

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Освітньо-професійна програма	Управління туристичними проєктами
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»

Форма навчання: Денна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

« Перспективи типізації туристичних дестинацій для підвищення їх взаємодії
(на прикладі міста Житомир)»

здобувача Гончаренка Андрія Юлійовича

Науковий керівник: к.е.н., доцент каф. регіоналістики і туризму
Богославець Оксана Григорівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: академік НАН України,
доктор економічних наук, професор,
Данилишин Богдан Михайлович

Київ-2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТИПІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	6
1.1 Типи туристичних дестинацій та їх характеристика	6
1.2. Оцінка взаємодії туристичних дестинацій різних типів	11
1.3 Вплив типізації на туристичні потоки	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ МІСТА ЖИТОМИР	16
2.1. Оцінка ресурсної бази та туристичної спеціалізації міста Житомир	16
2.2. Типи дестинації Житомирщини та столичного регіону, характер взаємодії між ними (потоки, потреби, портрет споживача, все це вивести на ідею в розробці 2-3 денних турів в Житомирі)	44
2.3. Тур. проєкт «Житомирський релакс; якісний відпочинок на кожен смак». Як напряму покращення взаємодії Житомирщини, Київщини (дерево проблем - рішень - завдань - заходів)	49
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	62
3.1. Фінансування та просування проєкту, ризики	62
3.2. Ефективність проєкту для стейкхолдерів та різних типів дестинацій Житомирщини та Київщини	72
3.3. Інноваційні підходи до типізації та їх вплив на розвиток туризму у регіоні	83
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92

ВСТУП

По своїй суті, туризм є однією з найважливіших галузей світової економіки, яка активно розвивається і формує значний внесок у ВВП багатьох країн. У сучасних умовах зростаючої конкуренції між туристичними дестинаціями особливого значення набуває ефективна взаємодія між ними та чітка типізація. Це дозволяє максимально використовувати потенціал туристичних ресурсів, розвивати конкурентні переваги кожної дестинації та забезпечувати стійке зростання регіональних економік. У цьому контексті місто Житомир, як одне з перспективних туристичних центрів України, є цікавим об'єктом для дослідження перспектив типізації та підвищення взаємодії туристичних дестинацій.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю пошуку нових підходів до розвитку туристичної індустрії на місцевому рівні, що дозволить підвищити туристичну привабливість міста та забезпечити його сталий розвиток. В умовах глобалізації та зростаючого попиту на унікальні туристичні продукти, типізація дестинацій стає ключовим елементом для чіткого позиціонування туристичних регіонів на ринку. Місто Житомир, завдяки своєму культурно-історичному та природному потенціалу, має можливість стати важливим туристичним центром. Однак недостатня взаємодія між різними складовими туристичної інфраструктури, відсутність чіткої стратегії типізації дестинацій стримують розвиток туристичної галузі. Дослідження перспектив типізації та її впливу на підвищення ефективності взаємодії дестинацій є необхідним для розробки дієвих стратегій розвитку туризму у місті.

Об'єктом дослідження є туристична дестинація.

Предметом дослідження виступають процеси типізації туристичних дестинацій та їх вплив на підвищення взаємодії різних типів дестинацій (на прикладі міста Житомир).

Метою дослідження є аналіз перспектив типізації туристичних дестинацій (на прикладі міста Житомир) та розробка пропозицій щодо підвищення

ефективності їх взаємодії завдяки розробці та втілення туристичного проєкту «Житомирський релакс: якісний відпочинок на кожен день».

Для досягнення поставленої мети необхідно **вирішити такі завдання:**

1. Дослідити теоретичні засади типізації туристичних destinations та їх роль у розвитку туризму.
2. Проаналізувати туристичний потенціал міста Житомира та визначити основні типи туристичних ресурсів.
3. Оцінити рівень взаємодії елементів туристичної інфраструктури Житомира.
4. Розробити пропозиції щодо підвищення ефективності взаємодії складових туристичної інфраструктури міста Житомира та туристичних destinations різного типу завдяки розробці та втілення туристичного проєкту «Житомирський релакс: якісний відпочинок на кожен день».
5. Розробити рекомендації щодо типізації туристичних destinations на прикладі міста Житомира.
6. Запропонувати стратегії покращення взаємодії туристичних destinations для підвищення туристичної привабливості міста.

Для досягнення поставлених завдань використовувались **такі методи дослідження:**

- метод аналізу та синтезу — для вивчення теоретичних аспектів типізації туристичних destinations та їх впливу на туристичну галузь.
- метод порівняння — для аналізу успішних прикладів типізації туристичних destinations в інших регіонах.
- метод статистичного аналізу — для оцінки рівня розвитку туристичної інфраструктури житомира.
- метод експертного оцінювання — для визначення перспектив розвитку туристичних destinations міста.
- соціологічні методи (анкетування та опитування) — для дослідження думки туристів та представників туристичного бізнесу щодо привабливості житомира як туристичної destinations.

Інформаційною базою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів з питань розвитку туризму, типізації туристичних дестинацій, офіційні статистичні дані про туристичну діяльність міста Житомира, нормативно-правові акти, що регулюють сферу туризму в Україні, а також результати власних досліджень, проведених шляхом анкетування туристів і представників туристичної індустрії.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТИПІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

1.1 Типи туристичних destinations та їх характеристика

Туристична destination є центральною категорією в сучасній туристичній науці та практиці, оскільки визначає географічний або адміністративний об'єкт, який приваблює туристів завдяки своїм природним, культурним, історичним чи інфраструктурним ресурсам. Destination, в контексті туризму, не обмежується лише географічними кордонами, а охоплює комплексні аспекти взаємодії між туристами, ресурсами і постачальниками послуг. Вона виступає як багатофункціональна платформа, яка включає не лише туристичні атракції, але й систему послуг, інфраструктуру та можливості для рекреаційної діяльності.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристична destination — це фізичний простір, який включає туристичні ресурси, інфраструктуру, послуги і пропонує враження для туристів.

Загалом, туристична destination може бути визначена як просторово локалізована система, що об'єднує матеріальні, людські та культурні ресурси, організовані для задоволення потреб туристів. Таке визначення відображає інтеграційний характер destination, де успішний розвиток туризму залежить від комплексної взаємодії багатьох елементів, включаючи готельний бізнес, транспорт, культурні і розважальні заклади, а також екологічні та соціальні аспекти.

У міжнародній практиці виділяють ключові складові destination:

- Ресурси. Природні (ліси, водойми, гори), культурні (пам'ятки, традиції, фестивали), історичні (замки, старовинні міста).
- Інфраструктура. Транспорт, заклади проживання, харчування, розваги, медичне обслуговування.
- Туристичні продукти. Спеціалізовані маршрути, послуги гідів, сувенірна продукція.

- Маркетинг і управління. Брендунання DESTИНАЦІЇ, реклама, залучення інвестицій та управління потоками туристів.

Класифікація туристичних DESTИНАЦІЙ є важливим інструментом для наукового аналізу і планування в галузі туризму, оскільки вона дозволяє зрозуміти різноманіття DESTИНАЦІЙ та їхні специфічні особливості.

Таблиця 1.1 Основні типи туристичних DESTИНАЦІЙ

Тип туристичної DESTИНАЦІЇ	Основні характеристики	Приклади DESTИНАЦІЙ
Культурно-історичні DESTИНАЦІЇ	Об'єкти, що мають велике значення для історії, культури, архітектури; розвинена інфраструктура для екскурсій.	Париж, Рим, Київ, Львів
Природні DESTИНАЦІЇ	Місця з унікальними природними ресурсами: гори, моря, ліси, національні парки. Забезпечують можливість екотуризму та рекреаційного відпочинку.	Карпати, Альпи, Великий Бар'єрний риф
Оздоровчі DESTИНАЦІЇ	Місця з розвинуеною системою медичних та рекреаційних послуг, орієнтованих на оздоровлення та реабілітацію.	Трускавець, Карлові Вари, Баден-Баден
Приморські DESTИНАЦІЇ	Узбережжя морів чи океанів, які пропонують пляжний відпочинок та водні види спорту; розвинена інфраструктура для туристів.	Одеса, Ніцца, Маямі
Гірськолижні DESTИНАЦІЇ	Місця, які спеціалізуються на зимових видах спорту, зокрема на лижних курортах; розвинена інфраструктура для зимового відпочинку.	Буковель, Куршевель, Церматт
Міські DESTИНАЦІЇ	Великі міста з розвинуеною інфраструктурою, культурними та бізнес-центрами; приваблюють туристів своїм розмаїттям послуг і можливостей.	Лондон, Нью-Йорк, Токіо
Сільські DESTИНАЦІЇ	Невеликі населені пункти з традиційним способом життя, орієнтовані на зелений туризм, етнотуризм, агротуризм.	Закарпаття, села в Тоскані, Шотландія

Екзотичні дестинації	Важкодоступні або маловідомі місця з унікальними природними чи культурними умовами; приваблюють туристів специфічними, рідкісними атракціями.	Мальдіви, Бора-Бора, Патагонія
Гастрономічні дестинації	Регіони, відомі своїми традиційними кухнями, продуктами та напоями; приваблюють туристів кулінарними турами та фестивалями.	Прованс, Тоскана, Одеон
Місця для ділового туризму	Міста чи регіони з розвинутою інфраструктурою для проведення конференцій, бізнес-заходів, ділових зустрічей.	Франкфурт-на- Майні, Шанхай, Вашингтон

Джерело: [5]

Класифікація дестинацій зазвичай базується на декількох ключових критеріях, серед яких можна виділити:

1. За функціональним призначенням.

Дестинації можуть класифікуватися за основними функціями, які вони виконують у туристичній діяльності:

– культурні дестинації: охоплюють об'єкти, що мають культурно-історичну цінність. Це можуть бути міста, історичні пам'ятки, археологічні зони, музеї, театри. Прикладами можуть бути такі міста, як Київ, Львів, Париж, Рим.

– природні дестинації: включають місця з визначними природними ресурсами, такими як національні парки, гори, озера, моря. Вони є основними пунктами для екотуризму та рекреаційного туризму. Наприклад, Карпатські гори, Гранд-Каньйон, Сахара.

– оздоровчі дестинації: це місця, що спеціалізуються на лікуванні, рекреації та оздоровленні туристів. Такі дестинації можуть включати санаторії, термальні джерела, спа-курорти. Яскравими прикладами є курорти Трускавець, Карлові Вари та Баден-Баден.

2. За географічними особливостями.

Туристичні дестинації можуть бути класифіковані залежно від їх розташування та природних умов:

- міські дестинації: це великі урбаністичні центри, що приваблюють туристів своєю інфраструктурою, культурними і розважальними можливостями. Такі дестинації мають розвинену мережу готелів, ресторанів, музеїв, а також можливості для шопінгу та ділового туризму.

- сільські дестинації: зосереджені в сільських місцевостях, вони приваблюють туристів можливістю відпочинку на природі, сільським господарством, екотуризмом. Зазвичай такі дестинації орієнтовані на зелений туризм та активні види відпочинку.

- приморські дестинації: розташовані на узбережжях морів, океанів і мають популярність завдяки пляжному відпочинку та водним видам спорту. Наприклад, такі міста, як Одеса, Ніцца, Маямі.

3. За рівнем розвитку туристичної інфраструктури.

Дестинації також можуть бути класифіковані залежно від рівня їх розвитку:

- розвинені дестинації: мають добре розвинену інфраструктуру, включаючи готелі, ресторани, транспортні мережі та туристичні послуги. Прикладом таких дестинацій є великі туристичні центри, такі як Лондон, Барселона або Нью-Йорк.

- слаборозвинені дестинації: характеризуються недостатньою розвиненістю туристичної інфраструктури, але мають великий потенціал для розвитку завдяки наявності природних або культурних ресурсів. Вони часто знаходяться на ранніх стадіях свого розвитку.

- екзотичні дестинації: це маловідомі або важкодоступні місця, які стають популярними завдяки унікальним природним чи культурним ресурсам. Такі дестинації часто стають об'єктами нішевого туризму, наприклад, тропічні острови чи малонаселені місцевості.

4. За туристичними потоками.

Дестинації класифікуються і за обсягами туристичних потоків:

– масові туристичні дестинації: це місця, які приваблюють велику кількість туристів протягом року, часто через популярні пам'ятки або курорти. Сюди відносяться міста, що є важливими туристичними центрами, такі як Париж, Лас-Вегас, Дубай.

– нішеві дестинації: приваблюють меншу кількість туристів, але мають свою специфічну аудиторію через унікальність пропозицій. Наприклад, місця для гастрономічного туризму, духовних або спортивних заходів, таких як кулінарні тури в Італії чи йога-ретрити в Індії.

В Україні існує велика різноманітність туристичних дестинацій, які можна класифікувати за розміром, спеціалізацією та характером пропонованих туристичних продуктів.

Великі дестинації:

- Київ - столиця України, яка приваблює туристів історичними пам'ятками (Софійський собор, Києво-Печерська лавра), музеями, сучасними артпросторами та подіями.

- Львів - це місто з багатою культурною спадщиною, знане своєю архітектурою, фестивалями, кавовою та гастрономічною культурою.

Середні дестинації:

- Житомир, відомий своїми природними ландшафтами (Смолянський парк, Тетерівський каньйон) та космічною тематикою (музей Сергія Корольова).

- Івано-Франківськ - це культурний центр з доступом до Карпатського регіону, що пропонує екологічний і пригодницький туризм.

Малі дестинації:

- Коростишів - відомий мальовничими гранітними кар'єрами та природними ландшафтами.

- Опішня є центром української гончарної культури, популярний серед туристів, які цікавляться традиціями та ремеслами.

Закордонні підходи до структури та управління DESTИНАЦІЯМИ. Наприклад, модель Річарда Батлера описує життєвий цикл DESTИНАЦІЇ (від відкриття до занепаду або переосмислення), що дозволяє адаптувати стратегії її розвитку. Інший підхід, запропонований Гуннаром Андерсеном, акцентує на балансі між ресурсами та їх використанням для сталого розвитку.

Аналіз українських і зарубіжних підходів до організації DESTИНАЦІЙ дозволяє створювати ефективні туристичні продукти, які відповідають сучасним запитам туристів.

Таким чином, поняття туристичної DESTИНАЦІЇ є багатограним і охоплює як матеріальні, так і нематеріальні компоненти. Туристична DESTИНАЦІЯ — це географічна територія, яка є об'єктом інтересу туристів, забезпечує необхідні ресурси, інфраструктуру та послуги для задоволення потреб подорожуючих. Вона може охоплювати як окреме місто, так і цілі регіони або країни, залежно від масштабу і спеціалізації. Туристичні DESTИНАЦІЇ формують основний туристичний продукт, пропонуючи унікальні враження, що поєднують природні, культурні, історичні та інші ресурси.

Класифікація DESTИНАЦІЙ за різними критеріями допомагає краще зрозуміти їхні особливості, а також визначити найбільш ефективні стратегії для розвитку туризму. Для міста Житомира важливо визначити, які саме типи DESTИНАЦІЙ переважають та як їх можна класифікувати з метою підвищення туристичної привабливості та покращення взаємодії між ними.

1.2. Оцінка взаємодії туристичних DESTИНАЦІЙ різних типів

Взаємодія між різними типами туристичних DESTИНАЦІЙ є складним і багатограним процесом, який може принести значні вигоди всім учасникам. Різні DESTИНАЦІЇ часто мають різні ресурси, інтереси та можливості, що створює основу для взаємовигідного співробітництва.

Така взаємодія між туристичними дестинаціями різних типів базується на принципі доповнення та координації. Великі, середні та малі дестинації мають різні ресурси, спеціалізацію та інтереси, але їхня співпраця створює унікальні туристичні продукти та маршрути, що задовольняють широкий спектр потреб туристів.

Інтереси дестинацій одна до одної. Великі дестинації:

- шукають нові локації для розширення пропозицій та створення тематичних маршрутів.
- мають інтерес до малих і середніх дестинацій як до джерела автентичності, культурного чи природного збагачення своїх програм.

Середні дестинації:

- співпрацюють із великими дестинаціями для залучення більшої кількості туристів через загальні маркетингові кампанії.
- підтримують зв'язок із малими дестинаціями для створення локальних маршрутів, що збільшують час перебування туристів у регіоні.

Малі дестинації:

- інтегруються в туристичні маршрути великих і середніх дестинацій для залучення туристичних потоків.
- використовують ресурси великих дестинацій (транспортну інфраструктуру, маркетинг) для популяризації своїх пропозицій.

Методи та засоби задоволення інтересів. Розглянемо розробку інтегрованих туристичних маршрутів. Наприклад, тематичні маршрути "Золотий кільце України", які поєднують великі дестинації (Київ), середні міста (Чернігів) та малі поселення (Козелець).

Далі зауважимо щодо спільних маркетингових кампаній. Участь у виставках, створення загальних промоційних матеріалів для просування регіонів як цілісного продукту.

Щодо обміну туристичними ресурсами. Великі дестинації надають інформаційні та технологічні ресурси (доступ до глобальних платформ бронювання, електронні гіді). У той же момент, малі дестинації пропонують

унікальний локальний досвід (ремісничі майстер-класи, локальну кухню, природні пам'ятки).

Отже, взаємодія між різними типами туристичних дестинацій є важливим фактором для розвитку туризму. Співпраця між дестинаціями дозволяє створювати більш різноманітні та привабливі туристичні продукти, залучати більшу кількість туристів і збільшувати доходи туристичної індустрії.

1.3 Вплив типізації на туристичні потоки

Типізація туристичних дестинацій є важливим інструментом для ефективного управління розвитком туристичних регіонів. Вона дозволяє більш чітко структурувати процес планування і реалізації стратегій розвитку туризму в різних регіонах, враховуючи специфіку місць і їх потенціал. Правильне розуміння і використання типізації може суттєво вплинути на зростання туристичного потоку, підвищення економічної ефективності регіону, а також розвиток його інфраструктури і репутації на національному та міжнародному рівнях.

Типізація дестинацій дозволяє чітко визначити особливості кожного регіону, які можуть бути привабливими для конкретних груп туристів. Наприклад, дестинації, які належать до групи оздоровчих чи рекреаційних, спрямовують свої зусилля на створення інфраструктури для відпочинку і реабілітації, тоді як міські дестинації орієнтовані на культурно-освітній або діловий туризм. Завдяки цьому процес типізації допомагає розвивати унікальні переваги кожної дестинації та формувати конкурентоспроможні туристичні продукти.

Типізація дозволяє:

- сегментувати ринок та визначити цільові групи туристів, які зацікавлені в конкретних типах відпочинку (екотуризм, культурний туризм, пляжний відпочинок тощо).

- адаптувати туристичні пропозиції та підлаштувати маркетингові стратегії і туристичні продукти відповідно до особливостей конкретних дестинацій.
- забезпечити збалансований розвиток регіону завдяки чіткому розумінню потенціалу регіонів та їх можливостей в різних сферах туризму.

Розглянемо роль типізації у формуванні стратегій розвитку туристичних регіонів.

