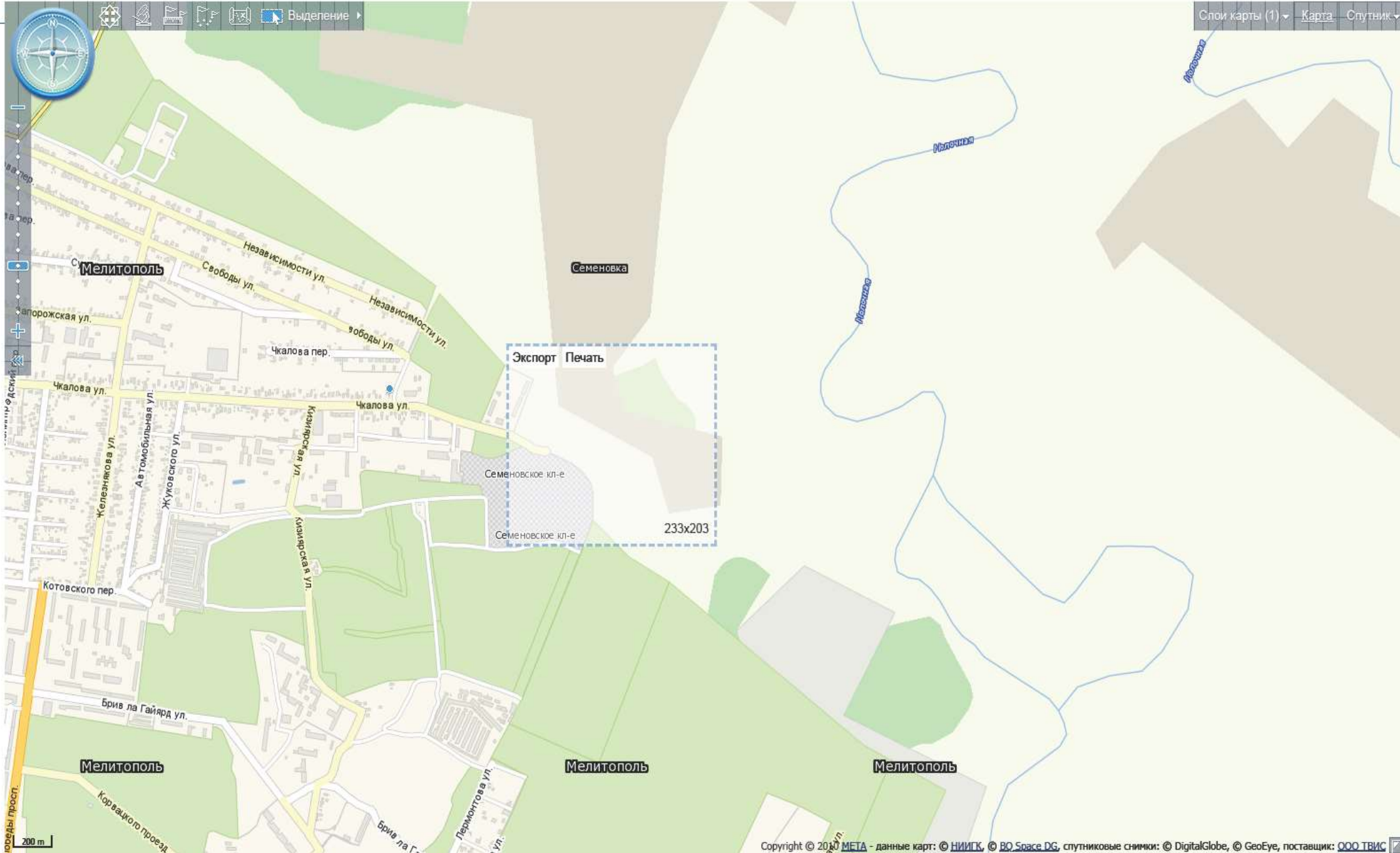


**Проектна робота
«Бізнес-модель
сільського креативного туризму»
«Приміська рекреаційна локація»
Виконали: Демко Валентина Сергіївна
Кальченко Сергій Володимирович
Попова Тетяна Вікторівна**



Переход к адресу по ссылке

[Чкалова ул., 2](#)
Мелитополь

Популярные карты

- карта Киева
- карта Харькова
- карта Днепра (Днепропетровск)
- карта Одессы
- карта Львова

[все карты городов](#)



Карта Украины онлайн

Увеличение масштаба переведет вас на карты областей Украины, карты городов с улицами. Ссылка в правом верхнем углу карты переключит на спутниковую карту Украины.

