

**Державний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра туризму та рекреації**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«Розроблення пізнавального туру м. Києвом та його просування на  
ринку країн ЄС»**

Студентки 4 курсу, 19 групи,  
освітнього ступеня «бакалавр»,  
спеціальності 242 «Туризм»  
освітня програма «Міжнародний  
туризм»

Москалець Марина  
Валентинівна

*підпис студента*

Науковий керівник  
к.е.н., доцент

Дупляк Тетяна  
Петрівна

*підпис керівника*

Гарант освітньої програми  
к.н.держ.упр., доцент

Кравцов Сергій  
Станіславович

*підпис гаранта*

**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

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

**Завдання**

**на випускню кваліфікаційну роботу студентіві**

**Москалець Марині Валентинівні**

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:**

«Розроблення пізнавального туру м. Києвом 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 теоретико-прикладних засад розроблення продукту пізнавального туризму м. Києва та його просування на ринку ЄС.

*Об'єкт дослідження:* процес розроблення та просування продукту пізнавального туризму.

*Предмет дослідження:* теоретичні та практичні аспекти продукту пізнавального туризму м. Києва та його просування на ринку ЄС.

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

##### **ВСТУП**

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

- 1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму
- 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку пізнавального туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал м. Києва для розвитку пізнавального туризму

#### **РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ М. КИЄВА ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ ЄС**

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи з просування туру на ринку ЄС
- 2.3. Економічне обґрунтування туру

##### **ВИСНОВКИ**

##### **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	02.11.2022-03.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 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.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «2» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Дупляк Т.П.  
(підпис, прізвище, ініціали)

8. Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Кравцов С.С.  
(підпис, прізвище, ініціали)

9. Завдання прийняв до виконання студент \_\_\_\_\_ Москалець М.В.  
(підпис, прізвище, ініціали)

## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи.

Студентка Москалець Марина Валентинівна виконала випускну кваліфікаційну роботу у повному обсязі в установлені терміни згідно з календарним планом виконання роботи. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам вищої школи, має практичне значення та наукову новизну, актуальний напрям досліджень. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі визначено теоретичні підходи до сутності пізнавального туризму, а також проведено діагностику ринку пізнавального туризму та досліджено туристичний потенціал України, міста Києва для розвинення туризму. У другому розділі розроблено та економічно обґрунтовано маршрут, програму та заходи з просування пізнавального туру на ринку ЄС.

Випускна кваліфікаційна робота рекомендується до захисту в ЕК та заслуговує на позитивну оцінку. Дослідження є самостійною авторською роботою, завершеною згідно з поставленою метою та визначеними завданнями. Робота пройшла перевірку на плагіат. Виявлені недоліки усунуті. Електронну версію роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Дупляк Т.П.

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист \_\_\_\_\_

(ПШБ, підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента \_\_\_\_\_ Москалець М.В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Кравцов С.С.

(підпис, прізвище, ініціали)

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

(підпис, прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	
1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму.....	9
1.2. Діагностика ринку пізнавального туризму.....	18
1.3. Ресурсний потенціал Києва для розвитку пізнавального туризму.....	25
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ КИЄВА	
2.1. Розроблення маршруту та програми туру.....	35
2.2. Заходи та інструменти просування пізнавального туру на ринку країн ЄС.....	42
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	48
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ	

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сьогодні найпоширенішим, не залежним від доходів, а залежним від інтересу самого туриста, є пізнавальний туризм.

Пізнавальний туризм – це вивчення нових речей, отримання нових знань про культуру чи історію інших напрямів. Його основна увага приділяється вивченню чогось нового, вивченню інших культур, ознайомлювальним поїздкам чи застосуванню навичок. Це один із найпопулярніших видів туристичної діяльності за останні кілька років. У зв'язку з дедалі більшою популярністю викладання та засвоєння нових знань, пізнавальний туризм розвивається швидшими темпами. Він став альтернативою великомасштабному масовому туризму.

Київ – столиця нашої України, одне з найстаріших міст світу, котре було засноване ще в першому тисячолітті. Тут є чимало історичних та культурних пам'яток, які варто побачити не лише кожному українцю. Оскільки Україна є європейською державою і планує ступити у ЄС, то європейців також може зацікавити наша історія та культура. Тому потрібно розробити пізнавальний тур по Києву, який відобразить всю глибинну суть нашої держави.

**Отже, мета випускної кваліфікаційної роботи** – розробити пізнавальний тур по місту Києву та побудувати методику просування даного туру серед жителів європейських країн.

**Об'єкт наукової роботи** – місто Київ, його історична та культурна спадщина, по якій буде розроблятися пізнавальний тур.

**Предмет наукової роботи** – розробка пізнавального туру та його поширення за кордоном.

Для дослідження та досягнення заданої мети ми визначили наступні **завдання:**

1. Дослідити, що собою являє пізнавальний туризм, його переваги та діагностику ринку;
2. Охарактеризувати ресурсний потенціал міста Києва, його культурні та пізнавальні місця;
3. Побудувати пізнавальний тур Києвом;
4. Визначити основні заходи та інструменти для розробки та просування туру в європейських країнах.

Для виконання вказаних завдань нами було використано комплекс **методів** дослідження:

- теоретичні: аналіз, порівняння, класифікація;
- емпіричні: спостереження, бесіда, тести.

Безумовний пріоритет надано теоретичним методам дослідження, оскільки сама робота має теоретико-методологічний характер. Також до уваги брались роботи сучасних географів-теоретиків України, використовувались методи аналізу та синтезу, метод індукції та дедукції, описовий метод, табличний, графічний та інші методи.

**Теоретико-інформаційну базу становлять** бібліографічні, інформаційні й довідкові видання, статистичний і фактичний матеріал, законодавчо-нормативні документи України тощо. Пізнавальний туризм досліджували наступні вчені, роботи яких ми використовуємо у дослідженні: Джон Юнг, Алан Леві, Джон Леннет, Девід Уолл, Тім Інглдарт, Крістофер Стіббс, Наталія Хвостова, Валентина Чорна, Тетяна Прищепа, Юрій Федькович.

**Структура роботи.** Робота налічує вступ, два розділи, шість підрозділів, висновки та список використаних джерел, 4 рисунки та 12 таблиць.



## РОЗДІЛ 1

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

#### 1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму

Світова промисловість туризму дуже різноманітна. Зі збільшенням кількості різних видів туризму та способів взаємодії мандрівників із турпакетами може бути досить складно відстежувати особливості кожного туристичного сектора [1].

Однією з форм туризму, що набула останнім часом велику популярність, є пізнавальний туризм. Хоч це зовсім нова і не досить досліджена концепція туризму, пізнавальний туризм все ж викликав величезний інтерес [1].

Пізнавальний туризм сягає 17 століття. Історія наголошує на успіх «Великого туру», який знаменує собою початок пізнавального туризму в тому вигляді, в якому ми його знаємо. Коли він починався, то був в основному популярний серед аристократичної британської молоді. Це було важливо для їхньої освіти в 17, 18 і 19 століттях [1].

Після Великобританії пішли інші європейські країни, і багато вчених вирушили на старий континент у пошуках нових знань або щоб навчатися у своїх однолітків та вивчати мови [1].

Він виходить за рамки інших форм туризму, які переважно пропонують ділові чи туристичні пакети. Ця нова тенденція у світовій індустрії туризму має одну мету – створити можливості для мандрівників отримати новий досвід та знання з широкого кола тем [1].

Будь-який туристичний продукт, який дозволяє мандрівникам дізнаватися про іноземні культури, вивчати нові речі, брати участь у ознайомлювальних поїздках або застосовувати набуті навички, вважається продуктом освітнього туризму. Масштабний масовий туризм, як і раніше, популярний, але деякі

мандрівники шукають інші варіанти, які дозволяють їм подорожувати і водночас мати змогу набувати нових знань. Зміна попиту поїздки - одна із основних чинників, які стимулюють зростання цього сектора [2].

Пізнавальний туризм - це форма туризму, яка спрямована на пізнання нових знань та дослідження культурних, історичних та природних пам'яток. Цей вид туризму дозволяє подорожуючим розширювати свої знання, розуміння і світогляд, а також отримувати задоволення від цікавих вражень [2].

Нижче наведено (табл. 1.1.) кілька цитат відомих науковців, які відображають важливість пізнавального туризму.

Таблиця 1.1

**Визначення пізнавального туризму відомими науковцями**

Науковець	Визначення
Світова організація туризму (World Tourism Organization, WTO)	Пізнавальний туризм - це форма туризму, яка включає культурні та природні зоряння, розвиток знань і навичок, зокрема зі світової історії, археології, мистецтва, архітектури та екології
Глобальна рада з туризму та подорожей (Global Council on Tourism and Travel, GCTT)	Пізнавальний туризм - це форма туризму, яка зосереджена на пізнанні нових знань та розумінні різних аспектів культури, історії, архітектури, екології, географії, науки та технології.
Мелані Сміс з Університету Брукс Оксфорді	Пізнавальний туризм - це "вид подорожі, який ставить своїм завданням підвищення свідомості про різноманітність культур, історію, науку та природу".

## Продовження табл. 1.1

Ірина Сенченко з Національного університету "Києво- Могилянська академія"	Пізнавальний туризм - це форма туризму, яка "спрямована на знайомство з культурними та історичними пам'ятками, етнографією та народною творчістю різних народів та екологічними особливостями територій"
Доктор наук з соціології Тетяна Павленко з Інституту культурології Національної академії наук України	Пізнавальний туризм - це "специфічна форма туризму, яка базується на пізнанні інших культур та традицій, що дає можливість поглиблювати знання про світ, розширювати кругозір та розвивати культурну та соціальну компетентність".
професор Ніна Пересада з Інституту географії Національної академії наук України	Пізнавальний туризм - це "форма туризму, що базується на знайомстві з культурними, історичними та природними пам'ятками, зокрема з екологічними особливостями територій, що дає можливість збагачувати свої знання та досвід, розвивати культурну та наукову компетентність"

*Розроблено на основі [2]*

Отже, можемо зробити власне визначення терміну. Пізнавальний туризм - це форма туризму, яка має на меті пізнання нових місць, культур, традицій, історії, природи та інших аспектів життя. Основна ідея полягає у тому, що туристи подорожують не тільки для відпочинку, але й для отримання нових знань та досвіду, розширення свого кругозору та розвитку особистості. Пізнавальний туризм може включати в себе різноманітні види діяльності, такі як вивчення культурних та історичних пам'яток, знайомство з традиціями та

культурою місцевого населення, відвідування національних парків та заповідників, проведення екскурсій тощо [2].

