

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Природоохоронний факультет
Кафедра економіки природокористування

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: Фототуризм як інноваційний напрямок розвитку туристичної сфери
Причорноморського регіону

Виконала студентка групи СТ- 43
спеціальності 242 Туризм
Мічкова Анастасія Григорівна

Керівник канд.екон.наук, доцент
Шуптар-Пориваєва Наталія Йосипівна

Рецензент канд.екон.наук.
Козловцева Валентина Анатоліївна

Одеса 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Природоохоронний
Кафедра економіки природокористування
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 242 «Туризм»
(шифр і назва)
Освітня програма «Сталий туризм»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
економіки природокористування
_____ Губанова О.Р.
“17” травня 2021 року

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

студентці _____ Мічковій Анастасії Григорівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Фототуризм як інноваційний напрямок розвитку туристичної сфери Причорноморського регіону

керівник роботи _____ к.е.н. Шуптар-Поривасєва Наталія Йосипівна,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ОДЕКУ від “02” листопада 2020 року №221-С

2. Строк подання студентом роботи 17.06.2021 року

3. Вихідні дані до роботи наукові публікації: статті, тези доповідей, монографії стосовно проблем на напрямів розвитку ринку туризму в Україні та світі, нормативно-правова база, статистична інформація

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи фототуризму
 2. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку галузі фототуризму в Україні
 3. Розробка проекту фототуру «Мальовничими шляхами Причорномор'я»
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
1. Граф розміщення культурно-історичних об'єктів туристично-рекреаційного потенціалу Причорноморського регіону;
 2. Граф розміщення природних заповідних зон національного значення Причорноморського регіону України;
 3. Графік впливу продажів смартфонів на продаж фотоапаратів;
 4. Динаміка світових продажів цифрових камер за 20018-2010 роки;
 5. Показники світових обсягів продажу смартфонів за постачальниками в 2020 році;
 6. Таблиці з розрахунками по фототуру «Мальовничими шляхами Причорномор'я»

Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
	Немає		

7. Дата видачі завдання 17 травня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Отримання завдання. Огляд літературних джерел	17.05.21-19.05.21	90	відмінно
2	Написання першого розділу роботи	20.05.21-23.05.21	90	відмінно
3	Рубіжна атестація	24.05.21-29.05.21	90	відмінно
4	Написання другого розділу роботи	30.05.21-06.06.21	87	добре
5	Написання третього розділу роботи	07.06.21-11.06.21	93	відмінно
6	Узагальнення отриманих результатів. Оформлення пояснювальної записки	12.06.21-14.06.21	90	відмінно
7	Підготовка роботи та презентаційного матеріалу до процедури захисту	15.06.21-17.06.21	90	відмінно
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		90	відмінно

Студент _____ Мічкова А.Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Шуптар-Поривасва Н.Й.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему:

«ФОТОТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ»

Актуальність. Сучасні тенденції розвитку суспільства призвели до появи нових видів туризму, одним з яких є фототуризм. Фототуризм широко розвинений в європейських країнах, однак в Україні цей вид туризму тільки починає активно освоюватися й розвиватися.

Дослідження фототуризму є надзвичайно актуальним, адже цей напрям туристичної діяльності в нашій країні є новим і малодослідженим та має великі перспективи розвитку.

Метою роботи є аналіз характерних особливостей та перспектив розвитку фототуризму в Україні.

Об'єктом дослідження є фототуризм в контексті інноваційного розвитку.

Предмет дослідження – засади організації фототуризму як інноваційного інструменту туристичної діяльності.

Завдання. Розглянути теоретичні основи фототуризму та дослідити сучасний стан та перспективи розвитку галузі фототуризму в Україні.

Загальна характеристика роботи. У роботі визначено роль фотографії в туризмі, досліджено історію та сучасну практику світового фототуризму. Вивчено існуючі трактування терміну «фототуризм» та запропоновано його авторське визначення. Для оцінки попиту на фототури проведено дослідження світової статистики продажів спеціалізованої фототехніки. Проведено аналіз сучасного стану справ у галузі фототуризму в Україні та визначено перспективи подальшого розвитку даної галузі. Здійснено розробку проекту фототуру «Мальовничими шляхами Причорномор'я» та визначено його економічну ефективність.

Дана кваліфікаційна робота містить: 51 с., 11 рис., 10 табл., 24 джерела.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОТОТУРИЗМУ.....	6
1.1. Поняття і сутність фотографії.....	6
1.2. Роль фотографії в туризмі.....	8
1.3. Історія та сучасна практика фототуризму.....	11
1.4. Фототуризм як інноваційний напрямок розвитку туризму.....	17
2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ФОТОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	19
3. РОЗРОБКА ПРОЕКТУ ФОТОТУРУ «МАЛЬОВНИЧИМИ ШЛЯХАМИ ПРИЧОРНОМОР'Я»	27
3.1. Структурно-змістовні особливості фототуру.....	27
3.2. Визначення економічної ефективності фототуру.....	40
ВИСНОВКИ.....	47
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	49

ВСТУП

В сучасному світі фотографія набула масового характеру у багатьох сферах суспільного життя і стала невід'ємною складовою туристичного процесу. В наш час важко уявити туриста без фотоапарату, що дозволяє йому залишають свої спогади про поїздку не тільки в пам'яті, але й в цифровому вигляді.

Заняттям фотозйомкою залучає велику кількість людей по всьому світу, одночасно з цим зростає частка тих, хто прагне підвищити свій рівень фотомайстерності. Бажання отримати гарні знімки можна пояснити по-різному, проте одна з вагомих причин - поповнення сторінок в соціальних мережах якісним контентом. В реаліях сьогодення відбувається «полювання» на місця, події або навіть людей, фотографія з якими підвищує інтерес до профілю людини в соціальних мережах і сприяє збільшенню числа його підписників.

Сучасні тенденції розвитку суспільства призвели до появи нових видів туризму, одним з яких є фототуризм. Фототуризм широко розвинений в європейських країнах, однак в Україні цей вид туризму тільки починає активно освоюватися й розвиватися.

Дослідження фототуризму є надзвичайно актуальним, адже цей напрям туристичної діяльності в нашій країні є новим і малодослідженим та має великі перспективи розвитку.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОТОТУРИЗМУ

1.1 Поняття і сутність фотографії

Створення фотографії пов'язують з іменами французів Жозефа Нісефора Ньєпса і Луї-Жак-Манді Дагера. Однак, основи сучасної фотографії були закладені англійським художником і вченим Генрі Фоксом Телботом: завдяки його винаходу негативу, що дозволяв робити велику кількість відбитків, фотографія стала зображенням, що відтворюється масово. Виникнення фотографії багато в чому пояснюється прагненням людей спростити спосіб отримання зображень, який би міг спростити кропітку і нелегку роботу художника [1].

Існує безліч підходів до визначення поняття «фотографія» - це слово французького походження (фр. Photographie від грец. Φως / φωτος - світло і γραφο - пишу; світлопис - техніка малювання світлом) та означає отримання та збереження статичного зображення на світлочутливому матеріалі (фотоплівці або фотографічній матриці) за допомогою фотокамери. Також фотографією, фотознімком або просто знімком називають кінцеве зображення, отримане в результаті фотографічного процесу і розглядається людиною безпосередньо (мається на увазі як кадр проявленої плівки, так і зображення в електронному або друкованому вигляді) [2].

У більш широкому сенсі, фотографія - це мистецтво отримання фотознімків, де основний творчий процес полягає в пошуку та виборі композиції, освітлення і моменту фотознімку. Такий вибір визначається умінням і навичками фотографа, а також його особистими уподобаннями і смаком, що характерно для будь-якого виду мистецтва. До початку 1860-х рр. фотографію все ще зараховували до живопису, але саме в цей період відбувається розуміння різниці між фотомайстерністю та майстерністю художника. Народжується поняття «мистецтво фотографії». У багатьох європейських країнах відбувається активне поширення фотографічної професії.

Частина сучасних жанрів фотографії повторює відповідні жанри живопису. Прикладами таких можуть служити: портрет (фотопортрет), натюрморт (фотонатюрморт), пейзаж (фотопейзаж) і ін.

Проте, фотомистецтво має і свої специфічні, самостійні жанри, до яких відносяться:

- фотополювання;
- макрозйомка
- мікрофільмування;
- фоторепортаж;
- аерофотознімання;
- архітектурна фотографія;
- астрофотографія;
- іміджева фотографія;
- жанрова фотографія;
- ломографія;
- панорамна фотографія;
- пленерна фотографія;
- рекламна фотографія;
- стріт-фото;
- тревел-фото.

Фотографія в даний час виконує ряд функцій: гносеологічну, документальну, інформативну, ретроспективну, психологічну, етнографічну, патріотичну, дозвільну. Різноманіття функцій обумовлено виникненням нових сфер людської діяльності, в яких знаходять застосування фотографії, наслідком чого став перехід фотографії від елітарного до масового явища, що представлене у повсякденних практиках.

1.2 Роль фотографії в туризмі

В сучасних реаліях турист може бути охарактеризований як «мандрівник», для якого фотографія є найважливішим компонентом туристської поїздки. Фотографія не стільки задає іміджевий маршрут подорожі, скільки сама сприяє формуванню іміджу туриста.

Фотографування в подорожах дає туристу можливість реалізувати потребу у відображенні себе на тлі пам'ятки, і таким чином включитися в простір, сконструйований навколо неї. Тобто, фотографії на тлі об'єктів природи і культури представляють синтез особистого простору туриста і простору природних і культурних цінностей. Це дозволяє зробити висновок про важливість фотозйомки як практики, що реалізується в рамках туристських подорожей [3].

