

Сподіваємось, що вітчизняна туристична галузь долучиться до ідеї та залучить до активного використання й пропагування туристських ресурсів Дніпропетровщини наш продукт, адже, наприклад, досвід тих же польських туристичних фірм, які мають численні тури українськими, білоруськими, литовськими пам'ятними місцями, вказує на добрі перспективи розвитку аналогічного напрямку туристичних послуг і в Україні в цілому, та на Дніпропетровщині зокрема.

Джерела та література:

1. Калакура О. Поляки в етнополітичних процесах на землях України у ХХ столітті / О. Калакура. – К. : Знання України, 2007. – 508 с.
2. Калакура О. Теоретико-методологічні засади історико-етнополітологічного дослідження польської меншини в Україні ХХ століття / О. Калакура // Етнічна історія народів Європи. – К., 2006. – Вип. 21. – С. 59-64.
3. Пеетерс В. Сталь у степу / В. Пеетерс. – К., 2010. – 104 с.
4. Самойленко О. Жителі Кам'янського. Хто вони? / О. Самойленко // Думка : газета. – 1994.
5. Самойленко О. М. Старе Кам'янське й околиці : топонімічний словник-довідник / О. М. Самойленко, Л. А. Кравцова. – Дніпродзержинськ, 1994. – Матеріали музею історії м. Дніпродзержинська.
6. Слоневский А. Ю. Игнатий Ясюкович: имя в истории / А. Ю. Слоневский. – Д. : Пороги, 2009. – 219 с.
7. Слоневський О. Ю. Дворянське гніздо Кам'янське / О. Ю. Слоневський // Експедиція ХХІ. – 2009. – № 6 (84). – С. 8-9.

Троценко О.В.

УДК 913:911.3(477.6)

РОЗРОБКА СТРУКТУРИ ТА ЗМІСТУ ТУРИСТИЧНОГО ДОВІДНИКА-ПУТІВНИКА «ЛЕГЕНДИ МІСТА ДНІПРОПЕТРОВСЬКА» ЯК СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Вступ. Туристична галузь на сьогодні є головним джерелом прибутків для багатьох країн, що визначається відносно низькою затратністю та собівартістю, швидкістю повернення грошей, помірним використанням природних та антропогенних ресурсів території, популярністю та престижністю туризму як виду дозвілля серед широких верств населення. Це зумовлює напружену конкурентну боротьбу між країнами та туристичними регіонами, в якій на сьогодні важливого значення набувають засоби брендінгу, іміджмейкінгу та PR-технологій, адже саме позитивний туристичний імідж або розрекламований туристичний бренд є головним важелів впливу на туристичну мотивацію.

Актуальність проблеми полягає у необхідності розробки та реалізації комплексної маркетингової стратегії в умовах розвитку туристичної галузі окремих регіонів та міст України, пріоритетним напрямком якої має стати туристичний брендінг та створення позитивного іміджу – головний механізм залучення туристів та інвесторів, а отже й прибутків. Важливою складовою позитивного туристичного іміджу міста Дніпропетровська є міфи та легенди, що є важливим інформаційним ресурсом, доступним для різних верств населення, адже є відомим факт, що саме інформація про об'єкт, а не сам об'єкт найчастіше виступає головною туристичною атракцією (наприклад, місця видатних подій, перебування видатних діячів тощо).

Стан проблеми. Аналіз ринку туристичних показав не тільки відсутність видань - літературно-художніх збірок легенд, туристичних довідників, супутньої інформації тощо, а й взагалі відсутність будь-яких досліджень з приводу збирання та узагальнення міфів, легенд та цікавих історій, пов'язаних із Дніпропетровськом. При цьому для провідних туристичних центрів Європи та окремих регіонів та міст України (зокрема для Львова, Карпат та Криму) вже створено прототипи проекту, що пропонується – літературні збірки легенд [1], [2], [3].

