

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**РОЗВИТОК РИНКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ДІТЕЙ
ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

здобувача вищої освіти

другого (магістерського) рівня

зі спеціальності 242 «Туризм»

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

КОЗЛОВА МАКСИМА СЕРГІЙОВИЧА

Допущено до захисту:
Завідувач кафедри, доктор
культурології, доцент

БОЖКО
ЛЮБОВ
ДМИТРІВНА

Науковий керівник:
Кандидат наук з соціальних
комунікацій

РОСТОВЦЕВ
СЕРГІЙ
СЕРГІЙОВИЧ

Харків – 2021

Харківська державна академія культури

Факультет: Соціальних комунікацій та музейно-туристичної діяльності

Кафедра туристичного бізнесу

Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр

Спеціальність: 242 Туризм

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри
Доцент Любов Божко
 «__» _____ 2021 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Козлова Максима Сергійовича

Тема роботи Козлова М.С.: **«Розвиток ринку екскурсійних послуг для дітей Харківської області». (The development of excursion services for children of Kharkiv region)**

керівник роботи – – Ростовцев С.С.- кандидат наук з соціальних комунікацій, старший викладач кафедри туристичного бізнесу

затверджений засіданням кафедри, протокол № 3 від 13.09.2019 р.

2. Строк подання здобувачем роботи - грудень 2020 р.

3. Зміст дипломної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ ДЛЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ВІКУ

1.1 Дитячий туризм як інструмент соціалізації дитини молодшого віку

1.2 Особливості організації дитячих екскурсій

1.3 Методологія та методи дослідження

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ДИТЯЧИХ ЕКСКУРСІЙ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Маркетингове дослідження квест-екскурсій в Харківській області

2.2 Визначення цільової аудиторії для просування квест-екскурсій та проведення SWOT-аналізу

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ «ПІЗНАВАЛЬНО- РОЗВАЖАЛЬНИЙ КВЕСТ В САРЖИНОМ ЯРУ»

3.1 Обґрунтування та опис квест-екскурсій

3.2 Фінансовий розрахунок екскурсії та методи її просування

Висновки до розділу 3

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної Роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та затвердження теми кваліфікаційної роботи	вересень 2019 р.	
2.	Виявлення та вивчення літератури з теми кваліфікаційної роботи	Листопад-січень	
3.	Написання тексту I розділу кваліфікаційної роботи	травень-червень	
4.	Написання тексту II-III розділів кваліфікаційної роботи	липень-вересень	
5.	Збір емпіричного матеріалу з теми дослідження, його опрацювання, опис	жовтень	
6.	Написання висновків, оформлення роботи, її передзахист на кафедрі	листопад	
7.	Підготовка презентації та захист кваліфікаційної роботи	грудень 2020 р. – січень 2021 р.	

Здобувач _____ Козлов М.С.
 Керівник роботи _____ Ростовцев С.С.

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до магістерської роботи містить: 59 сторінку; 13 рисунків; 6 таблиць, 61 джерела інформації.

Метою даної дипломної роботи є розробка концептуальних засад розвитку ринку екскурсійних послуг для дітей у Харківській області.

У магістерській роботі розглянуто наукові підходи до визначення поняття «квест-екскурсії», її функцій та методів проведення. Проаналізовано існуючу рекламу туристичних продуктів України та розглянуто рівень представленості дитячих екскурсій на платформах туристичних агенств.

На основі результатів аналізу, було запропоновано проєкт-екскурсію для дітей молодшого віку, в якій акцент зроблений саме на наявність квесту, зроблений фінансовий її розрахунок та проаналізовано шляхи рекламування задля популяризації.

Ключові слова: екскурсія, квест-екскурсія, дитяча екскурсія, туристичний попит.

ABSTRACT

Master's research paper consists of 59 pages; 13 illustrations; 6 tables, 61 references.

The aim of the paper is to develop conceptual foundations for the development of the market of excursion services for children in the Kharkiv region.

The paper studies scientific approaches to defining the concept of "quest tour", its functions and methods. The existing advertising of tourist products of Ukraine is analyzed and the level of representation of children's excursions on the platforms of travel agencies is considered.

Based on the results of the analysis, a project tour for young children was proposed, in which the emphasis was placed on the availability of the quest, its financial calculation was made and the ways of advertising for promotion were analyzed.

Keywords: excursion, quest-excursion, children's excursion, tourist demand.

	5
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ ДЛЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ВІКУ	8
1.1 Дитячий туризм як інструмент соціалізації дитини молодшого віку	8
1.2 Особливості організації дитячих екскурсій	13
1.3 Методологія та методи дослідження	16
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ДИТЯЧИХ ЕКСКУРСІЙ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	22
2.1 Маркетингове дослідження квест-екскурсій в Харківській області	22
2.2 Визначення цільової аудиторії для просування квест-екскурсій та проведення SWOT-аналізу.....	28
Висновки до розділу 2.....	31
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ «ПІЗНАВАЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ КВЕСТ В САРЖИНОМ ЯРУ»	32
3.1 Обґрунтування та опис квест-екскурсії	32
3.2 Фінансовий розрахунок екскурсії та методи її просування.....	41
Висновки до розділу 3	43
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Актуальність. Поряд з інформативною функцією екскурсії, що є основною, значну увагу слід також приділити й виховній, що дозволяє робити акцент на організації екскурсій для дітей молодшого віку. Організація дитячих екскурсій дозволяє забезпечувати її учасників знаннями про оточуюче середовище – історію регіону, пам'ятки, видатних людей тощо, забезпечувати формування почуття патріотизму і прививати любов до подорожей. При цьому, залучення інноваційних підходів до проведення екскурсій дозволяє більше зацікавлювати дітей, як наприклад, через застосування мобільних пристроїв тощо.

Більше того, слід відзначити, що на сьогоднішній день існує проблема повного занурення дітей у світ гаджетів та інтернету, що досить часто призводить до зменшення їх рухливості, зниження кількості часу проведеного на свіжому повітрі, і як результат – виникнення певних проблем зі здоров'ям. Разом з цим, інтернет стає чи не єдиним джерелом інформації, що здебільшого сприймається дітьми авторитетно. Зважаючи на це, вбачається доцільним розробка певної екскурсії із застосуванням новітніх технологій, що з одного боку може бути привабливою, цікавою і корисною для дітей молодшого віку, а з іншого – дозволить залучити учасників до активного проведення часу.

Об'єкт дослідження – ринок екскурсійних послуг для дітей Харківської області.

Предмет дослідження – особливості розвитку ринку екскурсійних послуг для дітей через запровадження квест-екскурсій.

Метою дипломної роботи є розробка концептуальних засад розвитку ринку екскурсійних послуг для дітей у Харківській області.

Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

1. Розглянути дитячий туризм як інструмент соціалізації дитини молодшого віку;
2. Дослідити особливості організації дитячих екскурсій;
3. Описати методологію та методи дослідження;
4. Провести маркетингове дослідження квест-екскурсій в Харківській області;
5. Визначити цільову аудиторію для просування квест-екскурсій та провести SWOT-аналіз;
6. Обґрунтувати створення квест-екскурсій та надати їй детальний опис;
7. Здійснити фінансовий розрахунок екскурсій та запропонувати методи її просування.

Методи дослідження включають в себе систематичний, інформативний та соціокультурний підходи, які уможливили проведення всебічного аналізу теми та надання рекомендацій щодо створення екскурсійного проєкту для дітей, ґрунтуючись на комплексному розумінні існуючої ситуації.

Наукова новизна роботи полягає у розробці рекомендацій щодо розвитку ринку екскурсійних послуг для дітей у Харківській області шляхом запровадження інноваційного проєкту квест-екскурсій.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати роботи представлені у доповіді «Квест-екскурсія як інструмент соціально-психологічної адаптації дітей» на науково-практичній конференції «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» 26-27 листопада 2020 р. у Харківській державній академії культури.

Практичне значення полягає в тому, що запропонований проєкт та розроблені рекомендації можуть слугувати моделлю реалізації подібних екскурсій у різних регіонах як Харківщини, так і України в цілому.

Структура дипломної роботи – дана робота складається з вступу, трьох розділів, підрозділів, висновку, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙ ДЛЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ВІКУ

1.1 Дитячий туризм як інструмент соціалізації дитини молодшого віку

В житті людини молодший вік є найважливішим етапом, оскільки в цей період відбувається її особистісне становлення особи. На цьому етапі дорослим важливо супроводжувати дитину у процесі її соціальної адаптації, допомагаючи їй у знайомстві із новими явищами. В той же час, процес соціальної адаптації допомагає налагодити взаємозв'язок суб'єкта з соціальним оточенням, прищепити йому норми стандартів поведінки та запропонувати моделі ставлення до нових вимог.

Необхідно також зазначити і дещо негативні фактори, які можуть сповільнювати соціалізацію дитину. До таких, в першу чергу, відноситься поширення використання смартфонів, комп'ютерів, ігрових приставок та ін., що в результаті призводить до того, що батькам стає дедалі складніше зацікавити дітей якимись заняттями.

Традиційно основними інструментами стимулювання адаптації дітей до соціуму вважаються ігри. Проте, дещо недооціненим залишається дитячий туризм, який на рівні із активним, веселим та енергійним відпочинком забезпечує пристосовність дитини до різних соціальних ситуацій.

Варто відзначити, що існує багато видів туризму, всі вони різноманітні, тим самим кожна дитина може знайти собі захоплення до душі, адже серед дітей є як активні, які більше воліють активний туризм, так і більш стримані, яким не надто цікаві ігри та інші активності.

Не зважаючи на обраний вид туризму (водний, гірський, піший тощо), у процесі дитина обов'язково навчиться:

- взаємовиручці;
- самостійності;
- повазі;
- дружелюбності;

- вмінню переносити труднощі;
- активності;
- наполегливості;
- витривалості.

«Дитячий туризм являє собою засіб гармонійного розвитку дітей, який реалізується у формі відпочинку та суспільно-корисної діяльності, характерним структурним компонентом яких є організовані подорожі груп дітей у супроводі керівника і гідів-перекладачів. Суб'єктом дитячого туризму вважається дитина-турист, якій згідно Конвенції ООН «Про права дитини» від 20.11.1989р. ще не виповнилося 18 років (крім випадків, коли за законом відповідної держави вона не досягла повноліття раніше)» [30].