Проведене М. Хіллом дослідження, відображає, так зване, «проблемне поле» фотографії в сучасному туризмі:

- виділення особистої і колективної туристської фотографії, що супроводжується з одного боку «досягненням» і «першовідкриттям», а з іншого інтеграцією і єднанням групи;

- трансляції аматорських і професійних фотографій з подорожей в фотогалереях, журналах, присвячених фотографії, на сайтах та ін.;

- застосування фотографії в якості візуальної технології творення «людини розуміючої», яка є «людиною подорожуючою»;

- PR-супровід туристичного об'єкта фотографією формує його пізнаваність і аттрактивність, які сприяють його просуванню на туристичному ринку;

- іміджування туристських пам'яток і ландшафтів, в тому числі за допомогою професійних і аматорських фотографій [4].

По поверненню з подорожі частіше за все турист прагне поділитися своїми враженнями, що передаються через демонстрацію привезеного візуального контенту, а сама розповідь зводиться до його коментування. Турист одночасно ділиться своїми враженнями від побаченого ним від час подорожі, в той час як

показ зроблених ним знімків структурує і візуально підкріплює розповідь. Частіше за все фото-образ конкретної подорожі з часом витісняє із пам'яті ті спогади, які не потрапили в об'єктив фотоапарату.

Як компонент туристської практики фотографія може бути представлена не тільки як звернення до спогадів за допомогою фотографій і отримання естетичного задоволення, але і в рамках інших аспектів:

- як «візуальне споживання» пам'яток відвідуваної місцевості за допомогою фотокамери;
- як візуальний супровід інформації;
- як інтерпретація змісту професійних і аматорських туристських фотографій.
- як конструювання туристських пам'яток;
- як привласнення пам'яток у вигляді фотографій [5].

Важливість фотографії в туризмі та високий рівень зацікавленості до фотографії під час подорожі підкреслює поява тематичних журналів. Так, наприклад у 1888 році був випущений перший журнал, присвячений географії, історії, культурі та природі, під назвою «National Geographic Magazine».

Спочатку, його зміст складався переважно з текстів, але в 1905 році редактор Гілберт Гросвенор вирішив змінити формат подачі матеріалу. Під його керівництвом вийшов журнал обсягом в 11 сторінок, включав в себе переважно фотознімки тибетського міста Лхаса.

У наш час на сторінках «National Geographic» публікуються знімки високих стандартів і якості, що служать взірцем для фотографів-початківців. Опублікувати свої знімки в цьому журналі – велика мрія багатьох професіоналів, адже це є демонстрацією вершини фото-майстерності.

У 1984 році вийшов перший наклад друкованого видання, присвячене подорожам – «National Geographic Traveler», основна увага в якому приділяється як докладному розбору популярних серед туристів країн, так і поради щодо відвідування екзотичних країн. Щороку це видання проводить всесвітній

фотоконкурс National Geographic Travel Photo Contest, що є дуже престижним серед професіональних фотографів.

1.3 Історія та сучасна практика фототуризму

Історія виникнення і розвитку фототуризму невідривно пов'язана з розвитком науки і техніки, досягненнями науково-технічного прогресу. Завдяки великій кількості відкриттів в області фотографії, методи створення зображень ставали все більш досконалішими, а технологія їх отримання ставала все більш доступною в різних країнах, в зв'язку з чим з'являлися все нові напрямки фотомистецтва. До одного з таких напрямків можна віднести розвиток фототуризму.

Засновником туристичної фотографії вважається Френсіс Фріт, який в 1855 році вирішив продати свій бізнес для того, щоб всерйоз зайнятися фотомистецтвом і подорожами. Найбільш відомими є його знімки, зроблені в країнах Близького Сходу, куди він зробив три поїздки в 1850-х роках. За весь період діяльності фотограф випустив сім книг зі своїми роботами. Перша його поїздка була здійснена в Єгипет, потім він досліджував Палестину, Сирію і Нубію. Згодом він створив альбом з безліччю знімків різних форматів, який був названий «Єгипет, Синай і Єрусалим».

Ще одним мандрівником, що виявили інтерес до туристичної фотографії, є Джордж Бріджес. У 1852 році він створив приблизно 1 500 негативів, які були зроблені в різних країнах Середземномор'я, а також в Єгипті. Чимало фоторепортажів створювалося в країнах Близького Сходу, Френсісом Бедфордом. Саме він відправився в одну з поїздок разом з принцом Уельським за наказом королеви Англії. Згодом, близько 170 його знімків, зроблених в період подорожі, були опубліковані.

З кожним роком відбувалося все більше удосконалення фототехніки, згодом були створені цифрові камери, завдяки яким в рази покращилася якість одержуваних зображень. Масове виробництво цифрової фототехніки припало на 2003 рік. Постійно розроблялися нові, поліпшені моделі камер, а також додаткове обладнання, що дозволило робити знімки більш якісними і цікавими. За рахунок постійного випуску нових моделей, роздрібна вартість застарілих

фотокамер знижувалася і в зв'язку з цим техніка ставала все більш доступною, отримавши масове поширення.

Туризм також ставав популярнішим і доступнішим для багатьох верств населення. Фірми по організації турів отримали широке поширення, завдяки чому багато людей відійшли від самостійних подорожей, довіривши організацію свого відпочинку фахівцям. Згодом запити туристів зростали і з метою залучення нових споживачів і утримання постійних клієнтів стали з'являтися нові формати подорожей, орієнтовані на різні інтереси людей. Таким чином туристична фотографія оформилася в окремий вид подорожей і отримала назву фототуризм.

Фототуризм – це спеціалізований вид туризму, розрахований, в першу чергу, на створення сприятливих умов для проведення фотографічної зйомки. Фототуризм дає можливість відкрити для себе нові краєвиди, підвищити свій фотографічний рівень, поповнити свої альбоми новими знімками.

Незважаючи на те, що визначення поняття «фототуризм» на сьогоднішній день не має в жодному юридичному документі, багато дослідників, коло наукових інтересів яких охоплює сферу туризму, дають своє трактування цього поняття.

Так, наприклад, Дж. Феннел у своїй роботі «Екотуризм у Коста-Ріка: концептуальна основа» дає таке визначення фототуризму: “це раціональний вид туризму, який в основному залежить від знань і обслуговування і не має високих вимог до туристських об'єктів, тим самим зберігаючи природу і культуру, а також здатний приносити економічні та соціальні вигоди ” [6].

Дослідники Г.П. Робінсон, Г. Пікарт вважають, що фототуризм “це подорож, що дозволяє фотографам і фотолюбителям відкривати для себе нові куточки в компанії однодумців, спрямована на підвищення фотографічного рівня і поповнення портфоліо новими фотографіями. Фототуризм включає в себе елементи наступних видів туризму: пізнавального, екологічного, етнографічного, спортивного і т.д.” [7].

Лу Лінфен в своїй роботі «Нова концепція фототуризму» пише, що фототуризм - “це нове рішення для продовження туристичного сезону з низьким

впливом на навколишнє середовище, яке сприяє забезпеченню росту та підвищенню конкурентоспроможності туристських напрямків» [8].

Російські науковиці А.А. Волошина, В.М. Теньгушева у своєму дослідженні пропонують визначати фототуризм «як подорожі природним, історико-архітектурним, етнографічним та іншими місцями та пам'ятками з метою створення високоякісних фотографій та підвищення майстерності фотозйомки» [9].

На основі викладених вище трактувань терміну «фототуризм» автор даного дослідження пропонує власне визначення:

Фототуризм – це вид подорожі, в якій головну роль відіграє туристична дестинація, головним інструментом в ній – є фотокамера, а її основною метою є отримання тематичних фотознімків.

В загальному випадку дана форма туризму особливо підходить професійним фотографам, які їдуть у тур з метою поповнення портфоліо і відпрацювання на практиці раніше отриманих знань про фотозйомку. Початківці фотолюбителі також можуть розглядати таку подорож для придбання спеціальних навичок та отримання консультації професіоналів. Всі бажаючі можуть здійснювати поїздки з фотоапаратом в руках і в колі своїх однодумців.

Перші фототури в сучасному вигляді почали організовувати на початку 1980-х років в Західній Європі. Вчені до цих пір не можуть відповісти на питання про те, хто ж є автором ідеї даного напрямку і хто є першим організатором подорожей, орієнтованих не тільки на відпочинок, отримання нових знань і вражень, але, перш за все, на створення учасниками професійних знімків і освоєння або ж удосконалення навичок в області фотомистецтва.

На початку 2000-х років, завдяки активному розвитку техніки, цифрові фотоапарати стали більш доступними для людей з різним матеріальним достатком і набули широкого поширення в багатьох країнах. В цей час, а саме в 2008 р, відкрилося агентство, яке спеціалізувалося на організації та просуванні фототурів. Компанія отримала назву «Photours», а її засновниками вважаються професіонали в області фотомистецтва - Джефф Вандерпул і його колега Марк

Гудвін. Їх основною метою було довести, що в сучасному світі туризм неможливий без фотографії [10].

Подорожі, які вони організовували могли бути як короткостроковими, і тривати всього кілька годин, так і тривалими - близько двох тижнів. Маршрут пролягав по різним країнам Європи. Компанія обіцяла своїм клієнтам проведення неспішних екскурсій, вдосконалення вже наявних навичок або ж пізнання азів в області фотосправи, а також повернення з подорожі з неймовірними враженнями і незвичайно красивими знімками. За програмою туру передбачалося відвідування не тільки знаменитих на весь світ пам'яток, а також прогулянка до тих об'єктів, які були маловідомими для більшості мандрівників. Вартість фототуру була вищою, ніж вартість звичайної поїздки, організованої фірмою.

Сьогодні фототури організовуються, як правило, туристичними фірмами, але також цим займаються школи фотографів або професіонали, які створюють спеціальні майстер-класи та фотосесії на природі. Організатори заздалегідь планують тривалість поїздки, вибирають маршрути, складають програму подорожі, бронюють готель для проживання на весь період поїздки.

Фототуризм з точки зору планування та організації є достатньо специфічним видом туризму і має свої характерні особливості.

Графік турів зазвичай планують так, щоб фотографи могли повною мірою використовувати умови денного, ранкового і вечірнього освітлення. Денний час - відведений для проведення лекцій та майстер-класів, а також для аналізу готового матеріалу та обговорення планів і підсумків.

