

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

«Розроблення культурно-пізнавального туру територією  
Волинської області та просування його на ринку ЄС»

Студента 4 курсу, 18 групи,  
освітнього ступеня «бакалавр»,  
спеціальності 242 «Туризм»  
освітньої програми  
«Міжнародний туризм»

\_\_\_\_\_

*підпис студента*

Крайніченко  
Данило  
Олександрович

Науковий керівник  
докт. екон. наук,  
професор

\_\_\_\_\_

*підпис керівника*

Ткаченко  
Тетяна Іванівна

Гарант освітньої програми  
к. держ. упр., доц.

\_\_\_\_\_

*підпис керівника*

Кравцов  
Сергій  
Станіславович

**Київ 2023**

Державний торговельно-економічний університет  
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу  
Кафедра туризму та рекреації  
Освітній ступінь «бакалавр»  
Спеціальність 242 «Туризм»  
Освітня програма «Міжнародний туризм»

**Затверджую**

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

«\_\_\_» листопада 2022 р.

## **ЗАВДАННЯ** **на випускню кваліфікаційну роботу студентіві**

Крайніченку Данилу Олександровичу

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

### **1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:**

«Розроблення культурно-пізнавального туру територією Волинської області та його просування на ринку країн ЄС»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900

### **2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.**

### **3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

*Мета роботи:* обґрунтування пропозицій щодо розроблення та просування інноваційного культурно-пізнавального туру територією Волинської області на ринку країн ЄС

*Об'єкт дослідження:* процес розроблення та просування культурно-пізнавального туру на ринку туристичних послуг

*Предмет дослідження:* теоретико-методичні та прикладні засади процесу розроблення культурно-пізнавального туру територією Волинської області та його просування на ринку країн ЄС



#### **4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):**

##### **ВСТУП**

##### **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

- 1.1. Теоретичні основи розвитку культурно-пізнавального туризму
- 1.2. Діагностика ринку культурно-пізнавального туризму області
- 1.3. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму області

##### **РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ КРАЇН ЄС**

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи та інструменти просування культурно-пізнавального туру на ринку країн ЄС
- 2.3. Економічне обґрунтування туру

##### **ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**

##### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

##### **ДОДАТКИ**

## 5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	21.11.2022
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	10.02.2023
4	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6	Попередній захист у комісіях, доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	23.05.2023 – 01.06.2023	02.06.2023
8	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	За розкладом	

6. Дата видачі завдання «21» листопада 2022 р.

7. **Науковий керівник**  
випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Т.І. Ткаченко  
(підпис)

8. **Гарант освітньої програми** \_\_\_\_\_ С.С. Кравцов  
(підпис)

9. Завдання прийняла до виконання студент \_\_\_\_\_ Д.О. Крайніченко  
(підпис)



## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Крайніченко Данило Олександрович виконав випускну кваліфікаційну роботу на тему «Розроблення культурно-пізнавального туру територією Волинської області та його просування на ринку країн ЄС» у визначений термін згідно із затвердженим завданням і календарним планом.

За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристики сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження, методи дослідження, структуру роботи.

У першому розділі студентом розглянуто теоретичний базис культурно-пізнавального туризму, здійснено діагностику ринку послуг, описано ресурсний потенціал розвитку пізнавального туризму області.

У другому розділі запропоновано новий тур пізнавального туризму, запропоновано маркетингові заходи з просування туру на ринку туристичних послуг країн ЄС, представлено основних конкурентів, здійснено економічне обґрунтування реалізації туру.

У цілому поставлена у роботі мета досягнута, сформульовані завдання виконані. Робота виконана самостійно, з дотриманням принципів академічної доброчесності. Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені.

Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передачі до репозитарію ДТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота студента Крайніченка Д.О. рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник  
випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Т.І. Ткаченко  
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист \_\_\_\_\_  
(ПІБ, підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента \_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ С.С. Кравцов  
(підпис)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Т.І. Ткаченко

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. (підпис)

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Теоретичні основи розвитку культурно-пізнавального туризму .....	9
1.2. Діагностика ринку культурно-пізнавального туризму області .....	15
1.3. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму області .....	17
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ КРАЇН ЄС.....	22
2.1. Розроблення маршруту та програми туру .....	22
2.2. Заходи та інструменти просування культурно-пізнавального туру на ринку країн ЄС .....	29
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	34
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	46



## ВСТУП

Туристичний ринок безпосередньо впливає не лише на розвиток держави та регіонів, але й суттєво впливає на взаємопов'язані галузі, такі як транспорт і зв'язок, сільськогосподарське будівництво, виробництво споживчих товарів. Національна економічна і світова пандемічна криза висвітлили слабкі сторони туристичної галузі України та Волинської області: незадовільний стан місцевих доріг, незначне використання природного та культурного потенціалу, високий рівень безробіття та тіньової праці, низький рівень сервісу кордону - пропускні пункти, відсутність консультаційних центрів для залучення інвестицій та допомоги інвесторам тощо.

Оскільки для розвитку туризму українські туроператори повинні орієнтуватися на країни Європи, необхідно оцінити соціально-економічні умови функціонування туристичного ринку Волинської області та визначити необхідні заходи для їх успішного розвитку.

Волинська область має хороші базові умови для розвитку багатьох галузей туристичної сфери і надання послуг для населення.

Коли почалася повномасштабна війна, деякі туристичні компанії закрилися, а інші перейшли на волонтерську допомогу; наявні туристичні підрозділи використовувалися для евакуації біженців, транспортування гуманітарної допомоги тощо. Усі сподіваються на швидке закінчення війни та нормалізацію економіки держави, включно з туристичною сферою, швидку відбудову.

Питаннями наукової оцінки туристично-рекреаційної діяльності Волинської області в сучасних умовах, її господарського розвитку займалися багато фахівців різних наукових галузей, як природничих, так і економічних. Зокрема, є праці волинських науковців, які оцінили рівень розвитку туристично-рекреаційної сфери регіону, а також охарактеризували екологічний стан регіону з урахуванням придатності для рекреації та туризму.

Проте цілісної наукової картини щодо можливостей розвитку нових перспективних галузей туристично-розважальної діяльності у Волинській області в кризових та складних політичних та безперервних військових умовах немає.

Мета роботи: обґрунтування пропозицій щодо розроблення та просування інноваційного культурно-пізнавального туру територією Волинської області на ринку країн ЄС.

Завдання дослідження:

- визначити сутність та основні складові культурно-пізнавального туризму;
- провести аналіз ринку культурно-пізнавального туризму України та ЄС;
- охарактеризувати ресурсний потенціал Волинської області для розвитку культурно-пізнавального туризму;
- сформулювати маршрут та програму туру;
- проаналізувати можливості просування культурно-пізнавального туру на ринку країн ЄС;
- вирахувати економічну доцільність туру.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування культурно-пізнавального туру на ринку туристичних послуг.

Предмет дослідження: теоретико-методичні та прикладні засади процесу розроблення культурно-пізнавального туру територією Волинської області та його просування на ринку країн ЄС.

Методи дослідження – індукції, дедукції, аналізу, синтезу, опитування, графічного відображення, узагальнення.

Структура роботи: вступ, два розділи, висновки та список використаних джерел на 17 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 48 сторінок.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Теоретичні основи розвитку культурно-пізнавального туризму

Культурно-пізнавальний туризм – один із видів туризму, основною метою якого є оглядова, а головною ознакою – наповнення подорожі екскурсійною програмою.

У сучасному світі туризм проявляється в різноманітних подіях, взаємозв'язках і відносинах, що зумовлює необхідність класифікації, тобто групування за схожими ознаками на основі конкретних практичних цілей. Відома велика кількість підходів до класифікації туризму, які відрізняються принципами побудови, прикладною діяльністю та розумінням природи туризму.

Рекреаційна діяльність є одним із комплексних видів діяльності людини, спрямованої на зміцнення здоров'я та задоволення духовних потреб під час дозвілля. Дозвіллева активність визначається трьома факторами: дозвіллевими потребами, дозвіллевими ресурсами та наявними фінансовими ресурсами. Всі види рекреаційної діяльності все більше взаємопов'язані, тому важко виділити пізнавальну рекреаційну діяльність, яка не поєднується з лікувальним, активним туризмом і розвагами.

Пізнавальний туризм зустрічається у всіх видах рекреаційної діяльності. Щоб зрозуміти, що таке освітній туризм, варто поглянути на індустрію подорожей і відпочинку з іншої точки зору. Але справа в тому, що крім відпочинку на пляжі, є ще одна категорія людей, які не знаються на туризмі. Звичайно, є й інші відпочиваючі, які не уявляють, як провести відпочинок, для них це марна трата часу. Для них відпочинок – це постійний рух, зміна міст, картини за вікном автомобіля, автобуса чи поїзда. Звичайно, є багато тих, хто не

відноситься ні до першої, ні до другої категорії туристів. Це представники типу «золотої середини».

Туризм можна класифікувати за різними ознаками: мета, транспорт, характер, час і тривалість подорожі, способи розміщення тощо. З погляду туристичних подорожей і класифікації важлива їх мета. Правда, подорожуючи, турист ставить перед собою не одну мету. Однак за індивідуальними потребами виграє один із них.

Основні види туризму за напрямками наведено на рис. 1.1.