Пізнавальний туризм є однією з найбільш швидко зростаючих сфер подорожей та туризму, і професіонали в галузі туризму та маркетингу занадто часто не беруть до уваги «освітній туризм». Часто пізнавальний туризм називають іншими іменами, такими як підвищення кваліфікації, розвиток кар'єри чи досвід самореалізації (табл. 1.2.) [3].

Таблиця 1.2

### Види пізнавального туризму

Назва	Значення
Культурний туризм	Подорожі, спрямовані на ознайомлення з культурними пам'ятками, мистецтвом, традиціями та іншими аспектами культури.
Архітектурний туризм	Подорожі, спрямовані на вивчення архітектури та інших споруд, їх історії та значення.
Етнографічний туризм	Подорожі, які дозволяють пізнати традиції, звичаї, мову та інші аспекти культури народів та етнічних груп
Еко-туризм	Подорожі, які дозволяють пізнати та насолодитися природними красотами та різноманіттям біологічної різноманітності
Геологічний туризм	Подорожі, спрямовані на вивчення геологічної історії та різноманіття місцевості
Винний туризм	Подорожі, спрямовані на вивчення виноробства, винних підприємств, вина та його історії

*Продовження табл. 1.2*

Медичний туризм	Подорожі, спрямовані на отримання медичного догляду або лікування в іншій країні
Гастрономічний туризм	Подорожі, спрямовані на вивчення традиційної кухні та культури страв.

*Розроблено автором*

Метою пізнавального туризму є отримання нових знань та досвіду, розширення кругозору, задоволення пізнавальних потреб, поглиблення розуміння інших культур, традицій та історії, а також ознайомлення з природними та культурними пам'ятками різних країн і регіонів [3].

Пізнавальний туризм також сприяє розвитку громад, які отримують дохід від туристів та можуть використовувати його для розвитку туризму, збереження культурної спадщини та екологічних ресурсів [3].

Крім того, пізнавальний туризм може мати інші корисні наслідки, такі як підвищення свідомості та розуміння проблем, пов'язаних з екологією, збереженням природних ресурсів, підтримкою сталих форм розвитку та більш відповідальної поведінки відвідувачів [3].

Таким чином, пізнавальний туризм буває різних форматів, але, не зважаючи на відмінності, всі форми такого туризму мають ряд спільних рис. Серед них також і ідея про те, що подорож — це не тільки відпочинок, а й самовдосконалення, що навчання може бути цікавим і що навчання призначене для людей різного віку. Ось лише деякі з можливостей місця розташування для залучення доходів від освітнього туризму [3].

Шкільні поїздки. Хоча ці поїздки рідко переходять безпосередньо в нічліг, вони можуть сприяти просуванню туристичного продукту двома способами: (1) діти можуть привезти своїх батьків на більший термін і (2) вони допомагають місцевому ресторанному бізнесу [3].

Альтернативні подорожі під час весняних канікул. Ця форма пізнавальної подорожі може бути найсуперечливішою формою настільки, що деякі можуть стверджувати, що подорож на весняні канікули не має нічого спільного з освітою. Ця форма подорожі працює тільки в тому випадку, якщо у вас є підходяща географія чи то покриті снігом гори, або пляжі з пальмами. У будь-якому випадку є плюси та мінуси туризму весняних канікулах. Часто весняні канікули додають додаткові витрати на туризм у вигляді понаднормової роботи поліції та лікарів [3].

Досвід навчання за кордоном. Більшість великих університетів світу заохочують закордонні поїздки своїх студентів. Досвід навчання за кордоном надає студентам будь-що: від 6-тижневих інтенсивних навчальних занять до повного року культурного та мовного занурення. Американські університети, які довгий час вважали себе експортерами студентів, тепер усвідомили, що студенти, які не розмовляють англійською, також шукають пригод для навчання в США за кордоном. Студенти часто подорожують не лише країною, яку вони обрали, а й по всій країні і навіть у сусідні країни. Мета тут полягає в тому, щоб розширити освітній досвід, щоб студенти університетів знали не лише свою власну культуру, а й культуру, принаймні, ще однієї нації [3].

Семінарські канікули та семінари для людей похилого віку . Ці види подорожей особливо подобаються тим, хто нещодавно вийшов на пенсію. Такі програми, як гуртожиток для літніх людей, надають людям похилого віку все, від можливості дізнатися про мистецтво до лекцій з фізики чи астрономії. Вони проводяться в таборах та на кампусах по всьому світу. Тісно пов'язані з канікулами семінару.

Канікули практичного розширеного досвіду. Наприклад, щороку тисячі людей їдуть до Ізраїлю, щоб дізнатися про археологічні розкопки, а потім заплатити за участь у таких розкопках [3].

Канікули для підвищення кваліфікації. Це подорожі, які варіюються від навчання будівництву будинків до захисту навколишнього середовища. Такі

країни, як Коста-Ріка, досягли великих успіхів в екотуризмі, в якому вони поєднують уроки про те, як захистити світову екологію з досвідом подорожей [3].

Освітні круїзи. Ці круїзи поєднують у собі все задоволення від круїзу з лекціями з конкретних тем. Перевага освітніх круїзів полягає в тому, що люди, які їх здійснюють, як правило, мають спільні інтереси і, отже, мають більше можливостей завести нових друзів, набуваючи нових знань [3].

Пізнавальний туризм пропонує ще одну важливу перевагу. Він не повинен залежати від погоди, спільноті не потрібна особлива географія, і, як правило, більшість необхідної інфраструктури вже існує [3].

Пізнавальний туризм має безліч переваг. Пізнавальні туристичні подорожі можуть допомогти регіону використати незвідані місця та зробити їх доступними для турів, поїздок та екскурсій. Монетизація цих місць може допомогти залучити більше грошей у регіон і дозволити йому процвітати, вносити необхідні покращення та залучати більше мандрівників у майбутньому [4].

Уряди можуть визнати цінність пізнавального туризму, особливо якщо вони визначають моделі поїздок, які вказують на те, що їхня пропозиція в галузі освітнього туризму приваблює мандрівників із конкретної країни. Уряди можуть покращити міжнародне співробітництво, відкриваючи можливості для більшої кількості програм обміну, поїздок на семінари та міжнародних наукових досліджень [4].

Пізнавальний туризм здатний покращити імідж міста, цілої нації чи країни. Пропозиція незабутніх та приємних вражень іноземним мандрівникам може допомогти країні створити позитивне враження. Це може допомогти іншим секторам туризму залучити більше відвідувачів та забезпечити стабільні потоки доходів [4].

Єдиний спосіб впоратися зі зростаючим попитом на освітній туризм у конкретному місці – це найняти більше професіоналів. Це чудова можливість для

країн знизити рівень безробіття та запропонувати місцевим співтовариствам нові можливості працевлаштування у туристичному секторі [4].

Туризм - одна з тих галузей, які можуть сприяти зростанню інших вертикалей, таких як розваги та гостинність. Завдяки стабільному притоку освітніх туристів з'явиться безліч нових можливостей для підприємництва, які можуть використовувати для запуску успішного бізнесу [5].

Освітній туризм може створити потребу у новій інфраструктурі у деяких районах. З доходом, який він допомагає отримувати, місцеві органи влади можуть розробляти нові плани інфраструктури та мати достатні бюджети для будівництва різноманітних будівель та установ для задоволення як місцевої спільноти, так і мандрівників [5].

Мандрівники, які займаються пізнавальним туризмом, можуть отримати набагато більше, ніж вивчення нових напрямів. Освітній туризм може допомогти їм змінити свою точку зору чи світогляд, підвищити незалежність і впевненість у собі, підвищити культурну обізнаність та розвіяти стереотипи, а також сприяти інтелектуальному та когнітивному зростанню [5].

Пізнавальний туризм є великою галуззю туризму. За минулі роки ринковий попит дозволив туристичним організаціям розробити різноманітні пізнавальні пакети та поїздки. Деякі з цих пакетів мають багато спільного, що дозволяє виділити кілька основних видів пізнавального туризму [5].

Немає кращого способу вивчити іноземну мову, ніж зробити це, занурившись у неї. І найкращий спосіб зробити це — поїхати до країни, де цією мовою говорять. Мовні школи для вивчення іноземних мов залучають тих, хто вивчає мови з усього світу [6].

Ті, хто вивчає рідну мову в класі, а потім прагне взаємодіяти з нею на вулиці, досліджуючи міста та країни — це те, що студенти-охочі до вивчення іноземних мов знаходять привабливим [6].

Молодіжні подорожі – наступний великий тип цієї галузі туризму, що включає широкий спектр заходів, розроблених переважно для дітей та підлітків.



Деякі молодіжні туристичні продукти включають шкільні екскурсії, молодіжні обміни та інші програми, що стимулюють творчість та розвиток [6].

Унікальне поєднання навчання та досвіду подорожей приваблює дітей та підлітків та пропонує їм отримати нові навички та знання, дізнаючись про інші культури та досліджуючи знакові пам'ятки по всьому світу [6].

Студенти, які прагнуть отримати знання з розвитку туризму за кордоном, повинні подорожувати і проводити час у різних країнах. Практичний досвід та унікальні ідеї доповнюють туристичну освіту та додають додаткову цінність студентам та операторам у регіоні [6].

Освіта в галузі туризму допомагає створити більш стійкий туризм та заохочує молодих підприємців до відкриття власного туристичного бізнесу.

Пізнавальний туризм не призначений виключно для будь-якої конкретної демографічної групи чи країни. Є приклади, коли дуже маленькі діти займаються пізнавальним туризмом. Хоча це найпопулярніший вид подорожей серед студентів, старше покоління отримує також з цього користь, відвідуючи семінари та симпозиуми у зарубіжних країнах [7].

Цей вид туризму є чудовою можливістю для туристичних компаній, транспортних компаній та постачальників житла. Вони можуть працювати пліч-о-пліч з місцевими навчальними закладами та урядами, щоб створювати привабливі програми та підвищувати якість подорожей, щоб залучити більше людей, щоб приїхати та провести час у тому чи іншому місці [7].