Типізація дестинацій дає змогу не лише краще структурувати туристичну пропозицію, але й дозволяє урядам та приватним структурам розробляти ефективні стратегії розвитку регіону. Такі стратегії можуть включати інвестування у туристичну інфраструктуру, розвиток транспортної системи, забезпечення відповідного рівня послуг, а також заходи з просування дестинації на внутрішньому та міжнародному ринках.

Серед ключових напрямів, у яких типізація відіграє важливу роль, можна виділити:

1. Планування інфраструктури. Залежно від типу дестинації, визначаються основні об'єкти інфраструктури, які потрібно розвивати (готелі, транспортні вузли, рекреаційні об'єкти).

2. Маркетингова стратегія. Типізація допомагає формувати чіткий образ дестинації для просування її на ринку, підвищуючи її впізнаваність та привабливість для певних категорій туристів.

3. Екологічний аспект. Для природних дестинацій типізація є важливим інструментом для забезпечення екологічного збалансування та збереження природних ресурсів.

Вплив типізації на туристичний потік і економіку регіону. Типізація дестинацій безпосередньо впливає на формування туристичних потоків. Якщо регіон правильно визначить свій тип і розробить відповідну стратегію, це може суттєво підвищити кількість відвідувачів, що, у свою чергу, вплине на зростання економічних показників. Туризм часто стає важливою частиною економіки

регіонів, тому розвиток і просування DESTИНАЦІЙ є стратегічно важливими завданнями.

Наприклад, оздоровчі або приморські DESTИНАЦІЇ можуть стати основним джерелом доходів для певних регіонів завдяки розвитку готельної інфраструктури, лікувальних центрів та рекреаційних об'єктів. Водночас, міські DESTИНАЦІЇ часто залучають інвестиції в розвиток культурних і розважальних об'єктів, що також позитивно впливає на економіку регіону.

Отже, типізація туристичних DESTИНАЦІЙ є невід'ємною частиною стратегічного розвитку туристичних регіонів. Вона дозволяє не лише ефективно планувати інфраструктуру та ресурси, але й впливає на маркетингові стратегії та рівень туристичних потоків. Правильне використання типізації сприяє збалансованому розвитку регіонів, підвищенню їх конкурентоспроможності та стійкому економічному зростанню.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ МІСТА ЖИТОМИР

2.1. Оцінка ресурсної бази та туристичної спеціалізації міста Житомир

Місто Житомир, розташоване в історично значущому регіоні України, має великий потенціал для розвитку туристичної галузі завдяки своїм природним, культурно-історичним та інфраструктурним ресурсам. Розмаїття туристичних атракцій та вигідне географічне розташування неподалік від столиці роблять Житомир привабливим місцем для організації як короткострокових турів, так і триваліших подорожей. Оцінка туристичної бази міста є важливою для визначення його спеціалізації та створення конкурентоспроможних турпродуктів.

Місто Житомир вирізняється природним різноманіттям, яке створює сприятливі умови для розвитку різних напрямків туризму. Ландшафти міста гармонійно поєднують зелені зони, лісові масиви та водні об'єкти, що відкриває широкі можливості для відпочинку та рекреації. Ліси, які оточують Житомир, не лише сприяють збереженню екологічного балансу, а й пропонують мальовничі локації для піших прогулянок, велосипедних маршрутів і місць для ретритів. Ці природні багатства створюють атмосферу спокою, дозволяючи туристам повністю зануритися в природу.

Річка Тетерів є важливим природним об'єктом, що додає місту унікальності. Її спокійні води приваблюють любителів риболовлі та пляжного відпочинку, а можливість організації водних маршрутів дозволяє розвивати активний відпочинок на воді. Наявність кар'єрів і природних скель поблизу міста відкриває перспективи для екстремального туризму, зокрема скелелазіння, що може стати важливим чинником залучення молодіжної аудиторії. Водночас потенціал джерел мінеральних вод дозволяє формувати оздоровчі тури, орієнтовані на тих, хто шукає релаксацію та відновлення сил. Ці природні ресурси формують базу для створення різнопланових туристичних продуктів, які відповідають потребам широкого кола споживачів.

Житомир є містом з багатою культурно-історичною спадщиною, що відображається в численних архітектурних пам'ятках, музеях та сакральних об'єктах. У центральній частині міста збереглися історичні будівлі, які створюють автентичну атмосферу та відображають різні архітектурні стилі. Серед них виділяється Кафедральний собор Святої Софії, зведений у 1737 році, який є однією з найстаріших сакральних споруд міста [2].

Житомир також відомий своїми музеями, серед яких особливе місце займає Музей космонавтики імені Сергія Корольова. Цей музей присвячений життю та діяльності видатного конструктора ракетно-космічних систем, уродженця Житомира, та історії освоєння космосу. Крім того, у місті діє Житомирський обласний краєзнавчий музей, який зберігає понад 150 тисяч пам'яток природи, історії та культури Житомирського краю [8].

Сакральні пам'ятки Житомира включають численні церкви та монастирі, які є важливими об'єктами духовної спадщини. Серед них варто відзначити Преображенський собор, який вважається символом міста [13].

Ці об'єкти не лише служать місцями релігійного поклоніння, але й приваблюють туристів, зацікавлених у духовній та архітектурній спадщині регіону.

Житомир має розвинену інфраструктуру, яка забезпечує комфортне перебування туристів та відповідає різноманітним потребам відвідувачів. У місті функціонує понад 20 готелів та хостелів різних категорій, що пропонують широкий спектр послуг. Серед них виділяється готель "Optima Collection Житомир", розташований в історичному центрі міста, який налічує 62 номери та відповідає європейським стандартам рівня "4 зірки" [3]. Також популярністю користується "Лісовий готель Гайки", розташований за 5 км від центру Житомира, що пропонує затишні номери та відпочинок на природі [10]. Однак, для прийому значних туристичних потоків, особливо в сегменті бізнес-туризму, необхідно збільшити кількість висококласних готелів та підвищити рівень сервісу.

Житомир пропонує різноманіття ресторанів, кафе та закладів швидкого харчування, які задовольняють смаки найвибагливіших гурманів. Згідно з даними

порталу "ТОП 20", у місті налічується 107 ресторанів, які отримали понад 8254 відгуки від клієнтів (табл. 2.1). [9]. Це свідчить про активний розвиток гастрономічної сфери та високий рівень обслуговування.

Таблиця 2.1. *Топ-10 ресторанів м. Житомир*

Назва ресторану	Оцінка, 5-ти бальна шкала	Кількість відгуків
1. Tbilisi.Ge грузинської кухні	4,6	330 відгуків
2. Авеню 57, ресторан	4,9	118 відгуків
3. Гайки, оздоровчий комплекс	4,8	199 відгуків
4. Пані Яна, ресторан	4,6	107 відгуків
5. Шале, ресторан	5,0	201 відгук
6. Косатка, ресторан	4,4	107 відгуків
7. Mushlya, ресторан	4,7	168 відгуків
8. Фамілія, ресторан	4,3	495 відгуків
9. Primavera, італійський ресторан	4,3	298 відгуків
10.Хуторок, ресторан	5,0	116 відгуків

Джерело: [9]

Таблиця демонструє різноманітність гастрономічної пропозиції Житомира, яка є важливою складовою його туристичного потенціалу. Представлені ресторани різних кухонь і форматів мають високі оцінки та значну кількість відгуків, що свідчить про їх популярність серед відвідувачів. Особливо відзначаються такі заклади, як "Шале" та "Хуторок", які отримали найвищу оцінку 5,0, що підкреслює їхню конкурентоспроможність і відповідність очікуванням споживачів. Гастрономічна сфера міста сприяє формуванню позитивного туристичного іміджу, оскільки задовольняє різноманітні смаки гостей, стимулює розвиток локального бізнесу та доповнює загальне туристичне враження від регіону.

Розглянемо також кінотеатри, театри, філармонії в Житомирі.

Таблиця 2.2. Кінотеатри, театри, філармонії в м. Житомир

Назва	Оцінка, 5-ти бальна шкала	Кількість відгуків
1. Кінотеатр імені І.Франка	4,2	129 відгуків
2. Multiplex, кінотеатр	2,5	447 відгуків
3. Житомирський обласний академічний театр ляльок	5,0	80 відгуків
4. Музично-драматичний театр ім. І. Кочерги	3,7	215 відгуків
5. Маріо Кіно, кінотеатр	3,2	26 відгуків
6. Україна, кінотеатр	2,0	19 відгуків
7. Житомирська обласна філармонія ім. С. Ріхтера, філармонія		23 відгука
8. Жовтень, кінотеатр		10 відгуків
9. 7D-Портал, стерео-відео портал		
10. Палац культури, театр		
11. Gotham, кінотеатр		

Джерело: [9]

Таблиця відображає різноманітність культурно-розважальних закладів Житомира, що охоплюють кінотеатри, театри та філармонії. Найвищу оцінку отримав Житомирський обласний академічний театр ляльок (5,0), що свідчить про його популярність і високу якість послуг. Водночас деякі заклади, як-от Multiplex і кінотеатр "Україна", мають нижчі рейтинги, що може свідчити про необхідність покращення сервісу чи інфраструктури. Культурна пропозиція Житомира є важливою складовою туристичної привабливості міста, проте різні рівні якості серед закладів вказують на потенціал для вдосконалення з метою задоволення потреб як місцевих жителів, так і гостей міста.

Таблиця 2.3. Музеї, виставки в м. Житомир

Назва	Оцінка, 5-ти бальна шкала	Кількість відгуків
1. Музей Космонавтики ім. С.П. Корольова	4,2	768 відгуків
2. Житомирський краєзнавчий музей	4,9	126 відгуків
3. Музей Природи	5,0	37 відгуків
4. Житомирський обласний літературний музей	3,0	19 відгуків
5. Літературно-меморіальний музей В. Г. Короленка	2,0	20 відгуків
6. Музей пожежної охорони	відсутня	2 відгуки
7. Дім української культури, музей	відсутня	29 відгуків

Джерело: складено автором на основі [12]

Таблиця ілюструє багатство музейної пропозиції Житомира, яка є важливим елементом його культурно-історичної привабливості. Високі оцінки отримали Музей природи (5,0) і Житомирський краєзнавчий музей (4,9), що вказує на їхню популярність і якість експозицій. Музей космонавтики ім. С.П. Корольова має найбільшу кількість відгуків (768), підтверджуючи його значущість як туристичного магніту. Натомість деякі заклади, такі як літературно-меморіальний музей В.Г. Короленка (2,0), потребують уваги для покращення умов та підвищення зацікавленості відвідувачів. Загалом, музеї Житомира формують основу для розвитку культурно-пізнавального туризму, проте нерівномірний рівень якості вказує на потенціал для вдосконалення музейної інфраструктури.

Таблиця 2.4. Боулінг, більярд в м. Житомир

Назва	Оцінка, 5-ти бальна шкала	Кількість відгуків
1. Liberty Hall, боулінг-клуб	3,3	153 відгука
2. Волна, готельно-оздоровчий комплекс	1,0	162 відгука
3. Майстер кія, більярдний клуб	1,0	15 відгуків
4. Марс, більярдний клуб		1 відгук
5. Професіонал, більярдний клуб		

Джерело: складено автором на основі [1]

Таблиця демонструє наявність розважальних закладів у Житомирі, які спеціалізуються на боулінгу та більярді, однак оцінки та кількість відгуків свідчать про значні проблеми із якістю послуг у цьому сегменті. Найвищу оцінку має Liberty Hall (3,3), тоді як більшість закладів, включно з "Волна" та "Майстер кія," отримали низькі або взагалі відсутні оцінки, що вказує на недостатній рівень задоволеності клієнтів. Цей сегмент розважальної інфраструктури міста має значний потенціал для вдосконалення, зокрема через підвищення якості сервісу та модернізацію обладнання, що дозволить краще відповідати потребам як місцевих жителів, так і туристів.

Таблиця 2.5. Готелі м. Житомир

Назва	Оцінка за 10-бальною шкалою	Кількість відгуків	Відстань від центру	Найдешевший номер	
				Тип номеру	Вартість
Hotel Femina	8,2	914	1,1 км	Бюджетний двомісний номер	750 грн.
Авіатик	9,0	506	5,5 км	Двомісний номер з 2 окремими ліжками й видом	700 грн.
Air	9,0	943	0,7 км	Двомісний номер з 1 двоспальним ліжком або 2 окремими ліжками	1200 грн.
Apartment in the center	9,7	181	1,4 км	Апартаменти з 1 спальнею	1100 грн.
Михайлівська квартира	9,7	194	450 м	Апартаменти з 1 спальнею	1100 грн.
Apartment in Shoduar's park	9,4	108	1,1 км	Апартаменти з балконом	1100 грн.
Optima Collection Zhytomyr	9,2	1235	1,2 км	Двомісний номер з 2 односпальними ліжками	1940 грн.
Hermes	7,4	1586	2,4 км	Номер Твін з душем	1400 грн.
SPA-Hotel Dodo	8,9	1237	2,1 км	Стандартний двомісний номер з 2 односпальними ліжками	1550 грн.

Продовження табл.2.5

Хостел Житомир Green House	9,3	316	1,7 км	Двомісний номер з 1 двоспальним або 2 односпальними ліжками і спільною ванною кімнатою 2 односпальні ліжка	1520 грн.
Ольжича XXV	8,0	1533	1,5 км	Апартаменти-студіо	1200 грн.
Hotel ON	5,9	332	1 км	Двомісний номер економ-класу	834 грн.
Zhytomyr palace mimino	8,6	313	2,4 км	Одномісний номер	1900 грн.
Volna Hotel	2,9	217	3,5 км	Стандартний двомісний номер	640 грн.

Джерело: складено автором на основі [6]

Таблиця відображає широкий спектр пропозицій готелів у Житомирі, що варіюються за рівнем комфорту, цінами та відстанню від центру міста. Найвищі оцінки отримали "Apartment in the center" і "Михайлівська квартира" (9,7), що підкреслює їх популярність серед гостей завдяки зручному розташуванню та якісному обслуговуванню. Водночас, деякі готелі, як-от "Volna Hotel" і "hotel ON," мають низькі рейтинги, що свідчить про потребу в удосконаленні сервісу та модернізації умов проживання. Загалом, готельний ринок Житомира демонструє конкурентний потенціал, здатний задовольнити потреби різних категорій туристів, однак існує простір для покращення в сегменті бюджетного розміщення та підвищення якості обслуговування.

Загалом, інфраструктура Житомира активно розвивається, проте для повного задоволення потреб зростаючого потоку туристів необхідно продовжувати вдосконалювати якість послуг та розширювати спектр пропозицій у сфері розміщення, харчування та розваг.

В Житомирській області пропонується два веломаршрути. Перший веломаршрут – 80,1 км. Житомир - Сингури - Троянів - Велика Піч - Тригир'я - Дениші – Житомир (рис. 2.1).

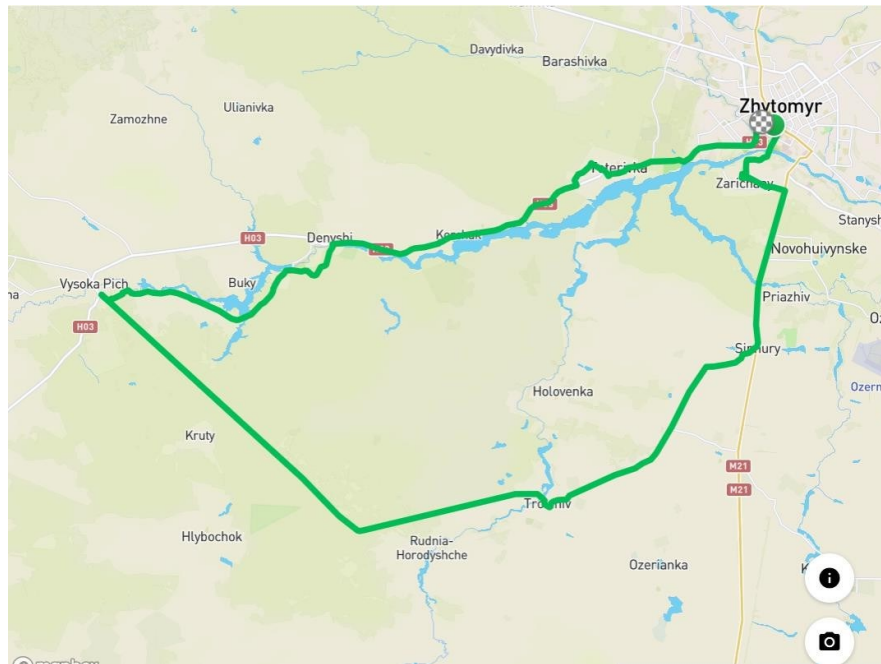


Рис. 2.1 – Велосипедний маршрут Житомир – Велика Піч – Житомир

Джерело: [5]

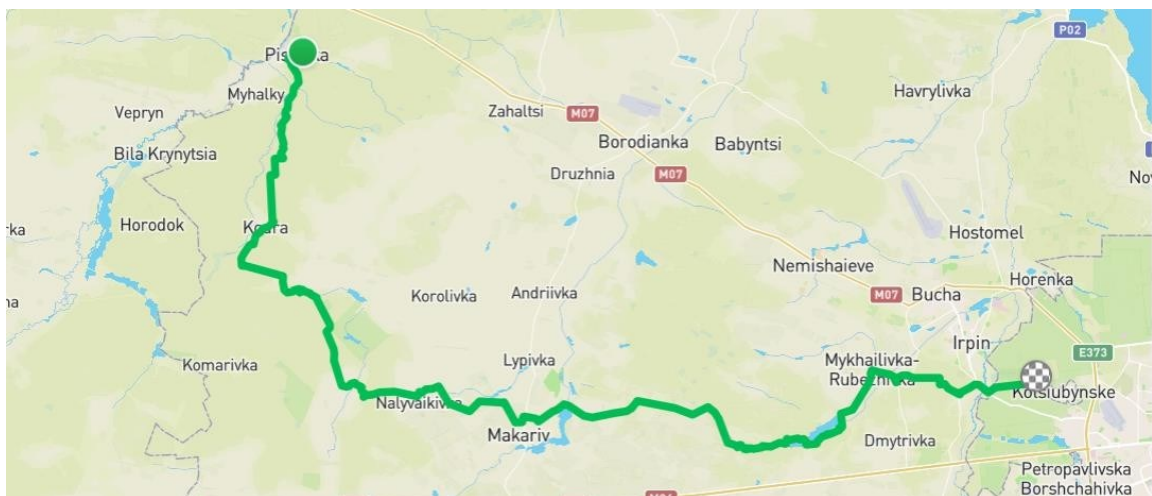


Рис. 2.2 – Велосипедний маршрут Тетерів

Джерело: [15]

Другий веломаршрут (рис. 2.2.) доходить майже до Києва і складає 93,5 км.