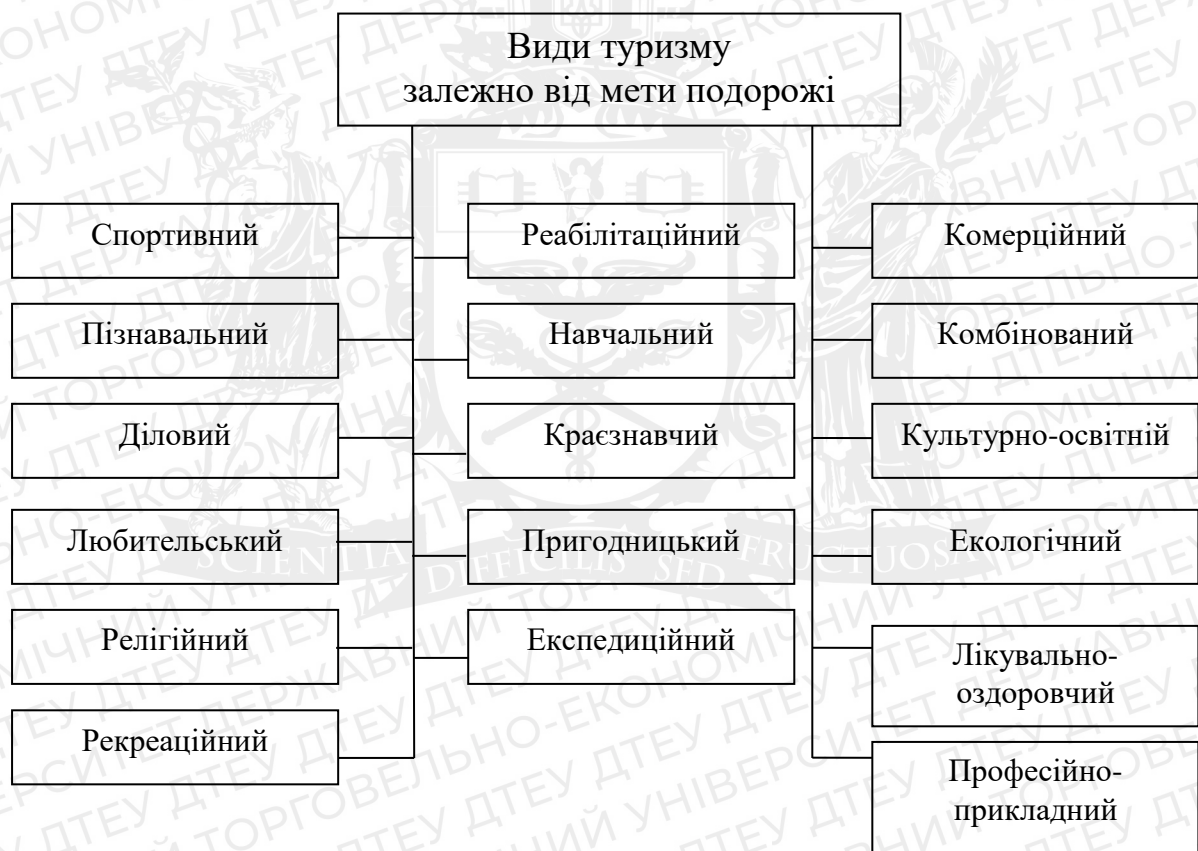


Рис. 1.1. Класифікація видів туризму за метою подорожі

Джерело: [1]

Пізнавальний туризм – це багатопланові туристичні подорожі, прогулянки, основною метою яких є відвідування туристичних центрів, регіонів, місцевих і міжнародних визначних пам'яток. Тури за цією схемою організуються для невеликих груп туристів, яким проводяться екскурсії в різні цікаві місця.

Під час таких подорожей туристи знайомляться з традиціями та побутом місцевих жителів, їх історією, культурою та природними пам'ятками. Слід



зазначити, що елементи пізнавального туризму тією чи іншою мірою присутні у всіх видах туризму.

Пізнавальний туризм не має географічних рамок і обмежень, географія таких відвідувань дуже велика. Туристичні поїздки можуть здійснюватися в державі, де проживає сам мандрівник, і в різних особливих країнах [1].

Сучасні дослідники розглядають феномен пізнавального туризму з різних точок зору. Одні в якості основних завдань ставлять проблеми менеджменту та фінансування культури (з яких перехід до культурного туризму як нової ініціативи в культурному розвитку та реального джерела фінансування), інші автори підходять до пізнавального туризму як до одного з видів туризму, що використовують високий потенціал держави.

Теоретики вказують на всі визначення пізнавального туризму у двох основних напрямках: технічному та концептуальному. Технічний підхід базується на описі ресурсів культурного туризму, регіону, що приваблює потік культурних туристів. Концептуальний підхід, з іншого боку, описує причини, що лежать в основі цього виду туризму, і пояснює бажання людей відвідати культурні напрямки бажанням дізнатися про них щось нове.

Деякі автори також намагаються визначити пізнавальний туризм на основі мотивації самих туристів, а не на описі використовуваних ресурсів. Головний аспект – результат, який отримує турист, тобто нові знання, культурне розуміння.

ЮНЕСКО розглядає такий туризм як особливий вид туризму, який «враховує культуру інших народів». У Хартії культурного туризму Міжнародної ради пам'яток і визначних місць пізнавальний туризм визначається як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавальний або освітній за своєю природою і часто експертний за своєю природою зосереджений на презентації та інтерпретації культури» [2].

Пізнавальний туризм можна визначити як туризм, який створюється, пропонується та споживається як сукупність нових знань і культурного досвіду.

Виходячи з усього вищевикладеного, можна зробити висновок, що першочерговою метою пізнавального туризму є пізнання історії та культури країни в усіх її проявах (архітектура, живопис, музика, театр, фольклор, традиції, звичаї, уклад і побут країни відвідування). Слід зазначити, що цей вид туризму в сучасному суспільстві є приводом для згуртування людей, запобігання конфліктам та нетерпимості, сприяння повазі та толерантності.

Слід зазначити, що освітній туризм переслідує такі цілі:

- знайомство з досягненнями інших країн у техніці, науці чи мистецтві;
- перегляд природних пам'яток, події, ландшафти в інших регіонах або країнах;
- відвідування різноманітних історичних будівель, місць, храмів;
- побачити представників рідкісних рослин і тварин;
- зробити туристичну поїздку екологічно чистими або, навпаки, екологічно чистими речами.

На думку теоретиків, у сучасному суспільстві пізнавальний туризм виконує такі функції:

- культурно-пізнавальну;
- освітню та ін. [3].

Пізнавальний туризм передбачає відвідування історичних, культурних чи географічних об'єктів держави. Туристи, які подорожують з пізнавальною метою, також цікавляться соціально-економічними відносинами країн, які вони відвідують.

Пізнавальний туризм базується на ознайомленні з природними та культурно-історичними ресурсами країни чи регіону, музеями, театрами, побутом і традиціями місцевого населення, а також різноманітними програмами. У деяких випадках пізнавальний туризм може поєднуватися з релігійним або економічним туризмом.

Одним із важливих завдань розвитку видів пізнавального туризму є туристичні маршрути або екологічні маршрути, які розширюють знання туристів про природні процеси та явища місцевості. Друге завдання – навчити екологічної



культури поведінки людини як частини загальнолюдських стосунків і відносин людини з природою. Екомаршрути та дороги є регуляторами потоку туристів, розподіляючи їх у різних напрямках до природоохоронних об'єктів, зменшуючи туристичний тиск на природне середовище [4].

Слід зазначити, що об'єктами туристичного інтересу в контексті пізнавального туризму можуть бути старовинні міста, музеї, пам'ятки рукотворного та природного характеру, визначні місця, міські ландшафти, пам'ятки етнокультури тощо (рис. 1.2).

#### Археологічні

- Городища, кургани, залишки поселень, стоянки, форти, військові табори, заводи тощо.

#### Історичні

- Будинки, споруди, їх комплекси (колекції), окремі поховання та некрополі, визначні місця, пов'язані з історичними подіями, з життям і діяльністю видатних людей, культурою і побутом людей.

#### Монументального мистецтва

- Твори мистецтва, як самостійні (окремі), так і пов'язані з архітектурними, археологічними чи іншими пам'ятками чи створеними ними колекціями.

#### Архітектурні

- Історичні центри, вулиці, квартали, площі, архітектурні ансамблі, залишки давнього планування та забудови, окремі архітектурні споруди тощо.

#### Садово-паркового мистецтва

- Поєднання паркової забудови з природними або рукотворними об'єктами.

#### Ландшафтні

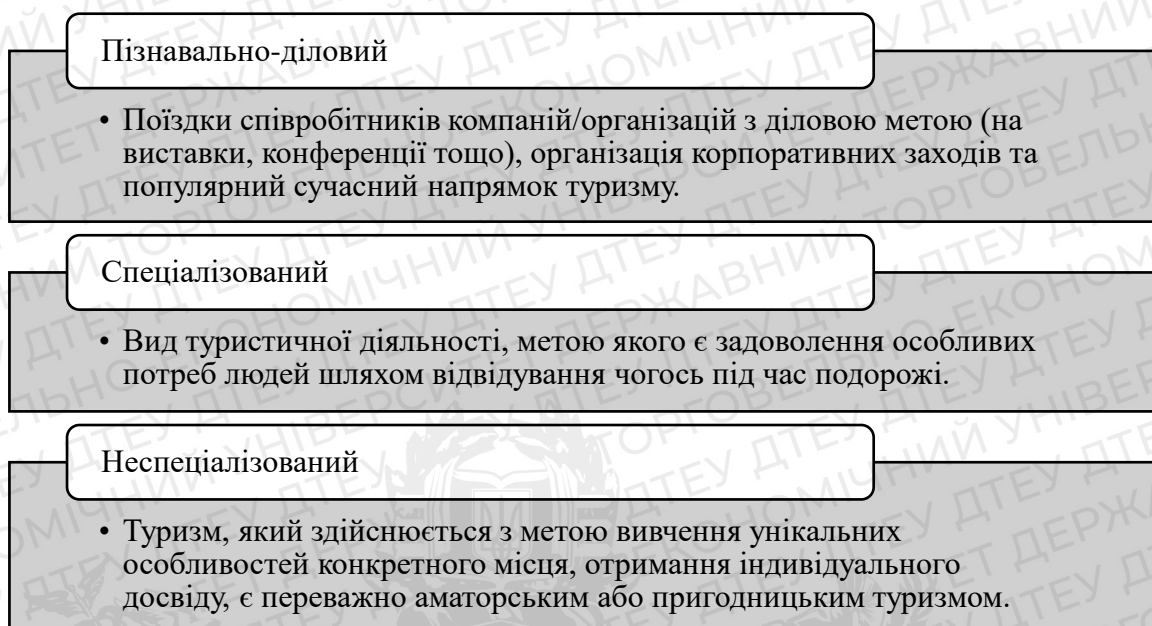
- Природні території, що мають історичну цінність.