Пізнавальний туризм є однією з галузей туристичної індустрії, що бурхливо розвиваються. Він пропонує унікальну цінність — ідеальне поєднання пригод та навчання. Існує безліч видів пізнавального туризму, кожен із яких має свої переваги [7]. Враховуючи низку переваг, які він пропонує мандрівникам, туристичним та освітнім установам, спільнотам та країнам, можна з упевненістю припустити, що цей сектор має попереду світле майбутнє, що відображено в прогнозованому зростанні світового ринку пізнавального туризму [7].

## 1.2. Діагностика ринку пізнавального туризму

Ринок пізнавального туризму – це частина туристичного ринку, на якому пропонуються туристичні послуги, спрямовані на задоволення потреб споживачів у пізнанні нових місць, культур, історії, природи та інших аспектів життя [8].

Для діагностики ринку пізнавального туризму можна використовувати різноманітні методи та інструменти, такі як опитування споживачів, аналіз статистичних даних, вивчення літератури та інтернет-джерел, спостереження за конкурентами та їхніми діями, проведення фокус-груп та інші [8].

Результати діагностики ринку пізнавального туризму можуть бути використані для розробки та впровадження стратегії розвитку бізнесу в галузі пізнавального туризму, виявлення можливостей та загроз на ринку, визначення потреб споживачів та їхніх уподобань, а також для планування маркетингових заходів та акцій з просування продукту на ринку [8].

Ринок пізнавального туризму є досить широким та різноманітним, охоплюючи як місцевий, так і міжнародний туризм. До складу ринку пізнавального туризму можуть входити туроператори, турагенства, готелі та курорти, музеї та виставкові центри, провідники екскурсій та гіді, національні парки та заповідники та інші суб'єкти туристичного ринку [8].

Особливістю ринку пізнавального туризму є наявність різноманітних видів туризму, таких як культурний туризм, історичний туризм, екологічний туризм, геологічний туризм та інші, які спрямовані на задоволення різноманітних потреб споживачів [8].

Розвиток технологій та зростання інтересу до пізнавальних подорожей серед молоді та активної людності забезпечує зростання ринку пізнавального туризму в більшості країн світу. Цей ринок є важливим елементом туристичної індустрії та внесок у загальний економічний розвиток країни [8].

За останні три десятиліття ділове середовище та ринки в індустрії туризму та подорожей зазнали значних змін через низку факторів, таких як глобалізація, нестабільні ринки, дуже гостра конкуренція, всілякі кризи та комунікаційні технології [8].

Пізнавальні тури - це чудова можливість за одну поїздку якомога ближче познайомитися з культурою, традиціями та звичаями однієї чи кількох країн. Пізнавальні тури на відміну, скажімо від простих путівкових турів, мають на меті проведення насиченої програми, в основі якої лежать екскурсії (що і впливає з їхньої назви) [9]. Туристи можуть вибрати вже вивчені екскурсійні маршрути, якими пройшла не одна тисяча туристів, а можуть поїхати в індивідуальну подорож, розроблену з урахуванням усіх побажань туриста. Для туристів, які не люблять відпочивати на одному місці, цікавляться історією, люблять відвідувати нові місця та впізнавати багато цікавого, пізнавальні тури – це для них. У принципі, ці тури передбачені не для любителів активного відпочинку, а для тих, хто цінує побут і культуру різних країн, тому що тут не вдасться повалитися і поніжитися на пляжному пісочку, а доводиться переїжджати від однієї визначної пам'ятки до іншої [9].

На пізнавальних турах із туристами працюють досвідчені гіді-екскурсоводи. На окремих тематичних екскурсіях-екскурсоводимистецтвознавці. Важливо при роботі з іноземними туристами надавати їм екскурсії рідною (принаймні англійською) мовою. Це є сьогодні правилом хорошого тону та негласним правилом хорошого обслуговування. Вважається, що переклад спотворює сприйняття теми та погіршує якість екскурсії [9].

Крім того, пізнавальні тури мають масу тематичних різновидів: історичні екскурсії, літературні, театральні, етнографічні, фольклорні, знайомство з живописом (відомими картинними галереями), знайомство з балетом і оперою (відомими оперними театрами: Мілан, Париж, Відень), по місцях дії відомих літературних творів, за місцями життя великих письменників, природничі та багато інших [9].

Розмір світового ринку пізнавального туризму оцінювався в 365,9 млрд. доларів США в 2022 році, і очікується, що сукупний річний темп зростання (CAGR) у період з 2023 по 2030 рік збільшуватиметься на 13,0%. Попит на автентичний регіональний досвід навчання та зростання глобального попиту на міжнародні поїздки у пошуках привабливих місць, артефактів та заходів є ключовими факторами, що стимулюють пізнавальний туризм [10].

Пандемія COVID-19 значно вплинула на пізнавальний туризм. Через те, що кілька країн закрили авіаперевезення та заблокували свої кордони, студенти не могли подорожувати для здобуття освіти. Згідно зі статтею Indian Express, до спалаху вірусу 132620 індійських студентів обрали Канаду для здобуття вищої освіти, але в 2020 році їх кількість впала до 43624. На пізніших стадіях пандемії тільки повністю вакциновані студенти після двох тижнів другої дози мали право на поїздку після виконання всіх формальностей [10].

Подорожувати на великі відстані з роками стало простіше. Завдяки тому, що вартість авіаквитків стає все більш доступною, а транспортне сполучення збільшується дорогами, залізницями та водними шляхами, подорожі на великі відстані не розглядаються як велика перешкода для пізнавального туризму [10].

Згідно зі звітом Всесвітньої організації туризму (UNWTO) за 2021 рік, загальна кількість міжнародних туристів склала 1,5 млрд осіб, що є рекордним показником за всю історію індустрії туризму. Проте, внаслідок пандемії COVID-19 та українсько-російської війни, у 2022 році кількість міжнародних туристів зменшилася на 74% порівняно з попереднім роком, що призвело до значних втрат у туристичній галузі та пов'язаних з нею секторах економіки [11].

Щодо бронювань туристичних послуг, то вони значно зростають за допомогою онлайн-сервісів та додатків. За даними UNWTO, понад 50% міжнародних подорожей були заброньовані онлайн у 2022 році. Багато туристів користуються різноманітними онлайн-сервісами, такими як бронювання готелів, квитків на транспорт, туристичних пакетів та екскурсій [11].

Окрім того, з'являються нові технології, які допомагають покращити процес бронювання та організації подорожей. Наприклад, штучний інтелект та машинне навчання допомагають підбирати оптимальні маршрути, рекомендувати місця для відвідування, прогнозувати ціни та прогнозувати найбільш вигідні часи для подорожей [11].

Також з'являються нові форми туризму, які допомагають сприяти розвитку пізнавального туризму, такі як віртуальний туризм. Він дає можливість відвідати місця та подорожувати віртуально, не виходячи з дому.

Очікується, що Північна Америка стане одним із провідних регіонів на світовому ринку пізнавального туризму протягом прогнозованого періоду. Ринок у Сполучених Штатах стає все більш популярним, тому що там є провідні освітні заклади, просуваються пізнавальні тури та інвестуються у високоякісну освіту та дослідження. Європа також є провідним ринком пізнавального туризму через безпосередню близькість багатьох країн, до яких легко дістатися [11].

Серед найбільш популярних туроператорів у сфері пізнавального туризму можна назвати наступні [11].

Capital Tours, Inc. — одна із найстаріших, авторитетних та відомих туристичних агенцій в Індії. Її основні сектори знаходяться на північному сході Індії, такі як Гувахаті, Сілчар, Карімгандж, Айзаул і Шиллонг, і багато інших буде додано найближчим часом. За допомогою своїх послуг основною метою компанії є покращення зв'язку з північно-східними штатами Індії [11].

Acis Educational Tours є провідним партнером у сфері пізнавальних подорожей для викладачів, студентів та приватних осіб, які хочуть подорожувати по всьому світу, щоб дізнатися та побачити світ. 9–15-денні групові екскурсії, які розробляє та проводить ACIS, є винятковими, ретельно організованими та відбуваються у місцях Європи, Азії, Латинської Америки та Карибського басейну [11].

TourRadar GmbH - це провідна у світі платформа для бронювання пригод, що дозволяє користувачам легко бронювати індивідуальні, групові та

індивідуалізовані багатоденні заходи з більш ніж 160 країн. Одним натисканням кнопки мандрівники можуть бронювати багатоденні подорожі через онлайн-ринок компанії, який також надає персоналізований туристичний контент, щоб надати користувачам найкращий досвід подорожей [11].

Іншими гравцями ринку є Global Educational Travel, Brightspark Travel, World Expeditions Travel Group Pty Ltd, WorldStrides, Inc., EF Education First, AAI EDUTOURZ, Educational Tours, Inc. та інші [11].

Сучасний ринок пізнавального туризму є досить динамічним та різноманітним. Зростання інтересу до пізнавальних подорожей серед молоді та активної людності, розвиток технологій та збільшення можливостей для мандрівок сприяють розвитку цього сегмента туристичного ринку [12].

Однією з ключових тенденцій на сучасному ринку пізнавального туризму є зростання попиту на індивідуальні тури та пакетні тури, спрямовані на пізнання культур, історії, традицій та природних красот країн світу. Крім того, з'являються нові види пізнавального туризму, такі як гастротуризм, винний туризм, туризм до місць збереження дикої природи та інші [12].

Інший важливий аспект розвитку сучасного ринку пізнавального туризму - це зростання значення онлайн-бронювань та джерел інформації для туристів. Клієнти все частіше користуються інтернетом, щоб знайти інформацію про пізнавальні тури, бронювати готелі та квитки на транспорт. Також з'являється все більше мобільних додатків, які допомагають планувати мандрівки та забезпечують інформацію про місця, що відвідуються [12].

Також міжнародний туризм активно використовується у сучасному світі для подорожей заради завчання у ВУЗах. Навчання іноземних студентів в Україні (рис. 1.1) є актуальною та значущою темою сьогодення. Україна стала привабливим напрямком для багатьох іноземців, які бажають отримати якісну освіту. Розглянемо важливість та переваги навчання іноземних студентів в Україні [13].