«У дитячому туризмі на сьогодні можна виділити такі основні напрямки:

- відпочинок у спеціалізованих дитячих закладах оздоровлення та відпочинку (оздоровчі літні табори, санаторії і клініки) в Україні й за кордоном;
- відпочинок у літніх дитячих таборах, які пропонують насичені анімаційні програми (окремо виділяються тематичні табори: 62 спортивні, кінноспортивні, археологічні, творчої або релігійної направленості і т.п.);
- відпочинок у дитячих центрах за кордоном, які пропонують мовну практику, знайомство з новою культурою та спілкування з однолітками з різних країн світу;
- культурно-пізнавальні (автобусні або комбіновані: потяг+автобус) тури по Україні і за кордон;
- екскурсійні програми, які інтегровані в програми профільних шкіл або коледжів;
- канікулярні освітні тури за кордон (наприклад, літні мовні школи та центри за кордоном);

- спортивний туризм та активний відпочинок (піші та лижні походи, сплави на байдарках, велосипедні походи тощо);
- поїздки на фестивалі, концерти та змагання;
- тури з відвідуванням тематичних парків та парків розваг;
- сімейні тури та ін.» [30].

Туризм, окрім розважальних функцій, сприяє формуванню, укріпленню, як фізичному так і духовному, й одержанню життєвого досвіду дитиною. В той же час дитячий туризм має бути цікавим, щоб не відбити у дитини бажання займатися чимось новим.

У Законі України «Про Туризм» наводиться, що «залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;
- для осіб з інвалідністю;
- культурно-пізнавальний;
- лікувально-оздоровчий;
- спортивний;
- релігійний;
- екологічний (зелений);
- сільський;
- підводний;
- гірський;
- пригодницький;
- мисливський;
- автомобільний;
- самодіяльний тощо» [15].

Для багатьох батьків є великою проблемою залучити свою дитину до туризму. На допомогу їм завжди приходять різні скаутські організації, міні-походи, а також туристичні групи та секції. Якщо інструктор в подібних групах зацікавить дитину, то вона безсумнівно дуже захопиться туризмом, тому для батьків дуже важливо знайти правильну групу з відмінним керівником. Найчастіше, для захопленої чимось дитини досить лише одного разу сходити в похід, і в подальшому це викликатиме в неї великий інтерес.

На жаль, в Україні дитячий туризм знаходиться на недостатньо розвиненому рівні. Екскурсійних програм і місць, куди можна відправити дітей небагато, а ті, які є, встановлюють високу ціну, і не всі батьки мають фінансову можливість для цього.

В Україні складається ситуація, що дитячий туризм розвивається гірше, ніж в усьому світі. Тому досить часто українці звертають увагу саме на закордонні напрямки відпочинку, де пропонуються різнопланові розваги, аніматори, аквапарки з атракціонами тощо. До найпопулярніших країн для сімейного і зокрема дитячого відпочинку серед українців відносяться:

1. Болгарія. В цій країні відсутній мовний бар'єр для українських громадян та має відмінний сервіс.

2. Туреччина. Турецькі готелі мають високоякісний сервіс та розвинені аніматорські послуги.

3. Єгипет. Характеризується приємним кліматом і розвинутою інфраструктурою.

4. Греція. Ця країна славиться чудовими погодними умовами, відмінним сервісом і чудовими пляжами, тут дітям дуже цікаво відпочивати.

5. Іспанія. У даній країні, дітей приваблюють дельфінарії, аквапарки і парки атракціонів. В той же час, сервіс в готелях знаходиться на вищому рівні.

Для організації подібного виду туризму необхідно враховувати наступні норми і правила.

Для перевезення дітей транспортом необхідно дотримуватися наступних правил:

1. «Дозволяється перевозити пасажирів у транспортному засобі, обладнаному місцями для сидіння в кількості, що передбачена технічною характеристикою так, щоб вони не заважали водієві керувати транспортним засобом і не обмежували оглядовість, відповідно до правил перевезення.

2. Перевезення автобусом (мікроавтобусом) організованої групи дітей здійснюється за умови обов'язкового проведення інструктажу з дітьми та супровідниками щодо правил безпечної поведінки під час руху та дій у разі виникнення аварійно-небезпечних ситуацій чи скоєння дорожньо-транспортної пригоди. При цьому спереду і ззаду автобуса (мікроавтобуса) обов'язково встановлюється згідно з вимогами підпункту «в» пункту 30.3 цих Правил розпізнавальний знак «Діти».

3. Водій автобуса (мікроавтобуса), який здійснює перевезення організованих груп дітей, повинен мати стаж водія не менше 5 років і посвідчення водія категорії «D».

4. На транспортному засобі з розпізнавальним знаком «Діти» під час посадки (висадки) до (з) нього пасажирів повинні бути увімкнені пробліскові маячки оранжевого кольору та (або) аварійна світлова сигналізація.

5. Забороняється перевозити:

- пасажирів поза кабіною автомобіля (крім передбачених цими Правилами випадків перевезення пасажирів у кузові вантажного автомобіля з бортовою платформою або в кузові-фургоні, призначених для перевезення пасажирів), у кузові автомобіля-самоскида, трактора, інших самохідних машин, на вантажному причепі, напівпричепі, в причепі-дачі, в кузові вантажного мотоцикла;

- дітей, зріст яких менше 145 см або тих, що не досягли 12-річного віку, — у транспортних засобах, обладнаних ременями безпеки, без використання спеціальних засобів, що дають змогу пристебнути дитину за

допомогою ременів безпеки, передбачених конструкцією цього транспортного засобу; на передньому сидінні легкового автомобіля — без використання зазначених спеціальних засобів; на задньому сидінні мотоцикла та мопеда;

- дітей до 16-річного віку в кузові будь-якого вантажного автомобіля;
- організовані групи дітей у темну пору доби» [48].

У дітей повинні бути наявні свідоцтво про народження або паспорт, завірено нотаріально довідка про згоду батьків на поїздку.

Підсумовуючи, варто зазначити, що дитячий туризм є досить важливим інструментом у процесі соціалізації людини. В той же час, організація цього відпочинку вимагає урахування багатьох нюансів, що призводить до наявності незначної кількості пропозицій на туристичному ринку. Проте, такий вид діяльності вкрай необхідний дітям, особливо в епоху розвитку технологій, коли багато з них замість активного відпочинку обирають проведення часу у віртуальному середовищі. Проте, під час організації розваг для дітей важливо також частково залучати технології, для утримання їх уваги.

1.2 Особливості організації дитячих екскурсій

Екскурсії становлять одну з найважливіших складових туризму, що відіграє важливу роль в становленні дітей, і являється однією з форм освітньо-виховної роботи.

Теоретичним дослідженням екскурсій для дітей займалася значна кількість вчених, зокрема можна виділити роботи деяких науковців.

Як зазначає Єрмошина А. І. у статті «Квест-екскурсія як інноваційна форма дитячого та молодіжного туризму» «квест-екскурсія - це послуга з організації відвідування спеціально відібраних об'єктів екскурсійного показу, що припускає наявність сюжетної лінії і перешкод в формі різних завдань, головоломок, ігор, розгадуючи які учасники знайомляться і вивчають

конкретні об'єкти за допомогою використання наявних знань, спостереження і спілкування з іншими суб'єктами» [14].

Такі дослідники як Алексєєва Н. та Рябова Е. у своїй роботі «Квест-екскурсія як інноваційна форма екскурсійної діяльності» [1] розкривають значення квест-екскурсії, історію виникнення, технологію проходження квест-маршрутів та сприймання їх дітьми. В праці наводяться відомості, що квест – це гра, в ході якої учасники виконують логічні завдання, працюють над пошуком інформації, вчаться взаємодіяти з інформаційними ресурсами, знаходити корисну інформацію і застосовувати її для досягнення кінцевої мети місії [1].

Варто зазначити, що екскурсія розвиває та вчить, бо в її процесі діти звикають до поїздок в транспорті, подорожей, навчаються відвідувати об'єкти культури, пам'ятки архітектури. Діти, котрі часто відвідують екскурсії, розвиваються різнобічно і легше адаптуються до оточуючого світу.

«Головна мета використання екскурсії під час проведення уроків і занять полягає не в ознайомленні дітей із конкретним об'єктом, навіть якщо цей об'єкт фігурує в темі уроку чи заняття, а у відтворенні історичної атмосфери, духу часу, до якого відносяться події, що вивчаються. У свою чергу, необхідність такого відтворення (моделювання) пояснюється особливостями сприйняття історичного матеріалу, який набуває реальних контурів, стає зрозумілим і краще запам'ятовується, на тлі штучно відтвореного відповідного історичного й емоційного оточення. «Однією з вимог до екскурсовода є володіння розвиненою уявою та вмінням образно мислити. Розповідаючи про відсутній пам'ятник, який розташований в іншому місті чи був зруйнований у роки війни, екскурсовод описує його так, що екскурсанти починають «бачити об'єкт»». Так відбувається тому, що екскурсовод, на основі особистих спостережень цього об'єкту, ознайомлення з фотографіями чи його реконструкцією заздалегідь створює у своїй свідомості зовнішній вигляд об'єкта й у потрібний момент відтворює його. Багатство уяви екскурсовода залежить від його вміння спостерігати,

сприймати та зберігати у своїй пам'яті образи предметів і явищ, які в подальшому перетворюються його свідомістю» [10].

Загалом, екскурсія – це захід, який пов'язаний з навчальним процесом і програмою школи. Це означає, що екскурсії для учнів початкових класів не повинні уявлятися тільки відвідуванням цікавих місць. Вони повинні представляти собою спеціальні розвиваючі програми, що включають в себе:

- знайомство з музеями, міськими, і природно-ландшафтними парками;

- відвідування великих підприємств і виробництв;

- виїзні заняття з навчальних предметів;

- організацію ігор, естафет, квестів, «веселих стартів» та ін.

Методологічно екскурсії для дітей можна розділити за змістом наступним чином:

- оглядова екскурсія – має декілька тем, та, як правило, основний акцент в них робиться на історії та сучасності;

- тематична екскурсія – розглядається лише однією темою;

- дослідні – школярі діють самостійно;

- ілюстративні – в головній ролі екскурсовод, а учні повинні тільки його слухати.

За навчальною метою педагоги ділять екскурсії на:

- вступні;

- поточні;

- узагальнюючі, що розрізняються за періодами вивчення екскурсійної теми.

За тематикою ж розрізняється такий поділ:

- спостереження за природними явищами, дослідження окремих природних об'єктів;

- знайомство з ландшафтом, особливостями неживої природи;

- екологія, теми захисту природи;

- екскурсії на виробництвах;

□ відвідування музеїв і виставок.

В той же час, кожна тематична група екскурсій для початкової школи вимагає особливої попередньої підготовки [47].

Нехаєва Н. в своїй роботі стверджує, що «туристський квест як інноваційна форма екскурсійного обслуговування населення стає чимось більшим, ніж потік інформації, згасаючий в свідомості. Розвиток таких не стандартних екскурсій дозволить поживити роботу з туристами і сприяти формуванню інтересу до туристичних об'єктів у жителів свого і сусідніх регіонів» [38].

Екскурсія як вид діяльності виконує кілька функцій.

Єрмакова у своїй роботі «» виділяє наступні:

- «інформативна,
- наукова,
- просвітницька,
- виховна,
- гуманістична,
- культурологічна» [13].