Рис. 1.2. Об'єкти пізнавального туризму

Джерело: [8]

В сучасній науковій літературі виділено наступні види пізнавального туризму (рис. 1.3).

Ідентифікація культурно-освітнього туризму як особливого сектору в системі туризму ґрунтується на трьох характеристиках:



*Рис. 1.3. Види пізнавального туризму*

*Джерело: [8]*

1. Характер туристичної діяльності передбачає набуття нового досвіду та розуміння для задоволення культурних потреб. Ця характеристика визначає концептуальну відмінність культурного туризму від інших видів туристичної діяльності.

2. Мотивація туристів, залучених до туризму. Ця характеристика показує тип туристичного інтересу до культурно-пізнавального туризму.

3. Особливості пропозиції – спеціальні туристичні ресурси, задіяні в процесі задоволення потреб у сфері культурно-пізнавального туризму.

Культурно-пізнавальний туризм – як особливий вид діяльності, процес забезпечення ресурсами обслуговування споживачів висуває певні вимоги, оскільки для формування конкретного туристичного продукту необхідно порівнювати різні види ресурсів.

Широке розширення туристичних послуг вимагає інтенсивних досліджень для створення якісно нових і цікавих туристичних пропозицій. Взаємовідносини між туристичними компаніями та закладами культури є основою формування та просування культурно-освітнього туристичного продукту, заклади культури є



носіями, охоронцями та творцями культурної спадщини та культурних надбань кожного окремого регіону; туристичні компанії є посередниками, які просувають культурний продукт до певних категорій споживачів. Туристичні організації надають рекомендації щодо адаптації діяльності закладів культури до вимог туристичного ринку [8].

## 1.2. Діагностика ринку культурно-пізнавального туризму області

Для громадян усього світу культурно-освітній туризм є привабливим безпосереднім спілкуванням, взаємозбагаченням, взаємоповагою через культурну діяльність людей.

Значними культурно-пізнавальними центрами України є міста Кривий Ріг, Мелітополь та Бердянськ. Театральне мистецтво зосереджено в Тернополі, Києві та Харкові.

Центри музичного мистецтва, особливо Рівне, Житомир, Херсон, Одеса та Львів приваблюють туристів. У всі часи Закарпаття славалося декоративно-прикладним мистецтвом.

Україна має великий потенціал для розвитку внутрішнього та міжнародного культурно-пізнавального туризму, який полягає, насамперед, у кількості унікальних пам'яток історії та культури.

Західна Україна входить до п'ятірки найбільш привабливих і популярних туристично-рекреаційних регіонів України. Завдяки складному історичному та багатовіковому співіснуванню багатьох народів і релігій Україна має великий культурний і туристичний потенціал. На державному обліку України перебуває понад 130 тис. пам'яток, з них 57 206 – пам'ятки археології (з них 418 – національного значення); 51364 – історичні пам'ятки; 5926 – пам'ятники; 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафту.

В Україні 61 історико-культурний заповідник, з них 13 мають статус національного. У Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: Софійський собор з

архітектурним ансамблем, Києво-Печерська лавра в місті Києві. Проте до 70% об'єктів культурної спадщини перебувають у незадовільному стані (кожен десятий об'єкт – в аварійному стані) [7].

Культурно-пізнавальний туризм. Україна має значні історико-культурні ресурси, які цікаві як громадянам України, так і іноземцям. Цей вид туризму вважається одним із найперспективніших.

У році У 2007 році фонд Миколи Томенка «Рідне» розпочав кампанію з популяризації «7 чудес України» по всій країні. Для цієї акції були обрані такі пам'ятки історії та культури:

- Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець» (Хмельницька область),
- Києво-Печерська лавра (м. Київ),
- Державний історико-архітектурний заповідник «Хотинська фортеця» (Чернівецька область),
- Національний дендрологічний парк «Софіївка» (Черкаська область),
- Херсонес Таврійський (м. Севастополь),
- Софія Київська (м. Київ),
- Національний заповідник «Хортиця» (Запорізька область) [10].

Отже, основною ланкою розвитку туризму є культурно-пізнавальний туризм. Важливими культурними і танцювальними центрами в Україні є Кривий Ріг, Мелітополь, Бердянськ.

Театральне мистецтво переважає в Києві, Харкові, Тернополі.

Туристів приваблюють музично-мистецькі центри, особливо в Херсоні, Рівному, Житомирі, Одесі та Львові.

Закарпаття завжди було відоме своїм декоративно-прикладним мистецтвом. Україна має велику кількість унікальних історико-культурних пам'яток, а тому має великий потенціал для розвитку внутрішнього та міжнародного культурно-пізнавального туризму.

Західна Україна входить до п'ятірки найбільш привабливих і популярних туристично-розважальних напрямків України. Враховуючи складне історичне та



міжкультурне співіснування багатьох етносів і релігій, Україна має великий культурний і туристичний потенціал [4].

### **1.3. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму області**

Волинська область має значний природно-рекреаційний та культурно-історичний потенціал, що є передумовою для успішного функціонування індустрії туризму та розваг.

Фізико-географічне розташування Волинської області дуже вигідне. Область – регіон із відносно захищеними природно-геологічними комплексами (геосистемами). Основними фізико-географічними особливостями ландшафту Волинського Полісся є вапняк, рівнинність, значний розвиток льодовикових форм рельєфу, карст, високий рівень ґрунтових вод, значні показники наявності річкової мережі та озер, повені.

За природними умовами область поділяється на три зони: північнополіську, південнополіську та лісостепову. На території Волинської області чітко виділяються два типи ландшафтів – поліцейський та лісостеповий. Для ландшафту лісу характерні великі ліси, заболочені території, родючі ґрунти, численні заплави та карстові озера. Лісостепові ландшафти характеризуються долинно-долинним рельєфом, променевими бриловими та карстовими утвореннями в поєднанні з малогумусними чорноземами та сірими опідзоленими ґрунтами. Лісові рослини займають 20% території зони.

Значний рекреаційний потенціал області мають лісові ресурси. Ліси Волинської області багаті на гриби, ягоди та лікарські рослини, а їх збір вважається одним із найпривабливіших та найкорисніших видів відпочинку, особливо серед мешканців міст. Ягідники та грибні ферми зосереджені переважно в поліських районах області.

За характеристикою рослинного покриву це рівнина, вкрита сосновими, березовими, ялиновими, чорновільховими та мішаними лісами, широкі болота та луки між річками.

Лісові форми Волинського Полісся – це переважно бори, субори, сугуруди

та каштани. Соснові ліси є одними з найпоширеніших. За вологістю, тропністю та флористичним складом їх поділяють на лишайникові, зеленомохові, сфагнові.

Волинська область багата на поверхневі води: річки, озера, ставки. Гідрографічна мережа області представлена двома великими річковими басейнами: Прип'яті та Західного Бугу. Річки області в основному басейну Прип'яті. Річка Прип'ять – найбільша річка області, поряд з притоками Тур'я, Стохід, Стир. По західній межі області протікає р. Західний Буг з притокою р. Луга. Течуть по території області переважно з півдня на північ. Більшість річок несудноплавні через малу глибину [6].

Найвідомішим містом Волинської області є Луцьк. Замок Любарта з Музеєм дзвонів, собор Святих Петра і Павла, Свято-Троїцький собор, старовинна синагога та найвища будівля у світі – головні туристичні місця на Волині.

Серед історичних населених пунктів Волині також Берестечко, Володимир-Волинський, Ковель, Олика, Шацьк.

У всіх є на що подивитися. Наприклад, Володимир-Волинський тріумфе оборонними спорудами часів Київської Русі. В Олиці варто відзначити замок Радзивілів – заможного роду з Литовського князівства. У місті Берестечко знаходяться церква Святої Трійці та церква Святої Теклі 17 століття. А у Ковелі – дерев'яна церква Успіння Святої Анни, парк Лесі Українки та меморіальний музей-садиба.

«Будинок з химерою» належить волинському скульптору Миколі Головіну. Будівля настільки унікальна, що їй присвоєно звання пам'ятки архітектури. Стіни, стеля і подвір'я прикрашені десятками різьблення в різних стилях. Вхід увінчаний барельєфом із зображенням усіх членів родини скульптора.

Національний парк об'єднує кілька заповідників, територія яких складається з піщаних дюн, заболочених водойм, чистих озер і густих лісів. Річки тут переплітаються дивовижними лабіринтами, що створює ідеальні умови для каякінгу.



Колись замок Радзивіллів був резиденцією заможної родини Великого князівства Литовського. За переказами, золото родини досі зберігається десь у його стінах. Нині будівля використовується як психіатрична лікарня, але частина території відкрита для відвідувачів.

Відпочинок на Волині в першу чергу асоціюється з Шацьким парком. Це місце славиться унікальним комплексом озер, найвідомішим з яких є Світязь. Влітку сюди приїжджають купатися, а восени – по гриби та рибу.

Історичне місце на Святих горах неподалік Володимира-Волинського. Монастир був заснований у 1001 році князем Володимиром. Комплекс складається з оборонних мурів з вежами, церкви Богородиці та підземної церкви Св. Варлаама. Головною святинєю є чудотворна ікона Божої Матері.

Це місце також відоме як «козацьке кладовище». Мальовнича природа тут переплітається з трагічною історією. В околицях є музей, собор Святого Юра та стара дерев'яна церква. Під землею ці мавзолеї з'єднані переходом, що веде до могили з останками козаків.

Ще одна волинська перлина, яка підходить як для активного відпочинку, так і для відпочинку. Територія парку поділена на безліч заказників, найцікавішим з яких є «Зубр». У парку прокладені туристичні маршрути, можна покататися на конях, збирати гриби, відпочити на березі річки або покататися на човні [9].