Нравится 882





ПОРЯДОК УСТАНОВКИ И РЕГИСТРАЦИИ НАДМОГИЛЬНЫХ СООРУЖЕНИЙ

В соответствии с Законом Украины "Про поховання та похоронну справу" для установки и обязательной регистрации надмогильных сооружений на кладбище необходимо предоставить администрации кладбища следующие документы:

1. Оригинал свидетельства о смерти захороненного.
2. Свидетельство о захоронении.
3. Документ, подтверждающий приобретение надмогильного сооружения (цена и дата реализации).
4. Реквизиты изготовителя надмогильного сооружения.

Все установленные надмогильные сооружения регистрируются в книге учета у заведующих кладбищ. Работы по установке надмогильных сооружений могут производить только субъекты хозяйственной деятельности, которые заключили договор с Коммунальным предприятием Мелитопольского городского совета "Ритуал".

ПРАВИЛА ЗАХОРОНЕНИЯ

1. Выделение места для захоронения умершего и погребение производится только на основании:
 - свидетельства о смерти;
 - оформленного договора-заказа в КП "Ритуальная служба Ритуал"
2. Прием заказов на благоустройство могил производится по следующему адресу:
г. Мелитополь, пр-т Б. Хмельницкого, 46/8
тел.: (0619) 42-16-26, (098) 88-222-83 ежедневно
3. Все действия на территории кладбища, включая копку могил, захоронение умерших, монтаж, демонтаж надмогильных сооружений и др. должны выполняться по согласованию с администрацией кладбища.
4. Копка могил производится только силами работников КП "Ритуал" или лицензированными субъектами предпринимательской деятельности с соблюдением всех санитарных норм и требований Закона Украины "Про поховання та похоронну справу".















Arpo

New year

Halloween



Основна ідея бізнесу

Надання комплексу рекреаційних послуг в межах наступних напрямків:

туризм вихідного дня та подієвий туризм за наступними спеціалізаціями:

агротуризм;

екотуризм;

етнотуризм;

гастрономічний туризм.

Досвід європейських країн в сфері сільського та креативного туризму, який був використаний при побудові моделі

Реалізація відповідного досвіду європейських країн для даного сегменту господарювання ускладнюється з наступних причин:

- відсутність аналогічної форми господарювання (особисті селянські господарства) в країнах Європи;
- низький рівень самоорганізації вітчизняних селянських господарств;
- незадовільна державна політика щодо стимулювання процесу трансформації особистих селянських господарств на повноцінних суб'єктів підприємницької діяльності

Бізнес-модель Canvas

Ключові партнери Ключовими партнерами виступають туристичні фірми, які спеціалізуються на сфері внутрішнього туризму; представники місцевих громад, які опікуються питаннями соціально-економічного розвитку; регіональні вищі.	Ключова діяльність Основними напрямками діяльності є наступні. 1.Розробка та організація анімаційних заходів на території садового товариства за участю членів товариства та бізнес-партнерів. 2.Реалізація сільськогосподарської продукції членами товариства клієнтам у відповідності до вимог чинного законодавства. 3.Співпраця із представниками місцевої влади в межах проведення державних та релігійних свят, інших урочистостей, які проводяться на території даної локації.	Ціннісна пропозиція Основна цінність продукції даної локації для клієнта полягає в оптимальному співвідношенні затрачених ресурсів (перш за все, фінансових) та отриманого результату (рекреаційних послуг).	Відносини з клієнтами 1.Викладачі та студенти регіональних вишів. Відносини в межах навчальних курсів 2.Клієнти, які мешкають на території даного міста. Презентація власного бренду на місцевих культурно-розважальних заходах. 3.Клієнти, які користуються рекреаційними послугами даної локації, будучи сформовані в групи. Встановлення бізнес-контакту напрямую або через регіональні туристичні фірми	Сегменти користувачів 1.Викладачі та студенти регіональних вишів. 2.Клієнти, які мешкають на території даного міста. 3.Клієнти, які користуються рекреаційними послугами даної локації, будучи сформовані в групи.
	Ключові ресурси 1.Земельні ресурси товариства. 2. Трудові ресурси товариства. 3. Матеріально-технічні ресурси товариства. 4. Водні, енергетичні та інформаційні ресурси.		Канали Основними каналами співпраці із клієнтами є: 1.Інтернет-ресурси. 2. Постійна співпраця із представниками регіональних вишів та місцевих громад.	
Структура витрат Енергетичні ресурси (електрика, газ, паливо тощо). Матеріальні витрати, пов'язані із використанням технічних засобів в аграрній та рекреаційній сферах. Витрати, пов'язані із необхідністю підтримання належного рівня інформаційного забезпечення. Витрати на послуги сторонніх організацій.		Джерела доходів Реалізація аграрної продукції членів товариства. Оплата анімаційних та екскурсійних послуг. Сувенірна продукція. Інші послуги (транспорт, зв'язок тощо).		