«Творці екскурсійної теорії акцентують увагу на вагомості виховної функції екскурсії, що реалізується у формуванні світогляду, переконань, почуттів, інтересів, способу та стійкого мислення, що проявляється в різних видах наступної діяльності учасників екскурсії» [13].

1.3 Методологія та методи дослідження

Методологія дослідження в даній роботі базується на принципах міждисциплінарності теми і охоплює наступні підходи: соціокультурний; системно-діяльнісний; інформативний; інноваційний; соціокомунікативний.

Окрім цього, в ході написання дипломної роботи були використані наступні методи: термінологічний; метод спостереження, аналізу та порівняння.

Міждисциплінарність обраної теми полягає в тому, що питання екскурсії вивчається в рамках туристичних дисциплін та окремо дисципліни «Екскурсології», акцентуючи увагу на правилах організації, структурі, логістиці, правил безпеки та підходу до проведення екскурсій.

З іншого боку, в рамках дослідження екскурсійної діяльності саме для дітей важило враховувати психологічні особливості, які можуть розглядатися у віковій психології. Це пов'язано з тим, що діти є особливою категорією споживачів та мають свої риси. Вони, як правило, мають розсіяну увагу, їх потрібно зацікавити, але коли їм сподобається, можна сподіватися, що це стане їх улюбленим заняттям для проведення свого часу.

Інформативний метод допоміг виявити та проаналізувати інформативні аспекти, зібрати потрібну літературу для написання роботи. Зокрема, метод використовується в процесі збору інформації щодо певних екскурсійних об'єктів в рамках створення екскурсій, в процесі донесення інформації до аудиторії, також доцільне використання інформаційних технологій, зокрема в рамках створення квест-екскурсії застосовуються мобільні телефони, QR-коди та портативні пристрої Bluetooth.

Метод аналізу дозволяє проаналізувати рівень розвитку туризму в Харківській області, передбачає пошук та вивчення існуючих організацій, які надають послуги, в тому числі екскурсійні. Разом з тим, метод порівняння дозволяє визначити спільні характеристики компаній, знайти послуги та їх відмінності, порівняти показники їх діяльності. В результаті це має дати розуміння ситуації на ринку і дозволяє зробити певні висновки.

Системний метод був спрямований саме на комплексне дослідження теми дитячих екскурсій та квест-екскурсій, що дозволило зробити узагальнені висновки.

У рамках термінологічного методу було досліджено визначення поняття «екскурсія для дітей», порівняно різні наукові підходи. Зокрема, в рамках дослідження використовувалося визначення, що екскурсія є однією з форм роботи з дітьми, за допомогою якої можна досягти одразу кількох педагогічних цілей. Дітям краще всього запам'ятовується і засвоюється та інформація, у якій є демонстраційне підкріплення. Об'єкт, що вивчається, при цьому, стає набагато цікавіше. Така форма використовується також в групах продовженого дня.

Соціокомунікативний метод є основоположним в рамках будь-якої туристичної та екскурсійної діяльності. Базується цей метод на таких засадах:

- необхідності підкресленні комунікативної природи екскурсії взагалі, тому що екскурсії будуються на комунікації;
- забезпеченні зв'язку з аудиторією, в даному випадку з дітьми, щоб дізнатися їхні потреби та визначити рівень їхньої задоволеності;
- розумінні комунікаційних технологій як інструменту просування та популяризації квест-екскурсії.

Соціокомунікативний метод допоміг під час проведення проекту налагодити контакт з учасниками, розповісти їм про техніку безпеки, провести квест-екскурсію та всім разом підсумувати проведення заходу.

Застосування інноваційного методу дозволило запропонувати такий вид екскурсій як квест-екскурсія. Такий метод передбачає залучення як нових технологій, так і розробку методів в дитячій психології для того, щоб зацікавити дітей, донести їм інформацію і зробити екскурсії інтерактивними, живими та цікавими для дітей. Він дозволяє створити новий продукт, що задовольнить потреби цільової аудиторії.

«Квест-екскурсія - це послуга з організації відвідування спеціально відібраних об'єктів екскурсійного показу, що припускає наявність сюжетної лінії і перешкод в формі різних завдань, головоломок, ігор, розгадуючи які учасники знайомляться і вивчають конкретні об'єкти за допомогою

використання наявних знань, спостереження і спілкування з іншими суб'єктами. Екскурсійний квест збирає в собі необхідні характеристики квесту і екскурсії:

- а) тривалість за часом від години до одного дня;
- б) підготовка маршруту і завдань кваліфікованим фахівцемекскурсоводом;
- в) чітко визначена і сформульована тема (легенда), що є стрижнем огляду і диктує напрямок;
- г) огляд екскурсійних або музейних об'єктів, залишаючи відчуття первинності зорових відчуттів;
- д) знайомство з об'єктами експозиції;
- е) наявність кінцевої мети, до якої потрібно прийти, подолавши перешкоди і виконавши всі умови» [14].

Сутністю даного виду екскурсії є опис ігрових та технічних прийомів, яке доповнюється змістом та тематикою проведення [1].

Даний термін складається з значень двох слів – «квест» і «екскурсія». Зазвичай термін «квест» застосовується як для позначення гри-оповідання, в якій герой або учасник повинен переміщатися по сюжету, при цьому контактувати з ігровим простором за допомогою вживання предметів, або спілкування з іншими персонажами та вирішувати логічні задачі та головоломки, а ще для позначення основного завдання, яке необхідно виконати герою гри, щоб досягти ігрової цілі. Більше того, зацікавленість дітей до даного виду екскурсій, окрім активного фізичного навантаження, досягається шляхом застосування мобільних телефонів та планшетів, що є невід'ємним атрибутом квест-екскурсій. Зокрема передбачається використання QR-кодів та карт.

«Методологічно квест-екскурсії включають в себе риси як ігрового квесту, так і екскурсії, і передбачають наявність таких елементів:

1. наявність індивідуальних екскурсантів або групи (до 50 чол.);
2. необмеженість у часі;

3. поєднання в екскурсії елементів гри і екскурсії;
4. певну тематику екскурсії з чітко вибудованої сюжетною лінією;
5. знайомство з об'єктами відбувається в процесі гри шляхом виконання певних завдань;
6. визначення цілі, яку повинні досягти учасники;
7. наявність завдань, які інтригують учасників і змушують переживати маршрут спільно всім колективом» [44].

Квест-екскурсія відрізняється від звичайної тим, що на екскурсії людина є пасивним слухачем та спостерігачем. Гід розповідає факти про місто і пам'ятки, але кількість заданих питань обмежена, як і час самої екскурсії.

Під час квесту можна дізнатися нове, але в стислій формі. Більшу частину інформації учасники отримують активним способом – за допомогою таких якостей як логіка або уважність, а це означає, що запам'ятати інформацію буде значно простіше.

Для дитячої аудиторії дуже затребувані квест-маршрути, тому що вони проходять практично без взаємодії з екскурсоводом: лише на старті учасникам видають маршрутний лист із завданням. Спілкування з екскурсоводом передбачено вже тільки після проходження всіх локацій.

Нині безліч туристичних агентств пропонує своїм клієнтам різні тури країнами світу з пакетом, до якого входять відвідування екскурсій. Таким чином люди не мають можливості розпоряджатися своїм часом, оскільки вибір робиться за них. Але, є велика кількість людей, яким цікаво самим спланувати все заздалегідь, що відвідати і коли. У такий спосіб, щоб організувати квест-поїздки, в соціальних мережах туристи створюють спеціальні групи, в яких вони домовляються де буде відбуватися захід, коли, як будуть формувати команди, та вирішують фінансову складову екскурсії. Або ж домовляються з організаторами подібних екскурсій, дивляться зміст екскурсії, оцінюють та потім погоджуються чи вносять свої корективи.

Якщо звернути увагу на культурно-пізнавальні цілі, то можна бачити, що його не вистачає в вихованні дітей. Тому, квест-екскурсія дає змогу додати цей компонент.

Також можна виділити корисні функції, які виконує цей вид екскурсії для школярів:

- 1) розвиток комунікації між учасниками;
- 2) робота в командах;
- 3) розвиток вже існуючих та набуття нових навичок у дітей у галузі краєзнавства;
- 4) прискорення засвоєння інформації.

Такий напрямок в екскурсійній діяльності набуває популярності в містах України як Київ, Харків, Одеса та Дніпро.

Також, в останній час спостерігається збільшення інтересу до квест-екскурсій серед туристичних компаній, які намагаються враховувати нові тенденції споживчого попиту та практикують диференційований підхід до обслуговування різних соціальних груп, через пропозицію нових послуг.

Висновки до розділу 1

Туризм вважається одним із інструментів виховання та сприяння адаптації дітей у соціумі. Він сприяє їхньому пізнанню, зміцненню організму, активному способу життя. Екскурсії, квест-екскурсії, походи, поїздки в тури країною, світом розвиватимуть в дитини його активну життєву позицію.

Важливою складовою туризму є екскурсії, які відіграють велику роль в розвитку дитини, її пізнанні історії та культури, розширюють кругозір, роблять самостійним.

В той же час, важливу увагу слід приділити такому інноваційному інструменту як квест-екскурсії, що являють собою нетипову екскурсійну програму, із необхідністю рішення задач, за які учасники отримують нагородження у вигляді цінної інформації. Також вони сприяють знайомству дітей із технічними засобами, як-то: електронні карти, QR-коди тощо.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ДИТЯЧИХ ЕКСКУРСІЙ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Маркетингове дослідження квест-екскурсій в Харківській області

Враховуючи важливість і перспективність дитячих екскурсій як соціально-значущої та економічно привабливої діяльності, доцільно провести аналіз існуючих учасників ринку та їх пропозицій в рамках означеної діяльності. Так, у результаті вивчення пропозицій дитячих екскурсій у Харківській області було знайдено 6 варіантів продуктів, які було занесено до таблиці 2.1 і порівняно між собою за низкою показників.

Таблиця 2.1

Порівняльний аналіз екскурсійних турпродуктів для дітей Харківської області

	Тур №1 «Легенди старого міста»	Тур №2 «У пошуках святкового настрою. Квест- екскурсія по Харкову»	Тур №3 «Селфі з містом»	Тур №4 «Лист студента »	Тур №5 «Мисли вці за привид ами. Містич ний Харків»	Тур №6 «Ключ і замок. Таємниці Харківськ их дверей»
Назва компанії	«Навігатор Україна»	«Навігатор Україна»	«Оберіг- Тур»	«Оберіг- Тур»	«Навігат ор Україна »	«Навігатор Україна»
Локація проведен ня (маршру т)	Центр міста	Центр міста	Храми Харкова, ХНАТОБ, «Дзеркальні й Струмись», пам'ятник	Центр міста	Центр міста	Вулиці Римарська, Сумська та Чоботарсь ка.