Тому **метою** проекту є розробка концептуальної структури та укладання змісту туристичного довідника-путівника «Легенди міста на Дніпропетровська».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- Розробка концепції довідника: структури, принципів розміщення та подання інформації, критеріїв відбору та класифікації відомостей що подаються тощо

- Визначення можливостей інформаційного наповнення довідника – принципів відбору легенд, міфів та цікавих історій міста Дніпропетровська із різних джерел – писемних (документальних та неопублікованих), вербальних (зі слів мешканців, старожилів, із переказів тощо), графічних тощо, із визначенням ступеня достовірності кожної історії.

- Вивчення можливостей впровадження довідника в туристичну галузь.

Виклад основного матеріалу. В ході попередніх досліджень [4], [5], було виявлено, що найпривабливішим туристичним ресурсом завжди виступає інформація (відомості про країну подорожі, регіон або місто, окремі об'єкти, події та явища, що подаються гідом, екскурсоводом, в туристичному путівнику або в ЗМІ). Саме інформація приваблює туристів та формує ти чи інші уявлення про територію та її туристичні можливості, а отже впливає на рішення туриста щодо можливостей здійснення подорожі. Особливим видом інформаційних туристичних ресурсів виступає міфи та легенди, які на відміну від

історичних фактів не потребують офіційного підтвердження своєї правдивості, та зацікавлюють туристів формою подання інформації, впливають на образ території та допомагають запам'ятати відвіданий об'єкт.

Пропонований прикладний проект спрямований на розробку змісту та структури туристичного довідника путівника «Легенди міста Дніпропетровська» в електронному та традиційному паперовому варіантах, що включатиме збірку найбільш цікавих міфів, легенд, цікавих історій та історичних жартів і анекдотів, структурований за географічним та хронологічно-тематичним принципом та об'єктами, з якими пов'язані міфи. Розділи будуть подаватися відповідно до забудови міста від історичної центральної частини до периферії, що обумовлено туристичним призначенням видання. Таким чином, туристові, що обмежений у строках перебування в місті буде легко виокремити для себе найголовніше та найцікавіше, і при цьому залишиться причина повернутися і відвідати периферійні атракції.

Далі наведений приблизний зміст та структура довідника (рис.1.) –путівника із роз'ясненням подальших шляхів його інформаційного наповнення.



Рис. 1. Структура туристичного довідника-путівника «Легенди міста Дніпропетровська»

Інформаційне наповнення довідника можливе за наступним змістом.

Вступ

Як користуватися довідником

Розділ 1. Легенди старого середмістя (територіально охоплює центральну частину міста від Жовтневої площі до ЦУМа)

1.1 Мандриківка – початок міста? (висвітлюються легенди, пов'язані із створенням козацького поселення, козацькі міфи та перекази, байки тощо)

1.2. Монастирський острів – вмістилище таємниць (подаються легенди по ступеню достовірності – наприклад широко висвітлюється історія перебування Андрія Першозванного, будівництво візантійського монастиря, історія проєктів будівництва Академії Мистецтв, зауважуються відомості про наявність печерного міста, перелічуються легенди-таємниці про заховані згадки зниклих атлантів, каменю Заратустри тощо).

1.3. Привіди Нижнього парку (висвітлюються легенди, пов'язані із історією створення парку, окремі споруди – Потьомкінський палац, пам'ятник Шевченку, зниклий пам'ятник Сталіну тощо)

1.4. Історія мідної бабусі (подається інформація про найзагадковіший об'єкт – бронзовий пам'ятник Катерині II, виникнення та зникнення якого ов'яють десятки легенд...)