Групу фототуристів зазвичай веде один або два досвідчених фотографа, які допомагають кожному мандрівникові пізнати секрети туристичної фотозйомки.

Більшість програм передбачає як теоретичні заняття з художньої фотографії, так і виконання туристами практичних завдань на основі набутих знань.

Однією з особливостей фототуру є наявність у туристів спеціалізованої фототехніки:

- Фотоапарат з одним або декількома об'єктивами.
- Карти пам'яті або фотоплівки в необхідному запасі;
- Захисні фільтри для об'єктива (за можливості).
- Засоби для очищення оптичних приладів та засоби для чищення матриці дзеркальних фотоапаратів.
- Зручна сумка або рюкзак для перенесення апаратури.
- В тривалих фототурах бажано мати з собою ноутбук або накопичувач для зливу і зберігання знятих фотографій.

Проте тенденції розвитку сучасних мобільних пристроїв, зокрема камерафонів, вносять певні корективи в зазначений перелік необхідної у фототурі техніки. Компактні, зручні і потужні гаджети дозволяють отримувати зображення, що мало відрізняються від зображень отриманих за допомогою бюджетних цифрових фотоапаратів. На думку спеціалістів цифрові фотоапарати, що домінували у всіх сферах аматорської фотографії, поступово будуть витісняються камерафонами і смартфонами з вбудованими мініатюрними камерами високої якості.

Окрім специфічних особливостей, фототуризм має розгалужену класифікацію, що базується на різних класифікаційних ознаках, що відображено в табл.1.

Найбільш важливою класифікаційною ознакою будь-якого фототуру є тематика фотозйомки, яка визначається в залежності від головного об'єкта і жанру фотографії. За тематикою фотозйомки виділяються: пейзаж, жанр, портрет, архітектура, макро, репортаж, стріт-фотографія і фотополювання. Виходячи з тематики і жанру фототуру визначається основний об'єкт фотографування (архітектура, історичні об'єкти, ландшафти, рослини, тварини, явища і стихії природи, місцеве населення, їжа, предмети побуту і культури, події заходи та інше).

Класифікація фототурів

Класифікаційна ознака	Вид фототуру
За ступенем комфортності	Фототури-походи
	Фототури підвищеної комфортності
За тривалістю	Короткотривалі
	Багатоденні
За об'єктом зйомки	Пейзажні
	Жанрові
	Портретні
	Архітектурні
	Репортажні
За формою проведення	З академічним ухилом
	Без теоретичних занять
	Workshop
За рівнем фотомайстерності учасників	Для початківців
	Для аматорів
	Для професіоналів
За місцем проведення	Міський
	Сільський
За числом учасників	Індивідуальний
	Груповий
За віком учасників	Молодіжні
	Середнього віку
	Третього віку
За способом організації	Самостійний
	Організований

Побудовано за даними з джерела [11].

Таким чином, класифікація фототурів є досить обширною та включає в себе велику кількість класифікаційних ознак, що враховують особливості їх організації. Види і форми фототурів визначаються в першу чергу цілями учасників групи і їх рівнем підготовки.

1.4 Фототуризм як інноваційний напрямок розвитку туризму

Індустрія туризму завжди була і залишається ініціатором в освоєнні та впровадженні нових технологій, проте в умовах кризового сьогодення для більш комфортного, швидкого та якісного обслуговування людей в туристичному бізнесі потрібно ще інтенсивніше посилення інноваційних процесів.

Слід підкреслити, що Державна інноваційна політика України визначає туристичну галузь як перспективний сектор економіки із потужним потенціалом розвитку експорту інноваційних товарів та послуг з високою доданою вартістю, про що зазначено в Експортній стратегії України на 2017-2021 роки - чинному рамковому документі, в якому сформульовані засади розвитку експорту товарів (послуг, робіт) з України [12]. Зараз у процесі створення знаходиться Стратегія розвитку високотехнологічних галузей промисловості до 2025 року [13], яка має на мету формування нової моделі економічного розвитку – інноваційної економіки, підвищення технологічності, зростання конкурентоспроможності та підвищення ефективності існуючого виробництва. Стратегія розвитку високотехнологічних галузей промисловості виокремлює десять ключових та перспективних напрямків економіки, до яких належать й туризм.

Інновації в туризмі – це нововведення, які супроводжуються: відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів; якісно новими змінами турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; зростанням ефективності управління стійким функціонуванням і розвитком туристичного бізнесу в країні; підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування через впровадження нових швидкісних видів транспорту, покращення умов праці працівників туристичної індустрії, впровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва в послуги та ін.); підвищенням іміджу і конкурентоздатності підприємств туристичної індустрії [14].

Питання загальної класифікації інновацій в галузі туризму підіймається науковцями та міжнародними організаціями у багатьох сучасних дослідженнях, проте й досі залишається дискусійним. Аналіз літератури з питань інновацій у туризмі вказує на існування різних поглядів науковців щодо класифікації інновацій. Найбільш зручною і такою, що відповідає сучасним умовам, слід, на думку автора, вважати класифікацію, запропоновану Яковенко О.В. [15], відповідно до якої всі види інновації в сфері туризму поділяються на три основні групи: продуктові, технологічні, управлінські інновації.

Зазначені види інновацій тісно взаємопов'язані та перетікають одна в одну, зокрема, розробка нових турів (продуктові інновації) також може бути наслідком оптимізації міжгалузевих управлінських структур – туристсько-рекреаційних кластерів (управлінські інновації). Так, інноваційний напрям туризму, що останнім часом активно розвивається та набуває популярності, а саме, фототуризм є прикладом продуктових інновацій, орієнтованих на реалізацію концепції екологічно відповідального туризму через низький рівень впливу на навколишнє середовище.

Слід зазначити, що фототуризм, з огляду на необхідність дотримання соціального дистанціювання під час пандемії COVID-19, може стати вдалим інноваційним рішенням для відродження туристичної діяльності, оскільки за специфікою планування та організації передбачає перебування малокомплектних груп туристів у мальовничих кутках природи, що знаходяться у віддалені від популярних екскурсійних місць [16].

2 СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ФОТОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

На території України сфера фототуризму тільки починає активно освоюватися й розвиватися. Фототури в Україні стали популярними з розвитком цифрової фотографії в 2007-2008 роках, коли якість цифрової фототехніки значно поліпшилась, а ціна стала доступною для широкого кола споживачів. З цього моменту ринок фототурів почав активно розвиватися з невеликою перервою у фінансово неспокійному 2009 році [17].

Разом із тим Україна багата на талановитих фотографів, які можуть просувати та популяризувати даний вид туризму, бути взірцем та ідейними натхненниками для майбутніх фототуристів. Серед найтитулованіших можна назвати Чекменьова Олександра (серед відзнак: приз на Європейському конкурсі фотожурналістики у Vevey (Швейцарія) та Grand Prix prize of photography in Ukraine 2013), Мельниченко Сергія (отримав гран-прі конкурсу професійних фотографій на тему зв'язку людини і навколишнього середовища Leica Oscar Barnack Award 2017, Photographer Of The Year 2012 та премія PinchukArtCentre 2015), Бо Валентина (входить до 20 найкращих молодих фотографів світу за версією відомого фотожурналу Foam).

Серед відомих тревел-фотографів слід відзначити Юрія Шевченко (працює у сфері туризму, з 2014 року подорожує та фотографує разом з проектом Phototours.pro.); професійного фотографа Романа Михайлюка, що спеціалізується на пейзажній зйомці українських Карпат та за сумісництвом є інструктором по пішохідному туризму; видатного фотографа, тревел-блогера та організатора подорожей - Олександра Ладанівського, який співпрацює з телеканалом National Geographic; відомого українського тревел-фотографа, роботи якого опубліковані в багатьох престижних міжнародних виданнях, зокрема The Times, National Geographic, BBC, на офіційних веб-сайтах ЮНЕСКО і Nikon - Євгена Самученко (творчий псевдонім - Q-lieb-in) та багато інших.

Отже, високий потенціал кадрового забезпечення галузі фототуризму дає можливість вітчизняним туроператорам створювати нові маршрути з урахуванням потреб потенційних клієнтів і розширювати межі туристичного господарства.

У наш час популяризація фототуризму відбувається через інтернет-ресурси професійних фотографів і компаній, які займаються організацією фототурів по всьому світу. До відомих українських компаній, що пропонують своїм клієнтам фототури відносяться «Ftour», «Phototours», «Phototravel», «Accord tour», Київська школа фотографії та інші. Дані фірми працюють над збільшенням напрямів виїзного фототуризму закордон, але, на жаль, не поширюють його на території нашої країни.

Разом з тим відмітимо, що незважаючи на перевагу виїзного напрям вітчизняного фототуризму, на території України існує велика кількість місць, які завдяки належному маркетинговому просуванню можуть зацікавити як вітчизняних так і зарубіжних фототуристів. Серед таких можна виокремити:

- пам'ятки архітектури та містобудування (замки і фортеці Західної України, архітектура таких величних міст, як Київ, Львів, Полтава, Чернівці);
- унікальні пам'ятки природи (заповідники і заказники в Карпатах, степова Україна);
- свята, народні гуляння, фестивалі, культура українського народу.

В рамках даної кваліфікаційної роботи автором вивчено Причорноморський регіон, який складається з Одеської, Миколаївської та Херсонської областей, який вважається найбільш освоєним, розвиненим і тим, що має вдосконалену інфраструктуру туристично-рекреаційного комплексу. Площа даного регіону становить 57,9 тис. км² або 9,6 % загальної території України. На 1 січня 2020 р. в регіоні проживає 4525,01 тис. осіб, більша частина якого (68,0%) мешкає у містах. Найбільш популярними місцями відпочинку регіону є: Кароліно-Бугаз, Чорноморка, Шабо, а також Скадовськ, Залізний Порт, Коблево, Сергіївка, які розміщені уздовж Чорного моря, віддаленість від якого становить до 3 км.

Відповідно до Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності станом на 01.01.2019 р. у Причорноморському регіоні було зареєстровано 18 туроператорів і 400 туристичних агентів [18].

