

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра мови та стилістики

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему:

**«Інтерактивний медіапродукт «Шарм-еш-шейх – відпочинок із шармом»
(туристичний маршрут)**

Терміни реалізації проєкту:

початок 16 березня 2021 р.

закінчення 01 грудня 2021 р.

Виконала

студентка магістратури

денної форми навчання

спеціальності 061 – журналістика

освітньо-професійної програми

«Туристична журналістика»

Єлизавета КУШНІР

Керівник:

професор Наталія ШУМАРОВА

КИЇВ – 2021

ЗМІСТ

1. Загальні відомості.....	3
2. Характеристики проєкту.....	5
2.1. Ключові слова.....	5
2.2. Реферат проєкту.....	5
2.3. Масштаб проєкту.....	8
2.4. Спрямованість проєкту.....	8
2.5. Ступінь новизни	8
3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва	9
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.....	9
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.....	9
3.3. Організація заходів.....	10
4. Очікувана ефективність проєкту.....	11
4.1. Економічна ефективність проєкту.....	11
4.2. Соціальна ефективність на зовнішньому рівні комунікації.....	11
5. Аналіз потенційних ризиків проєкту.....	12
5.1. Основні чинники ризику проєкту.....	12
6. Загальні висновки.....	12
6.1. Джерела, на основі яких сформовано проєкт.....	13
7. Презентація проєкту.....	16
8. Додатки.....	23

1. Загальні відомості

Пандемія коронавірусної інфекції COVID-19, вкотре довела нам, що варто насолоджуватися кожним моментом свого життя! Також, вона внесла корективи у цілу низку систем. Особливо вплинула на туризм: закриті кордони, відсутність вільного сполучення між країнами. Тож, як тільки у нас з'явилася можливість відвідати іншу країну – ми, не замислюючись, вирушили розширювати горизонти та знайомитися з тими місцями, де ще не бували раніше! Та неабияк цінувати таку можливість. У повсякденному рутинному світі нам не вистачає відпочинку та вільного часу, саме тому ми підготували ненав'язливий, позитивний та корисний випуск, який допоможе відволіктися від буденного та одноманітного й перенестися до світу душевного спокою та релаксу.

Щодня ми важко та наполегливо працюємо задля досягнення важливих цілей(найчастіше, матеріальних), але не замислюємося про своє здоров'я, стосунки з рідними, розвиток себе як цілісної особистості.

Тому інтерактивний медіапродукт «Шарм-еш-шейх – відпочинок із шармом» покликаний популяризувати міжнародний туризм та надати можливість подорожувати з дому(перенестися в подорож з «дивану»). Надалі, планується створення ще одного інтерактивного медіапродукту, а саме спецвипуску «Подорож Україною», де однією з серій буде «Подорож гривнею України», мета якої – допомогти українцям краще пізнати історію національної валюти та непопулярні маршрути, зацікавити, збільшити обізнаність громадян за допомогою туристичної подорожі історичними пам'ятками, доступно донести інформацію та зацікавити глядача у проєкті.

Елементи проєкту:

- **туристичні маршрути:** перший – Заповідна зона Рас Мохаммед – Білий острів. Чим вам не Мальдіви? (Заповідна зона Рас Мохаммед, Білий острів); другий – Популярні туристичні вулиці у Шарм-еш-шейх (Сохо

Сквер, Старе місто, Наама Бей); третій – Сафарі – зустрічаємо світанок на квадроциклах разом з бедуїнами (мотосафарі або подорож на квадроциклах, чай у бедуїнів);

- **сторінка у соціальній мережі Instagram**, за допомогою якої відбуватиметься залучення туристів спочатку на YouTube-канал, а потім і до туристичних місць та історичних пам'яток(розвиватиметься цей туристичний напрям);

- **інформаційний буклет** – задля більшого охоплення туристів. На них подано стисло інформацію про проєкт, QR-код для переходу та ознайомлення з маршрутами та історією кожної зупинки.

Маршрути розраховано на тиждень, а більшість туристичних точок є безкоштовними, тому можете сміливо брати тиждень відпустки та вирушати у подорож, звісно що, після перегляду відео.