			Шевченку, Держпром.			
Кількість учасників	До 15 чоловік	До 15 чоловік	До 20 чоловік	До 20 чоловік	До 50 чоловік	До 50 чоловік

Закінчення таблиці 2.1

Допоміжне обладнання	Смартфон та застосунок	Смартфон та застосунок,	Смартфон	Смартфон	-	Карта
Тривалість тура	2 години	4 години	4 години	4 години	4 години	4 години
Транспорт	Пішохідна	Пішохідна	Автобус	Автобус	Автобус та пішохідний	Автобус та пішохідний
Мета квесту	Знайомство з пам'ятками міста	Знайомство з пам'ятками міста та прогулянка по передноворічному Харкову	Розкрити секрети вулиць міста та розповісти історію вже знайомих і малознайомих пам'яток: храми, графіті, оперний театр, «Дзеркальний Струмінь», пам'ятник Шевченку, Держпром.	Допомогти дітям дізнатися інформацію про місто за допомогою квест-екскурсії	Навчити дітей розгадувати таємниці міста	Надати дітям інформацію про минуле Харківщини. Розповісти про старинні двері, їх замки та ключі, які їх відкривали
Наявність гідів	Ні	Ні	Так	Так	Так	Так
Вартість на 1 людину	150 грн	125 грн	50 грн	50 грн	125 грн	125 грн

За результатами аналізу бачимо, що із 6 запропонованих квест-екскурсій чотири надаються компанією «Навігатор Україна» [36], а дві –

компанією «Оберіг-Тур» [40], що свідчить про незначну насиченість ринку даним турпродуктом. Місце проведення квест-екскурсій відрізняється і охоплює такі локації як центр міста, парк ім. Т.Г. Шевченка, ХНАТОБ, Держпром, собори міста Харкова.

Щодо кількості учасників, то всі екскурсії є груповими і охоплюють від 5 до 10 чоловік, але тури № 5 та № 6 можуть проводитися і до 50 чоловік. Разом з тим можна говорити про кількість у 8-10 осіб, що є оптимальною для ефективної взаємодії гіда з дітьми під час екскурсії.

Для участі в екскурсіях організатори передбачають попередню підготовку учасників: зокрема завантаження необхідних додатків на смартфоні учасників, посилань на сайт, за допомогою якого можна пройти завдання, дізнатися про маршрут, за яким буде проходити екскурсія та ознайомитися з правилами поведінки.

Тривалість всіх запропонованих екскурсій не перевищує 4 годин, тільки перша екскурсія триває 2 години. Можна характеризувати, що ці квести вміщують в себе велику кількість інформації та тривалий маршрут, за яким будуть проходити екскурсії. Дві з екскурсій є пішохідними із збором учасників біля парку, зупинки метро тощо, а дві передбачають залучення мікроавтобусів. Компанія «Навігатор Україна» [36] у якості мети екскурсії, поряд із розважальною, заявляє знайомство дітей із визначними місцями міста та про минуле Харківщини. Вартість відрізняється в залежності від таких чинників як тривалість, кількість учасників і варіюється від 125 до 150 гривень з чоловіка.

Компанія «Оберіг Тур» [40] має на меті переважно пізнавальну тематику. Квест-екскурсії проводить гід, вартість екскурсій складає 50 гривень за одну особу.

Таким чином, за результатами аналізу ринку дитячих екскурсій можна говорити, по-перше, про невелику кількість пропозицій, а відповідно – значні можливості для представлення нових продуктів, а по-друге, спостерігається значна орієнтація на м. Харків, і відсутність пропозицій в області.

Надалі, керуючись гіпотезою про доцільність організації дитячих екскурсій саме в області, необхідно провести дослідження щодо наявності попиту на подібні продукти. З цією метою для дослідження було обрано смт. Солоницівка – населений пункт Харківської області. Зокрема, було розроблено два варіанти анкет для опитування директора школи та батьків дітей молодшого віку, розглядаючи молодші класи школи як основну цільову аудиторію екскурсій.

Так, у таблиці 2.2 представлені запитання та результати опитування директорки Солоніцевського ліцею № 2.

Таблиця 2.2

Анкета опитування директора школи щодо проведення екскурсій серед школярів молодшого віку

Питання	Відповіді
Чи люблять учні школи проводити активно час?	Так
Чи швидко учні засвоюють інформацію?	Так
Чи подобається їм подорожувати і брати участь в екскурсіях і квест-екскурсіях?	Так
Як часто туристичні компанії пропонують тури для дітей?	Інколи
Чи часто вчителі возять дітей на екскурсію?	Так
Чи пропонують дітям подорожі в інші області України?	Вкрай рідко
Яку кількість поїздок для дітей ви хотіли б протягом навчального року?	Мінімум 4-5 за навчальний рік
Чи пропонують школі взяти участь в	Ні

туристичному зльоті?	
У яких би туристичних заходах Ви б хотіли, щоби учні школи брали участь?	Екскурсії, квест-екскурсії, туристичні походи, поїздки на змагання в інші області України

Так, за словами директорки школи, учні молодших класів характеризуються високою активністю та рівнем зацікавленості до різного роду поїздок як в місто Харків, так і в інші куточки області та України, зокрема, відчувається велика жага до прийняття участі в екскурсіях, походах, туристичних поїздках та інших заходах. При цьому, відмічається низька активність туристичних компаній щодо пропозиції поїздок учням школи, а основа ініціатива лягає на плечі вчителів.

Окрема анкета була розроблена для проведення опитування батьків дітей молодшого віку. Слід зазначити, що в умовах даного дослідження і за відсутності технічної можливості проведення повноцінного опитування серед усіх шкіл та класів населеного пункту, було здійснено лише пробне опитування 10-х батьків учнів Солоніцевського ліцею № 2. Дані результати не можна вважати репрезентативними і в рамках практичної реалізації проєкту доцільно провести повноцінне опитування, втім отримані результати надають загальне уявлення про ситуацію на ринку дитячих екскурсій, а запропонована анкета може слугувати зразком для майбутніх досліджень. Результати представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Анкета опитування батьків учнів молодшого віку щодо їх участі в екскурсіях

Питання	Відповіді	Кількість
1. Як часто Ваші діти відвідують екскурсії?	5 разів на рік	1
	2-4 рази на рік	7
	Раз на рік	2
2. Чи знайомі Ви з поняттям «квест-екскурсія»?	Так	4
	Ні	6

3. Як ви вважаєте, скільки повинна тривати квест-екскурсія?	1 годину	3
	2-3 години	5
	4-5 годин	2
4. Скільки повинна коштувати квест-екскурсія?	До 100 гривень	4
	100-300 гривень	5
	300-500 гривень	1
5. В яку пору року повинна проводитись квест-екскурсія для школярів?	Осінь	4
	Зима	2
	Весна	4
6. Де Ви дізнаєтесь інформацію про екскурсії, які проходять в місті Харкові?	В соціальних мережах	7
	На біл-бордах	2
	В газетах	1

Відповідно до результатів бачимо, що діти усіх опитаних, хоча б раз на рік беруть участь в екскурсіях, що свідчить про затребуваність даного виду діяльності. В той же час, більшість опитаних не знайомі із поняттям «квест-екскурсія», що говорить про необхідність детального інформування цільової аудиторії під час просування нового продукту.

Зважаючи на швидку втомлюваність дітей та швидкого розосередження увагу, більшість батьків (8 чоловік) вважають оптимальною тривалість екскурсії в 1-3 год., при цьому вартість з дитини не має перевищувати 300 грн.

Щодо періоду часу в який доцільно проводити дитячі квест-екскурсії, більшість батьків обирає теплі пори роки, як-то осінь, або весну.

Найбільш ефективним джерелом інформації про потенційні екскурсії на думку батьків є соціальні мережі.

На основі проведеного анкетування можна стверджувати, що дітям подобається подорожувати, та вони прагнуть це робити якомога частіше, але більшість людей не знає про поняття «квест-екскурсії». Можна підвести підсумок, що місто Харків та область не реалізують такого роду дитячі

проекти в повному обсязі. Причиною цього може слугувати орієнтація туристичного ринку більшою мірою на дорослу аудиторію.

На жаль, Харківська область обмежується лише кількістю в шість квест-екскурсій. Тому можна стверджувати, що подібних пропозицій вкрай мало; цей вид екскурсій не користується особливою популярністю в країні; подібні пропозиції є тільки в деяких областях, але дітям, в свою чергу, завжди цікаві такі розваги.

2.2 Визначення цільової аудиторії для просування квест-екскурсій та проведення SWOT-аналізу

Визначення портрету цільової аудиторії здійснюється для визначення оптимальних маркетингових стратегій, що в свою чергу дозволяє максимально ефективно розподілити рекламний бюджет проекту.

В рамках даного дослідження слід розподілити цільову аудиторію за двома категоріями: учасники екскурсій (діти віком від 7 до 12 років), вони ж споживачі та особи що приймають рішення та забезпечують фінансову підтримку (батьки у віці від 28 до 48 років та/або близькі родичі – бабусі, дідусі тощо) – покупці.

Так, виходячи з досвіду спілкування із батьками школярів можна виокремити декілька портретів цільової аудиторії покупців, на яких у подальшому буде спрямована інформація про екскурсії:

Портрет 1. Сніжана, 32 роки, мати двох дітей. Проживає у багатоповерховому будинку смт. Солоницівка із чоловіком (35 років) та двома дітьми (син Олег – 10 років та дочка Олена – 4 роки). Працює SMM-спеціалістом в одній із компаній міста Харкова з 9:00 до 18:00, працює за комп'ютером, на роботу і додому переважно їздить із чоловіком на власному автомобілі. Дітей доглядають дві бабусі, що проживають поруч. Сніжана, намагається компенсувати брак уваги дітям, максимальною організацією їх дозвілля продуктами та послугами, що пропонує ринок. Сім'я має достатні фінансові можливості, ціна не є ключовим фактором при прийнятті рішень.

Можливі рекламні точки дотику із Сніжаною: автомобільна дорога Харків-Солоницівка, соціальні мережі (Facebook, Instagram).

Портрет 2. Оксана Вікторівна, 62 роки, на пенсії, займається домашнім господарством та доглядає онука Максима, 10 років (сmt. Солоницівка). Проводить час з онуком від моменту закінчення уроків (зустрічає зі школи близько 12 години дня), до повернення батьків з роботи о 18:00. Окрім цього, гуляє з Максимом на вулиці у спальному районі, супроводжує його на гурток театрального мистецтва. Інколи відвідує батьківські збори. Часто контактує із вчителями та іншими батьками. Можливі інформаційні точки дотику з Оксаною Вікторівною: дошка об'яв у шкільному вестибюлі, рекламні ресурси на маршруті «житлові будинки-школа», або поруч з дитячими майданчиками (дошко оголошень, сітілайти, білборди, об'яви на стовпах тощо), виступи представників компаній на батьківських зборах.