Туризм сприяє соціально-економічному розвитку регіону. Так, наприклад у 2020 р. загальна сума туристичного збору в Миколаївській області склала 4 млн 648 тис 612 грн, тоді як у 2019 р. туристичний збір склав 4 млн 340 тис грн, за умови, що з кінця березня 2020 р. на всій території України діяли карантинні обмеження через COVID-19. Якщо аналізувати у розрізі громад, то у 2020 р. у Коблівській громаді туристичний збір склав 2,27 млн грн, у м. Миколаїв –1,86 млн грн, у Чорноморській громаді – 204 тис. грн, у м. Очаків –58 тис.грн, у Мигіївській громаді – 21,7 тис.грн, у м.Южноукраїнськ – менше 8 тис. гривень.

Для визначення локалізаційного коефіцієнту, що визначає концентрацію об'єктів туристичного потенціалу, а також їх віддаленість від адміністративних центрів, було використано графи розміщення культурно-історичних об'єктів та заповідних зон національного значення (рис. 1, 2) [19].

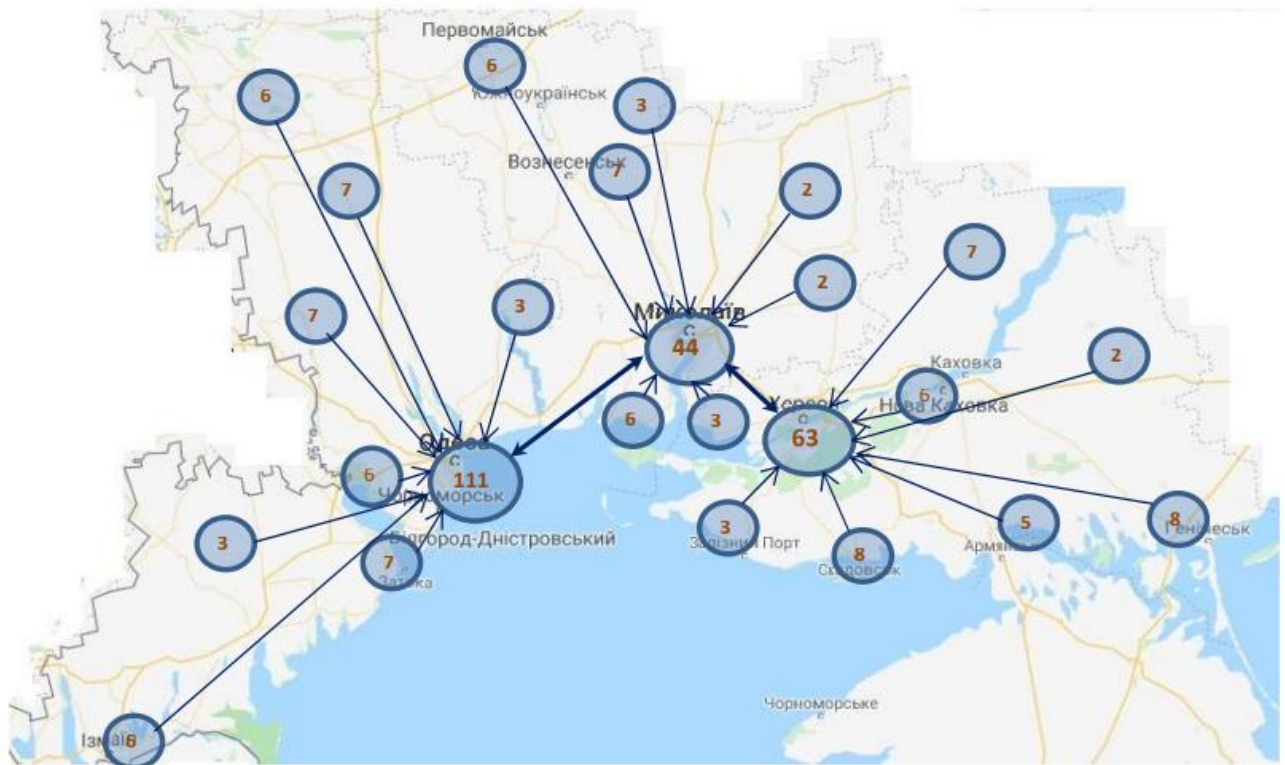


Рисунок 1 – Граф розміщення культурно-історичних об'єктів туристично-рекреаційного потенціалу Причорноморського регіону

Дані з джерела [19]



Рисунок 2 - Граф розміщення природних заповідних зон національного значення Причорноморського регіону України

Дані з джерела [19]

Причорноморському регіоні рівень ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу варіюється в межах від 45 до 60 відсотків. Так, показник ефективності в Одеській області складає 0,57, тоді як коефіцієнти Миколаївської та Херсонської областей набрали 0,45 та 0,47 відповідно, незважаючи на відсутність в регіонах якісних доріг, інфраструктурного забезпечення потужна промоція деяких атракцій та рекреаційних ресурсів сприяла потоку туристів та ефективному використанню туристично-рекреаційного потенціалу [19].

Відсутність спеціалізованої статистики не дозволяє точно оцінити кількісні параметри розвитку фототуризму в Україні. Тому, для оцінки та прогнозування попиту на фототури, проведемо аналіз світової статистики продажів спеціалізованої фототехніки.

Одним з переломних моментів в розвитку аматорської фотозйомки стала поява смартфонів з камерою, що дає змогу робити знімки прийнятної якості. З тих пір зйомка на телефон змінилася до невпізнання, дозволяючи створювати кадри рівня дзеркальних камер, а класичні фотоапарати стали нішевим продуктом: зараз їх купують, переважно, лише професіонали. Більш того, можливості камери стали чи не головним показником в останніх поколіннях флагманських смартфонів будь-яких брендів. Так, наприклад, компанія Huawei вражає кількістю фотомодулів і 50-кратним збільшенням, бренд Apple - простотою створення ідеальних фото і відео за будь-яких умов, а спеціалісти компанії Google розробили найскладніші алгоритми нічної зйомки.

Дослідження компанії Statistics Data Facts, засноване на даних експертів Statista, що представлене на рис. 3 показує поступову тенденцію відмови від класичних фотоапаратів на користь смартфонів. Графік охопив період з 1951 по 2019 роки і показав різке падіння продажів фотоапаратів починаючи з 2010 року з 121 млн одиниць до 15 млн - у 2019 році [20].

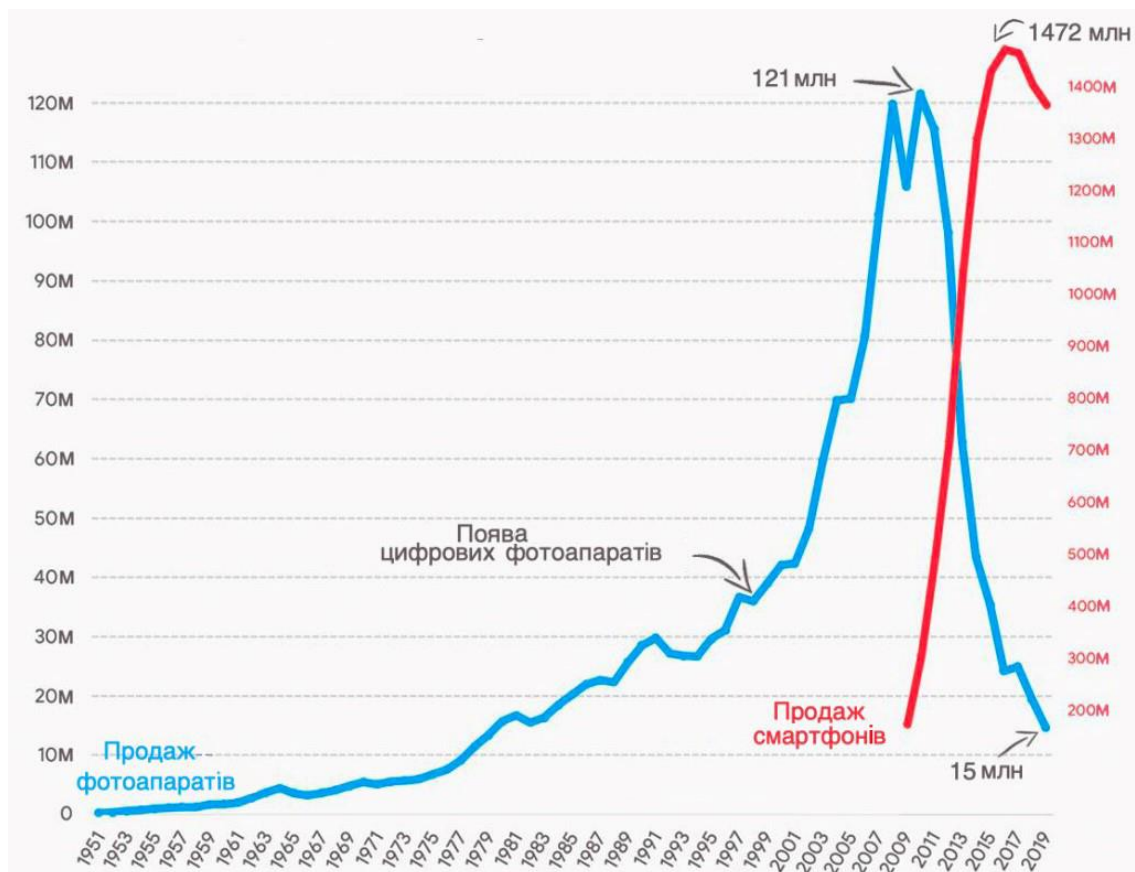


Рисунок 3 - Графік впливу продажів смартфонів на продаж фотоапаратів
Дані з джерела [20]

Пандемія коронавірусної інфекції внесла свої корективи в обсяги продажів цифрових фотокамер. Згідно статистики про динаміку світових продажів камер і змінних об'єктивів, яку опублікувала японська організація Camera & Imaging Products Association (CIPA), членами якої є провідні світові виробники фототехніки (Canon, Carl Zeiss, Cosina, Fujifilm, Kenko Tokina, Nikon, Olympus, Panasonic, Ricoh, Sigma, Sony, Tamron і Xacti), на тлі пандемії продажі цифрових камер скоротилися більш ніж удвічі.