## Іноземні студенти в Україні

топ-10 країн

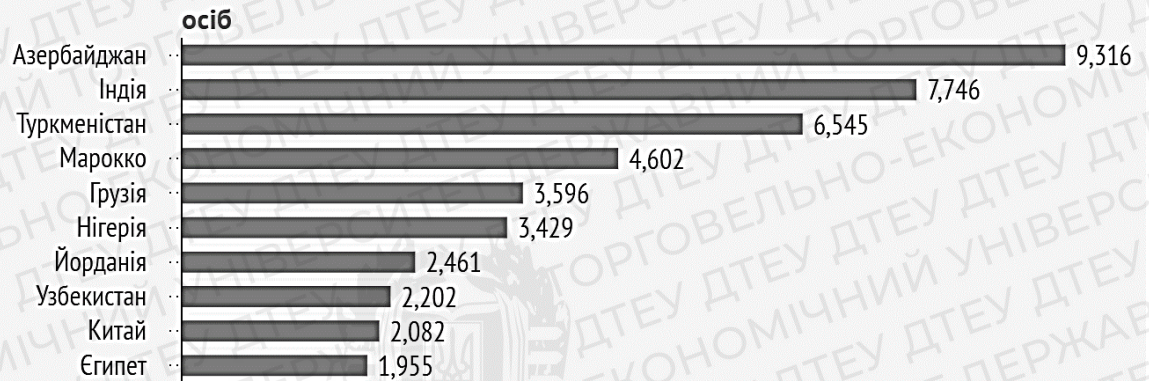


Рис. 1.1. Іноземні студенти в Україні [13]

По-перше, навчання в Україні надає іноземним студентам можливість отримати якісну освіту. Багато університетів в Україні мають високу академічну репутацію та відомі наукові школи. Це означає, що студенти отримують знання від визнаних фахівців у своїх галузях. Також, багато програм навчання пропонуються англійською мовою, що робить освіту доступною для студентів з різних країн, а яких саме – можемо бачити на рисунку 1.1. [13].

По-друге, навчання іноземних студентів сприяє культурному обміну та розумінню міжнародних відносин. Україна є країною, де зустрічаються різні культури та національності. Навчаючись разом з українськими студентами, іноземні студенти мають можливість познайомитися з українською культурою, традиціями та мовою. Це сприяє розширенню світогляду та розвитку міжкультурної компетентності.

По-третє, навчання в Україні є вигідним з економічної точки зору. Іноземні студенти, які обирають Україну для отримання освіти, вносять свій внесок у розвиток української економіки. Вони сплачують плату за навчання, витрачають кошти на проживання, харчування та інші потреби. Це сприяє створенню нових робочих місць та підтримці місцевих бізнесів. На рисунку 1.2 бачимо найпопулярніші спеціальності, які обирають іноземці [13].

## Найпопулярніші спеціальності серед іноземних студентів



Рис. 1.2. Популярні спеціальності серед студентів-іноземців [13]

На рисунку 1.3 бачимо найпопулярніші ВУЗи, які обирають іноземці.

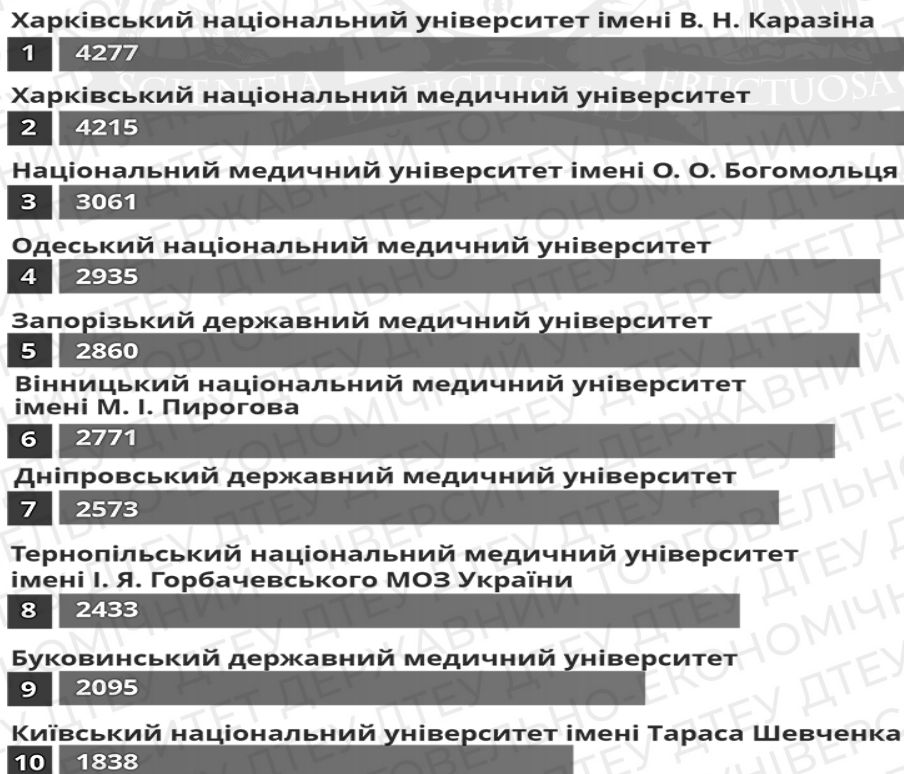


Рис 1.3. Кількість іноземних студентів у провідних українських ВУЗах [13]



Отже, загальною тенденцією на ринку пізнавального туризму є збільшення конкуренції серед туроператорів та турагентств, які пропонують пізнавальні тури, а також збільшення кількості місць, які пропонуються для відвідування.

### **1.3. Ресурсний потенціал Києва для розвитку пізнавального туризму**

Україна – одна з найбільших європейських держав, що займає територію 603,7 тис. км<sup>2</sup> та її населення становить близько 49 млн. людей. Вона межує з Росією, Білоруссю, Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією, Молдовою. Загальна довжина державного кордону – 7698 км. [14].

Сучасний Київ – це адміністративний, економічний, науковий та культурно-освітній центр. Сьогодні до Києва люди приїжджають звідусіль, щоби побачити всесвітньо відомі музеї: Софійський собор, Андріївську церкву, Києво-Печерську лавру, відвідати Києво-Могилянську академію – найдавніший університет Східної Європи; місця, пов'язані з діяльністю Григорія Сковороди, Тараса Шевченка, Івана Мазепи; здійснити подорожі Подолом, Хрещатиком, Трухановим островом тощо [14] (Додаток Б).

До 24 лютого 2022 року відбувалося стабільне зростання чисельності іноземних та внутрішніх туристів. Через російську агресію проти України кількість іноземних туристів, що відвідали Київ, зменшилася в 3 рази: з понад 300 тисяч осіб за I півріччя 2021 року до 98 тисяч осіб за I півріччя 2022 року [13]. Детальніше можна побачити на рисунках 1.1, 1.2, 1.3.

Туризм є важливою галуззю для розвитку міста Києва, який має багату історію та культурне спадщину. За останні роки, Київ став популярним туристичним напрямком для відвідувачів зі всього світу, а також з усієї України. Розвиток туризму в Києві залежить від кількох факторів, включаючи:

1. Інфраструктура: Розвиток туризму потребує гарної туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортну систему та інші

послуги для туристів. В Києві є багато готелів та ресторанів, а також громадський транспорт, який забезпечує зручний доступ до визначних місць міста [14].

2. Культурна спадщина: Київ має багату історію та культурну спадщину, яка привертає багато туристів. В місті знаходиться багато визначних пам'яток, таких як Києво-Печерська Лавра, Софійський Собор, Майдан Незалежності та багато інших [14].

3. Реклама та маркетинг: Реклама та маркетинг грають важливу роль у привабленні туристів до міста. Київ активно просуває свої туристичні можливості, використовуючи різні медіа-канали та заходи [14].

4. Інновації та технології: Розвиток технологій може допомогти привернути більше туристів до Києва. Наприклад, використання додатків та онлайн-сервісів може забезпечити зручний доступ до інформації про місто та його визначні місця [14].

5. Розвиток нових туристичних пропозицій: Крім традиційних визначних місць, Київ може пропонувати нові туристичні пропозиції, такі як кулінарні тури, культурні фестивалі та інші [14].

6. Збереження природних ресурсів: Збереження природних ресурсів та зелених зон є важливим для розвитку туризму. В Києві існує багато парків та скверів, які можуть стати привабливими місцями для туристів [14].

7. Підтримка місцевих підприємств: Місцеві підприємства, які надають туристичні послуги, можуть відігравати важливу роль у розвитку туризму в Києві. Підтримка таких підприємств може допомогти покращити якість та доступність туристичних послуг [14].

Київ – одне з найбільших та найстаріших міст Європи. Його півторатисячолітня історія огорнута міфами та легендами. Київ заснований на схилах Дніпра, однієї із найпотужніших водних артерій Східної Європи. Саме тут виникла велична держава Середньовіччя – Київська Русь, що тяглася від Балтійського до Чорного морів. Сьогодні у столиці України проживає понад 3 мільйони людей [14].

На рисунку 1.4 представлено мета прибуття до м. Києва внутрішніх туристів.



Рис. 1.4. Мета прибуття до м. Києва (внутрішні туристи) [15]

На рисунку 1.5 представлено мета прибуття до м. Києва зовнішніх туристів.