Житомирська область відома своїми мальовничими кар'єрами та зонами для купання, які приваблюють відвідувачів своєю природною красою та унікальними ландшафтами. Соколовський кар'єр є одним із найвідоміших завдяки кришталевочистій воді та мальовничим скелям (рис. 2.3). Ця локація ідеально підходить для плавання, пікніків і фотографій, створюючи ідилічну атмосферу для відпочинку. Богунський кар'єр, розташований неподалік, також має чисту воду, але менш облаштований, що робить його популярним серед тих, хто шукає відокремлене місце для релаксації/

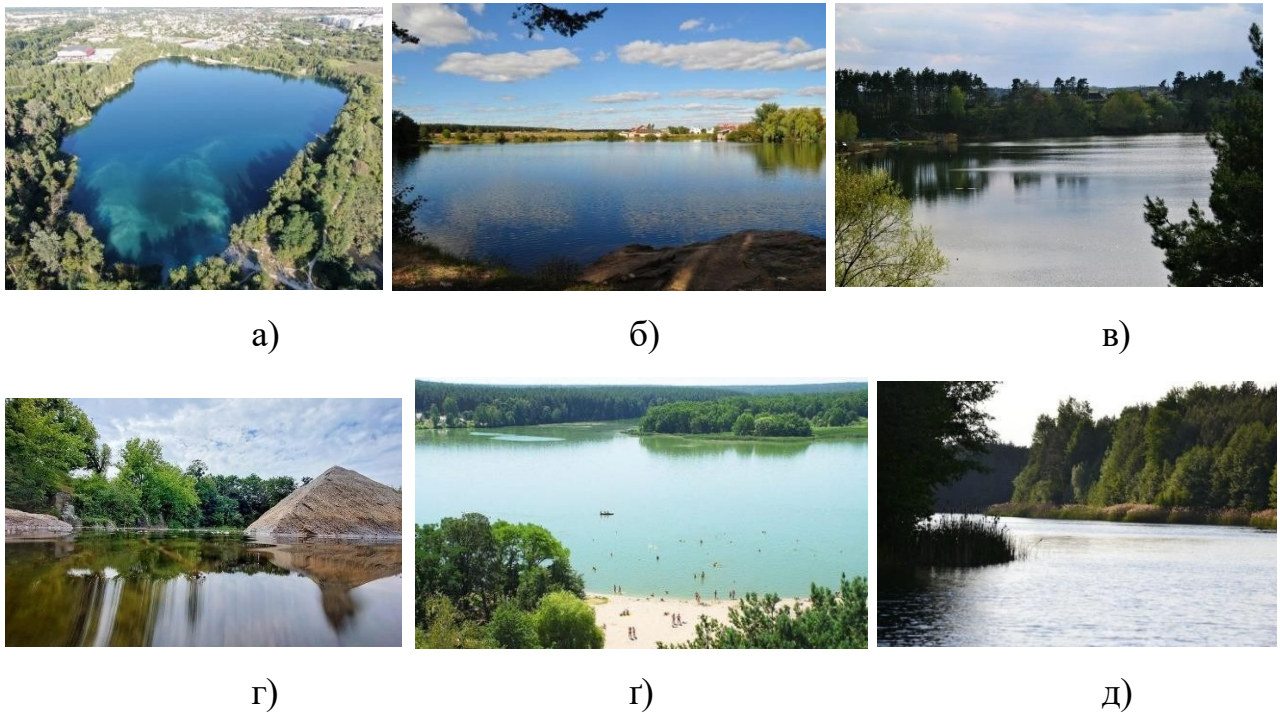


Рис. 2.2 – Затоплені кар'єри та озера Житомирщини
 а) Соколовський б) Богунський в) Силікатний г) Мальованський
 г) Гідропарк д) Голубі озера

Джерело: [11]

Силікатний кар'єр і Мальованський кар'єр вирізняються своїми унікальними геологічними утвореннями та насиченим блакитним кольором води, який утворюється через специфічний хімічний склад дна. Вони популярні серед любителів дикого відпочинку, проте вимагають обережності через значну

глибину. Гідропарк у Житомирі є класичною міською рекреаційною зоною, облаштованою для купання, прогулянок та активного відпочинку. Він обладнаний піщаними пляжами, дитячими майданчиками та зонами для спорту, що робить його привабливим для сімейного відпочинку.

Голубі озера, розташовані поблизу Овруча, вражають своєю красою: їхня вода має яскраво-блакитний відтінок, що контрастує з навколишньою зеленню соснових лісів. Ця локація є популярним місцем для купання та кемпінгу завдяки чистоті води, тиші та природній автентичності. Кар'єри та водойми Житомирської області є справжніми перлинами регіону, які пропонують широкий спектр можливостей для відпочинку, від активного плавання до спокійного насолоди природою.

Нематеріальна спадщина Житомира є важливою складовою культурного потенціалу міста, що може стати привабливим чинником для розвитку туризму. Ця спадщина включає унікальні гастрономічні традиції, ремесла, а також культурні заходи, які відображають багату історію та сучасне життя регіону.

Житомир славиться своїми особливими гастрономічними традиціями, які сформувалися під впливом різних культурних течій. Однією з візитівок міста є виробництво морозива. Житомирське морозиво відоме своїм натуральним складом і оригінальними смаками, що робить його популярним не лише серед місцевих жителів, але й серед туристів. Це морозиво часто згадується як символ міста, і його дегустація може стати приємною частиною туристичного маршруту. Крім того, у місті розвивається культура крафтового пивоваріння. Місцеві пивоварні використовують традиційні рецепти та натуральні інгредієнти, створюючи напої з унікальним смаком. Деякі з цих пивоварень пропонують екскурсії своїми виробничими потужностями, де відвідувачі можуть ознайомитися з процесом пивоваріння та взяти участь у дегустаціях. Це додає гастрономічному туризму інтерактивності та глибини.

Житомир має давні традиції ремесел, які передаються з покоління в покоління. Особливо розвинуті ткацтво та вишивка, що відображають національні мотиви та орнаменти. Місцеві майстри зберігають техніки ручного ткацтва,

створюючи унікальні тканини та вироби з натуральних матеріалів. Туристи можуть відвідати майстерні, де їм продемонструють процес створення тканин або вишивки, а також запропонують взяти участь у майстер-класах. Гончарство також є важливою частиною ремісничої спадщини Житомира. Місцеві гончарі створюють керамічні вироби з характерними орнаментами, притаманними регіону. Участь у гончарних майстер-класах дозволяє туристам не лише спостерігати за процесом, але й самостійно спробувати створити власний виріб. Це додає подорожі інтерактивності та залишає незабутні враження.

Житомир є активним культурним центром, де регулярно проводяться фестивалі, ярмарки та свята, які відображають культурне розмаїття регіону. Однією з найважливіших подій є щорічний фестиваль "День міста", який відзначається з великою урочистістю. Під час цього свята проходять концерти, театральні вистави, художні виставки та інші розважальні заходи, що приваблюють як місцевих жителів, так і гостей міста. Також у Житомирі проводяться музичні фестивалі, присвячені різним жанрам, від класичної музики до сучасних напрямків. Ці заходи збирають виконавців з різних регіонів України та з-за кордону, створюючи платформу для культурного обміну та розвитку. Фестивалі народної творчості дозволяють ознайомитися з традиційними піснями, танцями та обрядами, що додає подорожі автентичності. Ярмарки народних майстрів є ще однією важливою складовою культурного життя Житомира. На цих заходах майстри з усього регіону представляють свої вироби: від вишиванок та виробів з дерева до кераміки та прикрас. Відвідувачі мають можливість не лише придбати унікальні сувеніри, але й поспілкуватися з майстрами, дізнатися більше про традиційні техніки та історію ремесла.

Нематеріальна спадщина Житомира створює основу для розвитку культурно-пізнавального та гастрономічного туризму. Включення гастрономічних традицій, ремесел та культурних заходів у туристичні програми дозволяє формувати унікальні пропозиції, які відрізняють Житомир від інших міст і роблять його привабливим для різних фокус-груп туристів. Для сімей з дітьми цікавою буде участь у майстер-класах та відвідування фестивалів. Молодь може

зацікавитися сучасними музичними подіями та культурними заходами. Гурмани та любителі гастрономії знайдуть для себе цікаві дегустації та екскурсії крафтовими пивоварнями. Таким чином, нематеріальна спадщина є важливим ресурсом, який сприяє формуванню позитивного іміджу міста, збагачує туристичний досвід та стимулює розвиток місцевої економіки через залучення туристів та підтримку місцевих ремісників і підприємців.

На території Житомирської області розташовано 5 замків. Бердичівський замок – це частина фортифікаційного комплексу монастиря кармелітів босих, заснованого у XVII столітті. Розташований у центрі міста, комплекс поєднує сакральну й оборонну архітектуру. Масивні стіни й вежі служили не лише релігійним, але й військовим цілям, захищаючи монастир від нападників. Сьогодні це значуща історична пам'ятка та релігійний центр, який приваблює туристів своїми підземеллями, музейними експозиціями й атмосферою старовини.



Рис. 2.3 – Бердичівський замок

Джерело: [8]

Житомирський замок – одна з найстаріших фортифікаційних споруд області, заснована ще в X столітті на скелі над річкою Тетерів. Замок слугував захистом для міста під час численних нападів завдяки своєму стратегічному розташуванню. Хоча до наших днів він не зберігся, місце, де знаходився замок, має археологічне значення, а також є частиною історичної спадщини міста, яке відзначається літописною згадкою про його оборонні функції.



Житомирський замок (реконструкція В. Капітанюка).

Рис. 2.4 – Житомирський замок

Джерело: [8]

Замок Радомисль у місті Радомишль – це реконструйована середньовічна фортеця, нині культурний центр і музей. Замок побудований на місці старовинного млина й відновлений у вигляді палацово-оборонного комплексу.

Особливістю є унікальний музей української домашньої ікони, що зібрав понад 5 000 експонатів. Навколишній парк із водоймами створює ідилічну атмосферу, а сам замок є популярним місцем для екскурсій і культурних заходів.



Рис. 2.5 – Замок Радомисль

Джерело: [10]

Звягельський замок, розташований у сучасному Новограді-Волинському, збудований у XV столітті князями Острозькими. Замок був важливою оборонною спорудою, що охороняла місто від нападів татар. На жаль, до наших днів він майже повністю зруйнований, але місце розташування зберігає історичну пам'ять. Наразі на цій території можна побачити лише залишки валів та частини мурів, які є свідченням його величної історії.



Рис. 2.6 – Звягельський замок

Джерело: [11]

Овруцький замок був побудований у XII столітті як частина оборонних споруд Київської Русі, захищаючи важливий торговий шлях. Замок розташовувався на високому пагорбі, що забезпечувало стратегічний контроль над територією. Він не зберігся до сьогодні, але його руїни вказують на величезну роль Овруча в середньовічній історії регіону. Місце замку нині є важливою археологічною ділянкою, яка приваблює дослідників і туристів.



Рис. 2.7 – Овруцький замок

Джерело: [12]

Окрім замків, на Житомирщині присутні щонайменше 4 палаци. Палац Бержинських-Терещенків, розташований у селі Турчинівка, є унікальною пам'яткою архітектури XIX століття. Побудований у стилі класицизму, він належав родині відомих меценатів Терещенків. Будівля оточена розкішним парком із рідкісними видами дерев, що підкреслює її величність. Сьогодні палац частково використовується для освітніх потреб, проте зберігає свій історичний шарм, приваблюючи туристів і дослідників.



Рис. 2.8 – Палац Бержинських-Терещенків

Джерело: [14]

Палац графині Понінської в селі Великі Межирічі — це розкішна резиденція XVIII століття, виконана у стилі бароко з елементами ренесансу. Будівля вирізняється витонченими фасадами й унікальним внутрішнім оздобленням. Палац оточений мальовничим парком, що створює гармонійну атмосферу. Наразі він перебуває в занедбаному стані, але зберігає величну архітектуру, яка свідчить про колишній статус і багатство власників.



Рис. 2.9 – Палац графині Понінської

Джерело: [14]

Палац Терещенків у селі Дениші – це неоготична споруда, зведена в ХІХ столітті. Розташований на березі річки Тетерів, він вражає своєю архітектурною вишуканістю та гармонійним поєднанням із природним середовищем. Хоча палац зазнав руйнувань у ХХ столітті, його мальовничі руїни стали популярним місцем для фотографій і туристичних екскурсій. Палац оточений лісами, що створює унікальну атмосферу романтики й загадковості.



Рис. 2.10 – Палац Терещенків у Денишах

Джерело: [14]

Палац Терещенків у селі Червоне – одна з найвизначніших неоготичних споруд України. Побудований у середині XIX століття, цей палац вирізняється величними вежами, арками та оригінальними архітектурними деталями. Розташований серед великого парку, він слугував родинною резиденцією. Хоча палац потребує реставрації, він залишається важливою пам'яткою, що відображає багатство та вплив родини Терещенків у регіоні.



Рис. 2.11 – Палац Терещенків у Червоному

Джерело: [15]

Житомир має значний потенціал для розвитку різних напрямків туризму, що базується на його багатій культурно-історичній спадщині, природних ресурсах та розвиненій інфраструктурі.

Таблиця 2.6. *Напрямки туризму в Житомирі*

Напрямок	Характеристика
Культурно-пізнавальний туризм	Місто відоме своїми музеями, зокрема Музеєм космонавтики імені Сергія Корольова, який щорічно відвідують тисячі туристів. Архітектурні пам'ятки, такі як Кафедральний собор Святої Софії, зведений у 1737 році, та інші історичні будівлі, приваблюють поціновувачів історії та культури.
Рекреаційний туризм	Природні ресурси Житомира, зокрема річка Тетерів та навколишні ліси, створюють умови для відпочинку на природі. Річка Тетерів, довжина якої в межах міста становить

	близько 30 км, пропонує можливості для риболовлі та водних прогулянок. Лісові масиви, що оточують місто, є ідеальними для піших прогулянок та веломаршрутів.
Гастрономічний туризм	Житомир відомий своїми кулінарними традиціями. Місцеві ресторани пропонують страви української кухні, а також спеціалізуються на виготовленні крафтового пива та морозива, що стає популярним серед відвідувачів.
Активний туризм	Наявність природних скель та кар'єрів поблизу міста створює умови для розвитку скелелазіння та інших видів активного відпочинку. Зокрема, Коростишівський кар'єр, розташований за 25 км від Житомира, є популярним місцем для скелелазів та любителів природи.

Джерело: розроблено автором самостійно на основі даних [12,13]

Житомир, як близький до столиці регіон, має всі передумови стати популярним напрямком для короткострокового туризму мешканців Києва. Його зручне транспортне розташування, багатство природних і культурно-історичних ресурсів, а також порівняно доступні ціни створюють привабливі умови для відпочинку. Водночас для ефективного розвитку туристичної пропозиції важливо розуміти, які саме очікування мають потенційні відвідувачі, що може їх зацікавити, і які аспекти варто врахувати при формуванні турпродукту. Щоб отримати відповіді на ці запитання, було проведено соціологічне опитування серед мешканців Києва, результати якого дозволяють сформулювати чітке уявлення про попит та уподобання туристів. Опитування проводилося серед мешканців Києва віком від 18 до 65 років, які зацікавлені у короткострокових туристичних поїздках. У дослідженні взяли участь 100 респондентів, яке проводилося шляхом онлайн-анкетування (рис. 2.12).

Згідно з представленими даними, більшість мешканців Києва визначили культурно-історичні місця як головний мотив для відвідування Житомира, що

становить 35% респондентів. Це свідчить про високий рівень зацікавленості історичними пам'ятками, музеями та архітектурними об'єктами міста. Такий інтерес вказує на необхідність зосередження туристичних пропозицій на екскурсійних програмах, які включають відвідування знакових локацій, таких як Музей космонавтики ім. С. Корольова чи Кафедральний собор Святої Софії.

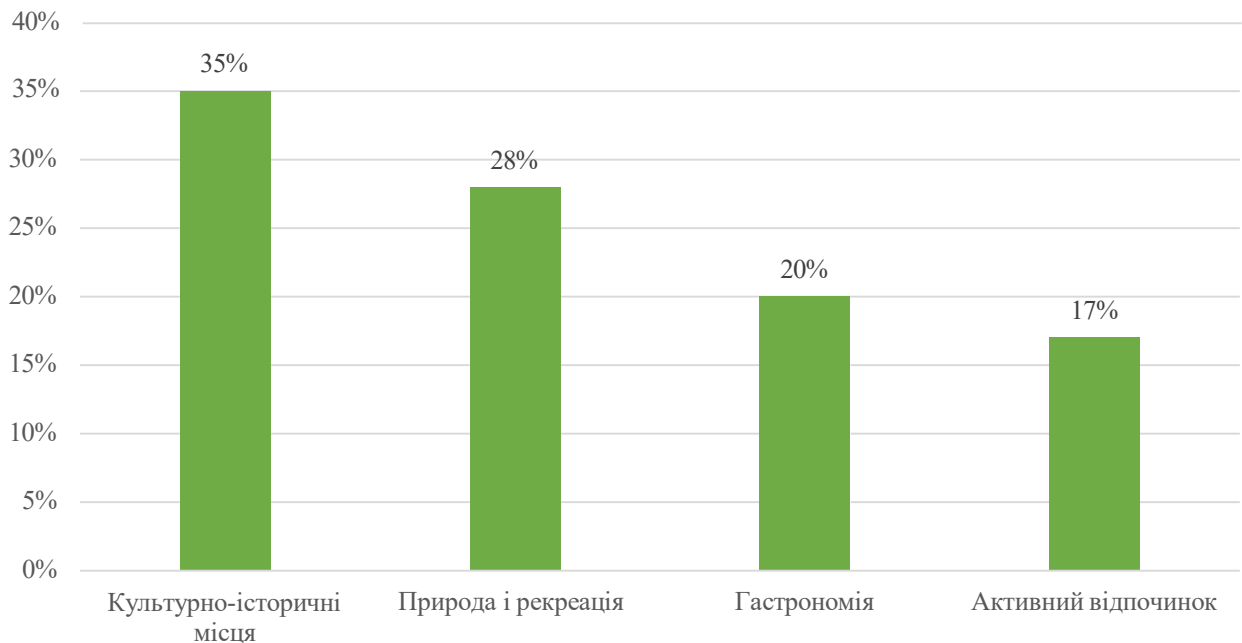


Рис. 2.12 – Головний мотив для відвідування Житомира для мешканців Києва

Джерело: складено автором на основі проведеного опитування

На другому місці за популярністю знаходиться природа і рекреація – 28% опитаних. Це підкреслює значення природних ресурсів Житомирщини, зокрема річки Тетерів, лісових масивів і мальовничих кар'єрів. Такий попит створює перспективи для розвитку активного відпочинку, наприклад, піших маршрутів, велотурів та зон для релаксації, які могли б інтегруватися у туристичні програми.

Гастрономія (20%) і активний відпочинок (17%) також є важливими складовими мотивації. Це свідчить про потенціал для розвитку гастротурів, орієнтованих на локальні продукти, такі як житомирське морозиво чи крафтове пиво, а також для організації маршрутів, які включають скелелазіння чи водні

прогулянки. Загалом результати вказують на необхідність створення багатокомпонентного 3-денного туру, який би поєднував культурно-історичний, рекреаційний, гастрономічний і активний відпочинок.