Так, в порівнянні з березнем 2020 року продажі цифрових камер всіх сегментів в кількісному вираженні скоротилися на 47,8% - з 1 251 002 одиниць до 597 513 одиниць. У грошовому вираженні ринок скоротився на 48,3%, до 21,76 млрд ієн (\$ 202,93 млн) [21].

Графік динаміки світових продажів цифрових камер за 20018-2010 роки (синій колір відповідає даним 2018 року, чорний - 2019 року, помаранчевий - 2020 року) і таблиця з конкретними даними про постачання і продажі в розрізі сегментів і регіонів, представлені на рис.4.

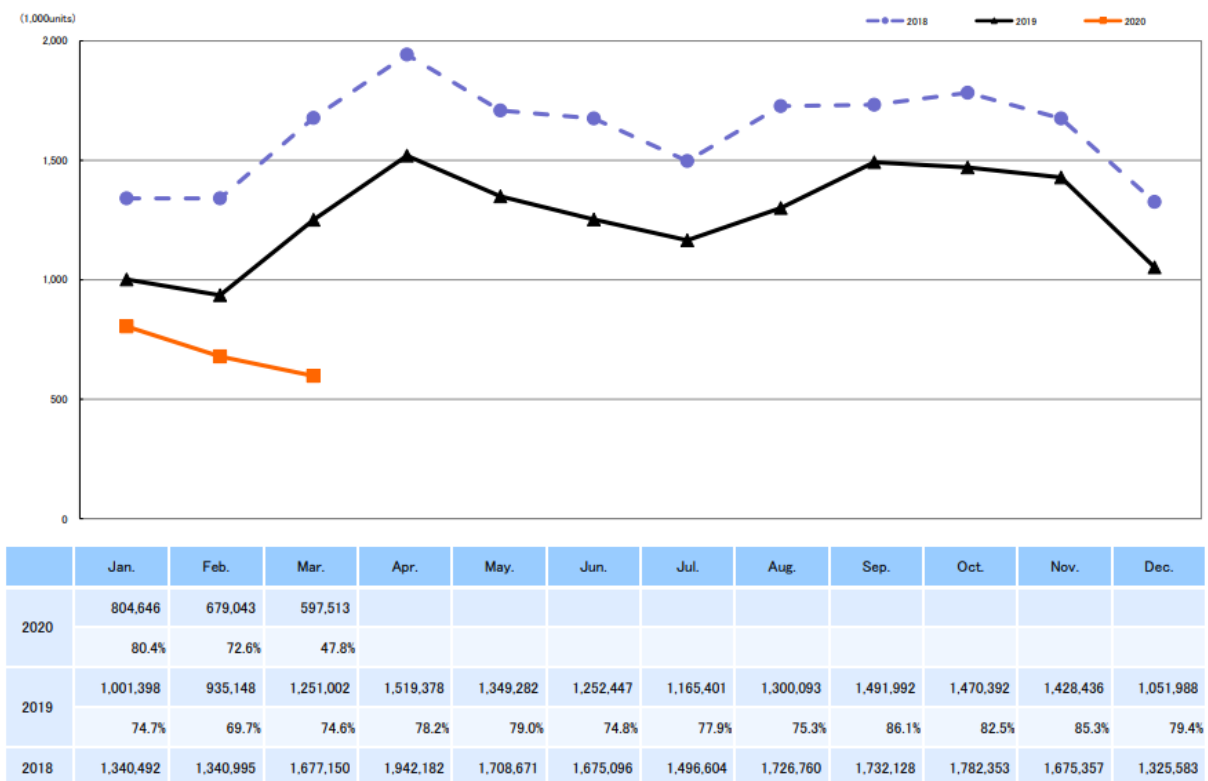


Рисунок 4 - Динаміка світових продажів цифрових камер за 20018-2010 роки

Дані з джерела [22]

Всього за березень на світовий ринок потрапило 276,35 тис. фотокамер зі змінними об'єктивами, що на 42,6% менше, ніж в минулому році. Поставки камер з незмінними об'єктивами впали ще сильніше - на 53,3% до 321,16 тис. одиниць [21].

Якщо розглядати окремо дзеркальні і бездзеркальні камери, то перших було продано 121,28 тис. одиниць (падіння на 33,7%), а других - 155,07 тис. одиниць (падіння на 53,8%). У грошовому вираженні продажі дзеркальних і бездзеркальних камер скоротилися на 41,1% і 53,0% відповідно [21].

Варто відмітити, що у 2020 році спостерігається не тільки падіння продажів фотоапаратів, але й смартфонів.

За даними дослідницької компанії Gartner через закриття заводів в Китаї і зниження споживчих витрат в світі за перший квартал 2020 року було продано 299,1 млн смартфонів, що на 20,2% менше, ніж в першому кварталі 2019 року [23] (табл.2).

Таблиця 2

*Показники світових обсягів продажу смартфонів
за постачальниками в 2020 році*

Продавець	1 кв. 2020 року	1 кв. 2020 року	1 кв. 2019 року	1 кв. 2019 року	1 кв. 2020 року - 1 кв. 2019 року
	млн од.	доля ринку (%)	млн од.	доля ринку (%)	Зростання (%)
Samsung	55.333	18.5	71.621	19.1	-22.7
Huawei	42.499	14.2	58.436	15.6	-27.3
Apple	40.920	13.7	44.569	11.9	-8.2
Xiaomi	27.817	9.3	27.424	7.3	1.4
OPPO	23.949	8.0	29.589	7.9	-19.1
інші	108.621	36.3	143.279	38.2	-24.2
Всього	299.138	100.0	374.917	100.0	-20.2

Дані з джерела [23]

Лідером ринку залишилася компанія Samsung, хоча її частка знизилася з 19,1% до 18,5%, а в цілому продажі компанії впали на 22,7%, до 55,3 млн штук. Другу позицію світового рейтингу займає компанія Huawei, яка продала на 27,3% менше смартфонів - 42,5 млн. На третьому місці залишається Apple, її продажі

знизилися на 8,2%, проте частка ринку компанії виросла з 11,9% до 13,7%. Єдиною компанією, продажі якої в першому кварталі 2020 року виросли, стала компанія Xiaomi. Вона продала 27,8 млн смартфонів, що на 1,4% більше в порівнянні з минулим роком, її частка на ринку також зросла - з 7,3% до 9,3% [23].

Отже, із проведеного аналізу динаміки світового продажу фототехніки можна зробити висновок, що в наш час користувачами спеціалізованої фототехніки стають здебільшого професійні фотографи, в той час як аматори - надають перевагу камерфонам.

Однак, слід відмітити, що розвиток соціальних мереж робить заняття фотографією все більш популярним, особливо серед молоді. З'являється і популяризується такий напрямок, як блогінг, де особлива увага приділяється саме представленим фотографіям. І багато користувачів прагнуть заповнити свої профілі якісним контентом, що буде цікавий великій аудиторії. Дані інтернет-ресурси можуть також відігравати значну роль у розвитку вітчизняного фототуризму.

В таблиці 3 наведено рейтинг кращих українських блогерів, які популяризують унікальні туристичні атракції України, опублікований туристичним порталом Zruchno.Travel [24].

Таблиця 3

Рейтинг кращих тревел-блогерів України

Блогер	Проект	Аудиторія		
		Facebook	Instagram	Youtube
Богдан Логвиненко	Ukrainer	92 000		24 000
Валерія Мікульська	Tour de Ukraine на Zruchno.Travel	2240	4160	
Олег Васильєв	“Залізні магістралі України”			18 000
Анастасія Павленко	“Подорожі. Україна”	57 000		
Володимир Романяк	Blog36	5 611		8300
Роман Маленков	“Україна Інкогніта”	29 000		
Борис Крімер	“Дорога – це життя”	1 190	2128	

Побудовано автором за даними з джерела [17]

3 РОЗРОБКА ПРОЕКТУ ФОТОТУРУ «МАЛЬОВНИЧИМИ ШЛЯХАМИ ПРИЧОРНОМОР'Я»

3.1. Структурно-змістовні особливості фототуру

Туристська сфера є економічною галуззю, що характеризується конкуренцією на ринку туристичних послуг, яку забезпечують підприємства сфери гостинності. Здатність організації конкурувати з аналогічними підприємствами показує аналіз внутрішнього середовища підприємства і зовнішніх аудиторій, які впливають на її діяльність. Конкурентоспроможність організацій забезпечується, в тому числі, за рахунок здійснення диверсифікації послуг, що надаються, що веде до появи зовсім нових на конкретному туристському ринку пропозицій. У туризмі Причорноморського регіону однією з таких пропозицій можуть виступити фототури, в даному конкретному випадку - фототур «Мальовничими шляхами Причорномор'я».

Особливість запропонованого фототуру полягає у стимулюванні у учасників туру індивідуальної та колективної творчості, можливості поглиблення своїх знань із фотомистецтва, привнесенні туристом свого бачення реальності, щоденному аналізу результатів фотозйомки. Після перегляду відзнятого матеріалу кожен фототурист сам, або за допомогою керівника групи, може визначити сильні сторони і недоліки створених фоторобіт. Відмінною особливістю організованого туру є навчання учасників фотомистецтву професіональним фотографом. Організуючи поїздку самостійно, турист позбавляє себе можливості зіставити особистий рівень майстерності із професіоналом своєї справи та рівнем інших туристів. Необхідно відзначити, що будь-яка організована туристська поїздка передбачає не тільки нові враження, а й спілкування.

Основними завданнями туру є:

- створення інноваційного туристської пропозиції в рамках запропонованого туру «Мальовничими шляхами Причорномор'я»;

- підвищення пізнаваності Причорноморського соціально-економічного регіону (СЕР) серед потенційних туристів на місцевому, регіональному та національному рівнях;

- посилення естетичної привабливості та популярності серед туристів Причорноморського СЕР, основою якої є її природній та культурний потенціал.