У місті також є своя «Велика китайська стіна» і справжня приміська лінія, захована між житловими районами. Перший – найвищий житловий будинок у світі, розташований на вулиці Соборності та Молоді: має 88 під'їздів, пов'язаних із 38 адресами, а довжина осі – понад 3 кілометри. У 1980-х роках на цій дорозі встановили пам'ятник радянській цивільній авіації на честь літака Іл-18Б.

Довжина транспортного засобу становить 35,9 метра, а висота трохи більше 10 метрів. Колись тут був дитячий кінотеатр, потім кафе, а сьогодні він зачинений, а місце під флігелем використовується як тимчасова стоянка.

Звичайно, особливої уваги заслуговує Жидичинський монастир, який, згідно з Іпатіївським літописом, згадується на початку XII століття і був місцем,

куди приходив молитися князь Данило Галицький. Але до наших днів зберігся лише комплекс, побудований на дерев'яному місці в XVII столітті – це Миколаївська церква з дзвіницею, архіерейський будинок, корпус семінарії. Також неподалік обласного центру, в селі Рокині, знаходиться справжнє волинське село XIX століття, де можна не лише познайомитися з давніми традиціями, а й повінчатися у старовинній каплиці.

Оліка – це одне з найкрасивіших міст Волинської області. Хоча розміри не вражають, кількість історичних пам'яток на 1 квадратний метр робить Олику чи не найпривабливішим місцем регіону. Воно розташоване за 40 кілометрів від обласного центру в напрямку Рівного, а вперше згадується у XII столітті. Вже в 16 столітті місто отримало власне магдебурзьке право, і відтоді воно стало домом для знатного роду Радзивілів, які проживали тут до 1939 року, коли радянська влада заарештувала останнього представника роду Януша Францішека. Після цього місто почало занепадати і стало селищем міського типу.

Про минулу велич Олики сьогодні нагадують палац Радзивілів і Троїцька церква, яка була вперше побудована в XVI столітті і потім кілька разів перебудовувалася, яка вважається найкрасивішою на Волині, старовинна церква Петра і Павла (XV ст.), прикрашена трикутним порталом, барокова Стрітнська церква (XVII ст.).

Можливо, це найпопулярніше місце літнього відпочинку серед жителів Правобережної України. Шацький національний природний парк, включений до списку біосферних резерватів ЮНЕСКО, налічує понад 30 озер, що розкинулися між лісами між Прип'яттю та Західним Бугом, а їх загальна площа становить близько 70 квадратних метрів.

Найбільшим, найглибшим (не лише на Волині, в Україні та й по всій території) та найвідомішим озером Шацького природного комплексу є озеро Світязь – його площа становить 27,5 квадратних метрів, а максимальна глибина понад 58,6 метрів. Також вражають розмірами Пулемецьке, Люцимер та Кримне.

Зараз в районі Шацьких озер активно будуються нові бази відпочинку та резиденції, тому цілини поступово зникають. А ця місцевість славиться багатим



рослинним світом, гніздами рідкісних птахів, красивими краєвидами та цікавими природними матеріалами. І незважаючи на це, тут все одно можна знайти куточок для розваг: як активних на воді, так і велосипедних або піших прогулянок.

Ковель – друге за чисельністю населення місто Волинської області. Нині це найбільший промисловий центр регіону, але в культурному плані є що сказати та показати. Точної інформації про те, коли на цьому місці було засноване поселення, немає, але відомо, що в 1518 році село стало містом і було надано магдебурзьке право. У зв'язку з такою багаторічною історією нинішній Ковель може похвалитися кількома пам'ятками архітектури, серед яких на особливу увагу заслуговує центральна частина та обряди, найдавнішою з яких є Охоронська церква, якій понад 500 років.

Чудова українська поетеса Леся Українка народилася на Волині і багато писала про цей край, тому тут багато місць, які носять її ім'я або пов'язані з нею. Але зупинимося на трьох основних.

Перший – музей Лесі Українки, що знаходиться в Колодязях під Ковелем і має безпосередній зв'язок з поетесою. Зокрема, його відкрили на території родини Косачів, і тут майбутня письменниця почала писати не лише своє дитинство та юність, а й свої перші твори, яких буде близько 80-ти.

Ще один музей Лесі Українки діє в Ковельському районі, в урочищі Нечимне. Цікаво, що в цій місцевості митець провів ціле літо і згодом описав її у «Лісовій пісні». Тож на території закладу можна побачити криницю дядька Лева та галерею дерев'яних скульптур.

Третій музей знаходиться на вулиці Драгоманова у Луцьку, хоча сама Леся жила тут лише кілька місяців, натомість у цьому будинку працював її батько Петро Косач. Виставка «Дерев'яна кімната» демонструється на всій території, а також біля входу у вікторіанському стилі та головного двору [11].

## РОЗДІЛ 2

# ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

### 2.1. Розроблення маршруту та програми туру

До розгляду пропонується дводенний тур «Перлина Волині» («Volyn pearls») (дод. А).

Тур розрахований на два дні.

1 день: Журавники (відвідання храму св. Дмитра) – Рокині (відвідання Музею історії сільського господарства Волині) – Голоби (обід) – Ковель (екскурсія містом, відвідування храмів) – Любомиль (екскурсія містом, відвідування храмів та руїни замку Браницьких, вечеря)– Машів (готель «Машівський Бір»).

2 день: Шацьк (відвідання музею флори і фауни, відпочинок та купання в озерах, вільний час, обід) – Низкиничі (огляд монастиря) – Старий Порицьк (дегустація сиру).

В Журавниках Волинської області знаходиться православна церква Святого Дмитра. Храм є головною історико-архітектурною пам'яткою села. Храм не схожий на звичайну сільську церкву. Це великий, просторий собор, зовнішнє та внутрішнє оздоблення якого вражає. Церква збудована на трасі «Луцьк – Львів», і, проїжджаючи повз, варто зупинитися, щоб познайомитися з красою та величчю архітектури.

На місці, де була побудована Дмитрівська церква, була Аннозачатіївська церква. Дерев'яний храм був уже старим і потребував термінового ремонту. Тому її вирішили знести, а на цьому місці побудувати нову з цегли. Наприкінці XIX століття на території села Журавники, яке тоді називалося Дружополем, проживав італійський поміщик граф Рафаеле де Бозаліні з дружиною Катріною. У сусідньому селі Брені граф вже побудував церкву Святої Покрови та власний палац. На початку XX століття він вирішив побудувати церкву в Журавниках.



У 1905 році Дмитрівська церква вперше відчинила двері для богослужінь. Роки війни, революції, атеїстичні гоніння майже не пошкодили храму. У 2005 році храм відзначив сторіччя. Роботи з реконструкції також проводилися за кошти, зібрані місцевою громадою. Особливості архітектури Дмитрівська церква була побудована з червоної цегли.

У церкві є різні розписи та дерев'яні ікони 20 століття. Цікавим фактом є те, що церква названа на честь християнського святого великомученика Димитрія Солунського, відомого також як Димитрій Миротох. Його жорстоко поранили за віру. Святий Димитрій зображений у вигляді римського воїна зі списом. Донині в католицькій, греко-католицькій і православній церквах існує день пам'яті святого Димитрія [12].

Рокинівський музей історії сільського господарства (рис. 2.1) на Волині відкрито у 1979 році.



*Рис. 2.1. Рокинівський музей історії сільського господарства*

*Джерело: [12]*



Його засновник і незмінний керівник Олександр Миколайович Середюк – відомий історик, краєзнавець і публіцист. Протягом багатьох років він збирав стародавні реліквії, які стали особливим надбанням. Його руками створено справжній сучасний музей. Усі експонати зібрані власними руками та організаційними зусиллями та численними пішохідними туристами та краєзнавчими поїздками та розкопками, мандрівками та подорожами, зустрічами зі старожилами краю. Експозиція у 8 залах музею розповідає про історію волинського села, розвиток сільського господарства Волині в різні періоди, природу та екологію краю. Частина виставки розповідає про історію Української держави.

З 1989 року на території Рокинівського парку було розпочато роботу по створенню експозиції під відкритим небом, на якій представлені види стародавніх жител, хат та побутових дерев'яних споруд: вітряк, двокімнатна хата, комора, сарай, ванна, льох, порохня (1875), склад та ін.

Рокинівський музей просто неба пропонує відвідувачам широкий спектр музейних послуг. Це звичайно ж огляд виставок, екскурсії, катання на конях. Тут можна спробувати старовинні знаряддя праці, скуштувати українську національну кухню, козацьку вечерю в курній хаті, переночувати на запашному сіні, скупатися у ставку.

На базі музею створено школу «Козацька варта», навчання ведеться за програмою психологічної підготовки воїнів Запорізької Січі.

Рокинівський музей історії сільського господарства Волині – скансен – популярне місце відпочинку волинян та гостей області. Музей розташований у селі Рохни, що за 12 кілометрів від Луцька.

Село Голоби розташоване на трасі Луцьк-Ковель, за 46 кілометрів від Луцька і за 28 від Ковеля.

Цікаві місця в селі Голоби:

1. Церква Георгія Змієборця.
2. Статуї святих на колишній ринковій площі.
3. Брама садиби Вільгів перероблена у церкву.



#### 4. Костьол святого Михайла. Свято-Михайлівська церква.

На Google Maps є вказівник – садиба Вільгів (рис. 2.2). За цим знаком туристи потраплять до напівзруйнованого двоповерхового будинку без вікон і дверей. І всі думають, що це колишній палац Вільгіса. Але це не так – руїни радянської будівлі, побудованої на фундаменті Вільгієвського концертного залу. Але палац, збудований у XVIII столітті, згорів у середині XIX століття, і після цього не відновлювався.



*Рис. 2.2. Садиба Вільгів*

*Джерело: [12]*

Взагалі від садиби Вільгів залишилися тільки брама, але вони були настільки великими, що в них змогли побудувати церкву.

Розташований у Волинській області Ковель – місто зі справді давньою історією, адже перші тутешні поселення почали виникати ще в середині III тис. до н.е.

На державному рівні це невеличке селище є осередком таланту, який надихає Лесю Українку, Тараса Шевченка, Івана Франка, Пантелеймона Куліша та інших видатних особистостей.