2. Характеристики проекту

2.1. Ключові слова:

Шарм-еш-шейх, Єгипет, відпочинок, турист, історичні пам'ятки, туризм, туристичні маршрути, міжнародний туризм

2.2. Реферат проекту

Назва: «Шарм-еш-шейх – відпочинок із шармом».

Проект полягає у розробці трьох маршрутів, об'єднаних воедино стосовно подорожі туристичним центром Єгипту – Шарм-еш-шейх, цікава та пізнавальна подорож курортом, яка розкриє багато переваг перед туристами.

Мета: підвищити рівень обізнаності туристів, зацікавити їх у вивчення історії інших країн, сформуванню новий підхід до міжнародного туризму, орієнтований на огляд та ознайомлення з популярними місцями та пам'ятками Шарм-еш-шейх.

Ідея: довести, що відпочинок у Єгипті може бути ненав'язливий, неодноманітний, а насичений та цікавий. Також, сторінці історія цієї країни – точно варто приділити якомога більше уваги.

Цільова аудиторія: люди, віком від 3 до 100+ років, проте подорож зорієнтована на активну молодь!

Опис проекту: «Шарм-еш-шейх – відпочинок із шармом» є проектом, що складається з кількох випусків, з можливостями потенційного розширення. В основу роботи покладений туристичний маршрут Шарм-еш-шейх(місцями, які користуються найбільшим попитом серед туристів та людей, які хочуть відвідати цю країну вперше), таким чином поділений на кілька серій. Для залучення глядачів – буде введено інтерактиви: це може бути опитування з відповідями(правильними/не правильними), розіграші та завдання на сторінці в Instagram.

Наприкінці проекту створено такі інформаційні продукти (під назвою «Тревелерка»):

1. Instagram-сторінка «Eliza_kusha», де першим проєктом буде **«Шарм-еш-шейх – відпочинок із шармом»**;
2. YouTube-канал для поширення проєкту, цього та подальших;
3. Буклет.

Завдання проєкту:

1. Розробити три маршрути туристичним центром Єгипту – містом Шарм-еш-шейх.
2. Створити сторінку в соціальній мережі Instagram.
3. Підготувати туристичний інформаційний буклет про маршрути.

● **Інноваційний проєкт** допоможе залучити ще більшу кількість людей до туризму та збільшить обізнаність громадян в багатьох аспектах.

Основні техніко-економічні показники:

- Камера
- Смартфон зі встановленими програмами та додатками
- Ноутбук
- Штатив
- Наявні акаунти в YouTube, Instagram
- Петличка
- Програма для монтажу відео

● **Види взаємодії з продуктами проєкту:**

1. Відвідування акаунта в Instagram, взаємодія з публікаціями, інформацією про туристичну привабливість міста та три туристичні маршрути різного тематичного спрямування.
2. Відвідування акаунта в Instagram, взаємодія з публікаціями.
3. Отримання інформаційного буклету при в'їзді до міста.
4. Сканування QR-кодів для переходу на сторінку в Instagram.

Термін реалізації: десять місяців

Витрати на реалізацію: оплата роботи оператора (штатив, мама) – безкоштовно, оплата роботи відеомонтажера (програма «ДаВінчі») – безкоштовно (самостійно), транспорт – 10 000 тис грн (літак), оплата закладів – 5 тис грн, проживання – 18 тис грн, усе з врахуванням на двох(ведуча – я), оператор – мама)), витрати на екскурсії – 7 000 грн.

Приблизний кошторис – 40 000 грн.

Проте крім цього необхідні ще витрати на залучення аудиторії, а це просування сторінки (таргетинг) в Instagram та друк буклетів. На це будуть витрачені власні кошти.

<i>n/n</i>	Найменування робіт	<i>Необхідні обсяги фінансування</i>
1.	Створення та просування сторінки в соціальній мережі Instagram	3 000 грн
2.	Друк буклетів(500 прим.)	1 500 грн
Разом		4 500 грн

Фінансова ефективність: прогнозований термін окупності – пів року.

Економічний ефект: проєкт не є комерційним, його метою є не отримання прибутку, а заохочення та поширення туризму внаслідок створення якісного інтерактивного продукту.