1.5. Легенди створення першого вищого закладу промислового Придніпров'я (відображаються легенди та міфи, пов'язані із створенням та функціонуванням сучасної Гірничої академії)

1.6. Таємниці Соборної площі (висвітлюються загадкові сторінки життя міста – легенда про найдавнішу споруду на теренах регіону, історія та міфи Преображенського собору, таємниці привидів меморіального кладовища)

1.7. Дніпропетровський історичний музей ім. Яворницького – скарбниця-загадка (подаються відомості про легендарні аналогії із Каїрським музеєм, історії перших колекцій та зібрань, що зникли у вирії Кримської Кампанії, прокляття О.Поля та загадки Д.І. Яворницького)

1.8. Половиця – серце сучасного Дніпропетровська (найзагадковіше поселення на теренах сучасного мегаполісу – прокляття першого храму, зникле поселення, втрачена річка тощо)

1.8.1. Лікарня чи храм? Легенди Успенської церкви

1.8.2 Святе місце на березі Дніпра (Подаються легенди про місце Іордань, що поховане під колонами Нового мосту)

1.8.4. Історія першого Катеринославського публічного дому

РОЗРОБКА СТРУКТУРИ ТА ЗМІСТУ ТУРИСТИЧНОГО ДОВІДНИКА-ПУТІВНИКА «ЛЕГЕНДИ МІСТА ДНІПРОПЕТРОВСЬКА» ЯК СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

1.10 Таємниці і загадки Проспекту

1.11. Історичні та сучасні легенди дніпропетровських кафе

Розділ 2. Легенди Приозір'я

2.1 Привіди Верхнього парку (легенди та міфи парку Глоби)

Розділ 3. Легенди та жакливі байки робітничих поселень Нового Катеринослава

3.1. Чечелівка приховує таємниці живих та мертвих (легенди Чечелівського кладовища)

Розділ 4. Легенди та байки поселень на березі Дніпра

4.1. Містика та чаклунство на Поповому мисі

4.2. Історії кохання та боротьби Мануйлівки

Розділ 5. Міфи Присамар'я (легенди козацьких, німецьких та робітничих поселень, що увійшли до складу Дніпропетровська)

5.1. Легенди однієї Одинковки

Розділ 6. Таємниці колишніх окраїн (розкриваються невідомі та легендарні факти із історії сучасних мікрорайонів міста)

6.1. Привіди парку ім. Писаржевського (подаються легенди зниклого єврейського кладовища)

Розділ 7. Невідомі та загадкові сторінки біографій видатних особистостей (подаються відомості про осіб, що за певних обставин не увійшли до основних статей)....

7.1. Чи бував у нашому місті Барон Мюнхаузен?

7.5 Пригоди Гришки Нечеси – легенди та загадки особистості

Розділ 8. Легендарні та овіяні таємницями події міста ...

Розділ 9 Назви-мігранти та назви-спадщина від давніх народів (історія виникнення назв районів міста, природних об'єктів тощо)

9.1. Далекосхідні емігранти, або «Як на карті міста з'явилися назви "Амур" та "Сахалін"»

Розділ 10. Втрачений Катеринослав-Дніпропетровськ, або місто якого немає (подаються легенди про зниклі або зруйновані об'єкти)

10.1. Сумні казки «Дитячого світу»

Перелік скорочень та умовних знаків

І ще цікаве... (подається список джерел, що містить цікаву інформацію про історію та туристичні ресурси міста, що стимулює пізнавальний інтерес та туристичну мотивацію; тут можливо подавати непряму рекламу – посилання на сайти екскурсійних бюро та турфірм, і також на комерційні інформаційні сайти)

Карта туристичних атракцій міста Дніпропетровська (Наприкінці розділу подається карта району, про який йде мова із зазначенням головних найцікавіший об'єктів – туристичних атракцій (наприклад, Преображенський собор). Об'єкти подаються у вигляді умовних знаків, що відображають їх найхарактерніші риси (а отже формують уявлення про них), із зазначенням порядкового номеру, на який є посилання у тексті. Наприкінці довідника поданий повний список туристичних атракцій із вказанням їх адреси та способів добратися.)