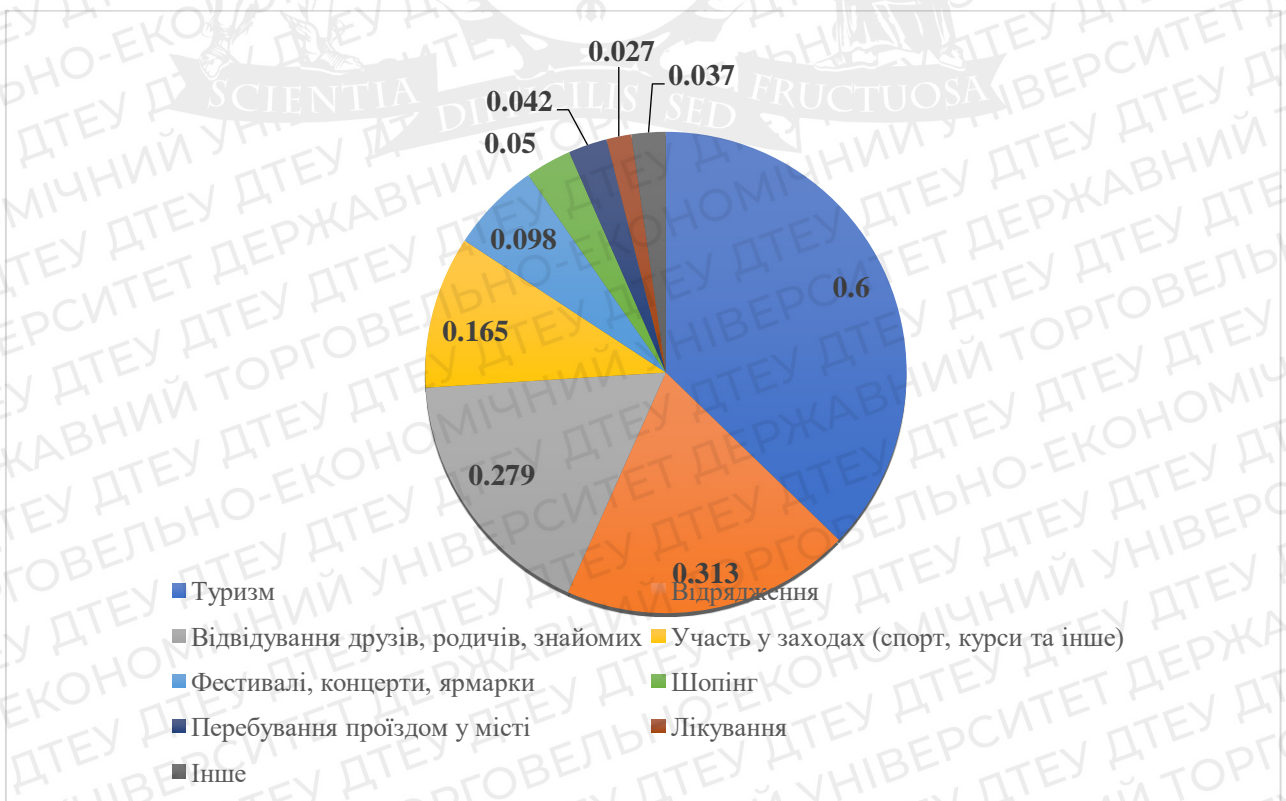


Рис. 1.5. Мета прибуття до м. Києва (зовнішні туристи) [15]

Київ – місто з унікальним ландшафтом, безліччю парків, ботанічних садів та музеєм просто неба. Тут можна побачити поряд будівлі візантійського стилю, українського бароко, класицизму та модерну. У нашій столиці історія та сучасність уживаються, переплітаються та створюють неповторну, суто київську атмосферу [15].

Київ – великий центр православ'я, і до його лаврів та інших монастирів, соборів та церков з'їжджаються паломники з усього світу. Хрещене в 988 році місто зберігає легенду про апостола Андрія Первозванного, який благословив ці землі. Крім православних, у місті є великі громади католиків, греко-католиків, протестантів різних конфесій, а також мусульман та юдеїв [15].

Київ – сучасний та комфортний мегаполіс (рис. 1.6). Це динамічне, гостинне, колоритне та відкрите європейське місто з розвиненою інфраструктурою, куди приїжджають, щоб здобути освіту, зайнятися бізнесом та втілити у життя свої мрії [15].



*Рис. 1.6. Середня тривалість перебування в Києві, дні [15]*

Є так багато причин відвідати Київ, від дивовижної архітектури до цікавої історії та яскравої атмосфери, і кожна з них уже є добрим приводом для планування поїздки до столиці України [15].

Золотоголові церкви до певної міри є символом Східної Європи, і немає кращого місця, щоб помилуватися ними, ніж Київ. У столиці України так багато гарних церков, що важко вибрати найдивовижнішу [15].

Комплекс Печерської Лаври, об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, з моменту заснування в 11 столітті був одним із найважливіших місць для православних християн. Ще одне місце ЮНЕСКО – Софійський собор – і особливо його інтер'єр захоплює дух [15].

Найбільше відвідувачів захоплюватиме вулиця Хрещатик – головний проспект у центрі, який у вихідні перетворюється на пішохідну зону. За адміністративним поділом місто складається із десяти районів. Найбільш популярні у туристів райони у старій частині міста на правому березі Дніпра [15].

Щороку в останні вихідні травня Київ відзначає свій день народження. Це величезне свято, з безліччю концертів, ярмарків, урочистостей на головних вулицях та площах. Завершиться свято чудовим світловим шоу феєрверків [15]. Щороку на початку липня до Києва на міжнародний фестиваль Atlas Weekend приїжджають шанувальники різних напрямків сучасної музики. На концертних майданчиках фестивалю представлені хіп-хоп, електро-поп, джаз, рок, фолк-рок та електронна музика. На фестивалі виступають відомі виконавці та популярні гурти з усього світу [15].

Відчути особливу атмосферу стародавньої столиці можна з перших хвилин знайомства. Але для того, щоб краще дізнатися красиве місто, відчути його шарм та чарівність, необхідно включити до свого маршруту найпопулярніші туристичні місця [15].

Насамперед варто пройтись головною вулицею міста, Хрещатиком. Найширша вулиця вже давно стала улюбленим місцем прогулянок як місцевих, так і приїжджих. Вона починається від майдану Незалежності і закінчується на Бессарабській площі. При прогулянці варто звернути увагу на будинки, які розташовані з його боків. Будівлі, збудовані у ХХ столітті, є яскравим зразком радянського архітектурного стилю «сталінське бароко» [16].

Можна відчути давню атмосферу міста на Андріївському узвозі. В одному із найстаріших районів столиці України є безліч історичних пам'яток та пам'яток — Андріївська церква, Замок Річарда Левине Серце, Музей однієї вулиці, Музей Булгакова. Тут можна помилуватись роботами художників, познайомитися з народними промислами, купити автентичні сувеніри [16].

Варто відвідати Києво-Печерську Лавру, одну з найдавніших святинь православного світу. На території собору 14 церков, монастир та сім музеїв.

Можна завітати до головного Успенського собору, який виконаний у стилі українського бароко. Православний комплекс складається з Верхньої та Нижньої Лаври. В останньому знаходяться печери, що є стародавніми келями і місцями, де зберігаються мощі святих. В одній із печер спочивають останки Іллі Муромця, легендарного богатиря давньоруських билин [16].

Можна помилуватись неймовірно красивою Андріївською церквою, дітищем знаменитого архітектора Растреллі. Він був побудований у XVIII столітті у стилі бароко. Церква має форму хреста з великим куполом у центрі. Бірюзові стіни з білими колонами, витончені карнизи та пілястри, позолочені капітелі та вишукана ліпнина здобули храму репутацію одного з найкрасивіших у Європі. Андріївська церква особливо ефектна вночі, освітлена сотнями вогнів [16].

Також варто побувати на території найбільшого в Східній Європі заповідного комплексу - Пирогова. На площі понад 150 га розкривається історія побуту та побуту сільської України. Територія комплексу поділена регіонами країни; у кожній із них представлені традиційні садиби, дерев'яні церкви та предмети побуту українців. Пирогов — улюблене місце пікніків та фестивальний майданчик киян та українців [16].

Також обов'язково потрібно побачити один із символів міста, Золоті ворота. Головні ворота Києва були побудовані у 1037 році за Ярослава Мудрого. Сьогодні можна спостерігати реконструйований павільйон, усередині якого знаходяться руїни стародавніх воріт. Зовнішній вигляд споруди нагадував Золоті ворота у Константинополі. Усередині павільйону знаходиться музей, де можна дізнатися про історію Золотих воріт. Якщо є бажання помилуватися панорамою міста, то потрібно піднятися сходами на верхній майданчик [16]. Також знаменита пам'ятка міста - Батьківщина-мати. Висота однієї з найвищих скульптур у світі становить 62 метри, а разом із постаментом, на якому вона стоїть, – 102 метри [16]. Ця споруда є частиною меморіального комплексу, присвяченого історії України у роки Другої світової війни. Усередині скульптури

знаходиться музей із трьома залами. Один оглядовий майданчик меморіалу знаходиться на висоті 36 метрів, а другий (вістря меча) — 91 метр [16].

Згідно з офіційними даними, на території міста Києва знаходиться більше 500 об'єктів культурної спадщини [16].

Зокрема, серед них:

1. понад 80 об'єктів архітектури (пам'ятники, будівлі, парки, сквери тощо);
2. понад 100 об'єктів історії (меморіальні дошки, пам'ятні знаки, фортеці, вежі тощо);
3. понад 100 об'єктів релігійної культури (храми, костели, монастирі тощо);
4. понад 80 музеїв та галерей (художні, історичні, технічні, національні та інші);
5. понад 80 об'єктів культурно-освітнього призначення (бібліотеки, театри, концертні зали, наукові установи тощо) [16].

Зазначимо, що серед них є об'єкти, які входять до списку світової спадщини ЮНЕСКО, зокрема Софійський собор, Києво-Печерська лавра та Свято-Михайлівський Золотоверхий монастир [16].

Додатково, можна навести такі дані щодо об'єктів культурної спадщини в Києві:

- a) 35 музеїв, серед яких Національний музей історії України, Музей народної архітектури та побуту України, Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків, Музей мистецтва Золоті ворота, Музей-меморіал воєнної історії України на Майдані Незалежності тощо;
- b) 11 парків, серед яких Маріїнський парк, Голосіївський парк, Видубицький монастирський парк, Труханів острів, Лаврський парк;
- c) 6 театрів, серед яких Національний академічний театр опери та балету, Драматичний театр імені Лесі Українки, Національний академічний

театр драми імені Леся Курбаса, Київський академічний театр юного глядача тощо;

д) 7 кінотеатрів, серед яких кінотеатр "Київ", "Жовтень", "Київська Русь", "Україна", "Ілюзіон" та інші;

е) більше 40 меморіальних знаків та пам'яток, серед яких пам'ятник Володимирі Великому, пам'ятник Богдану Хмельницькому, пам'ятник Тарасові Шевченку, пам'ятник Михайлу Грушевському, пам'ятник Марії Заньковецької та інші [16].