Соціальна ефективність: збільшення зацікавлення до подорожей, введення на широку аудиторію програму подорожей популярними/менш популярними пам'ятками Щарм-еш-шейх(надалі іншими країнами та Україною, загалом), перегляд туристичними компаніями власних маршрутів та внесення змін у їх структуру.

2.3. Масштаб проєкту

Реалізація проєкту посприє розвитку пропонованих маршрутів.

Створення проєкту допоможе вирішити проблеми загальнонаціонального рівня: підвищення попиту на подорожі, збільшення прибутку від реалізації додаткових туристичних послуг.

Проєкт посприє залученню та зацікавленню продуктом іноземними туристами, тому надалі буде сприятлива можливість створити проєкт «Подорож Україною», яка зможе покращити показники продажу на ринку супутніх туристичних товарів та послуг країни.

2.4. Спрямованість проєкту

Оскільки проєкт соціальний та спрямований на підвищення попиту на туристичні маршрути, з метою відкриття нових місць та заохочення нових туристів, під час реалізації необхідне використання сучасних технологій, таких як сканування QR-кодів та побудова туристичних маршрутів на карті міста. Проте для зручності необхідне обов'язкове створення сторінки в соціальних мережах та буклет.

2.5. Ступінь новизни

Успішна його реалізація може сформувати хороший історико-туристичний маршрут.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення

досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	90%
досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100%
проведено теоретичні та експериментальні дослідження	100%
розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт	98%
розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	100%
проведено соціальні дослідження	100%
наявність матеріально-технічної бази	100%
наявність необхідного персоналу	100%
визначено та узгоджено фінансування проєкту	100%
визначено та узгоджено місце виконання проєкту	100%

3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом

<i>n/n</i>	<i>Найменування робіт</i>	<i>Виконавець</i>	<i>Термін</i>	<i>Витрати</i>
1.	Пошук джерел фінансування	самостійно	протягом року	—
2.	Розробка трьох туристичних маршрутів	самостійно	15.04.20-15.05.20	—
3.	Створення контенту для Instagram та інформаційного буклету	самостійно	15.05.20-30.07.20	—
4.	Створення, підтримка, просування сторінки у соцмережах	самостійно	01.08.20-...	3 000 грн
5.	Розробка фірмового стилю, дизайн сайту та буклету	самостійно	01.08.20-01.09.20	—
6.	Перемовини з типографією, друк інформаційних буклетів	самостійно	01.10.20-15.10.20	1 500 грн
7.	Ведення акаунта в Instagram, розміщення буклетів	самостійно	01.09.20-...	—

Таблиця 2. План виконання робіт за проєктом

3.3. Організація заходів

Стислий перелік технологічних процесів

1. Створення сторінки проекту в соціальній мережі Instagram.
2. Створення інтерактивних мап маршрутів.
3. Генерування QR-кодів для переходу з буклету.
4. Розробка дизайну та верстка буклету.
5. Запуск рекламної кампанії в Instagram.

Опис наявного і необхідного для виробництва устаткування

Для виконання переліку робіт на запланованому рівні, є необхідність у забезпеченні таким технічним устаткуванням:

- 1) 1 смартфон;
- 2) 1 ноутбук;
- 3) 1 принтер(кольорового друку).

Окрім технічного оснащення, не менш важливу роль відіграє наявність відповідного програмного забезпечення на комп'ютерах/ноутбуках фахівців:

- 1) Instagram і Facebook для зовнішньої комунікації;
- 2) Google Maps для створення інтерактивної мапи маршрутів;
- 3) генератор QR-кодів для переходу на інтерактивну мапу;
- 4) Canva для дизайну та верстки буклету.

4. Очікувана ефективність проєкту

4.1. Економічна ефективність проєкту

Економічна доцільність реалізації проєкту

Інноваційний проєкт створюється, в першу чергу, з метою популяризації міжнародного(надалі і внутрішнього) туризму, підвищенню обізнаності громадян та висвітленню туристичного напрямку(з метою популяризації цього, надалі – інших, маршрутів, а не отримання прибутку). Отже, економічні показники відходять на другий план, оскільки проєкт є соціальним.