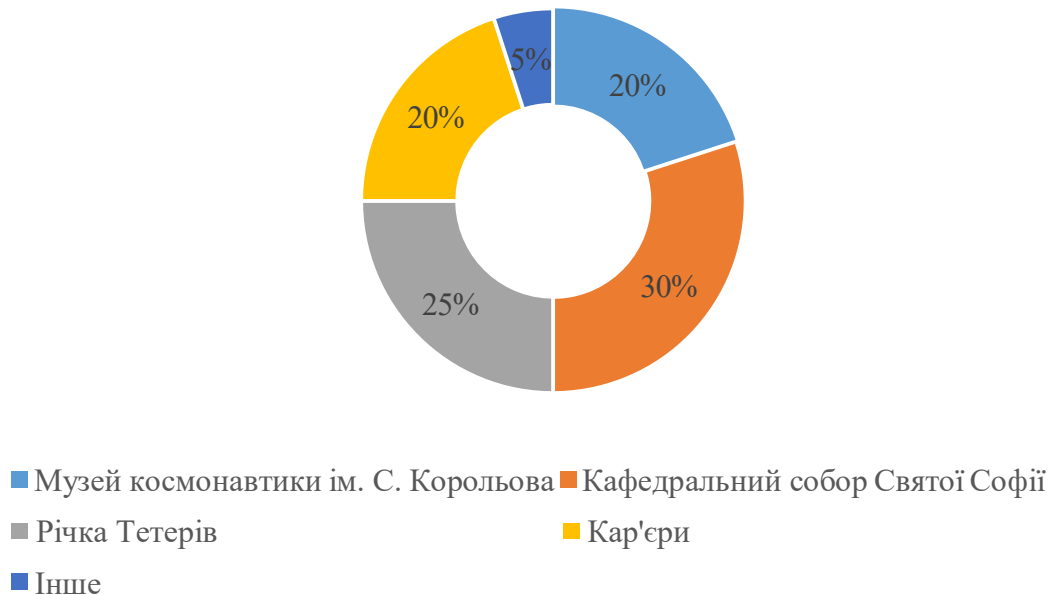


Рис. 2.13 – Найбільш цікаві об'єкти в Житомирі для мешканців Києва
Джерело: складено автором на основі проведеного опитування

Аналіз представлених даних демонструє, що серед об'єктів, які найбільше цікавлять мешканців Києва в Житомирі, лідирує Кафедральний собор Святої Софії, що отримав 30% голосів. Ця сакральна пам'ятка є однією з ключових історичних споруд міста, яка приваблює як поціновувачів архітектури, так і туристів, зацікавлених у духовних цінностях. Собор є важливою складовою культурного туризму в регіоні й підтверджує високий попит на об'єкти з історико-духовною значущістю.

Другим за популярністю об'єктом стала річка Тетерів (25%), яка пропонує різноманітні можливості для рекреації та відпочинку на природі. Її мальовничі береги ідеально підходять для прогулянок, водних екскурсій і риболовлі, що робить цю локацію привабливою для поєднання активного та релаксуючого туризму. Такий результат свідчить про значний інтерес до природних локацій, які можуть забезпечити емоційний відпочинок від міського шуму.

Кар'єри Житомирщини також привертають увагу, зібравши 20% голосів. Це унікальні природні ландшафти, які є популярними серед молоді та любителів активного відпочинку, зокрема для скелелазіння або фототурів. Водночас Музей космонавтики ім. С. Корольова цікавить 20% опитаних, що вказує на сталий інтерес до історико-наукових об'єктів, пов'язаних із досягненнями України у космічній сфері. Дані дослідження підтверджують необхідність формування багатокomпонентного туристичного продукту для Житомира, який поєднує історичні, природні та інноваційні аспекти. Така пропозиція задовольнить запити різних груп туристів і сприятиме збільшенню туристичних потоків у регіон.

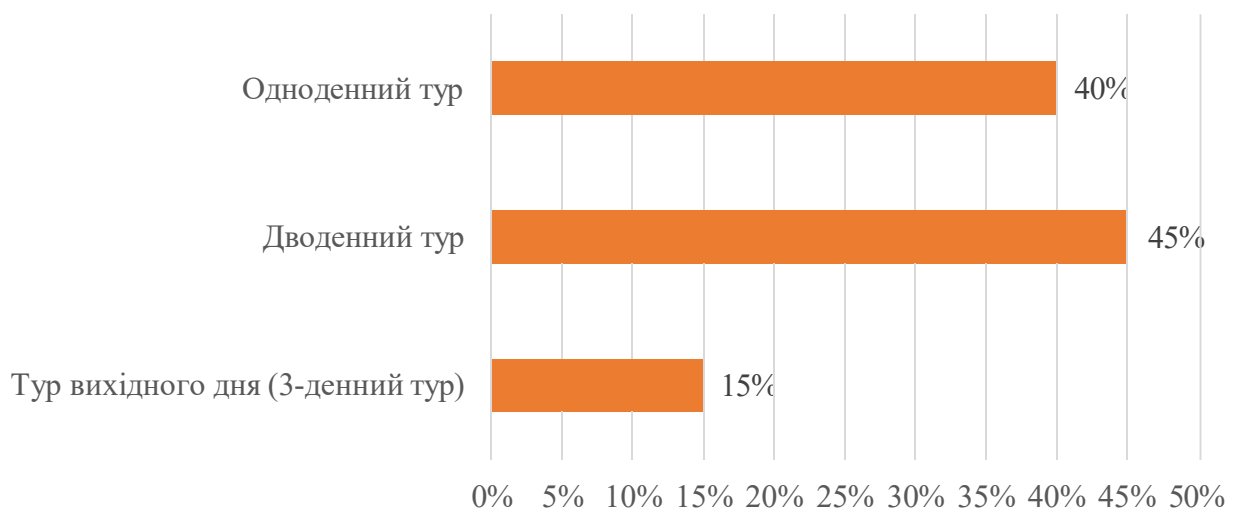


Рис. 2.14 – Найбільш цікавий формат поїздки в Житомир для мешканців Києва

Джерело: складено автором на основі проведеного опитування

Аналіз результатів опитування свідчить, що найбільш популярними форматами подорожей до Житомира серед мешканців Києва є одноденні та дводенні тури, які зібрали 40% і 45% голосів відповідно. Це вказує на значну зацікавленість у короткострокових поїздках, що дозволяють отримати насичений досвід без тривалого перебування. Такий вибір пояснюється близьким розташуванням Житомира до столиці, що забезпечує зручність транспортування та оптимізацію часу туристів.

Попит на тури вихідного дня (3-денні тури), які отримали 15%, також демонструє перспективу для створення більш насичених програм із різними активностями. Хоча цей формат менш популярний порівняно з коротшими турами, він може стати ідеальним варіантом для глибшого ознайомлення з Житомирщиною та включення до маршрутів не лише міських, але й сільських та природних локацій. Зокрема, триденний тур може поєднувати культурно-історичні екскурсії, активний відпочинок і гастрономічні заходи.

Результати дослідження вказують на необхідність розробки гнучких туристичних продуктів, які враховуватимуть потреби різних груп туристів. Для задоволення попиту на дводенні тури важливо забезпечити збалансовану програму, яка включатиме як основні визначні місця Житомира, так і можливість відпочинку на природі. Одночасно, розвиток триденних турів дозволить охопити ширшу аудиторію та запропонувати відвідувачам максимально насичений досвід, поєднуючи культурну, природну та гастрономічну складові.

Аналіз результатів опитування демонструє, що серед активностей, які найбільше цікавлять мешканців Києва у Житомирі, лідирують веломаршрути, які обрали 40% респондентів (рис. 2.4). Це свідчить про високий попит на активний відпочинок серед природних ландшафтів регіону. Наявність лісових масивів і безпечних доріг у Житомирській області створює ідеальні умови для розвитку велосипедного туризму, що може привабити як молодь, так і сімейні групи.



Рис. 2.15 – Найбільш цікаві види активностей в Житомирі для мешканців Києва

Джерело: складено автором на основі проведеного опитування

Ретритні програми також викликають значний інтерес – 25% респондентів хотіли б скористатися такими послугами. Це вказує на зростаючу популярність відпочинку, орієнтованого на релаксацію та відновлення сил. Мальовничі локації Житомирщини, зокрема зелені садиби та природні зони біля річок, створюють сприятливі умови для організації ретритів.

Скелелазіння (20%) та водні прогулянки (15%) займають менші частки, але також свідчать про попит на спеціалізовані активності. Кар'єри Житомирщини можуть стати основою для розвитку скелелазіння, а водні маршрути річкою Тетерів – привабливими для туристів, які шукають унікальні та незабутні враження. Ці результати підтверджують, що формування багатокomпонентних туристичних продуктів, що включають активний відпочинок, здатне задовольнити запити широкої аудиторії.

Результати опитування свідчать про високий інтерес мешканців Києва до культурно-історичних та природних об'єктів Житомира. Найбільшою популярністю користуються такі локації, як Музей космонавтики ім. С. Корольова

та річка Тетерів. Близько 80% респондентів зазначили, що дегустація локальних продуктів, таких як житомирське морозиво чи крафтове пиво, є важливою складовою їхньої подорожі.

Більшість опитаних обирають короткі подорожі тривалістю до двох днів, що підтверджує актуальність розробки 2-денних турів. Також значний інтерес до участі у майстер-класах та активностях, таких як веломаршрути й ретрити, відкриває можливості для створення інтерактивних програм, орієнтованих на молодь і сімейні групи. Ці дані можуть бути використані для формування туристичних продуктів, які максимально відповідатимуть запитам цільової аудиторії.

Житомир є унікальним містом, здатним запропонувати різноманітні туристичні продукти, що базуються на інтеграції культурно-історичних, природних та інфраструктурних ресурсів. Завдяки компактності міста та його зручному розташуванню неподалік Києва, Житомир може стати ідеальною локацією для коротких 2-3 денних турів, які охоплюють основні визначні місця та забезпечують глибоке занурення в атмосферу регіону. Наприклад, комбінуючи екскурсії до Музею космонавтики імені Сергія Корольова, прогулянки уздовж мальовничих берегів річки Тетерів та відвідини місцевих гастрономічних локацій, туристи отримують збалансований досвід пізнання культури, історії та природи.

Околиці Житомира, які розташовані в межах півтори години їзди, значно розширюють можливості для формування туристичних маршрутів. Села, такі як Коростишів із його кар'єрами, пропонують туристам активний відпочинок, зокрема скелелазіння чи пікніки на природі. Інші сільські громади можуть стати платформою для розвитку етнографічного туризму з акцентом на ремесла, народну творчість і локальні гастрономічні традиції. Інтеграція таких об'єктів до турів сприятиме залученню не лише внутрішніх, але й міжнародних туристів, які шукають автентичні враження.

Короткі туристичні тури Житомирщиною мають потенціал стати конкурентоспроможним продуктом на туристичному ринку України завдяки доступності, багатогранності пропозицій та можливості задовольнити інтереси

різних категорій туристів. Врахування особливостей околиць, розвиток місцевої інфраструктури та активне промоціювання сприятимуть не лише зростанню туристичних потоків, але й загальному розвитку регіону.

2.2. Типи дестинації Житомирщини та столичного регіону, характер взаємодії між ними (потоки, потреби, портрет споживача, все це вивести на ідею в розробці 2-3 денних турів в Житомирі)

Житомирщина та столичний регіон мають багатий туристичний потенціал, що базується на різноманітності природних, культурно-історичних і інфраструктурних ресурсів. Обидва регіони демонструють взаємозалежність у туристичній сфері, яка проявляється через туристичні потоки, спільні інтереси та економічну взаємодію. Житомирщина, яка славиться своєю природною красою, історичними пам'ятками та можливостями для активного відпочинку, може стати ідеальним місцем для короткострокових подорожей, які зручні для мешканців Києва та області.

Характер взаємодії між регіонами визначається переважно транспортною доступністю, оскільки Житомир розташований лише за 130 км від столиці. Це робить місто привабливим для одноденних та багатоденних турів, які задовольняють різні категорії туристів: від сімей із дітьми, які шукають пізнавальні екскурсії, до молоді, зацікавленої в активному відпочинку та унікальних враженнях. Потоки туристів з Києва до Житомирщини спрямовані на відвідування природних локацій, участь у культурних подіях та релаксацію від міської метушні.

Створення інтегрованих туристичних продуктів, які враховують особливості обох регіонів, сприятиме зростанню туристичного потоку та посиленню економічних зв'язків між Житомирщиною та столичним регіоном. Короткі 2-3 денні тури, що об'єднують ключові дестинації Житомира та його околиць, мають стати основою для формування привабливих пропозицій. Їхня

реалізація базуватиметься на поєднанні культурно-пізнавальних, активних та гастрономічних складових, орієнтованих на сучасні запити туристів.3

Житомирщина характеризується багатогранним туристичним потенціалом, що включає природні, культурно-історичні, сільські та розважальні дестинації. Регіон багатий на ліси та річки, зокрема Тетерів і Случ, які створюють умови для активного відпочинку. Коростишівський каньйон, розташований за 25 км від Житомира, є популярним місцем для скелелазіння та піших прогулянок. Також варто відзначити Голова Чацького — природну пам'ятку, що приваблює туристів своєю унікальною формою та краєвидами [13]. Житомир відомий своїми архітектурними пам'ятками, такими як Кафедральний собор Святої Софії, зведений у 1737 році, та Преображенський собор, який є символом міста [13]. Музей космонавтики імені Сергія Корольова, заснований у 1970 році, щорічно відвідують тисячі туристів, зацікавлених в історії космонавтики. Села, розташовані в межах години-півтори їзди від Житомира, пропонують етнографічний та гастрономічний туризм. Наприклад, село Городське відоме своїми ремісничими традиціями та можливістю участі в майстер-класах з ткацтва та гончарства [4]. У Житомирі функціонують театри, кінотеатри, торгово-розважальні центри, басейни, СПА-центри, боулінг-клуби, кальян-бари та крафтові пивоварні. Зокрема, "Лісовий готель Гайки" пропонує гостям не лише проживання, але й різноманітні розважальні послуги, що робить його привабливим для сімейного відпочинку [14]. Таким чином, Житомирщина пропонує різноманітні туристичні дестинації, здатні задовольнити інтереси широкого спектра відвідувачів.

Взаємодія між Житомирщиною та столичним регіоном (Київщиною) зосереджена на обміні туристичними потоками. Київ генерує значну кількість туристів завдяки великій кількості населення, розвиненій інфраструктурі та платоспроможності. Житомирщина натомість є привабливим регіоном для короткострокових турів через свою близькість, нижчі ціни та унікальні туристичні пропозиції.

Основні потоки наведені в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7. Основні потоки

Тип потоку	Характеристика	Цільова аудиторія	Популярні напрямки
Вихідні тури	Короткострокові подорожі тривалістю 1-2 дні, з акцентом на доступний відпочинок на природі чи культурні екскурсії.	Молодь, сімейні групи, активні туристи	Лісові зони, річка Тетерів, Музей космонавтики, Коростишівський кар'єр.
Екскурсійні групи	Організовані поїздки для освітніх цілей, що включають відвідування музеїв, історичних пам'яток, культурних подій.	Учні шкіл, студенти, освітні групи	Музей космонавтики ім. С. Корольова, Краєзнавчий музей, історичний центр Житомира.
Оздоровчий туризм	Поїздки до природних джерел, рекреаційних зон та ретрит-центрів для релаксації та відновлення здоров'я.	Старші туристи, корпоративні клієнти, учасники ретритів	Лісові бази відпочинку, ретрит-зони, мінеральні джерела в Житомирській області.

Джерело: розроблено автором самостійно

Аналіз основних туристичних потоків між Житомирщиною та столичним регіоном показує, що найбільший попит зосереджений на короткострокових вихідних турах та екскурсійних програмах. Близькість до Києва дозволяє швидко дістатися до ключових дестинацій, таких як Музей космонавтики, природні локації вздовж річки Тетерів чи унікальні культурні пам'ятки, що робить Житомир привабливим для організованих груп і індивідуальних туристів.

Оздоровчий туризм також має перспективи розвитку, особливо серед старших категорій туристів і тих, хто шукає альтернативу столичній метушні. Потенціал мінеральних джерел і ретрит-зон Житомирщини поки не повністю реалізований, що створює простір для розширення туристичних пропозицій. Інтеграція цих напрямків у міжрегіональні маршрути дозволить посилити економічні зв'язки між Києвом та Житомиром і сприятиме розвитку обох регіонів.

Портрет споживача наведений в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8. *Портрет споживача*

Цільова аудиторія	Потреби	Ідеальні пропозиції	Приклади популярних напрямків
Сімейні групи	Комфортне розміщення, безпека для дітей, наявність дитячих активностей і програм.	Готелі з сімейними номерами, інтерактивні музеї, прогулянкові маршрути.	Музей космонавтики, Краєзнавчий музей, природні локації з дитячими майданчиками.
Молодь	Активний відпочинок, доступ до розваг, гастрономічних турів, унікальні місця для контенту.	Велотури, екстримальні види спорту (скелелазіння), екскурсії з крафтовими дегустаціями.	Коростишівський кар'єр, крафтові пивоварні, урбаністичні локації в центрі Житомира.
Старше покоління	Спокійні екскурсії, культурні програми, відвідування сакральних місць і природних санаторіїв.	Тури до церков і монастирів, відвідування музеїв, програми для відпочинку і лікування в рекреаційних зонах.	Кафедральний собор Святої Софії, монастирі Житомирщини, санаторії та джерела мінеральних вод.

Джерело: розроблено автором на основі даних [12]

Проведений аналіз показує, що Житомирщина має потенціал для задоволення потреб різних категорій туристів. Сімейні групи активно шукають комфортні умови розміщення та розважальні програми, орієнтовані на дітей. Інтеграція музеїв, парків і природних зон до туристичних маршрутів дозволить максимально відповідати їхнім очікуванням. Особливою перевагою Житомирщини є поєднання доступності й безпечності, що важливо для сімейного туризму.

Молодь формує значну частку туристичного потоку завдяки активному інтересу до нестандартних і яскравих вражень. Орієнтація на активний відпочинок, такі як веломаршрути чи скелелазіння, а також гастрономічні тури може посилити популярність регіону серед цієї аудиторії. Унікальні локації, які дозволяють створювати якісний цифровий контент, додатково приваблюють молодих мандрівників.

Для старшого покоління пріоритетом залишаються спокійні маршрути, з акцентом на духовні цінності, культурну спадщину та оздоровлення. Включення сакральних місць і санаторіїв у програми турів дозволить задовольнити потреби цієї аудиторії, а також сприятиме розвитку рекреаційного потенціалу регіону. Загалом, врахування специфіки потреб кожної групи туристів допоможе створити збалансований туристичний продукт, здатний залучити широку аудиторію.