Ковель вважається серцем Волині. Працю залізничників відзначають дві пам'ятки – потяг на привокзальній площі та сама будівля вокзалу, яка зведена за проектом Вербицького.

У місті є особлива дерев'яна церква Св. Ганни (рис. 2.3), яка була написана в 1771 році. Характерна для мурованих церков форма храму – двовежова, що вирізняє цю споруду серед інших. Ще одна визначна архітектурна та історична пам'ятка – колишня аптека Фредеріксона, побудована в 19 столітті. Будівлі міської поліклініки та Промінвестбанку, що збереглися з початку 20 століття, є прикладами національного модерну.



*Рис. 2.3. Дерев'яна церква Св. Ганни*

*Джерело: [12]*

Поціновувачі літературної спадщини Шевченка можуть відвідати пам'ятник Кобзареві на березі річки Турія. Ця велична статуя є найвищою з усіх у світі.



Місто Любомль (рис. 2.4) – одне з найбільших міст Волинської області, розташоване на південному заході Полісся. Це практично прикордонне місто розташоване на березі річки Рось. Місто розташоване на півдорозі між Володимир-Волинським (або Ковельським) і Шацьким озерами.



*Рис. 2.4. Місто Любомль*

*Джерело: [12]*

У письмових джерелах поселення вперше згадується у 1287 році, згідно з Іпатіївським літописом, сюди переселився князь Володимир Василькович, бо не хотів зустрічатися з татарами та ханом Ногаєм. Князь любив відпочивати в цій місцевості, часто приїжджав на полювання і перетворив Любомль на одну зі своїх резиденцій, де приймав послів і працював своєю канцелярією. За народними переказами, князь Володимир Василькович, на честь якого названо



місто, одного разу вигукнув: «Мені тут подобається!». Він сказав. За його правління місто стало відомим ремісничим центром, крім того, тут зосереджувалися найбільші тогочасні богослужбові книги.

Незважаючи на багато років і війни, в місті збереглися старовинні пам'ятки сакральної архітектури, серед них – Любомльська церква Святої Трійці (рис. 2.5) (1412 р.) і Георгіївський собор (XIII ст.).



*Рис. 2.5. Любомльська церква Святої Трійці*

*Джерело: [12]*

У центрі цього міста зібралися разом різні епохи, культури та релігії, де мирно жили православні, католики та євреї. На центральній площі вже є сучасні пам'ятники та статуї, серед яких місце займає комплекс «Борцям за незалежність України», до цієї композиції входить образ Матері Божої, яка охороняє тризуб, герб.

В пам'ять про матір і дитину в місті встановлено погруддя князя Володимира Васильковича, три пам'ятники актрисі театру і кіно Наталії Ужві, стелу загиблим воїнам-інтернаціоналістам, пам'ятник загиблим міліціонерам і знак 2000-річчя від Різдва Христового



Сьогодні унікальна колекція з 24 озер входить до складу Шацького національного природного парку і є популярним місцем відпочинку тисяч туристів. Найбільше озеро Світязь входить до семи природних чудес України. Цілюще повітря, величні ліси, піщані пляжі та срібні води занурюють у природні відтінки. Перебування тут допоможе забути про втому та повсякденні турботи.

Органічний сир, йогурт, кефір, вершкове масло, сметана та якісне молоко – багато хто не сумнівається, що ці продукти, які відповідають вимогам Євросоюзу, легко купити в супермаркеті, але виробляються вони на невеликому сімейному підприємстві. Село на Волині, яке дало назву бренду «Старий Порицьк» [12].

## **2.2. Заходи та інструменти просування культурно-пізнавального туру на ринку країн ЄС**

Просування туризму означає спробу заохотити реальних і потенційних клієнтів подорожувати за допомогою поширення інформації. Просування є одним з найефективніших елементів комплексу маркетингу, який використовується в маркетингу туристичного продукту. Відповідно до загального маркетингового плану завдання просування полягають у визначенні цільової групи, для якої буде здійснюватися просування, визначенні запланованої ефективної реклами, підтримки продажів і програм зв'язків з громадськістю та виборі найкращих методів. Його слід використовувати для моніторингу та оцінки процесу просування.

Наступні типи просування допомагають змінити поведінку споживача на етапах процесу купівлі:

По-перше, інформативні акції найбільш ефективні на ранніх етапах процесу купівлі, таких як увага та розуміння.

По-друге, рекламні акції добре працюють на середніх етапах процесу купівлі, щоб допомогти визначити мислення, наміри та покупку. Нарешті, після першого відвідування або послуги діють акції з нагадуваннями.

Просування будь-якого місця призначення відіграє важливу роль і допомагає змінити поведінку туриста, гарантуючи, що повторний відвідувач купує той самий продукт замість того, щоб йти до іншого місця призначення.

Просування туризму має на меті привернути увагу туристів, змінити поведінку існуючих клієнтів і вплинути на їх відвідування місця призначення.

Кожна країна призначення повинна визначити потреби та прийняти необхідні рекламні стратегії для підвищення інтересу потенційних туристів. Особам, які приймають рішення, важливо розуміти, як клієнти отримують доступ до інформації, особливо щодо послуг і продуктів, пов'язаних з туризмом.

Дослідження довели, що туристична інформація є важливим елементом створення позитивного іміджу про місце призначення та процес прийняття рішень туристами. Інформація про певний напрямок, яка найбільше затребувана туристами, вважається важливим засобом просування для туристичної галузі. Маркетинг напрямків – це визначення того, що туристи хотіли б побачити, і для залучення туристів можна використовувати різноманітні методи. Як правило, потенційні туристи хочуть знати заздалегідь про продукти, послуги та зручності в пункті призначення. Використання різних форм рекламної діяльності може спонукати організацію до проведення різних рекламних заходів, щоб передати повідомлення потенційним туристам і вплинути на те, щоб вони відвідали пункт призначення.

Види просування туру на ринку ЄС:

- обговорення з торговими представниками;
- розповсюдження рекламних брошур серед фізичних осіб, туристичних операторів та туристичних агентств;
- поширення туристичної інформації в ЗМІ ЄС та туристичній індустрії ЄС;
- участь у великих туристичних ярмарках (загальних і спеціалізованих), що проводяться в країні та за кордоном.
- участь у туристичних шоу, конференціях, семінарах, з'їздах;
- організація ознайомчих поїздок для туристичних агентів і журналістів.



Подорожі є прямим і ефективним рекламним інструментом для показу визначних пам'яток з перших рук і для продажу місця призначення на місці. Це організовані поїздки, спрямовані на те, щоб зробити місце призначення відомим впливовим людям, щоб вони могли сприяти його просуванню та маркетингу [17].

Сьогодні мандрівникам більше не потрібно покладатися на рекомендації друзів і родини, щоб знайти ідеальний туристичний пакет. Їм також не потрібно покладатися на те, щоб турагент забронював для них тур. У них є багато варіантів на вибір і багато технологічних інструментів (наприклад, Google), які допоможуть вам визначити та забронювати ідеальну подорож.

Крім того, мандрівники можуть купувати раптово, але вони можуть витратити багато часу між рішенням про подорож і бронюванням туристичного пакету. Фактично, згідно з Think with Google, мандрівник може взаємодіяти з понад сотнею брендів під час дослідження своєї подорожі.

Методи просування візиту;

- провідна в Європі система бронювання з використанням Regiondo, створена для полегшення туристичного бізнесу.
- для ефективного просування та продажу турпакетів вам потрібно створити чудовий турпакет, який би сподобався цільовій аудиторії. Чудовий туристичний пакет є основою стратегії просування та продажу: вам потрібен хороший продукт, який може продавати себе;
- співпраця з іноземними туристичними інфлюенсерами.

Розробляючи будь-який туристичний пакет, перше, що вам потрібно зробити, це з'ясувати, наскільки конкурентним є ринок.

Туристичні підприємства-конкуренти, що функціонують на ринку пізнавального туризму Волині представлено на рис. 2.6.

Переваги сформованого туру перед конкурентами:

1. чітка орієнтація на цільову аудиторію;
2. прийнятна ціна;
3. просування на ринку України та ЄС за допомогою сучасних методів та соціальних мереж.

Туристична агенція "Волинь travel".  
Переваги: досвід роботи на ринку більше 10 років. Недоліки: відсутність сучасних методів просування турів на ринку.

CORAL TRAVEL. Переваги: є сильним гравцем на ринку України, має стійкі конкурентні переваги.  
Недоліки: вища ціна на тури, у порівнянні з місцевими турагентами.

Aloe Travel. Переваги: Новий гравець на ринку, який працює з ентузіазмом. Недоліки: відсутність досвіду, відсутність офіційного сайту.

*Рис. 2.6. Туристичні підприємства-конкуренти, що функціонують на ринку пізнавального туризму Волині*

*Джерело: сформовано автором*

Друге, що потрібно зробити, розробляючи будь-який туристичний пакет, це з'ясувати, кому ви продаєте.

Цільова аудиторія туру представлена на рис. 2.7.