У 2021 році Київ відвідало понад 2,5 мільйонів туристів, більшість з яких були з України та країн Східної та Центральної Європи. Обсяг туристичного бізнесу у місті відповідно також зростає, що свідчить про збільшення зацікавленості відвідувачів у пізнавальному туризмі в Києві [16].

Також у мандрівника є можливість помилуватись пам'ятками Національного музею історії України. Один із головних музеїв країни налічує понад 800 тисяч рідкісних експонатів. Тут можна побачити археологічні та етнографічні колекції, картини та скульптури, старовинні книги та документи, порцеляну та вироби зі скла [16].

Тут також є один із найстаріших ботанічних садів Європи. Сад, закладений у XIX столітті, розташований біля червоного корпусу Національного університету імені Шевченка. Існує понад десять тисяч видів рослин з усього світу. На території 22 га розташовані 12 теплиць та 17 теплиць. Помилуйтеся унікальними колекціями магнолій, тропічних та субтропічних рослин, сукулентів та кактусів [16].

Ну і також варто спробувати страви української кухні. Вони не лише ситні, а й дуже смачні. Обов'язково варто спробувати борщ (суп на основі буряків з овочів та м'яса), вареники (виріб з вареного тіста з різними начинками), котлету по-київськи (куряче філе в клярі зі шматочком олії, в сухарях). На десерт можна скуштувати кисіль (страву на ягідній чи молочній основі), пироги з вишнею, яблуками чи іншою начинкою [16].



Таблиця 1.3

**SWOT- аналіз Києва з точки зору туристичної привабливості**

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Географічне розташування, що сприяє розвитку мережі маршрутів;</li> <li>– Базова дестинація в Україні для проведення заходів та наступних подорожей Україною та Європою;</li> <li>– Найдоступніше за ціною сервісу місто для проведення укенду;</li> <li>– Низький ризик терористичної загрози;</li> <li>– Велика кількість якісних та недорогих закладів харчування, розважальних закладів;</li> <li>– Гостинні та красиві мешканці;</li> <li>– Наявні можливості для розширення інфраструктури без суттєвих додаткових витрат;</li> <li>– Велика частка міжнародних авіаперевезень;</li> <li>– Наявність мережі; трансконтинентальних рейсів;</li> <li>– Наявність річкового сполучення з іншими туристичними місцями.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Репутація небезпечного міста на міжнародній арені</li> <li>– Постійні вуличні акції та мітинги в центрі столиці</li> <li>– Недоліки благоустрою (дороги, паркувальні майданчики, громадські вбиральні, рівень чистоти);</li> <li>– Недосконала мережа громадського транспорту;</li> <li>– Високий рівень формальностей при перетині Державного кордону (прикордонна та митна служби), що перешкоджає збільшенню трансферного пасажиропотоку;</li> <li>– Недостатньо розвинена трансферна інфраструктура;</li> <li>– Відносно висока собівартість послуг, що надаються аеропортом;</li> <li>– Недостатній розвиток інфраструктури для активного відпочинку, людей з інвалідністю та дітей.</li> </ul>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Візова лібералізація з рядом країн (скасування віз, введення електронної візи та транзитного 5-денного коридору, оформлення віз по прильоту);</li> <li>– Велика кількість подій світового значення, які будуть проходити у Києві після перемоги.;</li> <li>– Позиціонування як міста для найкращого та найдоступнішого укенду для європейців;</li> <li>– Залучення гіпервеликих туристичних ринків Китаю, Канади та США;</li> <li>– Відкладений попит на подорож до столиці України, що має буде задоволений після стабілізації ситуації в країні.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Зниження привабливості України для потенційних пасажирів внаслідок ведення бойових дій, складна соціально-політична ситуація в країні;</li> <li>– Економічна криза, падіння купівельної спроможності населення;</li> <li>– Більш успішний та динамічний розвиток інших європейських міст (Будапешт, Прага, Вроцлав, Мінськ тощо);</li> <li>– Активізація інших туристичних українських міст, які мають власні аеропорти (Львів, Одеса тощо);</li> <li>– Відсутність ефективної політики поводження з твердими побутовими відходами (ТПВ) може призвести до екологічної катастрофи.</li> </ul>

*Джерело: розроблено на основі [17]*

За даними Київської міської державної адміністрації, в місті Києві налічується більше 500 об'єктів культурної спадщини, з яких більшість є

пам'ятками архітектури та історії. Серед них можна виділити такі відомі об'єкти, як Софійський собор, Києво-Печерська лавра, Михайлівський Золотоверхий монастир, Старокиївська гора, Київський фортеця та багато інших [17].

Також у місті функціонує більше 80 музеїв та галерей, серед яких можна виділити Національний музей історії України, Музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків, Національний музей Тараса Шевченка та багато інших [17].

Отже, Київ має значну кількість об'єктів культурної спадщини, що робить його одним з найбільш популярних туристичних напрямків в Україні для пізнавального туризму [17].

За останні роки Київ став одним з найбільш популярних туристичних напрямків в Україні, що зумовлено його багатим культурним та історичним спадщиною, яке приваблює туристів з усього світу. Відвідування культурних пам'яток, музеїв, театрів, концертних заходів та інших культурних подій стали популярними серед туристів, які шукають пізнавальні мандрівки [17].

Крім того, Київ має багато природних ресурсів, таких як парки, сквери та набережні, які приваблюють туристів своєю красою та сприяють активному відпочинку. Також, Київ є центром науки та освіти в Україні, що створює сприятливі умови для розвитку культурно-пізнавального туризму, так як тут можна відвідати різні конференції, семінари, лекції, та інші навчальні та наукові заходи [17].

Отже, Київ має великий потенціал для розвитку пізнавального туризму, який є не тільки важливим джерелом доходу для міста, але й збільшує культурний обмін та сприяє залученню нових інвестицій у розвиток місцевої економіки. Варто зазначити, що дальший розвиток туризму вимагає належної уваги від місцевої влади, підтримки бізнесу та розробки якісної туристичної інфраструктури [17].

## РОЗДІЛ 2

### ПРОЕКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ КИЄВА

#### 2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Даний тур м. Києвом орієнтований на 4 календарні дні/ 5 ночей, він розрахований на відвідування найпопулярніших та найцікавіших пізнавальних місць Києва.

Протяжність маршруту : Національний заповідник Софія Київська – Андріївська церква – Золоті ворота – Володимирський кафедральний собор – Майдан Незалежності – Європейська площа – Свято – Михайлівський Золотоверхий монастир – Музей води – Парк Вічної Слави – Києво – Печерська Лавра – Ботанічний сад – Батьківщина Мати (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

#### Кілометраж туру м. Києвом)

А - В	Шлях
Національний заповідник Софія Київська - Андріївська церква	550,0 м 2 хв.
Андріївська церква – Золоті ворота	1,2 км 6 хв.
Золоті ворота – Володимирський кафедральний собор	1 км 4 хв.
Володимирський кафедральний собор – Майдан Незалежності	1,8 км 5 хв.
Майдан Незалежності – Європейська площа	2,8 км 7 хв.
Європейська площа – Свято – Михайлівський Золотоверхий монастир	350 м 2 хв

Продовження табл. 2.1

Михайлівський Золотоверхий монастир – Музей води	400 м 2 хв.
Музей води – Парк Вічної Слави	7,9 км 15 хв.
Парк Вічної Слави – Києво – Печерська Лавра	2,4 км 9 хв.
Києво – Печерська Лавра – Ботанічний сад	3,7 км 14 хв.
Ботанічний сад -Батьківщина мати	4,0 км 12 хв.

Джерело: складено автором

Маршрут та основні точки пересування здійснюється автобусом (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

### Хронометраж туру м. Києвом

Локація	Скільки часу провести	На карті
Національний заповідник Софія Київська	2,5 год.	Вулиця Володимирська, 24, Київ
Андріївська церква	2 год.	Андріївський узвіз, 23, Київ
Золоті ворота	40 хв.	Вулиця Володимирська, 40А, Київ
Володимирський кафедральний собор	60 хв.	Бульвар Тараса Шевченка, 20, Київ
Майдан Незалежності	40 хв.	Майдан незалежності, Київ
Європейська площа	30 хв.	Європейська площа, Київ

Продовження табл. 2.2

Свято – Михайлівський Золотоверхий монастир	1,2 год.	Вулиця Трьохсвятительська, 8, Київ
Музей води	1,25 год.	Вулиця Михайла Грушевського, 1В, Київ
Парк Вічної Слави	2 год.	Вулиця Лаврська, 15, Київ
Києво – Печерська Лавра	3 год.	Вулиця Лаврська, 15, Київ
Ботанічний сад	4 год.	Вулиця Симона Питлюрика, 1, Київ
Батьківщина мати	1,2 год.	Вулиця Лаврська , 27, Київ

Джерело: складено автором

Загальна довжина маршруту: 38 км. Оптимальний сезон для організації туру - весна або осінь, коли не так спекотно та не так багато туристів. Місця ночівлі туристів розташовані в центрі міста, біля Майдану незалежності або за на околицях Києва, залежно від бажання туристів та їхнього бюджету. На маршруті є багато громадських туалетів, а також паркінги та стоянки для автомобілів по дорозі історичних місць (табл. 2.3).

Анімаційна програма в себе включає :

- Майстер-клас з виготовлення українських сувенірів
- Фольклорний концерт з української народної музики та танцю
- Екскурсія на катамаранах по Дніпру
- Вечірка в українському стилі з традиційною українською їжею та напоями.