Інформація подається в структурованому, добре сприйнятому вигляді, де текст поєднується із графікою (фотографіями, замальовками, схемами). Для збільшення прибутковості видання та полегшення орієнтування туриста в виборі закладів гостинності та транспортних послуг, довідник може містити рекламу: пряму (наприкінці кольорова вставка із пропозиціями ресторанів, кафе, клубів, готелів, таксі тощо) та опосередковану (зокрема посилання у тексті - наприклад стаття *«Історичні та сучасні легенди дніпропетровських кафе»* містить інформацію про реальні сучасні заклади харчування, що мають власну легенду - а також інші форми непрямого впливу).

Конкурентною перевагою проекту є те, що використання довідника можливо далеко поза межами міста, а отже стимулює інтерес до міста як потенційної десті нації (місце майбутньої подорожі), або позитивно доповнює отримані враження.

Довідник може бути виданий в паперовому та електронному (pdf та html форматах). Мова видання – українська, російська, англійська (планується видання окремих видань на одній мові – окремо на українській для внутрішніх туристів та україномовних туристів, окремо на російській – для внутрішніх туристів, туристів із простору СНД та інших користувачів, що володіють російською мовою, окремо на міжнародній англійській мові).

Отримані результати будуть носити короткостроковий (прямі прибутки через короткий час після введення путівника до туристичної сфери міста) та довгострокові (наслідки, що будуть ґрунтуватися на синергетичному ефекті – коли поєднання діючих факторів, дає більш прибутковий ефект, ніж проста сума).

Короткотривалі наслідки проекту:

1. Впровадження туристичного довідника-путівника безпосередньо в туристичній галузі дозволить

1.1. Реалізацію видання в якості путівника в місті та поза його межами, що надасть можливість та полегшить планування екскурсій та власного дозвілля внутрішніми та іноземними туристами, орієнтування в місті та сприятиме огляду найцікавіших об'єктів).

1.2. Використовувати видання під час проведення екскурсій містом, музеями та виставковими центрами екскурсоводами, гідами та окремими мешканцями чи туристами (використання під час створення контрольного тексту екскурсій екскурсоводами, в якості «портфелю екскурсовода», для самоосвітніх екскурсій)

1.3. Рекламувати туристичні ресурси міста на регіональному, національному та міжнародному рівнях (презентація та реклама унікальних об'єктів, природних ресурсів, пам'яток історії та культури, об'єктів туристичної інфраструктури).

1.4. Привабити інвестиції в потенційно прибуткові, але на сьогодні занедбані або пара рекреаційні туристичні об'єкти, можливості яких не відомі через брак інформації.

1.5. Сформувати позитивний імідж міста Дніпропетровська, як такого що має строкату та тривалу історію (адже має численні цікаві міфи та легенди різних етнічних груп та соціальних прошарків), в якому є на що подивитися, опікується власними легендами та забезпечує тривалість та безперервність історичної суспільної та національної пам'яті, а також являє собою величезний сектор національного туристичного ринку до якого варто і необхідно вкладати гроші.

1.6. Реалізовувати довідник-путівник в якості сувеніра

2. Впровадження довідника-путівника в освітньо-виховну сферу дасть можливість

2.1. Покращувати якість підготовки та перепідготовки кадрів в туризмі та екскурсійній справі, підвищувати рівень фахівців в галузі туризму та екскурсійної справи.

2.2. Покращувати рівень вчителів з історії та географії, зокрема підвищувати рівень знань та вмінь під час розробки, підготовки та проведення шкільних учбових екскурсій

2.3. Підвищувати рівень свідомості та знань громадян (мешканців та гостей міста).

2.4. Підвищить ефективність ідейного та духовного виховання, зокрема сприятиме вихованню поваги до власної матеріальної та духовної спадщини, історії, бережному відношенню до ресурсів та набутків краю.