Розвиток туристичної взаємодії між Житомирщиною та Київщиною має значний потенціал для створення взаємовигідних умов. Для Житомирщини це насамперед означає збільшення туристичних потоків, що сприятиме економічному розвитку регіону через зростання попиту на місцеві послуги, такі як розміщення, харчування, транспорт і розваги. Крім того, активізація туризму сприяє збереженню культурної та природної спадщини, адже популяризація об'єктів стимулює їх утримання та відновлення.

Київщина, зі свого боку, отримує нові можливості для організації короткострокового відпочинку. Умови мегаполісу спонукають мешканців шукати

варіанти релаксації поблизу столиці, і Житомирщина, яка знаходиться всього за 130 км, може стати ідеальним напрямком. Зручне сполучення і багатогранна туристична пропозиція дають змогу киянам не лише насолодитися природою чи культурними пам'ятками, а й розвивати ділові контакти під час корпоративних подорожей, участі в конференціях чи тематичних заходах.

Розробка єдиних маршрутів, які об'єднують Житомирщину та Київщину, стане важливим кроком до інтенсифікації міжрегіональної співпраці. Це можуть бути спільні туристичні програми, що включають об'єкти двох регіонів, наприклад, природні локації Житомирщини та культурні й ділові центри Києва. Спільна промоція через туристичні виставки, онлайн-платформи чи соціальні мережі дозволить охопити ширшу аудиторію та популяризувати маршрути серед українських і міжнародних туристів.

Враховуючи зростання інтересу до коротких подорожей, створення 3-денного туру до Житомира виглядає цілком актуальним. Такий тур може об'єднати культурно-пізнавальну програму з екскурсіями до музеїв і пам'яток архітектури, активний відпочинок у природних локаціях і гастрономічний компонент із дегустацією місцевих продуктів. Це дозволить задовольнити запити різних категорій туристів, посилити зв'язки між регіонами та сприяти економічному розвитку обох сторін.

2.3. Тур. проєкт «Житомирський релакс; якісний відпочинок на кожен смак». Як напряду покращення взаємодії Житомирщини, Київщини (дерево проблем - рішень - завдань - заходів)

Взаємодія між Житомирщиною та Київщиною в туристичній сфері має значний потенціал, який, однак, на сьогодні не повністю реалізований. Незважаючи на близьке географічне розташування, багатий природний та культурний потенціал Житомирщини, ефективна співпраця між регіонами залишається фрагментованою. Туристичний потік, який міг би стимулювати економіку Житомирщини та розширювати можливості для відпочинку мешканців

Києва, потребує кращої організації, якісної інфраструктури та інтегрованого просування. Для аналізу основних перепон і визначення шляхів їх вирішення було сформовано "дерево проблем", яке охоплює ключові аспекти туристичного розвитку (рис. 2.5).

Туристичні ресурси Житомирщини та Київщини досі не об'єднані в єдину систему, що стримує можливості для створення багатокомпонентних туристичних маршрутів. Наприклад, відсутність програм, які включають як історико-культурні об'єкти Києва, так і природні чи культурні пам'ятки Житомира, звужує вибір для туристів. Крім того, регіональні туристичні оператори не мають достатньої співпраці, що обмежує розвиток комплексних пропозицій. Туристичний потенціал Житомирщини мало відомий серед мешканців Києва. Це обумовлено недостатнім просуванням регіону, відсутністю цілеспрямованих маркетингових кампаній і недосконалістю інформаційної інфраструктури.

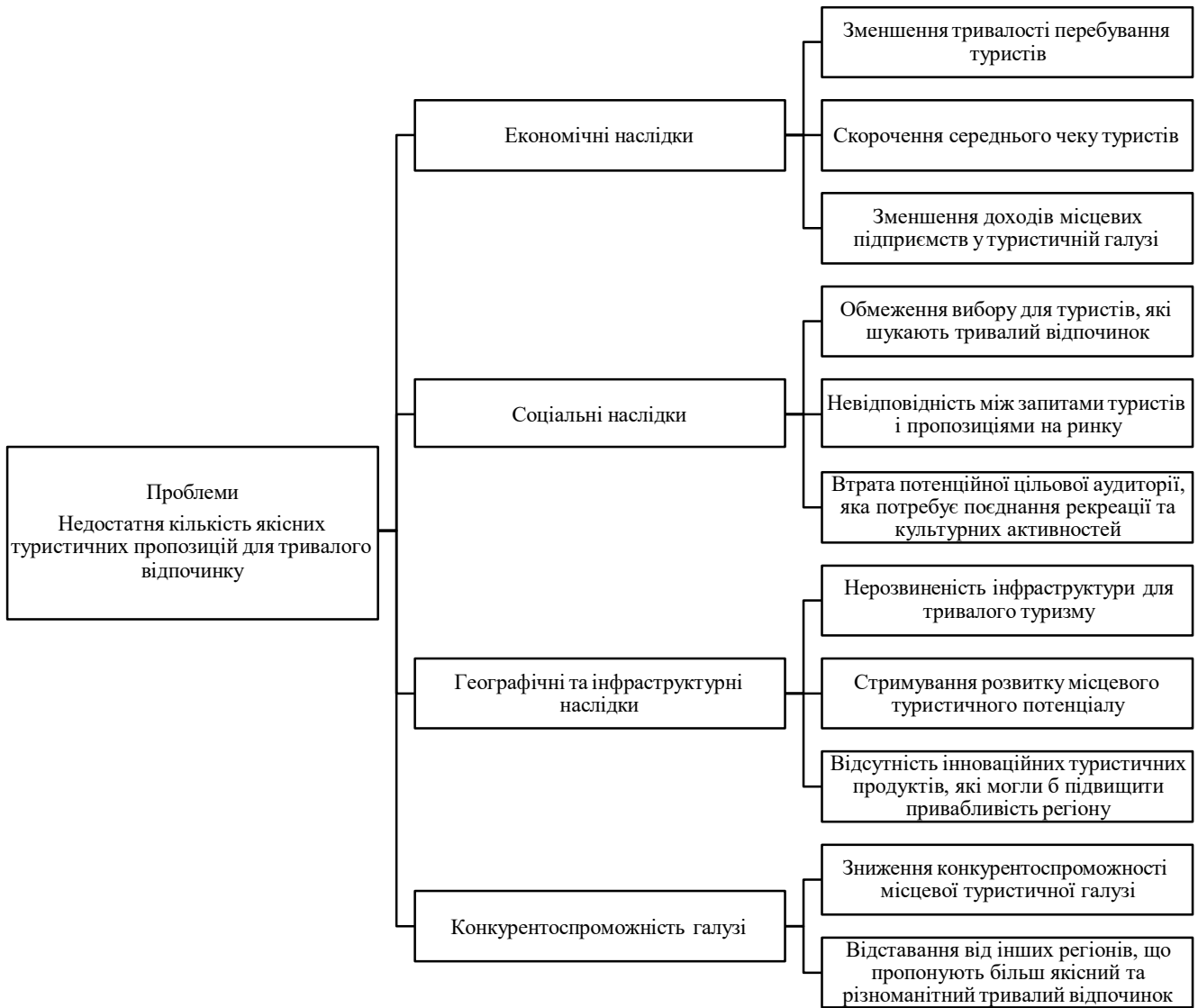


Рис. 2.16 – Дерево проблем

Джерело: складено автором

Відсутність єдиної онлайн-платформи для планування подорожей та пошуку інформації про Житомирщину робить цей регіон менш доступним для туристів, особливо тих, хто віддає перевагу самостійній організації поїздок. Інфраструктура залишається одним із найбільших викликів для туристичного розвитку. У багатьох туристичних локаціях Житомирщини бракує сучасних об'єктів розміщення, що може обмежувати можливість перебування туристів на кілька днів. Додатково, поганий стан доріг до ключових туристичних локацій ускладнює доступ до них, що негативно впливає на туристичний досвід. Туристичні продукти регіону не повністю відповідають очікуванням сучасних

споживачів. Відсутність спеціалізованих турів, таких як гастрономічні чи активні маршрути, звужує цільову аудиторію. Також недостатньо розроблені пропозиції, адаптовані для іноземних туристів, включаючи відсутність багатомовних екскурсій чи інфраструктури, що відповідає міжнародним стандартам.

Недостатня кількість якісних туристичних пропозицій для тривалого відпочинку в Житомирській області має негативні наслідки для економічного розвитку, соціальної привабливості та конкурентоспроможності регіону. Вона обмежує тривалість перебування туристів, зменшує їхні витрати та впливає на доходи підприємств туристичної галузі. Брак інфраструктури та інноваційних туристичних продуктів звужує вибір для туристів, які прагнуть поєднати рекреацію з культурними активностями, а також стримує реалізацію туристичного потенціалу регіону. Як результат, Житомирщина поступається іншим регіонам у залученні туристів, що вимагає термінового впровадження нових стратегій розвитку та інвестицій у сферу туризму.

Для вирішення проблем взаємодії між Житомирщиною та Київщиною в туристичній сфері необхідно впроваджувати системний підхід, що враховує як інфраструктурні, так і інформаційні аспекти розвитку. Багатий природний та культурно-історичний потенціал Житомирщини, доповнений попитом серед мешканців Києва, потребує ефективного управління, інтеграції ресурсів і підвищення рівня промоції. Створення "дерева рішень" дозволяє сформулювати чіткий план дій, спрямований на подолання існуючих бар'єрів і реалізацію можливостей обох регіонів.

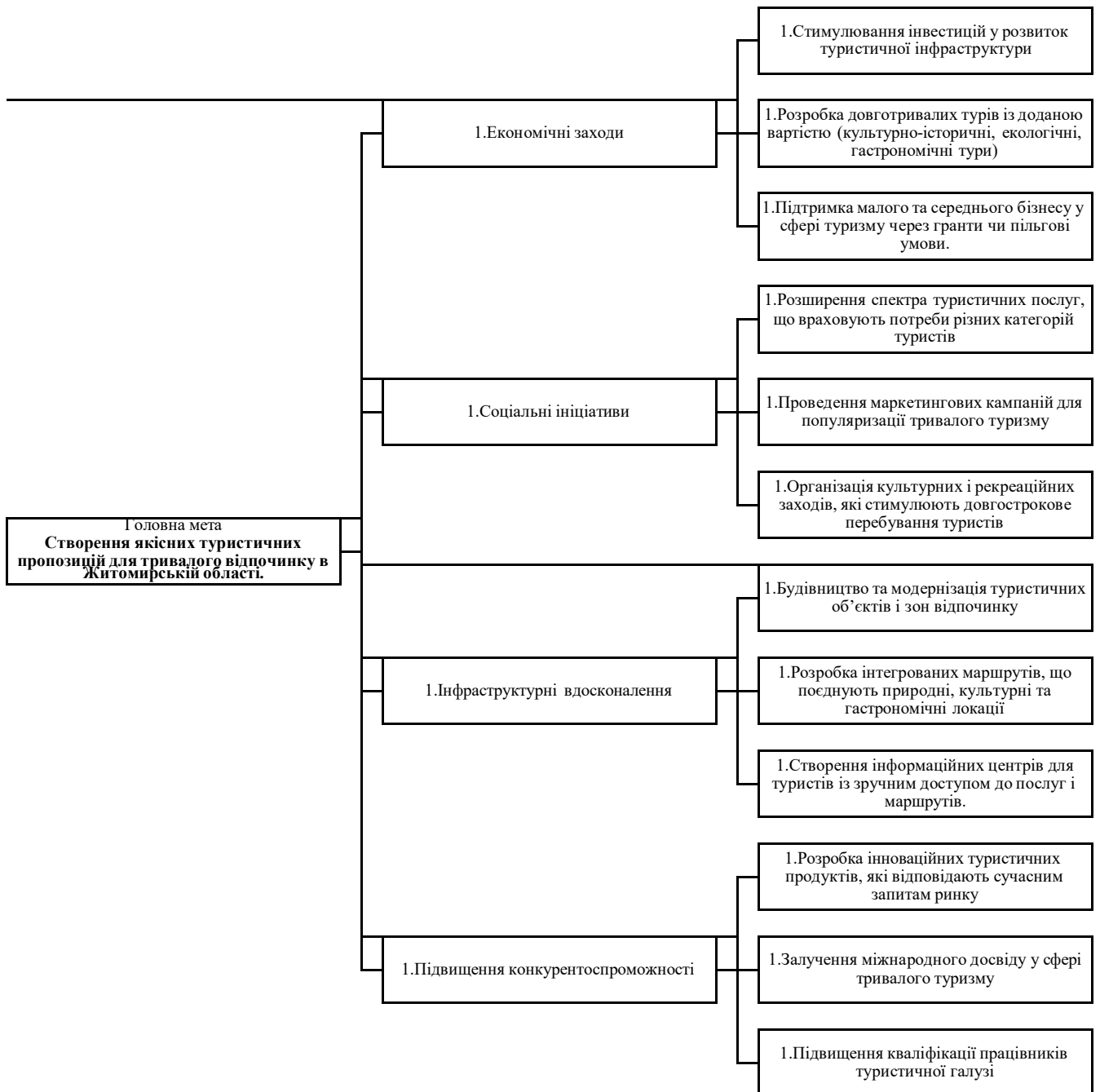


Рис. 2.17 – Дерево рішень

Джерело: складено автором

Для вирішення проблеми недостатньої кількості якісних туристичних пропозицій у Житомирській області необхідно впровадити комплексний підхід, що включає економічні, соціальні та інфраструктурні заходи. Залучення інвестицій, розробка нових маршрутів, покращення сервісу та інноваційні продукти допоможуть задовольнити потреби сучасних туристів, збільшити тривалість їхнього перебування та сприяти розвитку місцевого туризму.

Інтеграція цих рішень забезпечить конкурентоспроможність регіону на внутрішньому та міжнародному ринках.

Для посилення взаємодії між регіонами необхідно створити інтегровані туристичні маршрути, які поєднують природні та культурні об'єкти Житомирщини і Київщини. Завдання реалізується через організацію спільних воркшопів для туристичних операторів, під час яких буде визначено ключові локації, спільні програми та формати співпраці. Результатом стане запуск міжрегіональних туристичних продуктів, таких як комбіновані тури для вихідних, які охоплюють обидва регіони. Рівень впізнаваності Житомирщини як туристичного напрямку може бути збільшений через впровадження масштабних рекламних кампаній. Використання соціальних мереж, банерів, радіо та інших каналів дозволить донести інформацію про унікальність регіону до потенційних туристів. Одним із заходів стане створення мобільного додатку, що міститиме інтерактивні карти, опис маршрутів, відгуки туристів і рекомендації щодо відвідування локацій. Для підвищення якості обслуговування туристів необхідно інвестувати в реконструкцію доріг до ключових туристичних об'єктів, забезпечуючи зручний і безпечний доступ. Додатково варто створити нові об'єкти розміщення (готелі, кемпінги) і зони для рекреації, які відповідатимуть сучасним стандартам. Такі заходи дозволять залучити широку аудиторію, зокрема іноземних туристів. Туристичні пропозиції мають враховувати різні потреби цільових аудиторій. Проведення соціологічних опитувань серед мешканців Києва дозволить визначити найбільш популярні види відпочинку та активності. На основі цих даних будуть розроблені тематичні тури: гастрономічні, ретритні, активні, що відповідатимуть очікуванням туристів і сприятимуть диференціації продукту на ринку.

Туристичний проєкт: «Житомирський Релакс: якісний відпочинок на кожен смак».

Мета проєкту – покращення туристичної взаємодії між Житомирщиною та Київщиною через створення інтегрованих турпродуктів, розвиток інфраструктури та ефективну промоцію.

Таблиця 2.9. Повний перелік послуг у рамках туру "Житомирський Релакс: якісний відпочинок на кожен смак"

Категорія	Послуга
Розваги та активності	Боулінг у "Liberty Hall"
	Скелелазіння в Денишах
	Риболовля та відпочинок біля "Голубих озер"
	Прогулянки на човнах у Гідропарку
	Вечірки та тематичні заходи в кафе й барах міста
	Пейнтбол або лазертаг у передмістях Житомира
	Фотосесії на фоні Соколовського або Богунського кар'єрів
Екскурсії	Відвідування Музею космонавтики ім. С.П. Корольова
	Екскурсія палацами Терещенків (Дениші, Червоне) та Бержинських-Терещенків
	Екскурсія до Музею природи або Житомирського краєзнавчого музею
	Прогулянки історичними вуличками Житомира з гідом
	Екскурсія в Бердичівський монастир кармелітів босих
	Відвідування замків (Овруцький, Звягельський)
Гастрономія	Гастрономічний тур ресторанами Житомира (Tbilisi.Ge, Авеню 57, Шале)
	Кулінарні майстер-класи (приготування локальних страв)
	Дегустація місцевих вин та сиру
Релаксація	СПА-програми в SPA-Hotel Dodo
	Прогулянки в Шодуарівському парку
	Медитація та йога на природі (Голубі озера, Дениші)

Джерело: розроблено автором самостійно

Даний перелік охоплює широкий спектр послуг, орієнтованих на різні категорії туристів, що забезпечує індивідуальний підхід до планування відпочинку. Завдяки цьому туристи можуть обрати оптимальні розваги, екскурсії,

гастрономічні пропозиції або релаксаційні програми, які відповідають їхнім інтересам.

Таблиця 2.10. *Тур для молоді*

Час	Діяльність
День 1	
08:00 – 09:00	Виїзд із Києва автобусом у супроводі гідів.
09:00 – 11:00	Прибуття до Житомира. Екскурсія центральною частиною міста: площа Соборна, вулиця Михайлівська.
11:00 – 12:30	Боулінг у "Liberty Hall".
12:30 – 14:00	Обід у сучасному ресторані з місцевою кухнею.
14:00 – 16:30	Відвідування Коростишівського кар'єру. Активний відпочинок, скелелазіння, фотосесія.
16:30 – 18:00	Вільний час. Прогулянка в Шодуарівському парку.
18:00 – 20:00	Вечеря у тематичному кафе.
День 2	
08:00 – 09:00	Сніданок у готелі.
09:00 – 11:30	Екскурсія до Музею космонавтики ім. С.П. Корольова.
11:30 – 14:00	Участь у майстер-класі зі створення арт-об'єктів.
14:00 – 15:30	Обід у сучасному кафе.
15:30 – 17:00	Тематична вечірка в одній із молодіжних локацій міста.

Тур для молоді поєднує активності, сучасні розваги та знайомство з культурними пам'ятками Житомира, створюючи захопливі умови для відпочинку та спілкування.

Таблиця 2.11. *Тур для сімейних пар*

Час	Діяльність
День 1	
08:00 – 09:00	Виїзд із Києва автобусом у супроводі гідів.
09:00 – 11:00	Прибуття до Житомира. Оглядова екскурсія.

Продовження таблиці 2.11

11:00 – 12:30	Відвідування Музею природи.
12:30 – 14:00	Обід у ресторані з сімейною атмосферою.
14:00 – 16:00	Прогулянка на човнах у Гідропарку.
16:00 – 18:00	Відвідування сувенірного ринку.
18:00 – 20:00	Вечеря у ресторані з місцевою кухнею.
День 2	
08:00 – 09:00	Сніданок у готелі.
День 2	
09:00 – 11:30	Екскурсія до палацу Терещенків у Червоному.
11:30 – 13:30	Пікнік у лісі біля палацу з місцевими делікатесами.
13:30 – 15:00	Майстер-клас із гончарства.
15:00 – 17:00	Вільний час для прогулянки.