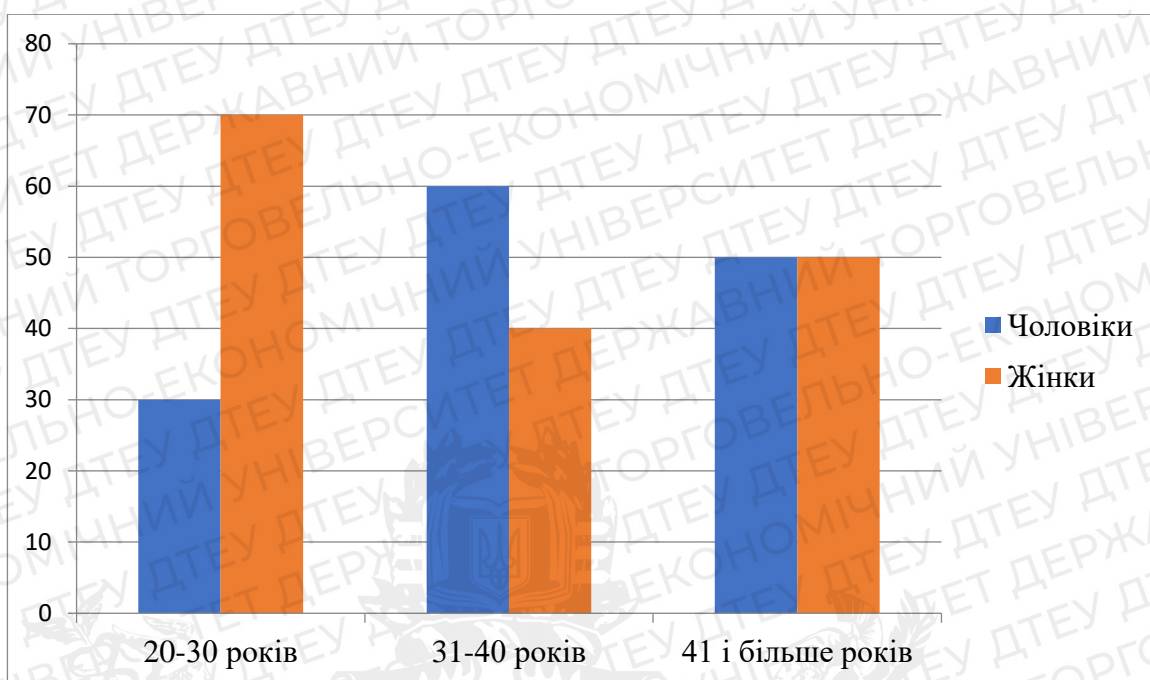
Цільова аудиторія туру до Волині на ринку ЄС представлена чоловіками та жінками від 20 років.

Для кожної групи цільової аудиторії важливо використовувати визначені інструменти.

Основним для всіх груп є створення веб-сайту, де можна пропонувати визначений та інші тури.

Будь-який користувач, який прокручує сайт, соціальні мережі або будь-де, де є інформація, що стосується вашого туристичного пакету, повинен мати можливість швидко зрозуміти унікальну перевагу.





*Рис. 2.7. Цільова аудиторія туру*

*Джерело: [15]*

Можливим варіантом просування є також YouTube. Розміщуючи чудові відеоролики, щодо природи та краси туру, на YouTube, можна залучити більшу аудиторію. Мандрівникам цікаво, які враження їм пропонують, тож, це можна зробити розмістивши власний туристичний канал на YouTube.

Можна публікувати інформативні відео про різні екскурсії та заходи, або путівники, які розповідають, що робити в певному місці. Обов'язково встановіть посилання на веб-сайт і будь-які облікові записи в соціальних мережах, щоб зацікавити або зацікавити глядача.

Є кілька причин, чому соціальні медіа є ключовими для будь-якої маркетингової стратегії туризму. Перший полягає в тому, що зараз соціальними мережами користуються близько 3 мільярдів людей – фактично всі глядачі та ін.

Як згадувалося раніше, сьогодні мандрівники шукають туристичні напрямки та тури в Інтернеті. Вони також покладаються на відгуки, зібрані на соціальних туристичних сайтах, як-от TripAdvisor, особливо від експертів.

Інфлюенсери подорожей – це люди, які можуть використовувати свій вплив у соціальних мережах для просування напрямків, заходів і бізнесу. Вони

співпрацюють із брендами, щоб перевірити їхню продукцію або поділитися загальним враженням від продукту, намагаючись зацікавити свою аудиторію цим брендом. Бренди наймають людей, які впливають на подорожі, щоб привернути увагу або збільшити продажі певних продуктів.

Можна найняти туристичного професіонала для просування вашого турпакета.

Однак перш ніж вирішите співпрацювати з інфлюенсером, пам'ятайте, що зовнішність може бути оманливою. Наявність великої кількості підписників або веб-трафіку не робить людину впливовою.

Потрібні деякі дослідження, щоб визначити відповідного впливового фактора для вашого бренду. Ідея відповідає повідомленню та бренду [15].

### **2.3. Економічне обґрунтування туру**

Ефективність туристичного туру визначається як співвідношення витрат, спрямованих на загальний результат діяльності, та їх якісних результатів. Ефективність відображає рівень досягнення поставлених цілей, тому всі туристичні організації прагнуть максимізувати результати в умовах ринку.

Підвищення ефективності туристичного бізнесу передбачає збільшення економічних результатів за кожною одиницею витрат у процесі використання ресурсів. Це зумовлює необхідність розробки інтегрованих підходів до вимірювання витрат і результатів з метою вибору та впровадження надійних і ефективних рішень на всіх рівнях управління туристичним бізнесом, що перетворює економічну ефективність із рутинної господарської практики на важливу необхідність. Такий підхід призвів до створення класифікації ефективності. Далі описані найбільш традиційні ознаки та класифікація ефективності.

Більшість туристичних організацій при оцінці ефективності свого бізнесу використовують показники, що відображають зміст того чи іншого елемента результативності. Ця функція дозволяє комплексно оцінити ефективність



бізнесу, дуже проста у використанні та має високу надійність. За змістом елементів ефективність поділяється на організаційну, економічну, соціальну, технологічну, психологічну, правову, екологічну, етичну та політичну.

Організаційна ефективність туристичного бізнесу – це досягнення організаційних цілей у короткий термін і (або) з меншими витратами, ніж очіувалося. Організаційні цілі дають змогу забезпечити належну якість обслуговування, реалізувати потреби працівників організації в роботі.

Економічна ефективність туристичного бізнесу потребує визначення змісту понять «економічна ефективність» та «економічний ефект». Економічний ефект є абсолютним результатом туристичного бізнесу. Одного і того ж результату можна досягти різними способами, різними витратами. Навпаки, однакові витрати можуть мати різні результати. Тому необхідно порівнювати результати з витратами. Порівняння результатів і витрат є основою для визначення економічної ефективності. Таким чином, економічна ефективність – це відносна величина, яка розраховується як відношення однієї абсолютної величини (кількості) до іншої (вартості).

Соціальна ефективність туристичного бізнесу – це факт досягнення поставлених соціальних цілей за короткий термін і (або) менші фінансові витрати від очіуваних. Соціальні цілі розуміють потреби працівників туристичної організації в інформації, знаннях, творчості, самовираженні, спілкуванні та розвагах.

Юридична ефективність туристичного бізнесу оцінюється досягненням правових цілей організації та її співробітників за короткий проміжок часу, з меншою кількістю працівників або меншими фінансовими витратами, ніж очіувалося.

Екологічна та етична ефективність туристичного бізнесу можлива, коли екологічні та етичні цілі організації та її працівників досягаються за короткий час порівняно із запланованим, з меншою кількістю працівників або меншими фінансовими витратами [13].

Економічна доцільність туру полягає в тому, яку вигоду від його реалізації можна отримати.

Аналіз ринку детально розглядає поточну та очікувану конкуренцію за запропонований проект. Він розглядає будь-які додаткові розробки, такі як можливості відпочинку поблизу (наприклад, гра, купання, риболовля).

Необхідно враховувати вплив можливого майбутнього перетворення навколишніх ландшафтів через вирубку лісу, розробку корисних копалин або диверсифікацію сільського господарства. У містах слід пам'ятати про потенційний вплив комерційних і промислових забудов поблизу. Аналіз ринку також допоможе визначити, чи підходить запропонований масштаб проекту на основі ринкового попиту та вподобань споживачів, виявлених у дослідженні.

На рис. 2.2 представлено дослідження щодо доцільності реалізації запропонованого туру для користувачів туристичних послуг в ЄС.

Дослідження проведено за допомогою опитування в Instagram, в якому прийняли участь 109 осіб – жителів ЄС.

85 осіб придбали б туристичний тур в Україні, 24 особи – ні.

Фінансовий аналіз зазвичай відбуватиметься таким чином:

Капітальні витрати.

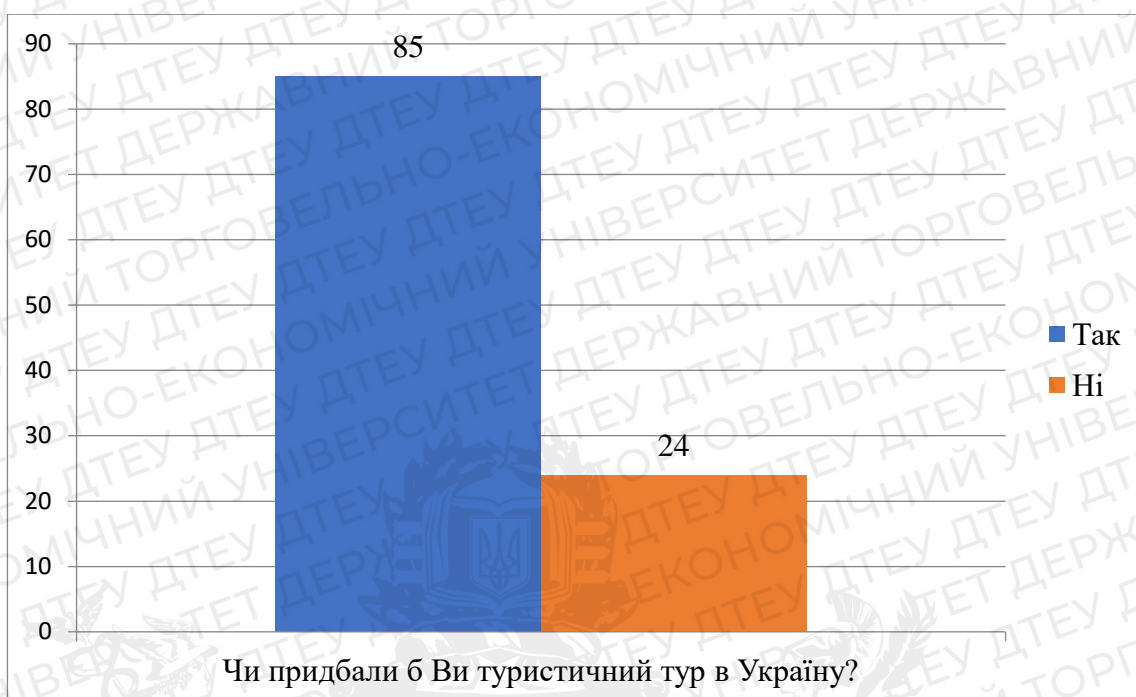
На основі інформації, отриманої про ринок і попередньої роботи з визначення фізичних характеристик проекту, варто оцінити загальні капітальні витрати на розробку.