Таблиця 2.3

## Програма культурно – пізнавального туру до Києва на 4 дні / 5 ночей

Дні	Програма туру
1 день (15 квітня)	7:50 Зустріч групи біля метро Палац України, Київ 8:00 Виїзд з метро Палац України, Київ 8:20 прибуття до Національного заповідника Софія Київська 8:20 - 11:10 перебування в національному заповіднику 11:25 – 13:00 обід в ресторані Бути Sofie / Localist Café / La Famiglia – на вибір туриста 13:10 Виїзд з національного заповідника 13:30 прибуття до Андріївської церкви 13:30 – 15:30 перебування в Андріївській церкві 15:40 виїзд з Андріївської церкви 15:55 прибуття до Золотих Воріт 15:55 – 16:35 екскурсія Золотими Воротами 16:40 – 17:40 вільний час 18:20 – поселення в Theatre Botique Apart – Hotel / Premier Hilton Kyiv / Radisson Blu Hotel Kyiv Podil – за вибором 20:00 – вечеря в готелі Botique Apart – Hotel
2 день (16 квітня)	8:30 – 9:30 сніданок в готелі Botique Apart – Hotel 9:40 – виїзд до Володимирського кафедрального собору 10:00 – прибуття до Володимирського кафедрального собору 10:10 – 11:10 перебування в Володимирському соборі 11:40 – 12:40 обід в ресторані Дю Лонг / Jardin / Park Kitchen – на вибір туриста 12:50 – виїзд з Володимирського кафедрального собору 13:15 – прибуття до Майдану Незалежності 13:15 – 13:55 перебування на Майдані Незалежності 14:00 – виїзд до Європейської площі 14:15 – прибуття до Європейської площі 14:15 – 14:45 – перебування на Європейській площі 14:50 – виїзд з Європейської площі 15:15 – прибуття до Свято – Михайлівського Золотоверхого монастиря 15:15 – 16:35 – перебування в Свято – Михайлівському Золотоверхому монастирі 16:40 – 17:40 – фольклорний концерт з української народної музики та танцю 18:00 – повернення до готелю 18:00 – 19:00 – вечеря в ресторані 19:00 – 21:00 – вечірка в готелі в українському стилі з традиційною українською їжею та напоям

## Продовження табл. 2.3

3 день (17 квітня)	8:00 – 9:00 – сніданок в готелі 9:10 – виїзд до музею Води 10:15 – прибуття до музею Води 10:15 – 11:50 – перебування в музеї Води 12:00 – 13:00 - обід в ресторані Київ / Сапери / Ларнос – на вибір туристів 13:10 – виїзд з музею Води 13:35 – прибуття до Парку Вічної Слави 13:35 – 15:35 – перебування в Парку Вічної Слави 15:40 – виїзд з Парку Вічної Слави 16:00 – прибуття до Києво – Печерської Лаври 16:00 – 19:00 – перебування в Києво – Печерській Лаврі 19:00 – 20:00 – майстер – клас з виготовлення українських сувенірів 20:25 – повернення до готелю 20:30 – 21:30 – вечеря в готелі
4 день (18 квітня)	8:00 – 9:00 – сніданок в готелі 10:30 – прибуття до ботанічного саду 10:30 – 14:30 – перебування в ботанічному саду 14:50 – 15:50 – обід в ресторані Mon Cher 15:50 – виїзд з ботанічного саду 16:10 – прибуття до Батьківщини мати 16:20 – 17:40 – перебування на території Батьківщини мати 17:45 – 18:30 – екскурсія на катамаранах по Дніпру 18:40 – 19:40 – вечеря в ресторані Patrick Pub 20:00 – повернення до готелю
5 день (19 квітня)	8:00 – 9:00 – сніданок в готелі 9:00 – 9:30 – виселення з готелю 9:30 – 10:00 - Трансфер до аеропорту 12:00 - Вільот з Києва

*Джерело: складено автором*

**Постачальники послуг:**

- Готелі: Theatre Botique Apart – Hotel / Premier Hilton Kyiv / Radisson Blu Hotel Kyiv Podil.
- Ресторани: Бути Sofie, Localist Café, La Famiglia , Botique Apart Hotel, Дю Лонг, Jardin, Park Kitchen, Київ, Сапери, Ларнос, Mon Cher, Patrick Pub.
- Перевізники: Uber, Uklon, Flixbus.

- Транспортні компанії: AVIS Ukraine, Europcar Ukraine, AirBaltic.
- Екскурсійні компанії: Kiev Guides, Kiev Private Tours.
- Страхові компанії: AXA Insurance, PZU Ukraine.

Варіанти авіа стиковок на маршруті Європа – Київ:

1. Lufthansa: Франкфурт – Київ.
2. LOT Polish Airlines: Варшава – Київ.
3. Austrian Airlines: Відень – Київ.
4. Air France: Париж – Київ.
5. KLM Royal Dutch Airlines: Амстердам – Київ.
6. British Airways: Лондон – Київ.
7. Ryanair: Будапешт – Київ.
8. Wizz Air: Краків – Київ.
9. Ukraine International Airlines: різні міста Європи - Київ.

Пропозиції для потенційних партнерів:

- Спеціальні знижки на послуги для групових турів.
- Реклама в програмі туру та на сайті організатора.
- Можливість розміщення реклами на транспортних засобах та в готелях.
- Спеціальні пропозиції для повторних клієнтів та рекомендації.
- Організація корпоративних турів та індивідуальних турів з врахуванням потреб клієнтів.

Щодо просування турів по Києву на ринку ЄС та можливостей диференціації програм обслуговування для окремих цільових сегментів, це може бути корисною стратегією для залучення різних груп туристів з Європи до відвідування Києва.

Наприклад, для молодіжних туристів можна пропонувати програми з відвідуванням клубів та розважальних закладів, для сімей з дітьми - екскурсії до дитячих музеїв та парків розваг, для історичних ентузіастів - екскурсії до старовинних пам'яток та музеїв.



Також варто враховувати культурні та мовні особливості різних країн, щоб забезпечити максимально комфортний тур для кожного цільового сегменту.

Для цього можна працювати з місцевими туроператорами та готелями, щоб створити індивідуальні пакети обслуговування для різних груп туристів.

Загалом, диференціація програм обслуговування може бути корисною стратегією для залучення різних груп туристів з Європи до Києва і це може допомогти збільшити популярність туристичних послуг в цьому місті на європейському ринку.

Для забезпечення безпеки туристів в Києві, важливо використовувати техніку безпеки, яка включає в себе наступні елементи:

1. Відеоспостереження - установлення камер спостереження на вулицях, в готелях, на транспорті та інших місцях може допомогти виявити та запобігти злочинам.

2. Системи сигналізації - установлення сигналізаційних систем у готелях, магазинах, офісах та інших місцях може допомогти виявити та запобігти злочинам.

3. Електронні ключі - використання електронних ключів у готелях та інших місцях може допомогти забезпечити безпеку туристів та запобігти несанкціонованому доступу.

4. GPS-трекери - використання GPS-трекерів у транспорті та на екскурсіях може допомогти виявити та знайти в разі потреби туристів.

5. Навчання - проведення навчальних заходів для туристів щодо правил поведінки, безпеки та вживання заходів безпеки може допомогти зменшити ризик нещасних випадків та злочинності.

6. Екстрені служби - наявність екстрених служб (швидкої допомоги, пожежної охорони, поліції) та інших служб допомоги може допомогти забезпечити безпеку туристів у разі потреби.

Застосування техніки безпеки може зробити Київ більш безпечним для туристів та збільшити їхню довіру до міста.

Програма пізнавального туру дає можливість відвідати історичні місця та туристичні об'єкти які приваблюють туристів не лише своєю красою, а й легендами та історіями від старожилів.

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

В процесі продажу туристичного продукту, найбільшу частину уваги приділяється методам продажу. Під методами продажу розуміється сукупність дій та прийомів здійснення основних операцій, які пов'язані з реалізацією турпродукту споживачам.

Це можуть бути :

- Контакт спеціалістів з потенційними клієнтами, які бажають придбати тур.
- Реалізація через власні бюро продажів;
- Реалізація через контрагентську мережу;
- Електронні продажі.

Перше місце серед методів продажу продукту належить виставкам та ярмаркам. Практика свідчить, що майже половина турів реалізується на виставках та ярмарках. При просуванні турпродукту операторам важливо брати участь в таких заходах, що дозволяє привернути увагу агентів не тільки до конкретного продукту, але й до фірми в цілому.

Ми обрали найефективніші прийоми :

1. Для початку потрібно визначити цільові сегменти, якими буде реалізовуватися тур.

Для туру Києвом можуть бути цікавими такі сегменти як іноземні туристи, які хочуть побачити культурні та історичні пам'ятки міста, які шукають нові враження та пригоди, а також бізнес-туристи, які приїжджають до Києва на роботу.

Це також можуть бути молоді пари, які шукають романтичний відпочинок, люди похилого віку, які цікавляться культурою та історією, або активні туристи, які хочуть провести час на природі.

2. Для зручності клієнтів, ми маємо організувати систему посередництва.

Це можуть бути туристичні агентства, які будуть пропонувати тур своїм клієнтам.

Також, авіакомпанія може працювати з туристичними агентствами, які будуть продавати тур пасажиром.

Загалом можна створити власну систему продажу турів через сайт авіакомпанії.

3. Для привертання уваги потенційних клієнтів, необхідно використовувати різні засоби та носії реклами.

При виборі методів рекламної компанії, було обрано в першу чергу дати загальну рекламу про саме туристичне агентство.

Для цього обрані такі види просування:

Розміщення оголошень на туристичних сайтах, в соціальних мережах, в газетах та журналах, а також на рекламних щитах.

Також використання різноманітних рекламних засобів, таких як рекламні банери на сайтах, соціальні мережі, телевізійні та радіо реклами та прес-релізи.

На нашу думку ці заходи будуть спонукати клієнтів до покупки нашого товару.

Таким чином, для збуту туристичного продукту має використовуватися реклама, яка розміщається на сайті компанії та інших джерелах – буклетах, друкованій продукції, інтернет виданнях.

В нашому випадку, щоб рекламувати даний тур «Пізнавальний тур Києвом» найкращий варіант є реклама через засоби інтернет зв'язку, відео реклама туру.

Крім того, можна запропонувати зробити й друковані матеріали, з історично захоплюючим туром столицею України.

Загалом на думку автора, під час просування певного туристичного продукту потрібно використовувати різні види реклами – як зовнішню, так і внутрішню.

Наш новостворений тур перебуває на стадії позиціонування та просування. Саме з цією метою створена комунікаційна програма, вона спрямована саме на формування стійкої позитивної репутації нового туру на ринку [23].

План комунікаційної кампанії для туру Києвом:

1. Розробка бренду туру та створення логотипу. Ми позиціонуємо тур для підвищення популярності і формування позитивної громадської думки, та підвищення авторитету за для ефективності туру.

2. Розробка цільових сегментів та визначення ключових повідомлень.

За для розподілу цільової аудиторії на кілька груп за подібними характеристиками та потребами:

- Стать
- Вік
- Інтереси
- Рід діяльності

Також сегментація нам дає змогу обрати декілька груп, за допомогою яких, ми зможемо ми можемо визначити частку ринку, розробити стратегію продажів та розрахувати збут.