Термін окупності проєкту

Якщо реалізація проєкту буде успішною, то його можна монетизувати.

Якщо розрахувати, що очікуваний прибуток від реклами та державних дотацій або приватних інвестицій складатиме 10 000 грн на рік, то орієнтовний термін окупності проєкту становитиме 4 місяці.

4.2. Соціальна ефективність на зовнішньому рівні комунікації

Туристи отримують готовий продукт у вигляді сторінки в Instagram, яка допоможе ознайомитися з цікавою та важливою інформацією з приводу маршрутів.

Пізніше, бажаючи отримують інформаційний буклет з описом маршрутів, а також з QR-кодами для переходу до інтерактивних мап.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні чинники ризику проєкту

- Уведення червоної карантинної зони
- Невірна навігація, що призведе до значної витрати часу на дорогу/зйомки та можливостей
- Велика кількість людей на локації
- Неприятливі погодні умови на час зйомки відеосюжету
- Відсутність щеплення, що може призвести до скасування подорожі
- Брак коштів

6. Загальні висновки

1. Запропонований проєкт має на меті заохотити не лише українських, але й іноземних туристів більше подорожувати.

Створення відеоподорожей дозволяє охопити більшу аудиторію, краще спонукати потенційних туристів відвідати туристичний центр Єгипту.

2. Сторінка в мережі Інстаграм залучає до проєкту молодь, оскільки саме ця вікова група надзвичайно активна у зазначеній соціальній мережі.

3. Інформаційний буклет дозволяє охопити більшу кількість туристів. Буклети можуть розповсюджуватися через туристично-інформаційні центри.

Проєкт передбачає можливі ризики його подальшого розвитку та пропонує заходи, які зводять ризики до мінімуму.

Хоча інноваційний проєкт «Шарм-еш-шейх – відпочинок із шармом» є соціальним, передбачено та запропоновано варіант його монетизації та шляхи отримання додаткових коштів. Він не має аналогів, тому його впровадження є суспільно корисним явищем, що дасть ще один стимул для розвитку туризму.

6.1. Джерела, на основі яких сформовано проєкт

1. Білан Н. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві: теорія, еволюція, моделі та прикладні аспекти : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. Комунікацій : 27.00.01 / Київ. Нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2016. 36 с.
2. Жураєва К. Інноваційні технології в сфері туризму: суспільно-географічне дослідження : автореф. дис. ... канд. геогр. Наук : 11.00.02 / Київ. Нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 22 с.
3. Основи організації кінотелевиробництва [Текст] : [тексти лекцій] / Десятник Г. О., Мужук Л. П. ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, Каф. кіно- і телемистецтва. – Київ : Ін-т журналістики КНУ, 2019. – 108 с. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
4. Кротов А. Єгипет по-справжньому. Каїр та все інше. Практичний та транспортний путівник / Київ, 2011
5. Вступ до спеціальності кіно-, телемистецтво [Текст] : навч. посіб. / Горевалов С. І., Десятник Г. О. ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ : КНУ, 2014. – 131 с. – Бібліогр.: с. 130-131. – 150 прим.
6. Н. О. Рижева Історія стародавнього сходу навчаль-методичний посібник для студентів закладів вищої освіти / Миколаїв, 2019. 58 с.
7. Журнал «Міжнародний туризм» . – URL: <https://www.intour.com.ua/> (дата звернення 10.06.21)
8. Закон України «Про туризм» зі змінами від 14.07.2020 // Законодавство України. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 20.03.2021).
9. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
10. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.

11. Горевалов С. І. Кіно-, телемистецтво. Вступ до спеціальності [Текст] : навч. посіб. / Десятник Г. О. ; Київ. міжнар. ун-т, Ін-т телебачення, кіно і театру, Каф. кіно-, телемистецтва. – Київ : КиМУ, 2015. – 157 с. – Бібліогр.: с. 156-157. – 100 прим.
12. Десятник Г. О. Основи екранної документалістики [Текст] : [навч. посіб.] / Г. О. Десятник ; [наук. ред. проф. Горевалов С. І.] ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, Каф. кіно-, телемистецтва. – Київ : Вид-во КНУ, 2016. – 287 с. – Бібліогр.: с. 284-287.