Тур для сімейних пар орієнтований на створення комфортних умов для спільного відпочинку, включаючи спокійні прогулянки, кулінарні враження та інтерактивні заняття.

Таблиця 2.12. Тур для любителів природи та історії

Час	Діяльність
День 1	
08:00 – 09:00	Виїзд із Києва автобусом у супроводі гіда.
09:00 – 11:00	Прибуття до Житомира. Екскурсія до Бердичівського монастиря кармелітів босих.
11:00 – 13:00	Прогулянка в лісовій зоні поблизу Денишів.
13:00 – 14:30	Обід у замиському ресторані.
14:30 – 16:30	Відвідування замку в Радомишлі.
16:30 – 18:00	Прогулянка берегами річки Тетерів.
День 2	

08:00 – 09:00	Сніданок у готелі.
09:00 – 11:30	Екскурсія до Овруцького замку.
11:30 – 14:00	Прогулянка навколо "Голубих озер".
14:00 – 15:30	Пікнік із місцевими стравами.
15:30 – 17:00	Майстер-клас із традиційного ремесла.

Джерело: розроблено автором самостійно

Тур для любителів природи та історії поєднує знайомство з культурною спадщиною Житомирщини, мальовничими природними локаціями та інтерактивними майстер-класами, створюючи багатогранний туристичний досвід.

Створення єдиного бренду "Житомирський Релакс: якісний відпочинок на кожен смак" є фундаментальним кроком для формування впізнаваного іміджу регіону на туристичному ринку. Такий бренд має не лише відображати унікальні риси Житомирщини, а й ефективно комунікувати їх потенційним туристам через візуальні та інформаційні засоби. Використання логотипу, слоганів і стандартизованих графічних елементів у всіх рекламних матеріалах створить цілісний образ, що закріпиться у свідомості цільової аудиторії.

Організація промо-турів для туристичних агентств та впливових осіб із Києва дозволить підвищити рівень обізнаності про туристичний потенціал Житомирщини серед тих, хто формує попит на ринку. Такі промо-тури можуть включати найцікавіші аспекти регіону: екскурсії до Музею космонавтики, піші прогулянки уздовж Тетерева та майстер-класи з гончарства. Учасники матимуть можливість особисто випробувати туристичні пропозиції, що забезпечить їхню зацікавленість і подальше поширення інформації серед клієнтів чи підписників.

Запуск онлайн-платформи з інтерактивними маршрутами стане ключовим інструментом для полегшення планування подорожей до Житомирщини. Така платформа може включати інтерактивні карти, рекомендації щодо маршрутів, інформацію про об'єкти, відгуки туристів і можливість бронювання. Це не лише

збільшить доступність регіону для туристів, а й стане основним джерелом актуальної інформації для тих, хто обирає самостійний формат подорожей.

Для підвищення комфорту туристів необхідно звернути увагу на покращення інфраструктури, що включає реконструкцію доріг до ключових туристичних локацій. Належна якість транспортного сполучення сприятиме доступності природних і культурних об'єктів, зокрема Коростишівського кар'єру чи старовинної садиби Терещенків. Реконструкція має передбачати інтеграцію безпечних велодоріжок для розвитку активного туризму.

Облаштування зон відпочинку є ще одним важливим кроком. Локації, такі як річка Тетерів чи природні заповідники, можуть бути оснащені велопарковками, інформаційними табличками, що розповідають про унікальність місцевості, та місцями для пікніків чи кемпінгів. Такі зміни зроблять регіон привабливішим для сімейних та активних туристів, які шукають комфорту навіть у природних умовах.

Залучення інвесторів стане рушійною силою для створення нових готелів та закладів харчування, які відповідатимуть сучасним вимогам туристів. Це можуть бути як невеликі локальні готелі з етнографічним стилем, так і більші туристичні комплекси для групових подорожей. Розширення гастрономічних можливостей, включаючи заклади з акцентом на місцеву кухню, також стане важливим доповненням до загальної інфраструктури, сприяючи розвитку гостротуризму.

Реалізація цих заходів дозволить не лише покращити загальний досвід туристів, але й закласти міцну основу для довгострокового розвитку регіону як популярного туристичного напрямку.

Таблиця 2.13. Завдання та заходи

Рішення	Завдання	Заходи
Інтеграція ресурсів	Розробити міжрегіональні маршрути	Проведення воркшопів, створення маршрутів
Підвищення рівня промоції	Запуск рекламної кампанії	Створення мобільного додатку, банерів, рекламних відео

Розвиток інфраструктури	Покращити транспортну доступність	Реконструкція доріг, створення зон для кемпінгу
Адаптація турпродуктів	Створити тури для різних аудиторій	Опитування киян, розробка тематичних турів

Джерело: розроблено автором самостійно

Очікувані результати реалізації туристичного проєкту мають стати відчутними як для Житомирщини, так і для туристичного ринку загалом. Першочергово, прогнозується значне покращення туристичних потоків між Києвом та Житомиром, що дозволить залучити додаткову аудиторію з-поміж мешканців столиці. Зростання кількості туристів на 25% протягом перших двох років стане індикатором ефективності впроваджених заходів, зокрема маркетингових кампаній, покращення інфраструктури та адаптації турпродуктів до потреб різних груп споживачів.

Розширення туристичного ринку відбуватиметься завдяки розвитку нових видів туризму, які відповідають сучасним трендам. Активний туризм, зокрема веломаршрути й скелелазіння, дозволить залучити молодіжну аудиторію, тоді як ретритний і гастрономічний туризм сприятимуть зацікавленості серед сімейних туристів та іноземних відвідувачів. Така диверсифікація пропозицій дозволить регіону не лише залучати нових туристів, а й формувати сталі клієнтські зв'язки завдяки унікальним враженням і сервісу.

Економічний ефект стане важливим наслідком успішної реалізації проєкту. Завдяки розвитку туристичної інфраструктури та збільшенню попиту на місцеві послуги зросте кількість робочих місць у сфері гостинності, розваг і транспорту. Додаткові доходи отримають власники закладів розміщення, ресторанів і місцевих виробників сувенірної продукції. Таким чином, туризм стане не лише джерелом економічного зростання, а й інструментом стимулювання локального бізнесу, збереження культурної спадщини та підвищення якості життя в регіоні.

Цей проєкт стане фундаментом для посилення співпраці між Житомирщиною та Київщиною, покращення інфраструктури та промоції туристичного потенціалу регіону.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

3.1. Фінансування та просування проєкту, ризику

Розробка туристичного проєкту «Житомирський Релакс: якісний відпочинок на кожен смак» передбачає використання різноманітних джерел фінансування, що включають державні, приватні та міжнародні фонди. Для забезпечення сталого розвитку та мінімізації фінансових ризиків важливо чітко визначити роль кожного джерела та обсяг залучених коштів.

Фінансування є ключовим фактором успіху проєкту, оскільки забезпечує можливість розробки інфраструктури, реалізації маркетингових кампаній та підтримки туристичних ініціатив. У наступній таблиці наведено основні джерела фінансування, їх характеристики та орієнтовні обсяги залучених коштів.

Таблиця 3.1. *Джерела фінансування туристичного проєкту "Житомирський Релакс"*

Джерело фінансування	Характеристика фінансування	Орієнтовний обсяг коштів	Приклади використання
Державний бюджет України	Кошти, спрямовані на підтримку культурної спадщини та туризму	35–60 млн грн на рік	Реставрація пам'яток, розвиток туристичних зон
Місцеві бюджети	Фінансування для розвитку інфраструктури в регіоні	15–25 млн грн на рік	Створення зон відпочинку, покращення транспортної мережі
Приватні інвестиції	Інвестиції у заклади розміщення, ресторани та активний туризм	20–30 млн грн	Будівництво готелів, відкриття розважальних комплексів

Продовження табл.3.1

Міжнародні гранти	Гранти на розвиток сталого туризму та екологічних ініціатив	2–8 млн євро	Екологічні проекти, цифровізація туристичних послуг
Кошти туристів	Доходи від продажу послуг та квитків на екскурсії	5–10 млн грн на рік	Організація майстер-класів, екскурсій та культурних заходів
Спонсорська підтримка	Фінансування великих компаній на підтримку туристичних заходів	3–7 млн грн	Проведення фестивалів, популяризація бренду регіону

Джерело: розроблено автором самостійно

Джерела фінансування для реалізації туристичного проекту "Житомирський Релакс" є різноманітними й включають державну, місцеву, приватну та міжнародну підтримку. Вони дозволяють забезпечити сталий розвиток туристичної інфраструктури, популяризувати регіон та створити якісний сервіс для туристів, одночасно стимулюючи економіку Житомирщини.

Основним джерелом фінансування розвитку туристичних проектів у Житомирщині та Київщині є державний бюджет, що створює базу для реалізації масштабних інфраструктурних проектів. Фінансування з бюджету дозволяє підтримувати розвиток дорожньої інфраструктури, будівництво кемпінгів, облаштування туристичних маршрутів і створення інформаційних центрів. Ці ініціативи є ключовими для забезпечення доступності туристичних локацій та підвищення рівня комфорту для відвідувачів. Проте обмеженість державного фінансування вимагає ретельного планування і пріоритетизації проектів. Часто фінансування виділяється лише на базові потреби, тоді як розширення послуг і впровадження інновацій залишаються без належної підтримки.

Для подолання цієї проблеми важливим є залучення приватного капіталу, який може виступати рушієм для розвитку туристичної галузі. Приватні інвестори

здатні забезпечити додаткове фінансування для створення готельної інфраструктури, відкриття ресторанів і розважальних комплексів, що відповідають сучасним запитам туристів. Наприклад, у Житомирщині реалізація проектів готельного типу з використанням екологічно чистих матеріалів могла б сприяти залученню туристів, які віддають перевагу стійкому туризму. Інвестори також зацікавлені у розвитку розважальних закладів, які підвищують привабливість регіону для сімейного та молодіжного туризму.

Міжнародні гранти та фінансова допомога від донорських організацій є ще одним важливим джерелом фінансування туристичних проектів. Наприклад, програми ЄС, такі як Green Deal, спрямовані на підтримку екологічних ініціатив, надають значні можливості для модернізації транспортної інфраструктури та створення екологічно чистого туризму. Використання цих грантів дозволяє забезпечити впровадження інноваційних рішень, таких як електротранспорт у туристичних маршрутах або створення цифрових платформ для управління потоками туристів. Такі рішення не лише покращують умови для відвідувачів, але й роблять регіон більш конкурентоспроможним на міжнародному рівні.

Іншим важливим напрямком залучення міжнародної допомоги є фінансування навчальних програм для персоналу. Туристичний сектор потребує кваліфікованих фахівців, які зможуть забезпечити високий рівень обслуговування. Міжнародні організації, такі як USAID, можуть фінансувати тренінги для місцевих працівників, що сприятиме підвищенню якості послуг і, відповідно, задоволенню потреб туристів. Навчання місцевого населення також сприяє створенню робочих місць, що позитивно впливає на економіку регіону.

Важливу роль у фінансуванні можуть відігравати і місцеві громади, які безпосередньо зацікавлені у розвитку туризму. Через механізми співфінансування громади можуть залучати додаткові ресурси для реалізації малих проектів, таких як облаштування рекреаційних зон або встановлення інформаційних табличок. Наприклад, у Житомирщині місцеві громади вже активно працюють над популяризацією етнотуризму, організовуючи фестивалі та ярмарки, що привертають увагу як національних, так і міжнародних туристів.

Спільні зусилля державного, приватного та міжнародного секторів сприяють створенню синергетичного ефекту. Державний бюджет забезпечує основу для реалізації великих інфраструктурних проектів, приватний сектор додає інноваційні рішення та підвищує якість послуг, а міжнародні гранти дозволяють реалізувати проекти, які неможливо профінансувати виключно за рахунок внутрішніх ресурсів. Наприклад, співпраця Житомира та Києва може стати яскравим прикладом використання різних джерел фінансування. Київ як столиця може виступати центром залучення грантів і міжнародної допомоги, тоді як Житомирщина забезпечує інфраструктуру та унікальні туристичні продукти.

Окремо варто зазначити роль цифровізації у залученні фінансування. Використання сучасних технологій, таких як мобільні додатки для бронювання екскурсій або онлайн-продаж квитків, дозволяє зменшити витрати на управління проектами та збільшити прозорість фінансових операцій. Це робить проекти привабливими для інвесторів і міжнародних організацій, які прагнуть фінансувати інноваційні рішення.

Таким чином, ефективне управління фінансуванням туристичних проектів у Житомирщині та Київщині є важливим фактором їхнього успішного розвитку. Взаємодія між державним бюджетом, приватним капіталом і міжнародною допомогою дозволяє забезпечити стійкість і конкурентоспроможність регіону, відкриваючи нові можливості для зростання туристичного потенціалу.

Розподіл фінансових ресурсів за кількома джерелами зменшує ризики затримки реалізації проекту та підвищує його стійкість до зовнішніх змін.

Ефективне просування проекту є важливою складовою успішного розвитку туризму в Житомирщині. Стратегії маркетингового просування спрямовані на підвищення обізнаності про регіон серед потенційних туристів і формування позитивного іміджу.

Важливим аспектом просування є цифровий маркетинг, який включає розробку веб-сайту проекту, соціальних мереж і контекстної реклами. Одночасно участь у туристичних виставках дозволяє охопити ширшу аудиторію та залучити партнерів. У таблиці наведено основні стратегії просування.

Таблиця 3.2. Стратегії просування туристичного проєкту "Житомирський Релакс"

Стратегія	Характеристика	Орієнтовна вартість	Очікуваний ефект
Цифровий маркетинг	Розробка мобільного додатку, SEO-оптимізація, реклама в соцмережах	100–150 тис. грн	Залучення сучасної аудиторії, підвищення зацікавленості
Розробка туристичного бренду	Створення гасла, дизайн рекламних матеріалів, зовнішня реклама	60–90 тис. грн	Унікальне позиціонування регіону
Організація подій	Проведення фестивалів, тематичних заходів	100–200 тис. грн	Залучення туристів та розвиток місцевої культури
Участь у міжнародних виставках	Презентація туристичних продуктів на міжнародних платформах	70–100 тис. грн за захід	Розширення партнерських відносин і вихід на нові ринки
Співпраця з туроператорами	Укладання угод на продаж пакетних турів	40–60 тис. грн	Зростання організованих туристичних потоків
Підтримка блогерів та інфлюенсерів	Запрошення для оглядів та реклами	30–50 тис. грн	Підвищення популярності серед молоді

Джерело: розроблено автором самостійно

Стратегії просування туристичного проєкту "Житомирський Релакс" спрямовані на комплексну популяризацію регіону через сучасні цифрові інструменти, бренд-маркетинг, міжнародні виставки та співпрацю з партнерами. Впровадження цих стратегій сприятиме формуванню впізнаваного іміджу, залученню нових туристів і партнерів, а також підвищенню конкурентоспроможності регіону.

Цифровий маркетинг є невід'ємною частиною сучасної туристичної індустрії, яка дозволяє максимально ефективно просувати туристичні продукти та послуги. Він забезпечує миттєвий доступ до інформації для туристів через різні цифрові платформи, такі як веб-сайти, соціальні мережі, мобільні додатки та пошукові системи. Використання цифрових інструментів дозволяє не лише збільшити впізнаваність туристичного продукту, але й гнучко адаптувати маркетингову стратегію до цільової аудиторії. Наприклад, для молоді особливо важливим є активність у соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook чи TikTok, де візуальний контент грає ключову роль у залученні уваги. Використання онлайн-реклами через платформи Google Ads або соціальні мережі забезпечує таргетування на конкретні групи споживачів, що підвищує ефективність кампаній. Окрім цього, цифровий маркетинг сприяє інтерактивності. Можливість створювати віртуальні тури, публікувати відгуки та ділитися контентом про подорожі формує довіру до продукту і стимулює туристів обирати саме цей напрямок. Наприклад, створення інтерактивної карти Житомирщини із зазначенням культурних пам'яток, природних об'єктів та гастрономічних локацій допоможе туристам планувати маршрути. Такі інструменти, як мобільні додатки, дозволяють додатково залучати аудиторію через можливість бронювання послуг, придбання квитків або отримання знижок.

Розробка бренду регіону є наступним важливим елементом просування. Унікальна ідентичність дозволяє виділити регіон серед інших туристичних напрямків, підкресливши його особливості. Наприклад, Житомирщина може позиціонувати себе як регіон для екотуризму та активного відпочинку, акцентуючи увагу на природних ресурсах, таких як Національний парк

«Дністровський каньйон», чи історичних об'єктах, як-от музей космонавтики імені С. Корольова. Створення привабливого логотипу, слогану та брендбуку сприяє формуванню єдиного стилю, що використовується у всіх промоційних матеріалах. Це особливо важливо для залучення іноземних туристів, які шукають нові, неповторні напрямки.

Участь у туристичних виставках є ще одним ефективним інструментом просування. Такі заходи дозволяють не лише презентувати туристичний продукт широкій аудиторії, але й встановлювати контакти з професійними учасниками ринку, такими як туроператори, готельєри, транспортні компанії. Наприклад, представлення Житомирщини на міжнародних виставках у Берліні чи Лондоні допоможе залучити іноземних туристів та інвесторів. Окрім презентацій, виставки відкривають можливість для обміну досвідом, вивчення нових тенденцій у туризмі та пошуку партнерів для реалізації спільних проектів.

Співпраця з туроператорами відіграє ключову роль у забезпеченні стабільного туристичного потоку. Інтеграція Житомирщини в існуючі маршрути дозволяє підвищити її видимість на національному та міжнародному ринках. Туроператори можуть розробляти комбіновані тури, які поєднують відвідування Києва та Житомира, що є привабливим для туристів, які бажають отримати різноплановий досвід. Наприклад, одноденні тури з Києва до Житомира з відвідуванням природних парків, музеїв та історичних пам'яток можуть стати популярним продуктом серед туристів, які шукають короткотривалі подорожі.

Цифровий маркетинг та інші інструменти просування також сприяють розвитку малого бізнесу в регіоні. Локальні кафе, сувенірні магазини та ремісничі майстерні можуть використовувати онлайн-платформи для продажу своїх продуктів, розширюючи аудиторію за межі регіону. Наприклад, реклама у соціальних мережах може сприяти популяризації традиційних ремесел Житомирщини, таких як виготовлення гончарних виробів чи вишиванок. Важливою перевагою сучасних методів просування є їхній вплив на збереження культурної спадщини. Створення цифрових архівів, віртуальних музеїв та інтерактивних екскурсій дозволяє популяризувати історичні пам'ятки, зберігаючи

їх у первісному стані. Для Житомирщини це може стати ефективним способом підтримки музеїв і культурних центрів, які часто не отримують достатнього фінансування.