Портрет 3. Андрій, 43 роки, батько сина Степана 9 років. Проживає в сmt. Солоницівка у приватному будинку. Працює в місті Харкові на одному із заводів (район Іванівка), 6 днів на тиждень з 8:00 до 17:00. Дружина працює в магазині у Солоницівці. Рівень достатку сім'ї – середній. Ціна може слугувати одним із факторів під час прийняття рішення про придбання продукту чи послуги. Андрій не відноситься до взірцевих батьків, обираючи можливість відпочити перед телевізором, вихованням Степана більше займається дружина, купівельні рішення приймає також вона. На вимогу дружини Андрій звертає увагу на події, пов'язані із дитячим дозвіллям, за можливості транслюючи їй отриману інформацію. Можливі рекламні точки дотику з Андрієм: салон маршрутних автобусів Харків-Солоницівка; автобусні зупинки «Сmt Солоницівка» (дошка об'яв) та «ст. м. Холодна гора».

Таким чином, детальний опис цільової аудиторії дозволяє сформуванню уявлення про можливі шляхи поширення рекламної інформації про дитячі екскурсії. І хоча, основний акцент здійснюється на дорослих, як осіб, що приймають рішення за дітей, не можна також ігнорувати можливість

формувати бажання у дітей до участі у подібних екскурсіях – через візуально привабливі рекламні оголошення (дитячі майданчики, найчастіші маршрути пересування дітей).

Окрім цього, слід відзначити, що у процесі реалізації екскурсійних послуг, цільова аудиторія може уточнюватися і дещо змінюватися, що призводитиме до більш точного націлювання на потенційних клієнтів.

Підсумовуючи результати аналізу вважаємо за доцільне скласти таблицю SWOT-аналізу (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз екскурсійного продукту

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> немає схожих за сценарієм квест-екскурсій в місті; <input type="checkbox"/> зручне місце розташування; <input type="checkbox"/> локація проведення обмежується лише уявою організаторів; <input type="checkbox"/> наявність компаній-перевізників з сучасними автобусами; <input type="checkbox"/> можливість запросити на участь школярів з будь-якого населеного пункту Харківської області <input type="checkbox"/> доступна ціна. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> більшість людей не знають поняття «квест-екскурсія»; <input type="checkbox"/> не може проводитися при поганих погодних умовах.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> проведення квест-екскурсії на іншій локації; залучення школярів з інших областей; <input type="checkbox"/> розширення програми квест-екскурсій; <input type="checkbox"/> можливість співпрацювати з різними організаціями; <input type="checkbox"/> можливість співпрацювати з ХОДА для більшої реклами серед шкіл Харківської області і всієї України. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> нестабільна економічна ситуація; <input type="checkbox"/> швидка насиченість попиту, необхідність створення нового продукту; <input type="checkbox"/> обмеження пов'язані з пандемією коронавірусу.

Організація квест-екскурсій як інноваційного продукту у районних центрах Харківської області має низку переваг, серед яких: унікальність та новизна на ринку, і як результат – потенційні інтерес та попит від цільової аудиторії; відсутність значної конкуренції – більшість подібних продуктів націлені лише на мешканців Харкова; соціально виховний ефект екскурсії може стимулювати батьків до залучення своїх дітей до подібного роду занять; можливість масштабування проєкту і поширення серед інших населених пунктів.

В той же час, існує низка загроз: швидке насичення попиту ринку через невелику кількість мешканців у населених пунктах Харківської області; певна сезонність, активність участі в екскурсіях може залежати від погоди та пори року; специфічність цільової аудиторії-споживачів (дітей) і високою вірогідністю не задовольнити їх очікувань.

Разом з тим, загальний аналіз свідчить про високий потенціал запровадження дитячих екскурсій у Харківській області і можливість успішної реалізації даного бізнес-проєкту.

Висновки до розділу 2

Результати аналізу туристичних продуктів для дітей у Харківській області свідчать про недостатній рівень розвитку даної ніші. Так, дитячі екскурсії пропонуються лише двома туристичними компаніями: «Навігатор Україна» та «Оберіг-Тур». Більше того, основний акцент робиться на мешканців Харкова, в той час як область характеризується обмеженою пропозицією туристичних продуктів.

Існування пропозиції на дитячі екскурсії підтверджується проведеними опитуваннями серед батьків школярів молодших класів та представників школи. І хоча практична реалізація рекомендацій, наданих в даному дослідженні, вимагає більшого охоплення аудиторії, отримані результати, тим не менше, дозволяють говорити про значний інтерес серед мешканців Харківської області до дитячих екскурсій.

Окрім цього, запропоновано декілька портретів цільової аудиторії, що сприятимуть більш точному рекламному охопленню та розглянуто сильні та слабкі сторони реалізації подібного проєкту.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ «ПІЗНАВАЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ КВЕСТ В САРЖИНОМ ЯРУ»

3.1 Обґрунтування та опис квест-екскурсії

Враховуючи результат аналізу, вважаємо за необхідне запропонувати проєкт квест-екскурсії для дітей Харківської області «Пізнавально-розважальна квест-екскурсія у Саржиному Яру».

Слід зазначити, що в Харківській області існує велика кількість шкіл, де діти, у вільний від час навчання, проводять своє дозвілля пасивно, що є негативним для їхнього розвитку. В свою чергу, туристичні агентства повільно розвивають тури саме для дітей, тоді як квест-екскурсії сприяють активності дитини та вивченню цікавої інформації про рідний край. Більше того, запропонований проєкт може бути легко адаптований до будь-якого регіону, тим самим швидко масштабуючи бізнес.

Чим більше діти розвиваються і ведуть активний спосіб життя в ранньому віці, тим стрімкіше вони розвиваються, і в подальшому, в дорослому віці, є більш успішними. Під час заходів малеча бігає і стрибає, тим самим не сидить на місці та й отримує при цьому фізичне зміцнення свого тіла. Також варто зазначити, що існуючі екскурсії мають розважальний характер, тому вважаємо за необхідне створити квест-екскурсію іншого типу, де будуть наявні не лише розваги, а й інформація про місто та визначних людей.

Головна ідея екскурсії – патріотизм, спрямована на прищеплення дітям любові до рідного краю, знайомство із видатними харків'янами і жителями області та їхні здобутки, про найбільш популярні пам'ятки.

Локація Саржиного Яру вибрана тому, що це один з найпопулярніших об'єктів міста Харкова. Він має дуже красивий вигляд, адже, його нещодавно реконструювали. Це місце підходить для проведення квест-екскурсії, тому що є дитячі майданчики, широкі доріжки, асфальт, на якому можна малювати крейдою та дитячі гірки, за допомогою яких можна проводити ігри.

Для проведення квест-екскурсії необхідний автобус, який доставить дітей до місця призначення і відвезе назад. Організаторами даної екскурсії був обраний автобус марки «Mercedes» від компанії «Autotrent» [55].

Склад команди, який необхідний для проведення заходу:

- 4 особи – керівники груп, кожен з яких керує 5-6 дітьми;
- 10 осіб на локаціях (студенти, які проходять практику згідно навчального плану).

Матеріал, що необхідний для проведення квесту:

- 4 карта;
- крейда для малювання;
- 5 портативних пристроїв Bluetooth;
- 4 м'ячі;
- мотузка для однієї з ігор.

Сутність квест-екскурсії полягає в тому, що група проходить свій маршрут, від локації до локації, на яких отримує завдання, та після його виконання отримує QR-код, за допомогою якого має можливість отримати інформацію через мобільний пристрій (див. дод. А).

Нижче представлена технологічна карта квест-екскурсії (таблиця 3.1):

Технологічна карта

Назва: «Пізнавально-розважальна квест-екскурсія в Саржином Яру».

Тематика квест-екскурсії: пізнавально-розважальна.

Мета технології: донести інформацію до дітей про знаменитих харків'ян та визначні місця міста Харкова, щоб вони мали уяву про місто, в якому проводиться екскурсія та навчити дітей працювати в команді, користуватися картою та QR-кодом.

Маршрут квест-екскурсії: локації на території Саржиного Яру.

Тривалість: 3 години.

Таблиця 3.1

Технологічна карта квест-екскурсії

Ділянка (етапи) маршруту екскурсії	Місця зупинки	Тривалість	Проведена гра	QR-код з інформацією	Методичні вказівки
Місце зустрічі – паркова зона на початку Саржиного Яру. Група вирушає маршрутом по карті до першої локації – пішохідна алея	Пішохід на алея	15 хвилин	«Сtribати через резинку». Два учасники становляться в центр резинки, а інший учасник повинен виконати завдання організатора	Гурченко Людмила - харків'янка, актриса театру і кіно, естрадна співачка, режисер, сценарист, письменник. У Харкові є провулок, який носить ім'я актриси. У нашому місті встановлено пам'ятник Людмилі. Крім того, на будинку, де Людмила Гурченко жила під час німецької окупації, харківські художники намалювали її портрет	Використовувати прийом запитань-відповідей. Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Людмилу Гурченко
Після проходження першої локації група відправляється до другої	Пішохід на алея	15 хвилин	«Стій». Гра розпочинається з того, що учасники команду рахуються за номерами. Потім, ведучий підкидує вгору м'яч та називає номер, а учасник, який до цього отримав цей номер має зловити його та тепер він становиться ведучим. Якщо ведучий довго не може потрапити в когось м'ячем чи випустив його з рук, то він кричить: «Стій» і	Центральний парк розваг та відпочинку ім. Горького - кращий парк атракціонів і розваг України. У Харківському Парку розваг 50 сучасних атракціонів світового рівня від італійських, німецьких, американських виробників. Парк розбитий на тематичні зони: <ul style="list-style-type: none"> • Дитячий парк; • Екстрим-парк; • Сімейно-розважальна зона; • Французький 	Використовувати прийом запитань-відповідей. Попросити дітей розповісти, який атракціон найбільше їм подобається в парку розваг. Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Центральний парк розваг та відпочинку ім. Горького