Основні витрати:

1. Наймання та навчання персоналу – 28000 грн.;
2. Юридичні та професійні послуги, необхідні для відкриття – 1400 грн.;
3. Витрати на маркетинг і старт – 55000 грн.

Далі варто визначити, як буде фінансуватися тур.





*Рис. 2.8. Дослідження щодо доцільності реалізації запропонованого туру для користувачів туристичних послуг в ЄС*  
*Джерело: сформовано автором*

Це включатиме власний капітал, грошові інвестиції від інших акціонерів або партнерів, позики від банків, кредитних спілок та інших звичайних кредиторів, а також допомогу, яка іноді доступна через організації економічного розвитку.

Фінансування має покривати всі визначені витрати [16].

Фінансування планується проводити за допомогою власних коштів в розмірі 84000 грн.

Очікувана собівартість туру складається з наступних витрат (на 1 особу):

1. витрати на гіда – 400 грн.;
2. витрати на транспорт – 300 грн.;
3. витрати на харчування – 300 грн.;
4. витрати на проживання – 850 грн.;
5. інші витрати – 250 грн.

Очікувана собівартість туру 2100 грн.

Прибуток туроператора – 30 %, вартість туру на 1 особу становить 2730грн.

На рис. 2.9. представлено очікувану кількість туристів за туром.

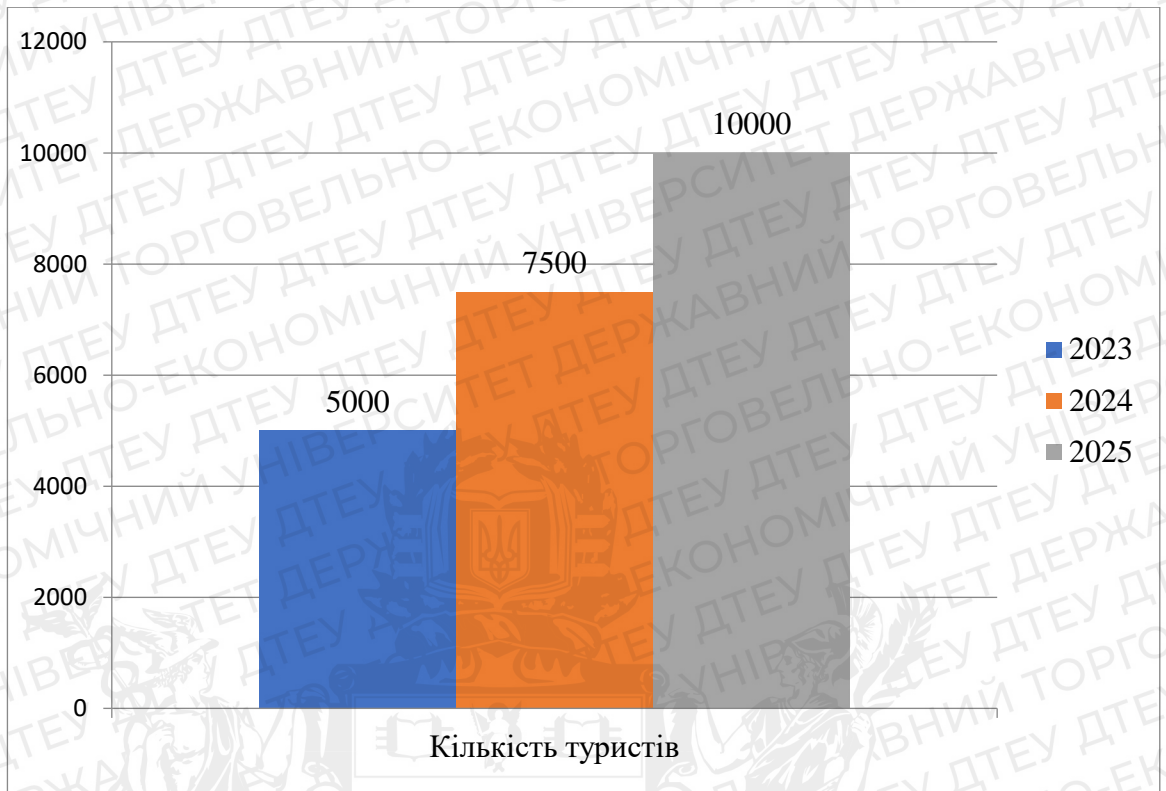


Рис. 2.9. Планова кількість туристів за туром

Джерело: сформовано автором

Отже, якщо розрахувати ймовірний надходжень від продажів туру, то можна визначити, наскільки економічно ефективним він буде:

$$1 \text{ рік} = 5000 * 630 = 3150000 \text{ грн.}$$

$$2 \text{ рік} = 7500 * 630 = 4725000 \text{ грн.}$$

$$3 \text{ рік} = 10000 * 630 = 6300000 \text{ грн.}$$

Кількість інвестицій, потрібних на перший рік становить 84400 грн.

Отримані дані показують, що запропонований тур є економічно доцільним.



## ВИСНОВКИ

Культурно-пізнавальний туризм – один із видів туризму, основною метою якого є оглядова діяльність, а головною ознакою – наповнення подорожі екскурсійною програмою.

Туризм можна класифікувати за різними ознаками: мета, транспорт, характер, час і тривалість подорожі, способи розміщення тощо. З погляду туристичних подорожей і класифікації важлива їх мета. Однак, подорожуючи, турист ставить перед собою не одну мету. При цьому за індивідуальними потребами переважає одна із них.

Пізнавальний туризм – це багатопланові туристичні подорожі, прогулянки, основною метою яких є відвідування туристичних центрів, регіонів, місцевих і міжнародних визначних пам'яток. Тури за цією схемою організуються для невеликих груп туристів, яким проводяться екскурсії в різні цікаві місця.

Сучасні дослідники розглядають феномен пізнавального туризму з різних точок зору. Одні в якості основних завдань ставлять проблеми менеджменту та фінансування культури (з яких перехід до культурного туризму як нової ініціативи в культурному розвитку та реального джерела фінансування), інші автори підходять до пізнавального туризму як до одного з видів туризму, що використовують високий потенціал держави.

Значними культурно-пізнавальними центрами України в умовах війни і повоєнного періоду є міста Кривий Ріг, Мелітополь та Бердянськ. Театральне мистецтво зосереджено в Тернополі, Києві та Харкові, Львові та Одесі.

Центри музичного мистецтва, особливо Рівне, Житомир, Херсон, Одеса та Львів приваблюють туристів. У всі часи Закарпаття славалося декоративно-прикладним мистецтвом.

Україна має великий потенціал для розвитку внутрішнього та міжнародного культурно-пізнавального туризму, який полягає, насамперед, у кількості унікальних пам'яток історії та культури.

Західна Україна входить до п'ятірки найбільш привабливих і популярних

туристично-рекреаційних регіонів України. Завдяки складному історичному та багатовіковому співіснуванню багатьох народів і релігій Україна має великий культурний і туристичний потенціал. На державному обліку України перебуває понад 130 тис. пам'яток, з них 57206 – пам'ятки археології (з них 418 – національного значення); 51364 – історичні пам'ятки; 5926 – пам'ятники; 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафту.

Волинська область має значний природно-рекреаційний та культурно-історичний потенціал, що є передумовою для успішного функціонування індустрії туризму та розваг.

Фізико-географічне розташування Волинської області дуже вигідне. Область – регіон із відносно охоронюваними природно-земельними комплексами (геосистемами). Основними фізико-географічними особливостями ландшафту регіону Волинського Полісся є наявність вапняків, рівнинність, значний розвиток льодовикових форм рельєфу, карст, високий рівень ґрунтових вод, значні показники річкової мережі та озереності, затоплення.

За природними умовами область поділяється на три зони: північнополіську, південнополіську та лісостепову. На території Волинської області чітко виділяються два типи ландшафтів – поліський та лісостеповий. Ландшафт полісся характеризується великими лісами, заболоченими угіддями, переважанням родючих ґрунтів, великою кількістю заплав і карстових озер. Лісостепові ландшафти характеризуються гористо-долинним рельєфом, балково-бриловими та карстовими утвореннями в поєднанні з малогумусними чорноземами з сірими опідзоленими ґрунтами. Лісова рослинність займає 20% території зони.

Новий тур, запропонований в роботі, розраховано на два дні.

1 день: Журавники (огляд храму св. Дмитрія) – Рокині (екскурсія музеєм історії сільського господарства Волині) – Голоби (обід) – Ковель (екскурсія містом, огляд храмів) – Любомиль (екскурсія містом, огляд храмів та руїн палацу Браницьких, вечір) – Машів (поселення в готель База відпочинку «Машівський Бір»).



2 день: Шацьк (екскурсія музеєм флори та фауни, відпочинок та купання на озерах, вільний час, обід) – Низкиничі (огляд монастиря) – Старий Порицьк (дегустація сиру).

Просування туризму означає спробу заохотити реальних і потенційних клієнтів подорожувати за допомогою поширення інформації. Просування є одним з найефективніших елементів комплексу маркетингу, який використовується в маркетингу туристичного продукту. Цілі просування відповідно до загального маркетингового плану полягають у визначенні цільової групи, для якої здійснюється просування, з'ясування ефективної реклами, підтримки продажів і програм зв'язків з громадськістю, які необхідно спланувати, а також вибір найкращих методів, які слід використовувати для контролю і оцінки операції просування.

Наступні три типи просування допомагають змінити поведінку споживача на етапах процесу купівлі:

По-перше, інформативні акції найбільш ефективні на ранніх етапах процесу купівлі, таких як увага та розуміння.