Реалізація туристичного проєкту супроводжується певними ризиками, які можуть вплинути на його ефективність. Основними ризиками є економічні, політичні, соціальні та екологічні фактори. У таблиці наведено оцінку основних ризиків та пропозиції щодо їх мінімізації.

Таблиця 3.3. *Ризики реалізації туристичного проєкту "Житомирський Релакс"*

Тип ризику	Характеристика	Ймовірність виникнення	Пропозиції щодо мінімізації
Економічний	Коливання валютного курсу, зростання витрат на ресурси	Висока	Формування резервного фонду, укладання довгострокових контрактів
Політичний	Нестабільність законодавства, ризик зміни туристичних норм	Середня	Співпраця з органами влади, участь у розробці регіональних стратегій
Соціальний	Негативна реакція місцевих жителів на туристичну активність	Низька	Організація заходів для місцевих, активне залучення громади до проєкту
Екологічний	Зростання туристичного навантаження на природні ресурси	Середня	Створення програм збереження природи, моніторинг екологічних впливів
Технологічний	Низька готовність регіону до цифровізації туризму	Середня	Інвестиції у сучасні технології, навчання персоналу

Конкурентний	Розвиток туризму в сусідніх регіонах	Середня	Унікалізація пропозицій, промоція	туристичних активна
--------------	--------------------------------------	---------	-----------------------------------	---------------------

Джерело: розроблено автором самостійно

Реалізація туристичного проєкту "Житомирський Релакс" супроводжується низкою ризиків економічного, політичного, соціального та екологічного характеру. Для мінімізації цих ризиків необхідно впроваджувати комплексні заходи, включаючи фінансову стабільність, співпрацю з місцевими громадами, збереження природних ресурсів та підвищення технологічної спроможності регіону. Ці дії сприятимуть забезпеченню сталого розвитку проєкту.

Економічні ризики залишаються однією з найбільших загроз для реалізації туристичних проєктів, особливо в умовах нестабільної економічної ситуації, характерної для України. До таких ризиків належать коливання валютного курсу, інфляція, непередбачені зміни у податковому законодавстві та зростання вартості будівельних матеріалів. Наприклад, різке подорожчання матеріалів для облаштування туристичних об'єктів може значно збільшити загальну вартість проєкту, що ускладнює його реалізацію. У таких умовах необхідно створити резервний фонд, який дозволить оперативно покривати додаткові витрати. Крім того, ефективне планування фінансів з урахуванням можливих кризових сценаріїв дозволить мінімізувати втрати. Наприклад, застосування методу аналізу чутливості може допомогти спрогнозувати, як зміна ключових економічних факторів вплине на реалізацію проєкту.

Політичні ризики є ще одним значним викликом для туристичного сектору, оскільки вони часто виходять за рамки контролю окремих організацій чи підприємств. До них належать зміни у регуляторному середовищі, нестабільність політичної ситуації та ризики введення додаткових обмежень. Наприклад, зміна законодавства щодо екологічного використання природних ресурсів може призвести до необхідності додаткових інвестицій для відповідності новим

нормам. Для мінімізації цих ризиків необхідно тісно співпрацювати з місцевими органами влади та брати участь у розробці регуляторних ініціатив. Організація круглих столів, консультацій та робочих груп з представниками туристичної галузі та влади може сприяти розробці таких правил, які враховуватимуть інтереси всіх сторін.

Соціальні ризики, хоч і мають нижчу ймовірність, також можуть впливати на успішність туристичних проектів. Низький рівень обізнаності місцевих громад про переваги туризму, опір змінам чи нерозуміння важливості розвитку туристичної інфраструктури можуть стати серйозною перешкодою. Наприклад, небажання місцевих жителів співпрацювати у створенні нових туристичних маршрутів чи фестивалів може знизити загальну ефективність проекту. Для подолання таких ризиків необхідно організовувати регулярну комунікацію з місцевими громадами, проводити інформаційні кампанії та демонструвати економічні вигоди від туризму. Наприклад, через просвітницькі заходи можна показати, як створення нових робочих місць і збільшення податкових надходжень до місцевого бюджету покращують рівень життя у громаді.

Екологічні ризики є особливо актуальними для регіонів із багатою природною спадщиною, таких як Житомирщина. До них належать забруднення водних ресурсів, ерозія ґрунтів, неконтрольоване вирубування лісів та погіршення стану екосистем. Наприклад, надмірна експлуатація популярних туристичних маршрутів може призвести до втрати їхньої природної цінності. Щоб уникнути цього, важливо дотримуватися суворих стандартів екологічного управління, таких як обмеження кількості відвідувачів на окремих маршрутах або впровадження системи відновлення природних ресурсів. Крім того, слід розробляти та впроваджувати екологічно чисті технології, такі як використання електротранспорту або будівництво туристичних об'єктів із матеріалів, що підлягають переробці.

Резервний фонд є одним із ключових інструментів управління ризиками, особливо економічними. Він дозволяє оперативно реагувати на несподівані зміни у вартості матеріалів чи послуг. Наприклад, якщо через інфляцію зростає ціна на

будівельні матеріали, резервний фонд може покрити ці витрати, забезпечуючи безперервність реалізації проекту. Однак для ефективного функціонування такого фонду необхідно забезпечити його наповнення за рахунок частини доходів або додаткових інвестицій.

Політичні ризики можна значно знизити через участь у грантових програмах, які часто мають чітко прописані умови реалізації проектів. Наприклад, міжнародні організації, що фінансують екологічні проекти, можуть надавати консультаційну підтримку з питань відповідності законодавству, що мінімізує ризики. Соціальні ризики вимагають залучення місцевих громад до процесу прийняття рішень. Наприклад, створення дорадчих рад із місцевих жителів дозволить врахувати їхні інтереси, знизити напругу та підвищити рівень довіри до проекту. Водночас організація фестивалів, тренінгів і майстер-класів сприятиме формуванню позитивного ставлення до розвитку туризму. Екологічні ризики потребують активної участі як держави, так і громадськості. Регулярний моніторинг стану екосистем, створення природоохоронних зон та просвітницька робота серед туристів допоможуть зберегти природну спадщину. Наприклад, встановлення інформаційних табличок про правила поведінки в природних зонах або організація еко-турів можуть суттєво знизити негативний вплив відвідувачів.

Загалом, комплексний підхід до управління ризиками, що враховує економічні, політичні, соціальні та екологічні фактори, є ключовим для успішної реалізації туристичних проектів. Це дозволяє забезпечити їхню стійкість, мінімізувати негативні наслідки та створити сприятливі умови для розвитку туризму у регіоні.

3.2. Ефективність проекту для стейкхолдерів та різних типів DESTИНАЦІЙ Житомирщини та Київщини

Розвиток туристичних проектів є стратегічно важливим для регіонів Житомирщини та Київщини, оскільки ці області мають значний потенціал для

залучення туристів завдяки культурній спадщині, природним ландшафтам та близькості до ключових транспортних вузлів. Оцінка ефективності повинна враховувати як економічні показники, так і соціальні та екологічні аспекти.

Основними стейкхолдерами проєкту є місцеві громади, органи влади, туристичні оператори, інвестори та самі туристи. Кожен з цих учасників має різні очікування та вигоди від реалізації проєкту. Для детального аналізу представлено таблицю з розподілом вигод і залученням стейкхолдерів.

Таблиця 3.4. *Вигоди від реалізації туристичного проєкту "Житомирський Релакс" для стейкхолдерів*

Стейкхолдер	Вигоди	Залучення до проєкту
Місцеві громади	Зростання доходів, нові робочі місця, розвиток підприємництва	Організація локальних фестивалів, активна участь у проєкті
Органи місцевої влади	Підвищення привабливості регіону, збільшення надходжень до бюджету	Розвиток інфраструктури, створення туристичних маршрутів
Туристичні оператори	Розширення пропозиції послуг, зростання клієнтської бази	Спільне формування турів, проведення рекламних кампаній
Інвестори	Стабільний дохід, зміцнення позицій на ринку	Фінансування інфраструктури, підтримка екотуристичних проєктів
Туристи	Якісний відпочинок, нові культурні та природні враження	Участь у креативних заходах, доступ до сучасних сервісів
Екологічні організації	Підтримка сталого розвитку, збереження природних ресурсів	Співпраця в організації екоініціатив та освітніх програм

Джерело: розроблено автором самостійно

Реалізація туристичного проєкту "Житомирський Релакс" приносить вигоди всім зацікавленим сторонам, від місцевих громад до туристів та інвесторів. Зростання економічної активності, розвиток інфраструктури, підвищення туристичної привабливості та підтримка сталого розвитку сприятимуть гармонійному розвитку регіону та задоволенню інтересів усіх стейкхолдерів.

Реалізація туристичних проєктів, особливо в регіонах із великим потенціалом, таких як Житомирщина і Київщина, приносить вигоди всім стейкхолдерам. Основними учасниками процесу є місцеві громади, органи влади, туристичні оператори, інвестори та туристи. Кожен із цих стейкхолдерів має свої унікальні мотиви для підтримки проєкту, які варто розглянути детальніше.

Місцеві громади отримують прямий фінансовий зиск від розвитку туризму. Зростання зайнятості, створення нових робочих місць і збільшення податкових надходжень сприяють покращенню рівня життя населення. Наприклад, відкриття готелів, ресторанів чи туристичних баз створює робочі місця як для кваліфікованих спеціалістів, так і для працівників некваліфікованої праці. Крім того, розвиток малого бізнесу, такого як сувенірні магазини, фермерські ринки чи ремісничі майстерні, дозволяє місцевим жителям активно долучатися до економічного життя регіону. Це стимулює не лише економічне зростання, а й формування позитивного ставлення громад до туристичних проєктів.

Для органів місцевої влади розвиток туризму є можливістю підвищити інфраструктурний потенціал регіону. Покращення доріг, встановлення інформаційних табличок, створення кемпінгів і облаштування туристичних маршрутів сприяє не лише зростанню туристичних потоків, а й поліпшенню умов для місцевого населення. Інвестиції в інфраструктуру позитивно впливають на рейтинг регіону, підвищуючи його привабливість як для внутрішніх, так і для зовнішніх інвесторів. Органи влади також можуть отримувати додаткові надходження до бюджету завдяки туристичним зборам та податкам від туристичного бізнесу.

Туристичні оператори є одними з ключових стейкхолдерів, які отримують вигоди через можливість диверсифікувати свої послуги. Розробка нових маршрутів, які поєднують культурно-історичні дестинації Києва з природними локаціями Житомирщини, дозволяє операторам пропонувати клієнтам унікальний продукт. Наприклад, створення маршрутів, що включають відвідування Національного парку «Дністровський каньйон», може привабити любителів активного відпочинку та екотуризму. Розширення асортименту послуг дає можливість туроператорам залучати нові сегменти ринку, такі як сімейний або молодіжний туризм.

Інвестори мають важливу мотивацію до участі в туристичних проектах, оскільки вони бачать перспективу стабільного доходу. Туристична галузь характеризується високою рентабельністю, особливо в регіонах із унікальними природними чи культурними ресурсами. Наприклад, інвестори можуть фінансувати будівництво еко-готелів, ресторанів чи баз відпочинку, отримуючи дохід як від оренди, так і від власного управління бізнесом. Крім того, співпраця з міжнародними грантовими програмами, спрямованими на екологічний розвиток, дозволяє інвесторам зменшувати власні ризики і збільшувати дохідність проектів.

Туристи, як кінцеві споживачі, є важливими учасниками процесу, оскільки їхня задоволеність визначає успіх проекту. Розвиток туризму дозволяє забезпечити доступ до якісного відпочинку з новими форматами, такими як екотуризм, культурні маршрути чи гастрономічні тури. Наприклад, створення маршрутів із відвідуванням фермерських господарств, де туристи можуть спробувати локальні продукти, або майстер-класів із виготовлення ремісничих виробів сприяє формуванню позитивного туристичного досвіду. Для багатьох туристів також важливим є доступ до сучасної інфраструктури, такої як зручні кемпінги, якісне харчування та організовані екскурсії.

Синергія між усіма стейкхолдерами створює умови для сталого розвитку туристичного сектору. Місцеві громади, отримуючи фінансову вигоду, стають зацікавленими у підтримці туристичних ініціатив. Органи влади забезпечують необхідну інфраструктуру, тоді як туристичні оператори і інвестори реалізують

комерційну складову проекту. Туристи, зі свого боку, не лише стимулюють економічну активність через витрати на послуги, але й популяризують регіон завдяки відгукам і рекомендаціям.

Житомирщина і Київщина пропонують різні типи DESTИНАЦІЙ, включаючи природні, культурно-історичні, та рекреаційні. Ефективність проекту залежить від адаптації до потреб кожного типу DESTИНАЦІЙ. Для аналізу використано таблицю, яка відображає ключові показники ефективності.

Таблиця 3.5. *Ефективність для типів DESTИНАЦІЙ у рамках проекту "Житомирський Релакс"*

Тип DESTИНАЦІЙ	Ключові показники ефективності	Приклади локацій (адаптовані до турів)
Природні	Зростання кількості відвідувачів, екологічна стійкість, впровадження інтерактивних активностей	Дениші (скелелазіння, прогулянки), Голубі озера, Гідропарк
Культурно-історичні	Відновлення пам'яток, зростання турпоточку, інтеграція історичних локацій у тури для молоді та сімей	Палац Терещенків у Червоному, Музей космонавтики, Бердичівський монастир
Рекреаційні	Розширення інфраструктури, створення нових послуг, організація подій	Шодуарівський парк (пікніки), Коростишівський кар'єр (активний відпочинок)

Джерело: розроблено автором самостійно

DESTИНАЦІЙ, включені до туристичних турів "Житомирський Релакс," забезпечують комплексний підхід до залучення різних груп туристів. Природні зони, такі як Дениші та Голубі озера, пропонують активності для молоді та любителів природи. Культурно-історичні пам'ятки, як-от палаци Терещенків чи Музей космонавтики, інтегруються у тури для сімей і поціновувачів історії.

Рекреаційні локації слугують основою для відпочинку та заходів, що сприяє розвитку збалансованого туризму в Житомирській області.

Природні дестинації, такі як Національний парк «Дністровський каньйон», мають величезний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм унікальним природним ландшафтам, багатству біорізноманіття та можливостям для екотуризму. Це місце приваблює туристів, які цінують активний відпочинок, наприклад, піші прогулянки, каякінг, фотографування природи чи просто насолоду мальовничими краєвидами. Проте для ефективного використання цього потенціалу важливо забезпечити екологічну стійкість території. Неконтрольоване зростання туристичних потоків без належного планування може призвести до деградації природних ресурсів, забруднення території та втрати її унікальності. Тому потрібні суворі екологічні стандарти, такі як обмеження кількості відвідувачів, регулярний моніторинг стану природних об'єктів та створення природоохоронних зон.

Екологічна стійкість також передбачає залучення інноваційних технологій. Наприклад, використання електромобілів для перевезення туристів або встановлення сонячних панелей на кемпінгових зонах може зменшити вплив туризму на довкілля. Крім того, організація освітніх заходів для туристів, таких як майстер-класи з екологічної поведінки, сприятиме формуванню відповідального ставлення до природи. Інвестиції у природні дестинації не лише підтримують їхню унікальність, а й забезпечують довгострокову економічну вигоду за рахунок стійкого потоку туристів.

Культурно-історичні об'єкти, такі як замки, музеї, архітектурні пам'ятки та інші спадщини минулого, мають особливий вплив на туристичну привабливість регіону. Їхня автентичність та історична цінність є основними факторами, що привертають увагу туристів, як внутрішніх, так і міжнародних. Наприклад, Житомирщина може пишатися такими об'єктами, як музей космонавтики імені С. Корольова, які привертають як науковий, так і культурний інтерес. Відновлення та реставрація таких об'єктів створює нові робочі місця в будівельній, туристичній і обслуговуючій галузях. Також відновлені пам'ятки стають основою

для створення нових туристичних продуктів, таких як тематичні тури чи культурні фестивалі.

Ефективність розвитку культурно-історичних об'єктів залежить від їхньої інтеграції у сучасну туристичну інфраструктуру. Наприклад, надання можливості онлайн-букінгу квитків до музеїв чи організація інтерактивних екскурсій з використанням VR-технологій робить такі об'єкти більш доступними та цікавими для молодіжної аудиторії. Залучення приватних інвесторів та грантових коштів від міжнародних організацій сприяє не лише реставрації, але й довгостроковому утриманню цих об'єктів у належному стані. Культурно-історичні дестинації також стимулюють розвиток місцевої економіки через збільшення попиту на супутні послуги, такі як готелі, ресторани та транспорт.

Рекреаційні дестинації є невід'ємною частиною туристичної інфраструктури, оскільки забезпечують комфортний відпочинок і релаксацію для широкої аудиторії. Санаторії, бази відпочинку, спа-комплекси та інші рекреаційні об'єкти приваблюють туристів, які шукають відновлення сил і гармонії з природою. Наприклад, курорти Київщини зі своїми термальними джерелами та сучасними спа-процедурами можуть слугувати прикладом для створення подібних комплексів у Житомирській області. Рекреаційні об'єкти також сприяють розвитку сімейного туризму, пропонуючи програми для дітей та молоді, а також активності на свіжому повітрі.

Розширення баз відпочинку і впровадження додаткових послуг, таких як спортивні майданчики, ресторани зі здоровим харчуванням, фітнес-зали чи йога-студії, збільшує загальний дохід від туризму. Крім того, такі інновації, як використання екологічно чистих матеріалів у будівництві чи запровадження програм оздоровлення на основі локальних природних ресурсів, роблять рекреаційні об'єкти більш привабливими для екологічно свідомих туристів.

Синергія між природними, культурно-історичними та рекреаційними дестинаціями дозволяє створювати інтегровані туристичні маршрути, які задовольняють різні інтереси туристів. Наприклад, туристичний маршрут може починатися з огляду історичних пам'яток у Києві, продовжуватися відпочинком у

рекреаційному комплексі на Житомирщині та завершуватися екотуром у «Дністровському каньйоні». Така комплексна пропозиція підвищує загальну привабливість регіону, збільшуючи тривалість перебування туристів та їхні витрати.

Таким чином, розвиток природних, культурно-історичних та рекреаційних destinations має ключове значення для залучення туристів, підтримки економічної активності та збереження культурної і природної спадщини. Взаємодія між цими типами destinations створює основу для сталого розвитку туризму в регіоні, забезпечуючи його конкурентоспроможність і довгострокову привабливість.

Ефективність туристичного проекту залежить від правильного планування доходів. Прогноз доходів базується на кількості відвідувачів, середній вартості послуг і асортименті додаткових послуг. У таблиці нижче наведено прогноз доходів, розрахований для ключових категорій.