			всі учасники	парк;	
--	--	--	--------------	-------	--

Продовження таблиці 3.1

			повинні зупинитися	<ul style="list-style-type: none"> • Ретро-парк; • Середньовічна площа; • Спортивні майданчики 	
Після проходження другої локації, група за маршрутом відправляється до третьої, яка знаходиться на пішохідній алеї, поруч зі струмком	Пішохід на алея	15 хвилин	«Естафета з веденням і кидком м'яча». Учасники команди становляться один за одним, їм надається м'яч, з яким вони повинні обігати стійку або людину, та передавати іншому гравцеві. А ведучий фіксує час проходження гри на секундомірі	Биков Леонід - актор, кінорежисер і сценарист. Народний артист Української РСР. Закінчив акторський факультет Харківського театрального інституту. Харківського державного академічного українського театру імені Т. Г. Шевченка	Використовувати прийом запитань-відповідей. Спитати у дітей, чи дивляться вони зі своїми батьками фільми минулих років і які вони запам'ятали. Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Леоніда Бикова
Далі через парк група вирушає до четвертої локації, яка знаходиться на пішохідній алеї	Пішохід на алея	15 хвилин	«Розірвані ланцюги». Учасники діляться на дві команди і становляться один перед одним, причому учасники кожної команди тримаються за руки. Потім, одна команда відправляє свого гравця, щоб він побіг на протилежну і якщо він розірвав тримання рук учасників тієї команди, то забирає одного гравця з собою.	Клочкова Яна - плавчиня, чотириразова олімпійська чемпіонка, найтитулованіша спортсменка України в історії Олімпійських ігор	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати у учасників, чи займаються вони плаванням? Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Яну Клочкову

			Якщо ні, то він		
Продовження таблиці 3.1					
			становиться гравцем тієї команди. Гра триває, доки в одній команді не залишиться один гравець		
Після проходження четвертої локації, група учасників вирушає до п'ятої, яка знаходиться на алеї, яка веде до місця купалень.	Алея до купалень	15 хвилин	«Через струмочок». Ведучий викладає камінням узьку доріжку, а учасники повинні пройти по ній. Якщо гравець не втримав рівновагу, то він вибуває зі гри та чекає, поки інші пройдуть, щоб знову розпочати гру.	ХНАТОБ - одна з головних визначних пам'яток Харкова. Харківський академічний театр опери і балету - центр культурного життя і улюблене місце відпочинку харків'ян і гостей міста. Дзеркальний струмінь - фонтан у Харкові, перший символ міста	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати учасників, чи подобаються їм театри та вистави. Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Харківський академічний театр опери та балету.
Після того, як учасники пройшли п'яту локацію, вони відправляються до шостої. Для цього їм потрібно пройти через зону головного накритого бювета до алеї. Шоста локація знаходиться біля	Пішохід на алея.	15 хвилин	«Пальники». В цю гру повинна грати непарна кількість людей. Ведучий становить попереду і утворює колону, в якій учасники утворюють пари тримаючись за руку. Після цього всі кричать наступні слова: гори-гори ясно, щоб не згасло, глянь на небо – там пташки летять, дзвіночки дзвенять! Раз, два, три! Біжи» Після цього учасники	Канатна дорога - Харківська підвісна канатна дорога прокладена з Центрального парку культури і відпочинку ім. Горького (вул. Сумська) до Ботанічного саду (вул. Отакара Яроша). По ходу руху двомісні кабінки проїжджають над Саржиним Яром, звідки відкривається вид на Павлове Поле - один з найстаріших районів Харкова. Час проїзду в одну	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати учасників, чи вони відвідували канатну дорогу. Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про канатну дорогу.

			розбігаються, їм		
--	--	--	------------------	--	--

Продовження таблиці 3.1

декоративного озера.			потрібно утворити нові пари, доки ведучий їх не спіймав. Кого ведучий впіймає першим, той і буде наступним ведучим.	сторону - 18 хвилин	
Після шостої локації, учасники відправляються до сьомої. Для цього їм потрібно повернутися до зони головного накритого буюету	Зона головного накритого буюету.	15 хвилин	«Класики». Ведучий малює крейдою на асфальті квадратики з цифрами. Учасник повинен проплигати та передати естафету іншому. Ведучий фіксує час проходження гри на секундомірі	Парк Шевченка є одним з головних символів міста. Він би реконструйований в 2019 році, розташований в самому центрі міста. Парк дуже підходить для прогулянок сімейних і одиночних. У ньому є безліч пам'ятників і фонтанів. Також, однією з родзинок парку є маленький ставок. Каскад - сходи у вигляді каскаду, знаходяться вони біля харківського Дельфінарію та спускаються по крутому схилу з парку ім. Шевченка в сторону вулиці Клочківської	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати у учасників, чи відвідували вони парк Шевченка, каскад та дельфінарій? Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про парк Шевченка та каскад.
Далі група вирушає до восьмої локації. Для цього учасникам групи потрібно пройти через	Гористий майданчик.	15 хвилин	В Саржиному Яру є гористий майданчик для дітей. Завдання на цій локації таке: потрібно по канату забратися на верх гори. Ведучий фіксує час проходження	Гвоздик Олександр - боксер-професіонал, бронзовий призер Олімпійських ігор, экс-чемпіон світу у напівважкій ваговій категорії за версією WBC.	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати у учасників, чи відвідують вони секції єдиноборств, дивляться по

місток					телебачення
--------	--	--	--	--	-------------

Продовження таблиці 3.1

декоративного озера, та по алеї дійти до гористого майданчика			гри на секундомірі		змагання з боксу, та хто їх улюблений боксер? Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Олександра Гвоздика
Далі учасники прямують до дев'ятої локації. Для цього їм потрібно з гористого майданчика пройти до спортивного майданчика.	Спортивний майданчик.	15 хвилин	«Чай-Чай-Рятуй». По команді ведучого гравці розбігаються, а він повинен зловити їх. Той, кого зловили, повинен стояти на місці і кричати: «Чай-ча» рятуй», а іншим гравцям потрібно підбігти до нього та врятувати.	«Металіст» - стадіон в Харкові на якому проводять свої ігри "Металіст 1925", збірна України та "Шахтар"	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати у учасників, чи відвідують вони футбольні матчі? Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про стадіон «Металіст».
Після проходження дев'ятої локації, учасники прямують до десятої, останньої. Вона знаходиться в зоні настільного тенісу.	Зона настільного тенісу.	15 хвилин	«Море хвилюється раз». Ведучий стає попереду гравців. Після цього ведучий голосно каже наступні слова: «Море хвилюється раз, море хвилюється два, море хвилюється три, морська фігура замри!». Учасники повинні зупинитися і не рухатися. Ведучий	Горяїнов Олександр - український футболіст, воротар, легенда харківського "Металіста".	Використовувати прийом запитань-відповідей. Запитати у учасників, чи відвідують вони футбольні матчі? Провести гру. Надати учасникам QR-код та розповісти інформацію про Олександра

			роздивляється		Горяїнова.
--	--	--	---------------	--	------------

Закінчення таблиці 3.1

			фігури, а хто поворухнеться, той і становиться наступним ведучим.		
Після проходження останньої локації, група відправляється до місця збору всіх груп. Це місце знаходиться біля спортивного майданчика і там буде проведено підсумок і флешмоб	Спортивний майданчик.	30 хвилин	Ведучий збирає всіх організаторів квест-екскурсії та учасників. Вони вивчають рухи флешмобу та проводять його	Розповідається про рухи флешмобу.	Використовувати прийом запитань-відповідей. Організатори запитують, чи сподобався учасникам квест. Проходить церемонія вручення подяк. Всі приймають участь у флешмобі. Робиться спільна фотографія

Проведення ігор необхідне для логічного мислення, розвитку та пізнання дітьми шляхів активного проведення часу в подальшому.

Запропоновану квест-екскурсію було апробовано на дітях Харківської загальноосвітньої школи I-III ступенів №157 26 жовтня 2019 року.

Всі учасники, батьки та керівники залишилися задоволені, про що свідчать слова подяки та рецензії (див. дод. Б і В).

Нижче представимо загальний розклад екскурсії. Для прикладу маршруту було обране селище міського типу – Солоницівка, адже в ньому проживає значна кількість дітей. Відстань від Солоницівки до меж міста Харкова становить 6 кілометрів, а до найближчої станції метро «Холодна гора» – 11 кілометрів. Незважаючи на настільки малу відстань від селища до міста, дитячий туризм не розвинений. На це впливає слабка активність туристичних агентств в напрямку дитячого туризму.

Маршрут передбачає наступні етапи:

8:30 – прибуття автобуса за дітьми (збір центр Солоницівки – автобусна зупинка «Солоницівка – 1»);

8:45 – відправлення за маршрутом «Солоницівка-Саржин Яр»;

9:30 – прибуття в Саржин Яр;

З 9:30 до 10:00 – перекличка дітей біля автобуса, які повинні вийти з нього, знайомство з організаторами квест-екскурсії, розподілення на команди;

10:00 – початок заходу: команди отримують свої карти, за якими вони проходили маршрут та за командою починають проходження квесту;

10:00–12:00 – проходження всіх локацій, виконання завдань і отримання винагород;

12:05 – збір всіх команд біля майданчика, на якому розташовані столи для настільного тенісу;

12:10 – 12:30 – флешмоб дітей із капітанами команд ;

12:30–12:45 – нагородження команд, ділення своїми враження між учасниками, фотосесія;

12:45–13:00 – повернення до автобусу;

13:00 – 13:20 – перекус дітей

13:20 – відправлення в Солоницівку;

14:05 – прибуття до Солоницівки (автобусна зупинка «Солоницівка – 1»), відправлення дітей додому.

Відстань від Солоницівки до Саржиного Яру становить 23.5 кілометра.

На період перебування дітей в автобусі передбачаються наступні заходи:

- знайомство у формі розповіді дитини про свої захоплення;
- навчання дітей по парам грати в гру «долоні»;
- оглядова екскурсія містом, розповідь про місця та відомих людей Солоницівки;

- перегляд мультфільму.

В автобусі кожній дитині дається пляшка води. Всі інші продукти харчування і напої діти беруть з собою самостійно, заздалегідь обговоривши з батьками. Такий спосіб харчування дітей застосовується задля їхнього здоров'я, попередження негативних наслідків, пов'язаних із індивідуальністю кожної дитини та її здоров'я.

3.2 Фінансовий розрахунок екскурсії та методи її просування

Просування даної квест-екскурсії може включати в себе наступні методи, в залежності від вибору цільової аудиторії, що була запропонована у другому розділі даної роботи.

В першу чергу важливо налагодити комунікацію із школами цільового населеного пункту для реалізації прямого контакту із батьками, або за допомогою вчителів, які можуть донести інформацію до батьків. Зокрема вважається доцільним відвідування батьківських зборів із презентацією програми екскурсії, розміщення рекламних листівок, банерів та іншого в інформаційних куточках школи тощо.

По-друге, особливий інтерес з точки зору просування екскурсії викликає зовнішня реклама, як-то об'яви, рекламні банери, сітілайти, білборди та інше у місцях скупчення дітей та їх батьків – біля школи, найпоширеніші маршрути від спальних районів до школи, центральні вулиці, простір навколо дитячих майданчиків, білборди вздовж траси, що прямує у Харків і т.д. Приблизна вартість може складати – 500 грн (афіши та візитівки – по 100 екземплярів).