По-друге, рекламні акції добре працюють на проміжних етапах процесу купівлі, які допомагають визначити ставлення, намір і покупку. Нарешті, після першого відвідування або користування послугами ефективні акції з нагадуваннями. Цілком зрозуміло, що просування відіграє життєво важливу роль у рекламі будь-якого місця призначення та може допомогти змінити поведінку туриста, гарантуючи, що повторний відвідувач продовжує купувати той самий продукт, а не переходить до іншого місця призначення.

Види просування туру на ринку ЄС:

- обговорення з торговими представниками;
- розповсюдження рекламних брошур серед фізичних осіб, туристичних операторів та туристичних агентств;
- поширення туристичної інформації в ЗМІ ЄС та туристичній індустрії ЄС;
- участь у великих туристичних ярмарках (загальних і спеціалізованих), що проводяться в країні та за кордоном.

- участь у туристичних шоу, конференціях, семінарах, з'їздах;
- організація ознайомчих поїздок для туристичних агентів і журналістів.

Можливості просування туру:

- використання Regiondo, провідну в Європі систему бронювання, розроблену для оптимізації туристичного бізнесу.

Щоб ефективно рекламувати та продавати туристичні пакети, потрібно створити чудовий туристичний пакет – такий, який сподобається цільовій аудиторії. Чудовий туристичний пакет насправді є основою для стратегії просування та продажу: потрібен хороший продукт, який може продавати себе сам.

Цільова аудиторія туру територією Волині на ринку споживачів ЄС представлена чоловіками та жінками від 20 років.

Для кожної групи цільової аудиторії важливо використовувати визначені інструменти.

Основним для всіх груп є створення веб-сайту, де можна пропонувати визначений та інші тури.

Розміщуючи чудові відеоролики, щодо природи та краси туру, на YouTube, можна залучити більшу аудиторію. Мандрівникам цікаво, які враження їм пропонують, тож, це можна зробити розмістивши власний туристичний канал на YouTube.

Ефективність інноваційного екскурсійного культурно-пізнавального туру визначається як співвідношення витрат, спрямованих на загальний результат діяльності, та їх якісних результатів. Ефективність відображає рівень досягнення поставлених цілей, тому всі туристичні організації прагнуть максимізувати результати в умовах ринку.

Дослідження проведено за допомогою опитування в Instagram, в якому прийняли участь 109 осіб – жителів ЄС.

85 осіб придбали б туристичний тур в Україні, 24 особи – ні.

Основні витрати:

1. Наймання та навчання персоналу – 28000 грн.;
2. Юридичні та професійні послуги, необхідні для відкриття – 1400 грн.;



3. Витрати на маркетинг і старт – 55000 грн.

Фінансування планується проводити за допомогою власних коштів в розмірі 84000 грн.

Очікувана собівартість туру складається з наступних витрат (на 1 особу):

1. витрати на гiда – 400 грн.;
2. витрати на транспорт – 300 грн.;
3. витрати на харчування – 300 грн.;
4. витрати на проживання – 850 грн.;
5. інші витрати – 250 грн.

Очікувана собівартість туру 2100 грн.

Прибуток туроператора – 30 %, вартість туру на 1 особу становить 2730 грн.

Отже, якщо розрахувати ймовірні надходження від продажів туру, то можна визначити, наскільки економічно ефективним він буде:

$$1 \text{ рік} = 5000 * 630 = 3150000 \text{ грн.}$$

$$2 \text{ рік} = 7500 * 630 = 4725000 \text{ грн.}$$

$$3 \text{ рік} = 10000 * 630 = 6300000 \text{ грн.}$$

Кількість інвестицій, потрібних на перший рік становить 84400 грн.

Отримані дані показують, що запропонований тур економічно доцільним та ефективним.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

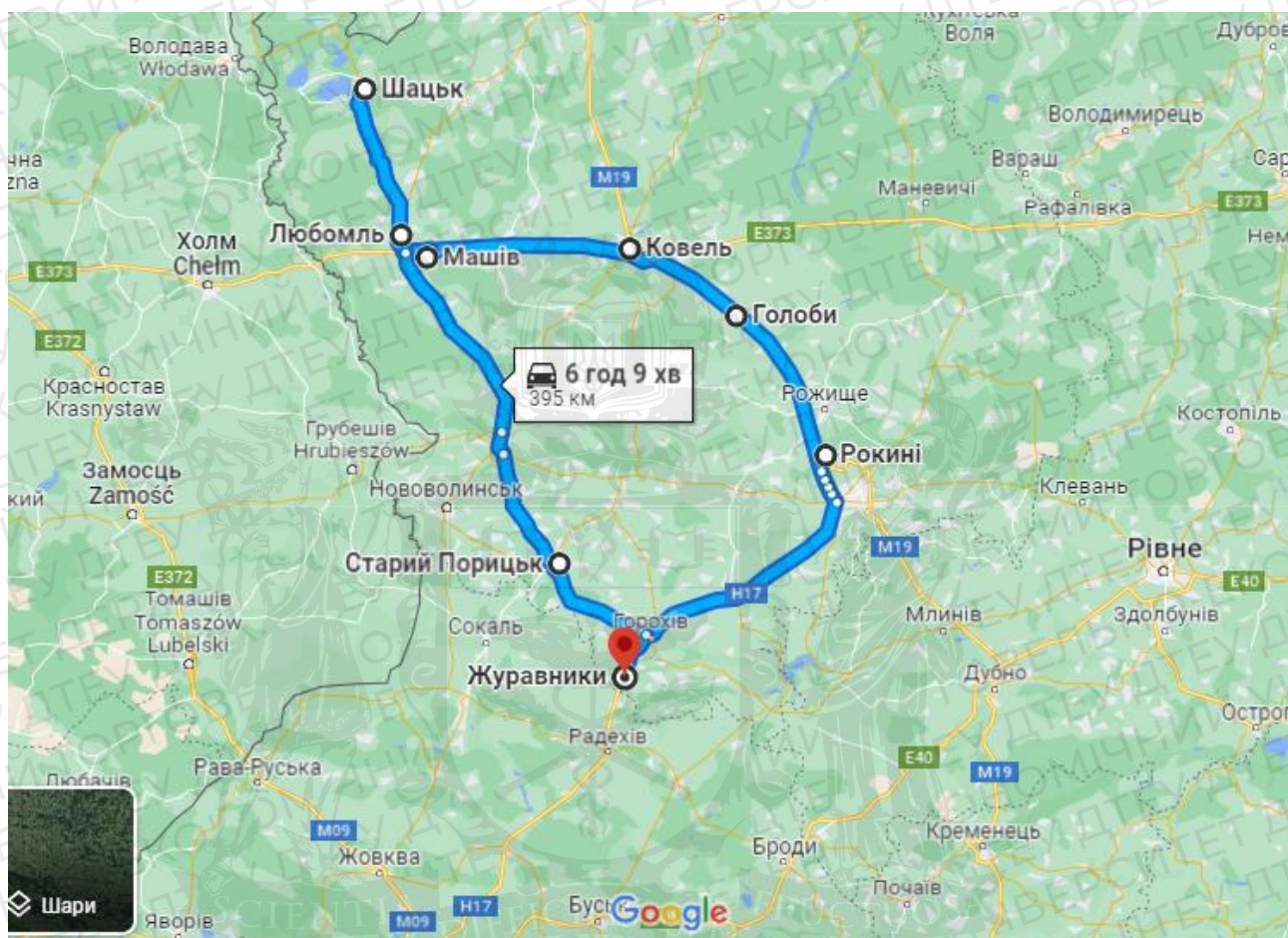
1. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2011. Вип. 32. С. 135–141.
2. Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України*. 2016. Вип. 52. С. 90–102.
3. Кляп М. П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посібник. К.: Вид-во «Знання», 2011. 334 с.
4. Паньків Н. Організація культурно-пізнавального туризму. *Сучасний стан та тенденції розвитку в Україні*. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-10](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-10) (дата звернення: 11.02.2023).
5. Паньків Н. Туристичне ресурсознавство : навч. посібник. Львів : Український бестселер, 2011. 238 с.
6. Природні ресурси. URL: <https://voladm.gov.ua/article/prirodni-resursi/#:~:text=%D0%92%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BE> (дата звернення: 11.02.2023).
7. Радіонова О. М. Аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 47(1). С. 73–78.
8. Сущенко В. Значення та роль культурно-пізнавального туризму в організації туристичної діяльності. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/27708/1/p529.pdf> (дата звернення: 11.02.2023).
9. ТОП-10 найкрасивіших місць у Волинській області. URL: <https://doba.ua/ukr/blog/top-10-naykrasivishikh-mists-u-volinskiy-oblasti.html> (дата звернення: 11.02.2022).
10. Туризм в Україні. URL: [https://vue.gov.ua/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC\\_%D0%B2\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%](https://vue.gov.ua/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%) (дата звернення: 11.02.2023).



11. Цікаві місця Волині, що закарбуються у пам'яті (ФОТО, ВІДЕО).  
URL: <http://kordon.in.ua/news/tsikavi-mistsya-volyni-scho-zakarbuyutsya-u-ramyati-foto-video-107858/> (дата звернення: 11.02.2023).
12. Волинська область. <https://ukrainaincognita.com/mista-ta-regiony/volynska-oblast> (дата звернення: 14.04.2023).
13. Світлична В. Ю. Економіка туризму : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167с.
14. ТОП-10 найкрасивіших місць у Волинській області. URL: <https://doba.ua/ukr/blog/top-10-naykrasivishikh-mists-u-volinskiy-oblasti.html> (дата звернення: 14.04.2023).
15. 11 Ways to Promote Your Tours for Maximum Sales. URL: <https://pro.regiondo.com/blog/how-to-promote-tour-packages/> (дата звернення: 14.04.2023).
16. Economic Feasibility. URL: <https://business.tourismsaskatchewan.com/en/starting-and-developing-your-business/economic-feasibility> (дата звернення: 14.04.2023).
17. Tourism promotion in the eu and destination image. URL: <http://www.aalep.eu/tourism-promotion-eu-and-destination-image> (дата звернення: 14.04.2023).



## Мапа туру



Джерело: складено автором з використанням Google-карти