Запропонований фототур включає надання таких послуг: трансфер, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування та навчання: теоретичне та практичне.

Таким чином, можна виділити основні послуги турпродукту - послуги трансферу, проживання та харчування, а також додаткові - послуги екскурсовода та викладача-фотографа. При цьому останні, для даного турпродукту, мають найважливіше значення, будучи для потенційних туристів головною метою організованої фотоподорожі, досягнення якої веде до задоволення потреб в пізнанні основ тревел-фотографії в контексті культурної спадщини краю.

Екскурсійне обслуговування є основою будь-якого туру. Для фототуру екскурсії є основним елементом в ланцюжку сприйняття території: її особливостей, місцевих традицій, історичної та культурної значущості. Таким чином, результатом екскурсії є формування певного образу території, який буде покладено в основу фотографій туриста. Тому, екскурсоводу необхідно сформувати всебічний образ місцевості в свідомості туриста, сприятливе враження і підвищений інтерес до території. Досягнувши позитивного відгуку, в результаті можна розраховувати на якісні та привабливі фотознімки.

Навчання є ключовою складовою фототуру. Цілями навчання є:

- залучення туристів до фотомистецтва;
- розкриття творчого потенціалу;
- забезпечення туристів теоретичними знаннями по темі;
- формування практичних навичок.

У процесі навчання важлива не стільки трансляція інформації про пізнаваний предмет, скільки включення в цей процес допоміжних засобів,

розвиваючих сприйняття і творчість фототуриста. Навчальний процес повинен сприяти формуванню та розвитку творчих здібностей.

Структура навчання являє собою поєднання лекційного матеріалу і його графічного вираження, а саме ілюстрацій та іншого візуального контенту, синергетичний ефект яких буде сприяти найкращому сприйняттю лекційної інформації фототуристом. Тобто, розповідь фотографа-наставника необхідно підкріплювати наочними прикладами, з метою найкращого засвоєння інформації туристами.

Крім супровідного візуального матеріалу, виданого учасникам фототуру, кожна лекція включає практичне завдання, в ході якого буде відпрацьовуватися отримана теоретична інформація. Мета виконання завдань в процесі лекції: активізація образного мислення туриста, результатом якого стане отримання естетично привабливих знімків.

Таким чином, ознайомившись з особливостями місцевості та правилами створення фотографії, турист може використовувати отриманий досвід на практичному етапі навчання, який включає участь у практикумах, організованих на основі проведених лекцій. Результатом практичного етапу навчання стануть створені туристами фотографії. У зв'язку з цим, спираючись на сприйнятий образ території і теоретичні знання основ фотографії, турист отримує можливість творчого самовираження і задоволення результатами творчого процесу загалом та фототуру зокрема.

Поряд з екскурсоводом важлива роль у фототурі відведена особистість викладача-фотографа до якого висуваються такі вимоги:

- володіння необхідним обсягом професійних знань і словниковим запасом;
- досвід виступів перед аудиторією, вміння нею керувати;
- креативність мислення, вміння викликати інтерес публіки до досліджуваного предмета;
- ввічливість, доброзичливість і уважність до туристів (дотримання етичних норм стосовно туристів і їх фоторобіт);

- індивідуальний підхід, що передбачає однаково грамотну, творчу та зацікавлену роботу з кожним туристом.

Функції фотографа-наставника:

- навчання туристів основам мистецтва фотозйомки;
- допомога в оволодінні прийомами фотографії;
- допомога в розкритті творчого потенціалу особистості туриста;
- об'єктивна оцінка робіт учасників туру;
- сприяння налагодженню комунікацій та обміну досвідом між фототуристами.

Однією з основних задач фотографа є читання лекцій та організація практикумів. Тривалість лекцій обчислюється в академічних годинах, тобто 1 година дорівнює приблизно 40-45 хвилинам.

Структура лекції:

- виклад лекційного матеріалу і одночасний супровід такого візуальним контентом;
- творчі завдання;
- відповіді на питання аудиторії.

Практикуми для групи наповнюються самим фотографом, в тому числі включають розробку маршруту практикуму відповідно до програми туру, зокрема з тимчасовими рамками практичних занять.

Причорноморський соціально-економічний район займає південну частину України. До його складу входять АР Крим (з 2014 року є анексованою територією), Одеська, Миколаївська та Херсонська області. Його площа – 113 тис. км² (18,7% площі України), населення – 6,8 млн. осіб (14,3% населення України).

Маршрут туру: Одеса – Херсон – Асканія Нова - Херсон - Олешківські піски - Лемурийське (рожеве) озеро – Херсон – Миколаїв – Актовський каньйон – Одеса.

Транспорт: мікроавтобус підвищеного комфорту.

Тривалість подорожі: 6 днів/5 ночей.

Всього туристів по маршруту: 8-10 чоловік.

Розміщення в готелі: «Гринстоун», «Континент Миколаїв» двомісні номери.

Система харчування: повний пансіон.

Початок обслуговування на маршруті: м. Одеса

Кінець обслуговування на маршруті: м. Одеса

Програма фототуру:

Виїзд: м. Одеса о 6:30 із автостанції Старосінна.

1 день:

10:30 – прибуття до м. Херсон (рис.5) та знайомство із фотографом-наставником.

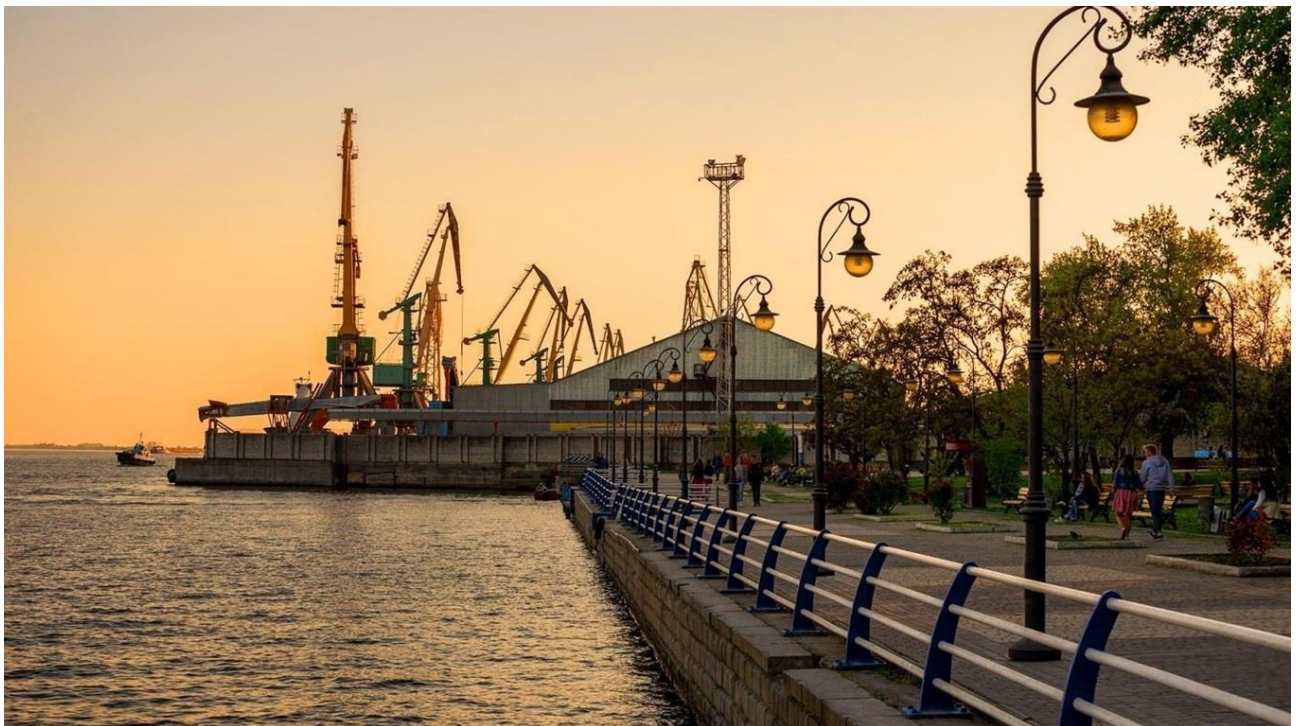


Рисунок 5 – Набережна міста Херсон

11:00 – заселення в готель, особистий час;

12:00 – обід в кафе "Кіт на даху";

13:00 - вихід на ознайомчу прогулянку по місцевості Херсона, де фотограф-наставник проведе інструктаж, розповість про:

- 7 основних правил побудови кадру;
- базові прийоми роботи зі світлом;

В кінці лекції наставник дає туристам завдання, яке дозволяє їм застосувати отримані знання на практиці (завдання кожного разу різні та індивідуальні).

14:30 – 16:00 - вільний час в місті.

16:00 - 18:30 - Екскурсія "Театральні херсонські дворики". Це піша прогулянка по старому центру Херсона, в якій бере участь відразу кілька гідів. Вони будуть проводити екскурсію в театральних образах, в живому форматі, з яскравими костюмами і незвичайними мініспектаклями.

19:00 - Повернення до готелю, вільний час.

2 день:

5:00 - Підйом і вихід на світанкову зйомку до узбережжя Дніпра (рис. 6), разом з фотографом-наставником для відпрацювання тем:



Рисунок 6 – Світанкова зйомка на узбережжі р. Дніпро, м. Херсон

- архітектура і пейзаж. Покрокова інструкція по створенню атмосферного знімка;

- фото з моделлю. Вчимося розміщувати людини в кадрі;

Кадри, створені фототуристами, підлягають аналізу. Так як групи, що набираються в фототури є невеликими, то розбір отриманих знімків передбачає індивідуальний підхід до кожного туриста. В ході даного заходу передбачається оцінка робіт туристів викладачем-фотографом, але учасники туру можуть і самі, а також між собою проаналізувати недоліки, виправити їх і проконсультуватися індивідуально з наставником.