По-третє, доцільно рекламуватися у соціальних мережах, таких як Instagram та Facebook. Зокрема передбачається бюджет у 5 доларів на день, і тривалістю 7 днів. Таким чином, вартість реклами становитиме – 35 доларів. Дуже влучним варіантом також є просуватися квест-екскурсії за наступними хештегами – #екскурсія #квест-екскурсія #Харків #діти #історія #розваги#гра#пригоди#сучаснемісто.

Загальні витрати на рекламу становитимуть 500 гривень.

Нижче представлений розрахунок інших витрат. Вартість аренди автобуса за одну годину становить 460 гривень, також за 1 кілометр, який автобус проїжджає за містом, необхідно доплатити ще 16 гривень. Таким чином, $(16 \text{ грн} \times 18 \text{ км}) \times 2 \text{ сторони} = 576 \text{ грн}$. Оскільки автобус замовляється на 4 години, то $460 \text{ грн} \times 4 \text{ год} = 1840 \text{ грн}$. Підсумкова вартість автобуса складає $1840 \text{ грн} + 576 \text{ грн} = 2416 \text{ грн}$.

Також враховуються витрати на питну воду «Себек»: вартість однієї пляшки становить – 5,60. Для 25 людей – 140 гривень ($5,60 \times 25 = 140$) та на крейду марки «KOH-I-NOOR», вартість якої складає 30 гривень.

У таблиці 3.2 представлено загальний розрахунок витрат, плюс націнка у 20%.

Таблиця 3.2

Розрахунок витрат проєкту

Позиції витрат	Вартість	Собівартість +20%
Автобус	2416	$2416 + 483,20 = 2899,2$
Вода 0,5 мл на 25 осіб	$5,60 \times 25 = 140$	$200 + 20\% = 240$
Крейда	30	$30 + 20\% = 36$
4 м'ячі	$100 \times 4 = 400$	$400 + 20\% = 480$
Резинка еластична	20	$20 + 20\% = 24$
Заробітна плата	$10 \times 200 = 2000$	
Просування	500	
ВСЬОГО	5506 гривень	5779,2 гривень

Остаточна вартість квест-екскурсії становить – 5779,20 гривні, але якщо його округлити, то виходить 5780 гривень для 25 осіб. Відповідно, для однієї людини вартість туру становитиме $5780 : 25 \approx 232$ гривень.

Так, як це буде комерційний проєкт, необхідна співпраця з туристичною фірмою. Це буде туристична компанія «Поїхали з нами», філіал якої розташований в центрі смт. Солоницівка [64].

Прибуток буде ділитися 65/35. Всі фінанси і виплата податків буде проходити через компанію, тому що вона є юридичною особою, і таким чином буде все задокументовано.

Від компанії будуть виключно мінімальні обов'язки. Необхідно, щоб вони уклали договір з компанією перевізником. Все решта організаційні моменти і фінанси організатори беруть на себе.

Висновки до розділу 3

Таким чином, за результатами аналізу запропоновано проєкт квест-екскурсії для дітей «Пізнавально-розважальна квест-екскурсія у Саржиному Яру», метою якої є донесення до першокласників інформації про видатних харків'ян та визначні місця Харкова в ігровому форматі, навчити дітей працювати в команді, користуватися картою, користуватися QR-кодом. Тривалість – 5,5 годин. Група – 25 осіб. Місце проведення – Саржин Яр в місті Харкові.

Разом з тим, запропоновано оптимальні методи просування даної екскурсії та розраховано її собівартість із врахуванням 20% прибутку.

В результаті, проєкт «Пізнавально-розважальний квест в Саржином Яру» має гідною складовою ринку дитячого туризму Харківської області.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження були виконані всі задачі й отримані наступні результати:

1. Розглянуто дитячий туризм як інструмент соціалізації дитини молодшого віку. Зазначається, що адаптація дитини до навколишнього середовища може реалізовуватися багатьма методами, як-то спілкування з однолітками, участь в іграх тощо. Одним з таких методів є дитячий туризм, який охоплює такі функції як соціалізація дитини, пізнання, розвиток особистості та фізичне оздоровлення, і при цьому є недооціненим напрямком щодо використання серед дітей молодшого віку.

В той же час, такий вид діяльності ставить певні вимоги для його реалізації, що в результаті призводить до ситуації з досить низьким рівнем розвиненості дитячого туризму в Україні.

2. Закцентовано увагу на дослідженні екскурсій як складового елементу дитячого туризму, що позитивно впливає як на розвиток дитини так, і на організацію її дозвілля. Здійснено спробу узагальнити наукову думку щодо розуміння дитячих екскурсій, а на основі отриманих результатів запропоноване наступне визначення, що екскурсія є однією з форм роботи з дітьми, за допомогою якої можна досягнути соціально-виховних цілей. Разом з тим, розглянуто класифікацію дитячих екскурсій та розкрито сутність їх основних функцій, які включають: інформаційно-пізнавальну, розважально-дозвіллеву, естетичну та комунікативну.

3. Описано методологію дослідження, яка включає такі підходи як інформативний, що використовувався під час збору та аналізу інформації, і зокрема у процесі підготовки екскурсійного проєкту; метод порівняльного аналізу дозволив дослідити ринок екскурсійних послуг для дітей та проаналізувати різні туристичні продукти за низкою показників; використання термінологічного терміну сприяло різносторонньому вивченню підходів до визначення поняття «дитячі екскурсії»; соціокомунікативний

метод як основоположний в організації екскурсій та налагодженні комунікації з дітьми.

4. Проведено маркетингове дослідження дитячих екскурсій в Харківській області. З'ясовано, що екскурсійні послуги для дітей надаються лише двома туристичними компаніями – «Навігатор Україна» [36] та «Оберіг Тур» [40], що в сумі склало 6 туристичних продуктів. Порівняльний аналіз цих екскурсій дозволив виокремити їх загальні риси і в той же час зробити висновок, що даний вид діяльності в Харківській області знаходиться на досить низькому рівні розвитку, надаючи можливість входу новим продуктам на даний ринок.

Водночас, було доцільно провести дослідження попиту на дитячі екскурсії, що було реалізовано шляхом опитування батьків школярів молодшого віку та представників школи. За результатами зроблено висновок про значний інтерес серед опитуваної аудиторії до дитячих екскурсій та квест-екскурсій зокрема, як інноваційного продукту.

5. З метою підвищення ефективності кампанії із просування нового туристичного продукту було проаналізовано потенційних клієнтів, за результатами чого було складено декілька портретів цільової аудиторії із рекомендаціями щодо оптимального націлювання на них рекламних повідомлень.

Також було здійснено SWOT-аналіз, в рамках якого зазначено позитивні сторони, як-то низька конкурентність ринку, значний інтерес до нових продуктів серед цільової аудиторії, можливості масштабування проєкту тощо. Разом з тим визначено й низку загроз – швидке перенасичення попиту, наявність певної сезонності, специфічність споживчої аудиторії.

6. За результатами аналізу запропоновано проєкт дитячої квест-екскурсії у Саржин Яр (м. Харків) для дітей молодшого віку – мешканців смт. Солоницівка, спрямованої на виховання почуття патріотизму та плекання любові до рідного краю через знайомство із видатними харків'янами і жителями області та їхніми здобутками. Зокрема

запропоновано детальний опис як самої квест-екскурсії, для якої було створено технологічну карту, так і детальний розклад усієї поїздки із зазначенням заходів, що пропонуються у процесі.

7. Наведено детальні розрахунки собівартості квест-екскурсії, що становить 5779,2 грн і підраховано вартість участі в екскурсії для однієї особи – 232 грн. До основних позицій витрат увійшли організація транспорту, закупівля витратних матеріалів, оплата праці організаторів екскурсії та вартість рекламної кампанії. Зокрема наведено основні методи просування екскурсійного продукту, що дозволить максимально залучити цільову аудиторію.

Таким чином, можна зробити висновок, що запропонований проєкт квест-екскурсії може скласти гідну конкуренцію вже існуючим продуктам, і в той же час розширити ринок дитячих екскурсій в цілому. Разом з тим, слід враховувати можливість легкої адаптації проєкту під різні регіони як Харківської області, так і України зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Н. Д., Рябова Е. В. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионной деятельности // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия «Педагогика, психология». 2015. № 1 (20). С. 14–17.
2. Аніщенко А. П., Зайцева М. М. Тимблдинг як одна з перспективних моделей корпоративного менеджменту в туризмі // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф. (21-22 листоп. 2019 р.). Харків, 2019. С. 104–106.
3. Бабушко С. Р. Теоретичні та методичні засади професійного розвитку фахівців туристичної сфери США і Канади : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04 // Ін-т пед. освіти дорослих Нац. акад. пед. наук України. Київ, 2015. 42 с.
4. Бейдик О. О., Сировець С. Ю., Зяблова А. О. Український туризм: приховані можливості та сучасні тенденції розвитку // Географія та туризм. 2015. Вип. 34. С. 12–26.
5. Биков Леонід Федорович. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Биков_Леонід_Федорович (дата звернення: 28.12.2020).
6. Васильєва Е. Проблеми розвитку індустрії туризму і гостинності: досвід та інновації : зб. матеріалів II Міжнар. студент. наук.-практ. інтернет конф. 2016. С. 37–39
7. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. // М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Одес. нац. екон. ун-т. Київ : Центр учб. літ, 2013. 177 с.

8. Голод А. П., Крадецька А. О. Дитячий адаптивний туризм в Україні: передумови розвитку та проблеми безпеки // Глобальні та національні проблеми економіки : електрон. наук. фах. вид. 2015. Вип. 5. С. 760–763. URL: <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/155.pdf> (дата звернення: 28.12.2020).
9. Гурченко Людмила Марковна. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Гурченко_Людмила_Марковна (дата обращения: 28.12.2020).
10. Дзекунов А. М. Навчальна екскурсія в системі шкільної та позашкільної освіти // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2014. №. 8. С. 114-125. URL: file:///C:/Users/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B0/Downloads/pednauk_2014_8_16.pdf (дата звернення: 28.12.2020).
11. Денисенко М. П., Геньбач Д. Д. Особливості організації дитячого туризму в Україні // Економіка та держава. 2019. № 10. С. 46–50.
12. Екскурсія-квест «У пошуках Грааля», «Таємні містичні знаки міста». Офіційний сайт НЕП: Небанальні Екскурсії і Подорожі. URL: <http://otkroi.spb.ru/> (дата звернення: 28.12.2021).
13. Єрмакова Н. А. Екскурсія як ефективна форма виховної роботи зі студентами коледжу // Психолого-педагогічні проблеми вищої і середньої освіти в умовах сучасних викликів: теорія і практика: матеріали II міжнар. наук.- практ. конф. (11 квіт. 2017 р.) Харків, 2017. С. 229–231.
14. Єрмошина А.І. Квест-екскурсія як інноваційна форма дитячого та молодіжного туризму // Наука–перші кроки: тези доп. XIII регіон. студент. наук.-техн. конф.(Маріуполь, 22-26 квітня 2019 р.): в 4 т./ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2019. Т. 3. С.177–178. URL: http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/24517/%D0%9D.%D0%BF.%D0%BA.2019%D1%82.3_p177-178.pdf?sequence=1

15. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 05.01.2020).
16. Івченко, Л. О., Кужиль С. В., Петренко М. В. Особливості організації дитячого туризму в Україні // Географія та туризм. 2019. С. 153-158.
17. Игра "Чай-чай-выручай". Университет детства. URL: https://www.doshkolka.rybakovfond.ru/chay_chay (дата обращения: 28.12.2020).
18. Івченко Л. О., Кужиль С. В., Петренко М. В. Особливості організації дитячого туризму в Україні // Економіка та держава. 2019. № 1. С. 83–88.
19. Квест-сорязание для групп. Интерактивные городские квест-экскурсии по авторским маршрутам в городах Европы. URL: <https://www.cityquester.com/ru/городские-квесты-в-праге/квест-сорязание-в-праге-для-групп/> (дата обращения: 28.12.2020).
20. Кирилюк І. М. Дитячий туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку // Актуальні проблеми розвитку національної економіки : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 1 груд. 2016 р. м. Умань. Умань : ФОП Жовтий О. О., 2016. Т. 3. С. 10–13.
21. Козлов М. С. Необхідність маркетингових досліджень на сучасному туристичному ринку // Культура та інформаційне суспільство XXI століття : матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 26–27 квіт. 2018 р. Харків, 2018. С. 336–337.
22. Козлов М. С. Система оподаткування в туризмі // Культура та інформаційне суспільство XXI століття : матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 20-21 квіт. 2017 р. Харків, 2017. С. 347–349.
23. Козлов М. С., Бреславець Г. В. Анімація – нова мова туризму // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф. (21-22 листоп. 2019 р.) Харків, 2019. С. 106–107.

24. Козлов М. С., Бреславець Г. В. Віртуальні екскурсії як інструмент розвитку туризму // Культура та інформаційне суспільство XXI століття : матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 23-24 квіт. 2020 р. Харків, 2020. С. 246–247.

25. Козлов М. С., Бреславець Г. В. Квест-екскурсія як інструмент соціально-психологічної адаптації дітей // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф. (26–27 листоп. 2020 р.). Харків : ХДАК, 2020. С. 100–101.

26. Козлов М. С., Рябкова А. О. Кейтеринг як сучасна тенденція розвитку ресторанного бізнесу в Україні // Культура та інформаційне суспільство XXI століття : матеріали всеукр. наук.-теорет. конф. молодих учених, 18-19 квіт. 2019 р. Харків, 2019. С. 376–377.

27. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року : затв. рішенням обл. ради від 5 берез. 2013 р. № 648-VI. Харківська обласна рада : база даних нормат. док. URL: https://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=8096&base=77 (дата звернення: 28.12.2020)

28. Кукушкина Е. Зачем ребенку нужна игра? Вестник Кипра. URL: <https://www.vkcyprus.com/articles/1180-zachem-rebenku-nuzhna-igra#:~:text=> (дата обращения: 28.12.2020).

29. Литовченко О. В. Соціалізація особистості в позакласній роботі: зарубіжний досвід // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки : зб. наук. пр. Київ, 2000. Вип. 19. С. 117–123.

30. Малиновська О.Ю., Долгова К.С. Ринок дитячого туризму: інноваційні форми організації відпочинку // Географія та туризм, 2013. С. 60–68. URL: file:///C:/Users/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B0/Downloads/gt_2013_24_1_1.pdf (дата звернення: 05.01.2021).

31. Мальцева Л. В., Сорокіна Г. О. Дитячий туризм : навч.-метод. посіб. Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 107 с.
32. Мельник А. О, Майорова О. Г. Дитячий туризм в Україні // Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні : матеріали виступів III Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (11 квіт. 2019 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2019. С. 104–107.
33. Мельнійчук М. М., Зейко В. О. Молодіжний та дитячий туризм: сутність та класифікація за віком // Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна, серія" Геологія. Географія. Екологія". 2016. №. 44. С. 118-122.
34. Море волнується раз : детская игра. Босичком: игры для детей. URL: <https://bosichkom.com/игры-для-детей/море-волнуется-раз> (дата обращения: 28.12.2020).
35. Мулик К. В., Мулик В. В. Спортивний туризм, як засіб рекреації // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер.: Педагогічні науки. Фізичне виховання та спорт. 2013. №. 112 (1). С. 237-240.
36. Навігатор Україна: туроператор. URL: <https://www.navigator-ukraine.com.ua/> (дата звернення: 08.01.2021).
37. Нездоймінов С. Г., Петрова А. С. Напрями підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг туристичних підприємств // Економіка та суспільство : електрон. журн. 2018. Вип. 15. С. 425–431. URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/65.pdf (дата звернення: 28.12.2020).
38. Нехаева Н. Е., Морозкина К. В. Туристский квест как инновационная форма экскурсии // Инновации в науке. 2017. № 7-1. С. 46–48.
39. Новости. Фельдман Екопарк. URL: <https://feldman-ecopark.com/news> (дата обращения: 28.12.2020).
40. Оригинальные экскурсии в Харькове с Оберег-Тур. URL: <https://www.facebook.com/oberegtour/posts/1741350362664468/> (дата обращения: 28.12.2020).

41. Осторожно, лонгрид: обновленный сад Шевченко в Харькове. Харьков – куда б сходить? URL: <https://kharkovgo.com/places/dostoprimechatelnosti/ostorozhno-longrid-obnovlennyj-sad-shevchenko-v-harkove/> (дата обращения: 28.12.2020).
42. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України, Перелік законодавчих актів України. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 28.12.2020).
43. Пасажирські перевезення Харків, Україна, Росія і Європа. Autocares in Kharkov. URL: <https://autorent.in.ua/microavtobusy-do-18-i-do-23/30-mercedes-spriner-518> (дата звернення: 28.12.2020).
44. Піскунова Ю.О. Квест-екскурсія як інноваційна форма екскурсійної діяльності // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., 10 квіт. 2019 р. Одеса, 2019. С. 853-856. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/piskunova.htm (дата звернення: 05.01.2021).
45. Подвижные игры для детей. 29 подвижных игр для детей 3-12 лет с подробным описанием правил игры. Сообщество взаимной помощи учителей. URL: https://pedsovet.su/dosug/podvizhnye_igry_dlya_detey (дата обращения: 28.12.2020).
46. Подвижные игры для детей. Хваталкин – родителям и детям. URL: <https://hvatalkin.ru/podvizhnie> (дата обращения: 28.12.2020).
47. Поспелова С. В. Интерактив в экскурсионной деятельности // Научный результат. Серия: Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3, № 2. С. 19–22.
48. Правила дорожнього руху 2020. Перевезення пасажирів. Автошкола «Центр Промінь». URL: <https://vodiy.ua/pdr/21/> (дата звернення: 28.12.2020).
49. Ростовцев С. С. Доповнена реальність як конкурентна перевага у туристичному бізнесі // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. № 1. С. 95–100.

50. Туристичне агентство «Поїхали з нами!» в Солоницівці. URL: <https://www.poehalisnami.ua/office/solonicevka> (дата звернення: 28.12.2020).
51. Харьковская подвесная канатная дорога. URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/ukraina/harkov/harkovskaya-podvesnaya-kanatnaya-doroga> (дата обращения: 28.12.2020).
52. Центральний парк культури та відпочинку ім. М. Горького. URL: <https://centralpark.kh.ua/ua/> (дата звернення: 28.12.2020).
53. Через ручеек (подвижная игра с прыжками). Мультурок. URL: <https://multiurok.ru/blog/chieriez-ruchieiek-podvizhnaia-ighra-s-pryzhkami.html> (дата обращения: 28.12.2020).
54. Что такое городской квест? 15 ответов на часто задаваемые вопросы. Отдых в Италии: квесты, экскурсии, фотосессии. URL: <https://wowitaly.ru/chto-takoye-gorodskoi-kvest/#quest11> (дата обращения: 28.12.2020).
55. Шикіна О. В. Шляхи підвищення привабливості регіону за рахунок розвитку квест-атракцій. Глобальні та національні проблеми економіки : електрон. наук. фах. вид. 2016. Вип. 9. С. 460–464. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/95.pdf> (дата звернення: 28.12.2020).
56. Экскурсии для начальных классов. Мир школьных экскурсий. URL: <https://scooltravel.ru/page/278> (дата обращения: 28.12.2020).
57. Cambridge Private Tour: Secret Society Exploration Game. Tripadvisor. URL: https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g186225-d17018252-Cambridge_Private_Tour_Secret_Society_Exploration_Game-Cambridge_Cambridgeshire_En.html (Last accessed: 28.12.2020).
58. Cologne Inner City Treasure hunt. CityQuester. URL: <https://www.cityquester.com/sightseeing-treasure-hunt-cologne/cologne-inner-city-treasure-hunt/> (Last accessed: 28.12.2020).

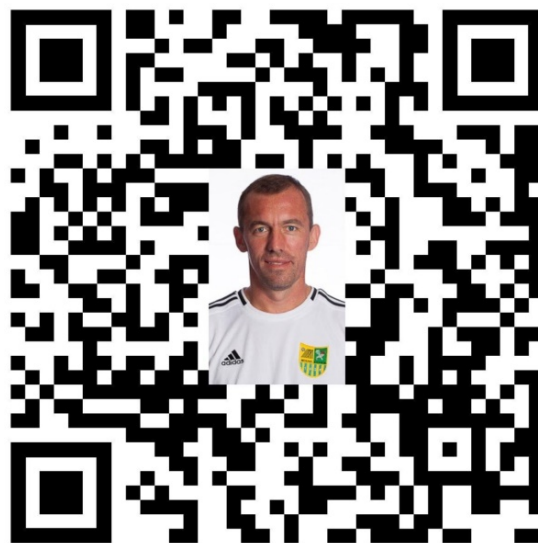
59. Paris Evening Quest Game on Segway. Viator. URL: <https://www.viator.com/tours/Paris/Paris-Quest-on-Segway/d479-19014P2> (Last accessed: 28.12.2020).

60. Rome and The Vatican Private Tour: Angels & Demons Mystery Exploration Game. Tripadvisor. URL: https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g187791-d15766862-Rome_and_The_Vatican_Private_Tour_Angels_Demons_Mystery_Exploration_Game-Rome_Lazi.html (Last accessed: 28.12.2020).

61. Rome Sightseeing Quest Tour. Tripadvisor. URL: https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g187791-d19008537-Rome_Sightseeing_Quest_Tour-Rome_Lazio.html (Last accessed: 28.12.2020).

ДОДАТКИ

Додаток А



Продовження додатку А



Закінчення додатку А



Додаток Б



Додаток В