Споживчі сегменти

1. Викладачі та студенти регіональних вишів.
2. Клієнти, які мешкають на території даного міста.
3. Клієнти, які користуються рекреаційними послугами даної локації, будучи сформовані в групи.

Ціннісна пропозиція

- Основна цінність продукції даної локації для клієнта полягає в оптимальному співвідношенні затрачених ресурсів (перш за все, фінансових) та отриманого результату (рекреаційних послуг). Оскільки локація знаходиться в межах міста, то витрати часу також є мінімальними. Наявність садово-городніх насаджень дозволяє надавати рекреаційні послуги в сфері агро-, еко- та гастрономічного туризму.

Канали збуту

Продукція призначена для реалізації на внутрішньому ринку туристичних послуг з можливістю подальшої адаптації даної моделі в інших територіальних громадах.

Найбільш прийнятними для запровадження є приміські території або ж приватний сектор в межах міст або великих сільських громад.

Взаємовідносини з клієнтами

1. Викладачі та студенти регіональних вишів.

Відносини в межах програм навчальних курсів. Проведення виїзних семінарських занять, навчальних практик, майстер-класів тощо.

2. Клієнти, які мешкають на території даного міста.

Презентація власного бренду на місцевих культурно-розважальних заходах.

3. Клієнти, які користуються рекреаційними послугами даної локації, будучи сформовані в групи.

Встановлення безпосереднього бізнес-контакту (через соціальні мережі та власний сайт) або через регіональні туристичні фірми

Потоки надходження доходу

1. Реалізація аграрної продукції членів товариства.
2. Оплата анімаційних та екскурсійних послуг.
3. Сувенірна продукція.
4. Інші послуги (транспорт, зв'язок тощо).

Ключові ресурси

1. Земельні ресурси товариства. Землі сільськогосподарського призначення як засіб вирішення продовольчих питань, а також території, на яких можна проводити анімаційні заходи.

2. Трудові ресурси товариства. Включають в себе сукупність як суто фізичних здібностей, так і професійних навичок в сфері організації анімаційних заходів, виробництва сільськогосподарської сировини та продукції її подальшої переробки, інших професійних компетенцій, пов'язаних із веденням підприємницької діяльності.

3. Матеріально-технічні ресурси товариства. Техніко-технологічне забезпечення надання анімаційних послуг та виробництва аграрної продукції.

4. Водні, енергетичні та інформаційні ресурси. Включають в себе систему водопостачання, електро-, газопостачання, Інтернет.

КЛЮЧОВІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ

1.Розробка та організація анімаційних заходів на території садового товариства за участю членів товариства та бізнес-партнерів.

2.Реалізація сільськогосподарської продукції членами товариства клієнтам у відповідності до вимог чинного законодавства.

3.Співпраця із представниками місцевої влади в межах проведення державних та релігійних свят, інших урочистостей, які проводяться на території даної локації.

Ключові партнери

Ключовими партнерами виступають:

- туристичні фірми, які спеціалізуються на сфері внутрішнього туризму;
- представники місцевих громад, які опікуються питаннями соціально-економічного розвитку;
- регіональні виші.

Витрати

1. Енергетичні ресурси (електрика, газ, паливо тощо).
2. Матеріальні витрати, пов'язані із використанням технічних засобів в аграрній та рекреаційній сферах.
3. Витрати, пов'язані із необхідністю підтримання належного рівня інформаційного забезпечення.
4. Витрати на послуги сторонніх організацій.

Виклики та проблеми при реалізації моделі

1. Необхідність створення, формування та підтримка постійно діючої клієнтської бази.
2. Наявність певного асортименту анімаційних послуг, сценаріїв тощо.
3. Кадрове забезпечення.
4. Необхідність встановлення постійного контакту на принципах взаємовигідної співпраці із представниками регіональних вишів та місцевих громад.

Сильні сторони та перспективи

1. Можливість існувати тривалий період в режимі безприбутковості.
2. Загальний попит на внутрішній туризм в Україні.
3. Посилення значущості туристичної галузі як складової вітчизняної економічної системи на загальнонаціональному та регіональному рівнях.

Дякуємо за увагу!