Таблиця 3.6. Прогноз доходів в рамках проекту "Житомирський Релакс"

Категорія доходу	Середня ціна (грн)	Кількість продажів на місяць	Дохід на місяць (тис. грн)	Дохід на рік (тис. грн)	Приклади локацій/послуг
Пакетний тур (1 особа)	1500	250	375	4500	Комплексний тур (Музей космонавтики, Дениші, Гідропарк)
Вхідний квиток (1 особа)	100	600	60	720	Вхід до Музею космонавтики, палацу Терещенків
Послуги гіда (1 тур)	700	120	84	1008	Індивідуальні екскурсії центральною частиною Житомира

Продовження таблиці 3.6

Прокат велосипедів	200	500	100	1200	Прокат у Гідропарку, прогулянки навколо Голубих озер
Магазини сувенірів	250	400	100	1200	Локації: Музей космонавтики, Бердичівський монастир
Майстер-класи	500	200	100	1200	Гончарство в Бердичеві, кулінарні класи в Житомирі
Рекреаційні активності	300	300	90	1080	Пікніки, оренда човнів у Гідропарку
Загальний дохід	-	-	909	10908	-

Джерело: розроблено автором самостійно

Прогноз доходів у рамках проєкту "Житомирський Релакс" свідчить про високу рентабельність завдяки різноманітним джерелам прибутку. Основні доходи забезпечують продаж пакетних турів і послуги гіда, тоді як прокат обладнання, майстер-класи та магазини сувенірів виступають додатковими джерелами. Успішна реалізація проєкту дозволить інтегрувати природні, культурно-історичні та рекреаційні активності для забезпечення стабільного фінансового результату.

Загальний дохід становить понад 10 млн грн на рік, що робить проєкт фінансово вигідним за умови дотримання прогнозованого попиту та ефективного просування.

Розрахунок прогнозованої кількості відвідувачів базується на сезонності, популярності регіону та рекламній активності. У таблиці нижче наведено прогноз відвідуваності для різних періодів.

Таблиця 3.7. Прогноз відвідуваності туру "Житомирський Релакс"

Період	Кількість туристів на місяць	Загальна кількість туристів за сезон
Літній сезон (травень-серпень)	3500	14 000
Період	Кількість туристів на місяць	Загальна кількість туристів за сезон
Осінній сезон (вересень-жовтень)	2000	4000
Зимовий сезон (листопад-лютий)	1200	4800
Весняний сезон (березень-квітень)	2500	5000
Загалом	-	27 800

Джерело: розроблено автором самостійно

Прогноз відвідуваності туру "Житомирський Релакс" демонструє пік активності в літній сезон завдяки популярності природних та рекреаційних зон. Весна та осінь приваблюють туристів екскурсіями до культурно-історичних місць, тоді як зимовий сезон орієнтований на музеї та релаксаційні програми. Рівномірний розподіл туристів протягом року сприяє стабільному завантаженню туристичної інфраструктури та збалансованому розвитку регіону.

Максимальна відвідуваність очікується у літній сезон, коли природні та рекреаційні дестинації стають найбільш привабливими. Осінній і весняний сезони мають середню активність, тоді як взимку спостерігається зниження туристичних потоків через погодні умови.

Щорічна відвідуваність прогнозується на рівні 27 800 осіб, що відповідає середнім показникам популярності регіону та планованим маркетинговим зусиллям.

Успішна реалізація туристичного проєкту вимагає чіткого плану, що охоплює всі етапи: від підготовки інфраструктури до маркетингового просування. У таблиці наведено основні етапи, їх завдання, орієнтовні витрати та терміни виконання.

Таблиця 3.8. План реалізації туристичного проєкту "Житомирський Релакс"

Етап	Завдання	Орієнтовні витрати (тис. грн)	Термін виконання	Очікувані результати
Формування партнерств	Укладання угод з туристичними агенціями, місцевими бізнесами	600	1–3 місяці	Забезпечення підтримки з боку партнерів та формування мережі
Розробка маркетингових матеріалів	Створення брендбуку, запуск веб-сайту та мобільного додатку	800	3–6 місяців	Формування впізнаваного бренду та зручного доступу до послуг
Проведення промо-кампаній	Реклама на платформах соцмереж, зовнішня реклама	750	Протягом року	Залучення широкої аудиторії туристів
Розвиток інфраструктури	Створення зон відпочинку, нових маршрутів	2500	6–12 місяців	Покращення умов для туристів та підвищення привабливості регіону

Продовження табл.3.8

Організація заходів	Проведення фестивалів та культурних подій	1000	6–12 місяців	Популяризація туризму та залучення місцевих жителів
Навчання персоналу	Проведення тренінгів для працівників сфери туризму	500	4–6 місяців	Підвищення якості обслуговування туристів

Джерело: розроблено автором самостійно

План реалізації туристичного проєкту "Житомирський Релакс" передбачає комплексний підхід, починаючи з формування партнерств і розробки маркетингових матеріалів до розвитку інфраструктури та організації подій. Виконання цього плану дозволить створити якісну базу для залучення туристів, популяризації регіону та забезпечення сталого розвитку туристичної галузі Житомирщини. Проведення промо-кампаній сприятиме залученню туристів із різних регіонів, тоді як розвиток інфраструктури стане основою для довгострокового успіху. Орієнтовні витрати становлять близько 3,8 млн грн, що є обґрунтованою інвестицією для такого масштабного проєкту.

3.3. Інноваційні підходи до типізації та їх вплив на розвиток туризму у регіоні

Розвиток туризму в Житомирщині та Київщині вимагає нових підходів до організації туристичних маршрутів і управління дестинаціями. Впровадження інноваційних підходів сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону,

створенню нових можливостей для місцевих громад і залученню більшого числа туристів. Основні напрями інноваційної типізації DESTINAЦІЙ розглянемо детальніше.

1. Інтеграція урбаністичних і природних DESTINAЦІЙ. Житомирщина і Київщина мають різні ресурси, які можуть доповнювати одне одного, створюючи інтегровані туристичні маршрути. Наприклад, Київ із його культурно-історичними пам'ятками, такими як Києво-Печерська лавра, Андріївський узвіз чи музеї, може стати стартовою точкою маршрутів, які продовжуються до природних об'єктів Житомирщини. Відвідування Національного парку «Дністровський каньйон», озера Світязь або інших природних локацій дозволяє туристам отримати різноплановий досвід. Такий підхід сприяє збільшенню тривалості перебування туристів у регіоні, стимулює розвиток інфраструктури між обласними центрами, покращує доступність віддалених природних зон. Інтеграція також дозволяє залучати широку аудиторію, адже туристи, які цікавляться культурними об'єктами, можуть відкривати для себе природні ресурси, і навпаки.

2. Розробка тематичних кластерів. Інноваційні підходи до типізації DESTINAЦІЙ включають створення тематичних кластерів, які об'єднують різні об'єкти на основі спільної тематики. Наприклад, екотуризм у Житомирщині може зосередитися на Національному парку «Дністровський каньйон» та прилеглих екологічних маршрутах, тоді як Київ може стати осередком культурного та гастрономічного туризму. Гастротуризм на базі фермерських господарств Житомирщини може включати дегустацію локальних продуктів, таких як мед, сири чи органічні овочі. Культурний туризм, зі свого боку, може акцентувати увагу на музеях, історичних пам'ятках і фестивалях. Розробка кластерів дозволяє створювати унікальні продукти, які відповідають потребам різних сегментів туристів і підвищують впізнаваність регіону.

3. Розвиток мікродестинацій. Малі населені пункти Житомирщини мають значний потенціал для розвитку як мікродестинації. Вони можуть пропонувати туристам унікальний досвід, недоступний у великих містах. Наприклад, місцеві ферми можуть організовувати майстер-класи з виготовлення традиційних

продуктів, ремісничі центри – навчання гончарству чи ткацтву, а етнографічні комплекси – демонстрацію народних традицій і обрядів. Залучення таких дестинацій до туристичних маршрутів зменшує навантаження на великі міста, розширює географію туризму і сприяє економічному розвитку периферійних територій. Крім того, це дозволяє популяризувати культурну спадщину та традиції регіону.

4. Цифровізація управління дестинаціями. Цифрові технології відіграють важливу роль у сучасному управлінні дестинаціями. Створення інтерактивних карт із позначенням туристичних маршрутів, онлайн-додатків для бронювання квитків, готелів і екскурсій дозволяє зробити туризм більш зручним для відвідувачів. Наприклад, мобільний додаток, який об'єднує культурно-історичні об'єкти Києва, природні маршрути Житомирщини та мікродестинації, може стати ефективним інструментом для планування подорожей. Цифровізація також включає аналіз великих даних для моніторингу туристичних потоків і покращення послуг. Це дозволяє адаптувати пропозиції до потреб туристів, підвищуючи їхній рівень задоволеності. Наприклад, дані про популярність маршрутів можуть стати основою для створення нових продуктів або вдосконалення існуючих.

Таблиця 3.9. *Інноваційні підходи до типізації дестинацій та їхні переваги*

Інноваційний підхід	Опис	Основні переваги
Інтеграція урбаністичних і природних дестинацій	Поєднання культурно-історичних об'єктів із природними локаціями	Збільшення тривалості перебування туристів, різноманітність досвіду, розвиток інфраструктури між регіонами
Розробка тематичних кластерів	Створення кластерів на основі певної тематики (екотуризм, гастротуризм, культурний туризм)	Формування унікальних продуктів, залучення різних сегментів туристів, підвищення впізнаваності регіону

Продовження табл.3.9

Розвиток мікродестинацій	Залучення малих населених пунктів до туристичних маршрутів	Зменшення навантаження на великі міста, популяризація локальної культури, економічний розвиток периферій
Цифровізація управління дестинаціями	Використання цифрових платформ для аналізу даних, інтерактивних карт, мобільних додатків	Зручність для туристів, підвищення якості послуг, адаптація до потреб туристів

Джерело: розроблено автором самостійно

Інноваційні підходи до типізації дестинацій є ефективним інструментом для розвитку туризму в Житомирщині та Київщині. Вони дозволяють оптимізувати використання ресурсів, створювати унікальні туристичні продукти, залучати широку аудиторію та забезпечувати сталий розвиток регіонів. Інтеграція, тематичні кластери, розвиток мікродестинацій і цифровізація формують комплексну основу для створення конкурентоспроможного туристичного ринку.

Розвиток туризму в регіоні неможливий без створення ефективної мережевої взаємодії між великими містами, такими як Київ, і малими дестинаціями Житомирщини. Це дозволяє використовувати потенціал кожного з регіонів, створюючи синергію, яка підвищує загальну привабливість території для туристів. Такий підхід сприяє інтеграції туристичних ресурсів, забезпечуючи як культурний, так і природний досвід для відвідувачів.

Одним із ключових аспектів мережевої взаємодії є створення спільних туристичних маршрутів, які поєднують об'єкти культурної спадщини Києва з природними багатствами Житомирщини. Наприклад, туристичний маршрут може починатися з огляду Києво-Печерської лаври, Андріївського узвозу чи Софійського собору, а продовжуватися екологічними прогулянками у

Національному парку «Дністровський каньйон». Така структура маршруту дозволяє задовольнити різноманітні інтереси туристів, які хочуть поєднати знайомство з історичними пам'ятками та активний відпочинок на природі.

Крім того, інтегровані маршрути сприяють продовженню тривалості перебування туристів у регіоні, що позитивно впливає на розвиток місцевої економіки. Туристи витрачають більше часу на пересування між DESTINAЦІЯМИ, зупиняються у місцевих готелях, користуються послугами ресторанів і купують сувеніри, що стимулює розвиток малого бізнесу.

Київ може стати центральним хабом для просування туристичних DESTINAЦІЙ Житомирщини на міжнародному рівні. В рамках спільних маркетингових кампаній можна організовувати фестивалі, ярмарки та презентації, які представляють унікальну культуру та природні багатства регіону. Наприклад, спільний фестиваль «Київ-Житомирщина: культурна спадщина та природа» може залучити як національних, так і іноземних туристів.

Важливим елементом маркетингових кампаній є використання цифрових платформ для просування. Київські рекламні агентства можуть створювати контент, який буде популяризувати Житомирщину як екологічно чисту DESTINAЦІЮ. Такий підхід сприяє формуванню єдиного бренду регіону, підвищує впізнаваність і створює довіру до туристичних продуктів.

Ефективна транспортна інфраструктура є основою для розвитку мережеских взаємодій. Побудова або модернізація доріг, які з'єднують Київ із малими DESTINAЦІЯМИ Житомирщини, значно підвищує їхню доступність. Це особливо важливо для регіонів із природними ресурсами, які можуть бути віддаленими від основних транспортних вузлів.

Автобусні тури, які пропонують трансфер із Києва до Житомирщини, можуть стати популярною послугою серед туристів. Крім того, розвиток залізничного сполучення між великими містами та малими населеними пунктами дозволяє залучити ширшу аудиторію, зокрема сімей із дітьми та літніх людей, які шукають комфортні способи подорожей.

Взаємодія бізнесів Київщини та Житомирщини створює нові можливості для розвитку туристичних послуг. Наприклад, ресторани у Києві можуть пропонувати продукти, виготовлені на фермах Житомирщини, такі як мед, сири чи вино. Це сприяє популяризації локальних товарів, стимулює розвиток сільського господарства і створює додаткові джерела доходів для місцевих фермерів.

Крім того, кооперація може включати організацію спільних гастротурів, які охоплюють як дегустації у місцевих господарствах Житомирщини, так і відвідування ресторанів високої кухні у Києві. Така інтеграція різних типів послуг підвищує їхню привабливість для туристів і формує позитивний імідж регіону.

Таблиця 3.10. Основні напрями мережевої взаємодії між DESTИНАЦІЯМИ Київщини та Житомирщини

Напрямок мережевої взаємодії	Опис	Очікувані результати
Спільні туристичні маршрути	Поєднання культурно-історичних об'єктів Києва із природними DESTИНАЦІЯМИ Житомирщини	Підвищення тривалості перебування туристів, стимулювання розвитку малого бізнесу
Спільні маркетингові кампанії	Організація фестивалів, презентацій, створення цифрового контенту для міжнародних ринків	Підвищення впізнаваності регіону, залучення іноземних туристів
Розвиток транспортної доступності	Модернізація доріг, організація автобусних і залізничних маршрутів	Покращення доступу до малих DESTИНАЦІЙ, збільшення кількості туристів
Економічна кооперація	Взаємодія бізнесів Київщини та Житомирщини, популяризація локальних продуктів	Розвиток сільського господарства, підвищення прибутковості туристичних послуг

Джеерело: розроблено автором самостійно

Мережеві взаємодії між Київщиною та Житомирщиною створюють синергію, яка дозволяє розвивати туристичний потенціал обох регіонів. Інтеграція туристичних маршрутів, спільні маркетингові зусилля, покращення транспортної доступності та економічна кооперація сприяють підвищенню туристичної привабливості регіону, стимулюють економічне зростання та забезпечують сталий розвиток туризму.

Впровадження сучасних методів типізації позитивно впливає на всі аспекти туризму. Економічно це сприяє зростанню доходів регіону за рахунок підвищення відвідуваності та середнього чека туриста. Соціально — створює нові робочі місця, активізує місцеві громади та сприяє розвитку соціальної інфраструктури. Екологічно — акцент на екотуризмі та сталому розвитку допомагає зберігати природні ресурси. Наприклад, Житомирщина може стати прикладом для інших регіонів України в адаптації туристичних маршрутів до принципів сталого розвитку.

Таким чином, взаємодія між Києвом, Житомиром та малими дестинаціями за умови використання інноваційних підходів здатна створити потужний туристичний кластер, що об'єднує культурні, історичні та природні багатства регіону.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи на тему «Перспективи типізації туристичних дестинацій для підвищення їх взаємодії (на прикладі міста Житомир)» було досягнуто поставленої мети — проаналізовано теоретичні засади типізації туристичних дестинацій, оцінено туристичний потенціал міста Житомира, виявлено чинники, що впливають на ефективність взаємодії дестинацій різних типів, та розроблено практичні рекомендації щодо підвищення туристичної привабливості регіону.

У першому розділі роботи здійснено огляд теоретичних аспектів типізації туристичних дестинацій. Було визначено, що типізація дозволяє чітко структурувати туристичні пропозиції, адаптуючи їх до потреб різних цільових груп. Виділено основні типи дестинацій, такі як культурно-історичні, природні, оздоровчі, міські, сільські, екзотичні та гастрономічні. Типізація сприяє формуванню конкурентних переваг дестинацій, оскільки дозволяє розробляти спеціалізовані туристичні продукти та забезпечувати збалансований розвиток регіонів. Особливу увагу приділено впливу типізації на туристичні потоки, а також її значенню для стратегічного планування та розвитку туристичних регіонів.

У другому розділі проаналізовано туристичний потенціал міста Житомир. Проведено оцінку ресурсної бази міста, яка включає багату культурно-історичну спадщину, природні ландшафти, розвинену гастрономічну культуру та рекреаційні можливості. Було визначено, що Житомир є перспективним для розвитку культурно-пізнавального, рекреаційного, гастрономічного та активного туризму. Основними атракціями є Музей космонавтики ім. С.П. Корольова, річка Тетерів, кар'єри, природні зони та сакральні пам'ятки. Водночас виявлено проблеми, пов'язані з недостатньою інтеграцією елементів туристичної інфраструктури та відсутністю чіткої стратегії розвитку.

У третьому розділі запропоновано туристичний проєкт «Житомирський релакс: якісний відпочинок на кожен день», який орієнтований на інтеграцію

дестинацій Житомирщини та Київщини через створення тематичних туристичних маршрутів, спільне просування регіональних продуктів і підвищення якості туристичних послуг. Розроблено дерево проблем, завдань і заходів для реалізації цього проєкту, а також проаналізовано його ефективність для стейкхолдерів. Особливий акцент зроблено на інноваційних підходах, зокрема цифрових інструментах для промоції та управління потоками туристів.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що типізація туристичних дестинацій є дієвим інструментом для підвищення їх конкурентоспроможності та розвитку регіональної економіки. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення стратегії розвитку туризму в Житомирі, створення нових туристичних продуктів і покращення взаємодії між елементами туристичної інфраструктури.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме зростанню туристичних потоків, підвищенню економічної активності та формуванню позитивного іміджу Житомира як привабливої туристичної дестинації.

9. Кращі ресторани в Житомирі. URL: <https://top20.ua/zh/restorani-kafe-bari/restorani/>
10. Лісовий готель Гайки. *Booking*. URL: <https://www.booking.com/hotel/ua/lisovii-gotel-gaiki.uk.html>
11. Містичне дно: житомирські кар'єри та озера з цікавою історією й прозорою водою. URL: <https://zhytomyr.name/uk/articles-4819-mistychne-dno-zhytomyrski-karyery-ta-ozera-z-czikavoyu-istoriyeyu-j-prozoroyu-vodoyu>
12. Музеї, виставки в Житомирі. URL: <https://top20.ua/zh/turizm/muzeyi-vistavki/>
13. Пам'ятки Житомирська область. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/poi_catalog/3517-zhytomyr-oblast.htm
14. Петренко О. Перлини Житомирщини: топ-7 місць для мандрівок на вихідні. *Malyn.media*. 2021. URL: <https://malyn.media/statti/cikavo/perlyny-zhytomyrshchyny-top-7-mists-dlia-mandrivok-na-vykhidni>
15. Тетерів. URL: <https://pokatuha.com/uk/velomarshruty/41/>