На основі зазначених короткострокових наслідків проекту очікуються наступні довгострокові, зокрема підвищення обсягів туристичного потоку, фінансових інвестицій, ступеню збереженості пам'яток історії та культури, природних об'єктів тощо, що ґрунтуються позитивному іміджу міста та сформованій туристичній мотивації. Висока туристична привабливість міста в тривалій перспективі буде обумовлена двома групами факторів – об'єктивними (фінансовими – кошти, отримані від прямої реалізації путівника та непрямого впливу на туристів, а також завдяки зовнішнім та внутрішнім інвестиціям зацікавлених юридичних та фізичних осіб, будуть вкладені в інвестування реконструкції занедбаних пам'яток історії та культури, природних об'єктів, об'єктів інфраструктури, що знівелює негативні враження та сформує подальшу мотивацію до відвідання міста) та суб'єктивними факторами (по-перше, туристи, що відвідали місто і залишилися задоволеними завдяки високому рівню інформаційної забезпеченості та стану збереженості об'єктів (завдяки об'єктивним чинникам) будуть рекомендувати, а отже спонукати інших потенційних туристів до відвідування міста, по-друге, інформування потенційних туристів щодо історично-міфічного підґрунтя міста вже само по собі є потужним атрактивним фактором). Значну привабливість міста також забезпечить достатньо високий рівень підготовки екскурсіводів та гідів.

Путівник в свою чергу забезпечить інформаційний комфорт користувачів, зокрема туристів, що подорожують самі або мають вільний час після екскурсій або основних заходів.

Розвиток туристичної сфери в свою чергу стимулюватиме розвиток міста (з'являться нові робочі міста, підвищиться рівень життя населення тощо).

Висновки. В будь-якому разі створений довідник-путівник має значні конкурентні переваги над звичайними виданнями стосовно історії міста, адже поєднує цікаву та корисну будь-якому туристу інформацію в уявній, полегшеній для сприйняття формі, формує позитивний імідж міста та має широкі функціональні можливості.

Зазначені вище наслідки, що очікуються свідчать про важливу роль видання в туристичній та соціальній сфері міста, а отже мають значний економічний ефект.

Прибутковість видання визначається по перше попитом в сучасній туристичній та соціальній сфері. Путівник-довідник має широкий ринок збуту, тому прямий економічний ефект буде отриманий внаслідок його продажу (торгівельна націнка) внутрішнім та зовнішнім туристам, екскурсіводам, робітникам турфірм, вчителям та викладачам, а також усім, хто пов'язаний із позашкільною та краєзнавчою освітою, пересічним мешканцям міста тощо. Через широкий ринок збуту та основному туристичному призначенню путівник привабить рекламодавців – власників тур фірм, кафе, ресторанів тощо, отже буде отриманий довготривалий прибуток від розміщення реклами. В електронні видання закладна можливість оновлення інформації, отже це збільшить економічний ефект за цим напрямком.

Опосередковано путівник буде мати ефект, який буде виражатися в розвитку туристичної галузі, підвищенні туристичних потоків та збільшенні інвестицій.

Джерела та література:

1. Легенди Карпат. – Львів : Апріорі, 2010. – 144 с.
2. Лемко І. Легенди старого Львова / І. Лемко. – Львів : Апріорі, 2008. – 176 с.
3. Палков Т. Замки України. Історія та легенди : путівник / Т. Палков. – Львів : Ладекс, 2011. – 96 с.
4. Розробка і створення атласу туристично-рекреаційних ресурсів як основи розвитку туризму : звіт про НДР (заключ.) : № 0108U000630 / керівник Л. І. Зеленська; Дніпропетровський нац. ун-т (ДНУ). – Д., 2009. – 170 с.
5. Розробка і створення науково-довідкової географічної інформаційної системи (ГІС) «Втрачені географічні об'єкти регіону» : звіт НДР (заключ.) : д/б 2-170-05, № держреєстрації 0105U000364 / керівник НДР, зав. кафедри, д-р. пед. наук, професор Л. І. Зеленська; Дніпропетровський нац. ун-т ім. О. Гончара. – 150 с.