8:00 – повернення до готелю, сніданок;

9:30 - збір у холі готелю для відправлення до заповідника «Асканія-Нова» (рис. 7).



Рисунок 7 – Біосферний заповідник «Асканія Нова»

Біосферний заповідник «Асканія-Нова» імені Ф. Е. Фальц-Фейна — найстаріший степовий резерват світу, одне з 7 природних чудес України, що входить в сотню найвідоміших заповідних територій планети, вже відсвяткував

своє сторіччя. Розташований у Чаплинському районі Херсонської області та займає площу 33,3 тисячі гектарів, включає заповідний степ (ядро), буферну зону і зону типового землекористування.

По праву вважається найстарішим степовим Біосферним заповідником планети і наймасштабнішим серед європейських степових заповідних територій. Біологічна різноманітність степових екосистем налічує більше 500 видів вищих рослин і більше 3000 видів тварин.

12:00 - обід в барі-ресторані "Канна".

13:00 - оглядова еколого-просвітницька екскурсія “Перлина в степу”, відпрацювання з фотографом-наставником тем курсу:

- обсяг і простір. Як перетворити фотографію в об'ємну картинку;
- кольорова гамма знімка. Принципи поєднання кольору в кадрі;

15:45 - відправлення до готелю.

18:00 – вечеря, вільний час

3 день:

8:00 – сніданок, вільний час.

10:00 – збір та виїзд в м. Олешки.

10:30 – прибуття в національний природний парк "Олешківські піски" (рис.8). Фото-екскурсія по пустелі, відпрацювання практичних навичок курсу.

Олешківські піски – унікальний природний об'єкт для України та навіть Європи. Це єдиний в Україні піщаний масив такого масштабу протяжністю з півночі на південь близько 16 км, із заходу на схід майже 12 км. За температурним режимом і кількістю опадів територію національного парку відносять до напівпустель, хоч цю місцевість часто називають пустелею. Улітку пісок може нагріватися до 70 °С, а висота барханів сягає 5 м. Нерідко тут спостерігаються піщані бурі. Ландшафт парку дуже незвичайний. Більшу частину території займають піщані дюни, є штучні лісові насадження й поодинокі дерева, заболочені ділянки. У парку є обладнані туристичні маршрути та оглядові вежі.



Рисунок 8 – Національний природний парк "Олешківські піски"

15:30 – Обід в ресторані Пан Атаман.

17:00 – Прибуття на Лемурійське (рожеве) озеро (рис.9).

Це незвичайне озеро називають "рожевою мрією Херсонщини". Казкової краси озеро розташоване в селі Григорівка Чаплинського району, в одній з бухт затоки Сиваш. Його колір, а також властивості (насиченість води йодобромними сполуками), зачаровують як туристів, так і місцеве населення. Крім красивих фото, кожен відвідувач може оздоровитися і зробити природні косметичні процедури з використанням лікувальної солі і грязі.

21:00 – Повернення до м. Херсон.



Рисунок 9 – Лемурійське (рожеве) озеро

4 день:

8:00 – сніданок;

В останній день у Херсоні для учасників фототуру буде проведено конкурс - за обмежений час на заздалегідь визначеній території необхідно отримати найбільшу кількість якісних фотографій, що задовольняють певним критеріям. У кожній команді має бути від 2 до 4 осіб. Знімаються пам'ятки, що визначаються жеребкуванням (Катерининський собор, парк Слави, Херсонський художній музей ім. А. А. Шовкуненко, Лебедине озеро та ін.).

Результати змагання підводяться із урахуванням таких критеріїв:

- незвичність і креативність фотографії;
- швидкість проходження.

15:30 – Збір у конференц-залі готелю. Підведення підсумків фотоконкурсу.

Аналіз одержаних кадрів буде відрізнятися від попередніх аналізів, зроблених професійним фотографом наставником. Переможця фото-змагання визначать інші учасники групи.

17:00 – Відправлення в м. Миколаїв;

18:30 – заселення у готель «Континент Миколаїв»;

19:00 – вечеря в ресторані «Cream Soda». Вільний час.

5 день:

7:30 – сніданок;

8:30 – відправлення до Миколаївського зоопарку(рис. 10).



Рисунок 10 – Миколаївський зоопарк

Миколаївський зоопарк - один з найкращих і найстаріших зоопарків України. Зоопарк окрім вольєрів з тваринами має на своїй території акваріум, тераріум і сад метеликів. Крім того, сама територія є ботанічний сад, в якому висаджені сотні різноманітних видів дерев і чагарників, а також численні квіти.

9:00 – Екскурсія по зоопарку;

10:30 – вільний час для фото, покупки сувенірної продукції;

12:00 – фотопікнік в парку Перемоги на березі р. Південний Буг, що включає:

- атмосферну фотосесія на пікніку;
- Insta-нетворкінг, розбір профілів;
- практику фуд-зйомки під керівництвом фотографа-наставника;

16:00 – екскурсія по визначних пам'ятках Миколаєва: Костел св. Йосипа, храм Касперівської ікони Божої Матері, Давнє городище Дикий Сад, Свято-Микільський соборний храм. Вільний час.

6 день:

7:30 – Сніданок, виселення з готелю та відправлення до Актовського каньйону (рис.11).



Рисунок 11 – Актовський каньйон

Актівський каньйон (глибина 40-60 метрів, площа 250 гектар) розкинувся уздовж берегів річки Мертвовод. Каньйон є частиною парку Бузький Град і входить в список семи чудес України. Річка Мертвовод має вигнуту форму через

велику кількість сірководню у воді, її довжина 114 км і протікає вона через Кіровоградську та Миколаївську області.

8:30 – Прогулянка по каньйону, відпрацювання практичних навичок фотомайстерності;

15:00 – від'їзд до Одеси.

Програма туру може бути змінена в залежності від погоди та побажань учасників туру.

3.2 Визначення економічної ефективності фототуру

Визначення вартості проживання

Даний фототур є груповим. Кількість чоловік у групі – 10. Кількість днів мандрювання – 6, але туристи перебувають в готелі лише 5 ночі, тобто оплата здійснюється лише за 5 діб. Вартість проживання в готелі «Грінстоун» та «Континент Миколаїв» представлена в таблиці 4.

Таблиця 4

*Вартість мешкання в готелях по туру
«Мальовничими шляхами Причорномор'я»*

Місто	Назва готелю	Вартість двомісного номеру, грн.
Херсон	Готель «Грінстоун»	1170
Миколаїв	Готель «Континент Миколаїв»	1080

Туристи будуть проживати в двомісних номерах, тому вартість мешкання на одного туриста буде складати 585 та 540 грн. (таблиця 5):

Таблиця 5

Розрахунок вартості проживання по маршруту

Місто, готель	Кількість ночей	Сума з 1 особи, грн.
Херсон, готель «Грінстоун»	3	1755
Миколаїв, готель «Континент Миколаїв»	2	1080

Визначення вартості харчування

По даному маршруту лише сніданок входить до вартості мешкання в готелі, тому інші види харчування оплачуються додатково. Отже, необхідно

розраховувати вартість обідів та вечерь. Середня вартість обідів та вечерь на день приблизно складає 400 грн. Усі розрахунки зведені в таблицю 65.

Таблиця 6

Розрахунок вартості харчування по маршруту

Місто, ресторан	Вартість харчування за 1 відвідування, грн.	Кількість відвідувань	Сума з 1 особи, грн.
Херсон, кафе "Кіт на даху"	200	6	1200
Асканія Нова, бар-ресторан "Канна"	300	1	300
Олешки, ресторан "Пан Атаман"	300	1	300
Миколаїв, ресторан «Cream Soda»	150	2	300

Визначення витрат на проїзд

Основні витрати: всі переміщення по даному туру здійснюються на одному транспорті, тобто на мікроавтобусі підвищеного комфорту та зараховуються до вартості туру, а саме:

- переїзд «Одеса – Херсон – Миколаїв – Одеса» (800 грн. в обидва боки);
- переміщення, а саме «готель – місто проведення екскурсії – готель» (1500 грн. за 6 днів).

Усі розрахунки витрат зведені в таблицю 7.

Таблиця 7

Розрахунки витрат на проїзд

Основні витрати	Сума з 1 особи., грн.
Переїзд «Одеса – Херсон – Одеса»	800
Переміщення «готель – місто проведення екскурсії – готель»	1500
Всього	2300

Витрати на додаткове обслуговування по маршруту

Екскурсійне обслуговування та витрати на вхідні квитки включені до вартості туру. Список усіх екскурсій по маршруту та їх вартості (таблиця 8):

Таблиця 8

Витрати на екскурсійне обслуговування

№	Види екскурсійного обслуговування	Сума з 1 особи, грн.
1	Оглядова екскурсія м. Херсон	200
2	Екскурсія "Театральні херсонські дворики"	260
3	Оглядова еколого-просвітницька екскурсія "Перлина в степу"	90
4	Екскурсія "Олешківські піски"	440
5	Екскурсія по Миколаївському зоопарку	100
6	Фотопікнік	150
7	Супровід фотографа-наставника по всьому маршруту	100
Всього		1340

Всі види витрат по маршруту зведені в загальну таблицю 9.

Загальні витрати по маршруту

№	Стаття витрат	Сума, грн.
1	Проживання + сніданок	2835
2	Додаткове харчування у ресторані (обід, вечеря)	2100
3	Транспортне обслуговування	2300
4	Екскурсійне обслуговування + витрати на фотографа-наставника	1340
5	Страховання	100
Разом:		8675
6	Оплата комісійних турагентам (7% від споживання)	600
Всього:		9275

Ринкова ціна встановлюється з огляду на дані маркетингових досліджень, розрахунку собівартості продукту, величину постійних витрат фірми за рік, бажаний рівень прибутку на одну послугу й загальний обсяг реалізації турпродукту в плановому періоді або за рік з урахуванням сезонності. В умовах ринкової економіки потужним регулятором цін є сам ринок, де ціна визначається в результаті поєднання попиту і пропозиції. Для спрощення розрахунку ціни розробленого туру використовують метод «витрати + прибуток». Таким чином ціна туру буде визначатися по формулі:

$$\text{Цод} = \text{Сод} + \text{Пдод.од.} \quad (1),$$

де:

Цод – установлена підприємством ціна на послугу;

Сод – собівартість одиниці продукції, послуги (турпродукту);

Пдод.од – пипустимий для даної галузі прибуток, що доводиться на одиницю продукції (у даному випадку 20%).

$$\text{Цод} = 9275 + 1855 = 11\,130 \text{ грн}$$

Фототур відноситься до культурно-пізнавального різновиду туризму, проведення якого планується цілий рік, окрім зимових місяців.

