент : методы и приемы : пер с 3-го англ. изд. / М. Армстронг. – К. : Знання-Прес, 2009. – 876 с.

11. Бабарицька, В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійнотермінологічні основи, сервісне забезпечення терпродукту : навч. посіб. / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2009. – 288 с.
12. Бедзир В.С., Смочко В.Ю. Нормативно-правові аспекти функціонування регіонального туризму / В.С. Бедзир, В.Ю. Смочко // Збірник наукових праць Ужгородського торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Випуск 1. - К.: Видавництво «Центр учбової літератури», 2015. - 188 с.
13. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 184 с.
14. Баумгартен, Л. В. Управление качеством в туризме : учебник / Л. В. Баумгартен. – М. : Академия, 2010. – 304 с.
15. Бейдик О.О. Рекреаційна географія : навч.-метод, комплекс дисципліни / О.О. Бейдик. - К.: Обрії, 2009. -96 с.
16. Бейдик О.О. Рекреаційна-туристські ресурси України / О.О. Бейдик. - К.: ВЦ КНУ, 2009. - 396 с
17. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Ученик / М.Б. Биржаков. - Изд 8-е. - СПб.: «Издательский дом Герда», 2009. - 512 с.
18. Биркович В.І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні: дис... канд. держ. упр.: 25.00.02 - механізм державного управління / В. І. Биркович ; Гуманіт. ун-т «ЗІДМУ». – Запоріжжя, 2009.
19. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585
20. Богоявленська, Ю. В. Економіка та менеджмент праці : навч. посіб. / Ю. В. Богоявленська, Є. І. Ходаківський. – К. : Кондор, 2009. – 332 с.
21. Бондар, О. В. Ситуаційний менеджмент : навч. посіб. / О. В. Бондар. – К. : ЦУЛ, 2010. – 326 с.
22. Бровкова, О. Г. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / О. Г. Бровкова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 224 с.

23. Булах Т.М. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №11. – С. 143–147.
24. Василенко, В. О. Виробничий (операційний) менеджмент : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – 2-е вид., випр. і допов. – К. : Центр навч. літ., 2009. – 532 с.
25. Василенко, В. О. Конкуентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – К. : Освіта України, 2012. – 508 с.
26. Воскресенський В.Ю. Міжнародний туризм: Навчальний посібник. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2009 - 255 с.
27. Галасюк С.С., Гусєва О.В. Структура ринку засобів розміщення // Науковий вісник ОДЕУ. – 2008. – № 18 (74).
28. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2008. – 228 с.
29. Гетьман В.І. Екотуризм чи екологічний туризм: теорія і реальність / В.І. Гетьман // Рідна природа. - 2008. - №3. – С.24-29.
30. Гірняк, О.М. Менеджмент: підручник / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. – 5-те вид., перероб. і доп. – Л. : Магнолія 2006, 2009. – 352 с.
31. Горбилева З.М. Экономика туризма : учеб. пособие / З.М. Горбилева. - Мн.: БГГУ, 2008. - 478 с.
32. Дачева С., Борисова-Господинова Е., Ичева М., Колева С. Хотелиерство (организиране, обслужване и функциониране на хотела). – София: Дионис, 2008. – 142 с. (болг. мовою).
33. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. – Введ. 01.10.2006 р. – К.: Вид-во стандартів, 2008. - 28 с
34. Дмитрієвський Ю.Д. Туристські райони світу: Навчальний посібник. - Смоленськ: СГУ, 2009 - 224 с.
35. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. – К. : ЦУЛ, 2009. – 224 с.