Згідно маркетингових досліджень реалізацію даного фототуру заплановано на 9 місяців (таблиця 10).

Таблиця 10

Прогнозовані дані по реалізації фототуру

Місяці	Кількість реалізованих турів в місяці
Березень	2
Квітень	4
Травень	8
Червень	10
Липень	10
Серпень	10
Вересень	8
Жовтень	4
Листопад	2
Разом	58

За 9 місяці планується здійснити 58 турів по 10 осіб, тобто за 9 місяців буде продано 580 турів.

Розрахунок маржинального доходу (Мр) від кількості проданих турів:

$$\mathbf{Mр = Пдод.од. * Nтур,} \quad \mathbf{(2)}$$

де:

Мр - маржинальний дохід;

Пдод.од. - пипустимий для даної галузі прибуток, що доводиться на одиницю продукції;

Nтур – кількість проданих турів

Отже, $Mр = 1855 * 580 = 1\,075\,900$ грн.

Вартість турпродукту для кінцевих споживачів визначається згідно чинного податкового законодавства України, що передбачає збільшення ціни на

ставку ПДВ. Ставка ПДВ дорівнює 20%. Таким чином вартість турпродукту для споживачів складатиме 13 356 грн.

Крім врахованих у собівартості тура прямих витрат, фірма несе й постійні витрати по організації й реалізації даного й інших турів. Сума постійних витрат на даний тур складатиме 1300 грн.

Знаючи величину річного маржинального доходу і суму постійних витрат за рік, річний валовий прибуток, одержуваний фірмою по даному турпродукту розраховується за формулою:

$$\mathbf{Пвал = Мр - Впост * кіл-ть місяців,} \quad (3)$$

де:

Пвал- річний валовий прибуток;

Мр- маржинальний дохід;

Впост - сума постійних витрат на тур.

Отже, **Пвал**= 1 075 900 – 1300*9 = 1 064 200 грн.

Для визначення чистого прибутку (Пч) необхідно відняти із валового прибутку (Пвал) податок на прибуток, що в Україні становить 18%:

$$\mathbf{Пч=Пвал-Податок на прибуток} \quad (4)$$

Отже, **Пч** = 1 064 200 – 18% = 872 644 грн.

Оцінити економічну ефективність запропонованого фототуру можна за допомогою показників рентабельності й прибутковості продукції.

Показник прибутковості розраховується по формулі:

$$\mathbf{Ппр = Пвал / Spr \times 100\%} \quad (5),$$

де:

Ппр – прибутковість нового продукту, послуги, %;

Пвал – валовий прибуток компанії, одержуваний від продажів нового продукту, послуги, дол. або грн.;

Spr – сума продажів нового продукту, послуги, дол. або грн., що визначається по формулі:

$$S_{np} = C_k * N_{тур} \quad (6)$$

Отже, $S_{np} = 13\,356 * 580 = 7\,746\,480$ грн;

$$P_{np} = 1\,064\,200 / 7\,746\,480 * 100\% = 13,7\%$$

Коефіцієнт рентабельності розраховується по формулі:

$$P_{np} = P_{чист} / S_{np} * 100\% \quad (7),$$

де:

P_{np} – коефіцієнт рентабельності нового продукту, послуги по методиці компаній США, %;

$P_{чист}$ – чистий прибуток компанії, одержуваний від продажу нового продукту, послуги, грн.

S_{np} – сума продажів нового продукту, послуги, грн

$$\text{Отже, } P_{np} = 872\,644 / 7\,746\,480 * 100\% = 11,3\%$$

Тобто, відповідно до маркетинга даного турпродукту, туроператор встановлює норму рентабельності (%) і чим вона вища, тим більша сума прибутку. Норма рентабельності коливається в широких межах (від 5% до 100 і більше) і залежить від кон'юнктури попиту та стану конкурентного середовища на ринку даного цільового сегменту.

Рентабельність використовують для оцінки діяльності підприємства і як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні. Він показує, скільки підприємство має прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. В даному випадку підприємство має 11,3% прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво і реалізацію продукції. А коефіцієнт прибутковості – характеризує досягнутий керівництвом підприємства рівень віддачі на вкладені кошти. Він становить 13,7%.

Таким чином, рентабельність розробленого фототуру складає 11,3%, що є позитивною і перспективною тенденцією при його впровадженні.

ВИСНОВКИ

Туризм, будучи сьогодні глобальним соціально-економічним явищем, що функціонує в умовах інколи дуже жорстокої конкуренції, характеризується великим ступенем схильності інноваційним процесам, дотримання яких найчастіше є основним детермінуючим фактором конкурентоспроможності туристських організацій. Прикладом інноваційної пропозиції може стати фототуризм. Фототуризм є прикладом продуктивних інновацій, орієнтованих на реалізацію концепції екологічно відповідального туризму через низький рівень впливу на навколишнє середовище.

Слід зазначити, що фототуризм, з огляду на необхідність дотримання соціального дистанціювання під час пандемії COVID-19, може стати вдалим інноваційним рішенням для відродження туристичної діяльності, оскільки за специфікою планування та організації передбачає перебування малокомплектних груп туристів у мальовничих кутках природи, що знаходяться у віддалені від популярних екскурсійних місць

В Україні фототуризм поки не є масовим видом туризму, статистика туристських потоків в цій галузі не ведеться, тому що кількість прибуттів з цілями фототуризму є незначною. Однак, в даний час, завдяки розвитку технологій, популяризації соціальних мереж та Інтернету заняття фотомистецтвом є дуже популярним, що, безумовно, має позитивний вплив на розвиток фототуризму в нашій державі.

Активізація процесу впровадження фототуризму у вітчизняну практику тревел-індустрії потребує державної підтримки, що може бути надана у вигляді більш активного просування даного виду подорожей серед туристів, а також завдяки сприянню в реалізації фототурів не тільки на місцевому рівні, а й державному, шляхом включення нових напрямків в національні туристичні проекти.

Практика фототуризму сприятиме розвитку туристичної привабливості України, збільшенню якісного візуального контенту і, відповідно, пізнаваності серед туристів і суб'єктів інвестиційної діяльності.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Энциклопедия культурологии. Фотография. Взято з http://www.endic.ru/enc_culture/Fotografiya-140.html
2. Взято з <https://znaimo.com.ua/>
3. Фототуризм как направление развития туристской привлекательности Вологодской области. Взято з <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=901580>
4. Hill M.R. Exploring visual sociology and the sociology of the visual arts. Monticelli: Vance Bibliographies, 1984. P.7.
5. Лысикова О.В. Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия. Материалы I международной научной конференции. Саратов. 15-16 апреля 2009 г.
6. Fennel, D., Eagles, P.F. Ecotourism in Costa Rica: a conceptual framework. Journal of Parks and Recreation Administration. 1990. №8 (1), P. 23-24.
7. Robinson, M., Picart, D. (2009), The Framed World: tourism, tourists and photography, Lisbon: Ashgate, p. 276. Portugal.
8. Lu, Linfeng (2010), The Emerging Concept of Photo Tourism: Söderslätt as a case, Lund: The International Institute for Industrial Environmental Economics, p. 61. Sweden
9. Волошина, А. А., Теньгушева, В. М. Фототуризм как оригинальный вид туризма. Сборник статей XIII межвузовской научнопрактической конференции студентов и аспирантов «Молодёжь, наука, творчество – 2015». 2015. №2. С. 11-12.
10. История развития фотографии как искусства. Информационный портал «ФОТОКОМОК». Взято з <http://www.fotokomok.ru/istoriya-fotografii>
11. Закрутная К. И. Проектирование тура «Чудеса Приморья в твоих снимках» для корейских туристов. Взято з <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5b8ed7107966e1073081bde9.pdf>

12. Кабінет Міністрів України. Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80#Text>
13. Кабінет Міністрів України. Про схвалення Стратегії розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT2490.html
14. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 23. С. 29—31.
15. Яковенко В. Е. Сущность и типы инноваций в сфере туризма. Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. №2(12) С. 102.
16. Шуптар-Пориваєва Н.Й., Губанова О.Р., Попова М.О., Андрущенко О.С. Перспективи інноваційного розвитку туристичної сфери в Україні в умовах коронавірусної кризи. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. 2020. Вип. 6(146). С. 90-96
17. Білоус А. В. Фототуризм як інноваційний вид туристичної діяльності. Часопис картографії. 2013. Вип. 9. С. 43-47
18. Державна служба статистики України. (2021). Економічна статистика / Економічна діяльність / Туризм. Взято з http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm
19. Огієнко А. В. Організаційно-економічний механізм формування туристично-рекреаційного потенціалу регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д.екон.н.: 08.00.05. Миколаїв, 2021.
20. Черкашин Д. Статистика: как за десять лет смартфоны убили фотоаппараты. Взято з <https://www.iguides.ru/>
21. Скрипин В. На фоне пандемии продажи цифровых камер сократились более чем вдвое. Взято з <https://itc.ua/news/>
22. Взято з http://www.cipa.jp/stats/documents/e/dw-202003_e.pdf

23. Gupta A. Global Smartphone Sales Declined 20% in First Quarter of 2020 Due to COVID-19 Impact. Взято з <https://www.gartner.com/>
24. За матеріалами туристичного порталу Zruchno.Travel. Взято з <https://zruchno.travel/News>