36. Д. Я. Вортман. Фастів // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. — К.: Наукова думка, 2013. — Т. 10 : Т — Я. — С. 268
37. Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. // Басюк Д.І., Заєць В.С. - Кам'янець-Подільський, Абетка, 2012.- 204 с.
38. Іванов, М. М. Операційний менеджмент : навч. посіб. / М. М. Іванов, П. В. Комазов. – К. : ЦУЛ, 2012. – 268 с.
39. Ігнат'єва, І. А. Стратегічний менеджмент : підручник / І. А. Ігнат'єва. – К. : Каравела, 2008. – 480 с.
40. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 320 с.
41. Кифяк В.Ф. Організація туризму: [навч.посібник]. - Чернівці: Книги-XXI, 2008. - 344 с.
42. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: Навчальний посібник / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. - К: Знання, 2011. - 334 с.
43. Кожушко, Л. Ф. Екологічний менеджмент : підручник / Л. Ф. Кожушко, П. М. Скрипчук. – К. : Академія, 2009. – 432 с.
44. Комунікативний менеджмент : матеріали круглого столу, Київ, 19 квітня 2010 р. / за ред. С.О.Гуткевич, І.Г.Оніщенко ; М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтва ; НУХТ. – К. : НАКККІМ, 2010. – 160 с. – (Сучасний погляд на проблему менеджменту).
45. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посіб. / С.П. Кузик. - К.: Знання, 2011. - 271 с.
46. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
47. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

48. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. - К.: Знання, 2008. - 661 с.
49. Мальська, М. П. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
50. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2009. - 272 с.
51. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П.О. Масляк. - К.: Знання, 2008. - 343 с.
52. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за ред. М. І. Белявцева, В.Н. Воробйова, МФ України ; ДНУ. – К. : Центр навч. літ., 2009. – 407 с.
53. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко ; Нац. ун-т харч. технол., Нац. авіац. ун-т. – 2-ге вид. – К. : Кондор, 2012. – 758 с.
54. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, Ю. О. Карягін, Х. Й. Роглев, С. І. Руденко ; під заг. ред. М. М. Поплавського., О. О. Гоца ; КНУКМ. – К. : Кондар, 2008. – 460 с.
55. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, М. А. Міненко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : Сузір'я, 2009. – 690 с.
56. Менеджмент готельно - ресторанного господарства : метод. рек. до викон. курсової роботи для студ. напр. 6.140101 "Готельно-ресторанна справа" ден. форми навч. / уклад. : Д. І. Басюк, К. А. Андрющенко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : НУХТ, 2012. – 40 с. – каф. Готельноресторанного бізнесу.
57. Менеджмент готелю : економіко-організаційні аспекти : навч. посіб. / Х. Й. Роглев, Г. Г. Левітас, Р. Г. Драпушко, В. В. Гарагонич. – К. : Кондор, 2011. – 443 с.
58. Менеджмент для магістрів : навч. посіб. / С. С. Шаповал, М. А. Заєць, Ю. Г. Козак, О. М. Коваленко. – К. : Фенікс, 2009. – 596 с.

59. Менеджмент туризму: Туризм і галузеві системи / Глав. ред. А.Є. Сьоміна. - М.: Фінанси і статистика, 2009. - 272 с.: Іл.
60. Момот, О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості : навч. посіб. / О. І. Момот. – К. : ЦУЛ, 2009. – 368 с.
61. Мусакин А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с
62. Нечаюк, Л. І. Готельно-ресторанний бізнес. Менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – 3-тє вид. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.
63. Нікітенко С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С.І. Нікітенко // Наукові праці. - Том 52. Вип. 39. - С.139-143.
64. Організація готельного господарства: навч. посіб. / О.М. Головка та ін. - К.: Кондор, 2012. - 338 с.
65. Саух І. Проблеми та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні / І.Саух, І. Першко // Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2009. - №12. - С.3-5.
66. Сенін В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 144 с.
67. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підр. / Т.Г. Сокол. - К.: Грамота, 2006. - 264 с.
68. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. - К.: Знання, 2011. - 334 с.
69. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія / Т.І. Ткаченко. - К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2009. - 463 с.
70. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. : Вища школа, 2002. – 195с.
71. Школа М.І. Розвиток туристичного бізнесу: [навч.посібник]. – Чернівці: Книги-XXI, 2009. - 292 с.