Сегментування туру допомагає:

- Підвищувати рівень лояльності клієнтів, адже продукт задовольняє їхні потреби.
- Передбачати бажання та недоліки кожної групи.
- Виділятися над ринком і залишатися конкурентоспроможним.
- Грамотно керувати стратегіями розвитку.
- Збільшувати виробничі потужності та підвищувати репутацію на ринку [23]

3. Розробка контенту для рекламних матеріалів (фото, відео, тексти).

Використання таких матеріалів як відео, фото та текст для інтернет-реклами є дієвим засобом просування туристичного продукту туру, оскільки завдяки їй використанню залучають клієнтів, забезпечують зростання продажів, регулюють збут. Водночас, реклама та PR -технологій на ринку туристичних послуг посилюють конкурентну боротьбу, завдяки цьому зростає і якість туристичного обслуговування.

#### 4. Вибір каналів комунікації та рекламних засобів.

Нами був обраний канал безпосередньо безособові контакти по рекламних каналах, саме вони забезпечують просування товару. участі. Це засоби масової інформації, інтер'єри і заходи стимулювання збуту.

Для збільшення обсягів продажу ми обрали такі засоби:

- Реклама персональних продаж.
- Стимулювання збуту.
- Стимулювання споживачів.
- Паблік рілейшнз [25].

#### 5. Розробка медіа плану та кошторису.

Планування та кошторис рекламної компанії є складовими.

В першу чергу має бути сформована рекламна стратегія. Чим точніше поставити завдання, тим кращий буде результат. Ми поставили собі завдання:

- Підвищення впізнаваності торгової марки на 40%.
- Чітке асоціювання торгової марки з образом, який закладався виробником і розвивався, або планується до розвитку за допомогою реклами.
- Збільшення продажів.

Наступний пункт це бюджет : найкращий період для цього це сезонний рік продажів. Тобто в нашому випадку це весна та осінь.

В цілому вся рекламна кампанія вкладається в класичну схему: планування - організація - мотивація – контроль [21].

#### 6. Реалізація рекламної кампанії.

На етапі реалізації створюються рекламні матеріали для різних рекламних носіїв, проводиться їх розміщення в носіях (закупівля рекламного простору). Йде тестування реклами до і після публікації. Контролюється графік виходу публікацій рекламних матеріалів, а також організація всіх рекламних заходів [21].

#### 7. Організація прес-туру.

В першу чергу прес-тур, це чудова можливість прорекламувати тур. Цей метод для нас здався доволі ефективним. Тому ми його виділили серед інших.

#### 8. Email-маркетинг.

Це доволі ефективний інструмент інтернет-маркетингу за для просування туру. Саме цей інструмент дозволяє вибудувати пряму комунікацію між продуктам і самим клієнтом [24].

#### 9. Створення спільнот в соціальних мережах.

Це соцмережі які створені для спілкування, через такі додатки, як Instagram та Facebook, можна запуснути таргетовану рекламу, яка спрямована на цільову аудиторію з обраними інтересами. На сьогодні це вважається найбільш популярним за ефективністю просування [20].

#### 10. Моніторинг результатів та аналіз.

Це процес діагностування, за ним ведеться збір інформації. Та аналіз найефективнішої рекламної компанії [18].

Система посередництва при організації туру Києвом буде залежати від способу його продажу. Якщо тур буде продаватися через туристичні агентства та туроператорів, то система посередництва буде включати ці суб'єкти ринку. Туристичні агентства та туроператори будуть виступати посередниками між готелями, музеями, ресторанами та іншими об'єктами, які входять до маршруту туру, та клієнтами, які купують тур.

Якщо ж тур буде продаватися безпосередньо туристам, то система посередництва буде включати туристичні центри та інформаційні пункти, які надаватимуть інформацію про тур та рекомендуватимуть об'єкти для відвідування.

У будь-якому випадку, система посередництва буде забезпечувати зручний та швидкий доступ до інформації про тур та його складові частини, а також забезпечувати координацію між різними суб'єктами ринку для забезпечення якісної та безпечної організації туру Києвом (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

### Медіа план туру м. Києвом

1.	Рекламні банери на сайтах подорожей та туристичних порталах
2.	Рекламні оголошення на Facebook та Instagram
3.	Рекламні статті у туристичних виданнях
4.	Рекламні ролики на YouTube
5.	Реклама на транспорті ( автобусах, метро )
6.	Рекламні буклети та листівки у готелях та туристичних центрах

Джерело: складено автором

В таблиці 2.5 представлено медіа бюджет м. Києва.

Таблиця 2.5

### Медіа бюджет для туру м. Києвом

Назва	Ціна , грн
1. Розробка логотипу	1000
2. Розробка контенту для рекламних матеріалів	1500
3. Розміщення рекламних банерів на сайтах	3000
4. Розміщення рекламних статей у туристичних виданнях	4000
5. Створення рекламних роликів на YouTube	1500
6. Реклама на транспорті	700
7. Друк рекламних буклетів та листівок	1500
8. Організація прес-туру	3000
Загальна сума	17 200

Джерело: складено автором

Задля реалізації « Пізнавального туру м. Києвом та його просування на ринку ЄС, ми пропонуємо його реалізацію з допомогою таких суб'єктів ринку :

1. Туристичні агентства та туроператори, які будуть пропонувати тур до Києва своїм клієнтам.
2. Готелі та гостели, які будуть співпрацювати з туроператорами та пропонувати свої послуги туристам.
3. Туристичні центри та інформаційні пункти, які будуть рекомендувати тур до Києва своїм відвідувачам.
4. Музеї, пам'ятки архітектури та інші туристичні об'єкти, які будуть включені до маршруту туру.
5. Ресторани, кафе та інші заклади громадського харчування, які будуть рекомендовані туристам для відвідування під час туру.
6. Транспортні компанії, які будуть забезпечувати транспортні послуги для туристів під час туру.

Таким чином, виконуючи запропоновані маркетингові заходи, можна ефективно просунути тур Києвом на європейському ринку на цільових сегментах та збільшити його популярність серед туристів.

### 2.3. Економічне обґрунтування туру

Під час здійснення туристичної подорожі пізнавальними місцями м. Києва варто звернути увагу на статтю витрат для проведення даного туру (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

#### Калькуляція вартості транспортування на маршруті

№	Стаття витрат	Сума витрат	
		Ціна, €	Ціна, грн
1.	Паливні витрати : 11,4 л. (1 л. 50 грн)	14,34	570



Продовження табл. 2.6

2.	Витрати на обслуговування автобусу під час рейсу А) миття автобусу Б) платні стоянки	8,81 20,13	350 800
	Умовно постійні витрати		
3.	Заробітна плата водіїв	37,75	1500
4.	Витрати на страхування автотранспорту	47,81	1900
5.	Накладні витрати	55,36	2200
6.	Всього собівартість	184,2	7313
7.	Податок	36,84	1463
8.	Податок на прибуток	33,156	1316,3
9.	ПДВ	36,84	1463
10.	Всього вартість транспортування на маршруті	291,036	14880
11.	На 1 особу	14,56	578

Джерело: розраховано автором

У таблиці 2.7 представлено основні послуги туристичного продукту.

Таблиця 2.7

**Основні послуги туристичного продукту**

Назва готелю	Вартість проживання на особу за 1 день + сніданок, вечеря	Вартість проживання на 20 туристів за 1 день
Theatre Botique Apart - Hotel	25€	500€
Premier Hilton Kyiv	48€	960€

Джерело : складено автором

Крім того, варто зазначити і про додаткові послуги, які туристичний оператор може надати своїм клієнтам (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

## Додаткові послуги туристичного продукту)

Послуги екскурсорова у м. Київ	Вартість : 150 грн./чол
Придбання сувенірної продукції	Вартість від : 50 – 300 грн.
Пожертва на монастирі	За бажанням
Майстер-клас з виготовлення українських сувенірів	Вартість : 200 грн.
Фольклорний концерт з української народної музики та танцю	Вартість : 300 грн.
Вечірка в українському стилі з традиційною українською їжею та напоями	Вартість : 350 грн
Екскурсія золотими воротами	Вартість : 200 грн
Екскурсія музеєм води	Вартість : 225 грн
Екскурсія ботанічним садом	Вартість : 320 грн
Екскурсія Батьківщиною мати	Вартість : 300 грн
Екскурсія на катамаранах по Дніпру	Вартість : 400 грн
Екскурсія парком вічної слави	Вартість : 150 грн
Екскурсія по Свято Михайлівському золотOVERХому монастирі	Вартість : 190 грн
Екскурсія Володимирським кафедральним собором	Вартість : 130 грн
Екскурсія заповідником Софія Київська	Вартість : 300 грн

*Джерело: складено автором*

Щодо знижок, то у турі м. Києвом вони не передбачені. Щодо розміщення, то можна обрати : готель «Theatre Botique Apart – Hotel» / «Premier Hilton Kyiv» / «Radisson Blu Hotel Kyiv Podil». Також відвідувачі можуть скористатись послугами закладів громадського харчування ресторан «Бути Sofie»/ «Localist Café»/ «La Famiglia» / «Botique Apart Hotel»/ «Дю Лонг»/ «Jardin»: «Park Kitchen»/ «Київ»/ «Сапєрави»/ «Ларнос»/ «Mon Cher»/ «Patrick Pub»та магазинами.

Таким чином, територія м. Києва це чудове та історичний місто для відвідувань, що пов'язані із історичними подіями, котрі відбувались у

монастирях та старовинних місцях столиці. Крім того, варто передбачити і результати від формування та продажу туру пізнавальними місцями м. Києва на 2023 рік (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Прогнозні результати від формування та продажу туру  
«Пізнавальними місцями м. Києва» на 2023 р.**

Період	Доходи від продажів турів (без ПДВ), грн			Витрати			Фінансові результати	
	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Разом	Прямі витрати, грн	Непрямі витрати	Прибуток до оподаткування, грн	Податок на прибуток, грн	Чистий прибуток, грн
2 кв 2023	50520	125789	176309	10000	21500	44809	8066	36743
3 кв 2023	98765	180456	279221	180000	27800	71421	12856	58565
4 кв 2023	180900	235679	695800	450000	47620	218180	39273	178907
Разом	330185	541924	872109	720000	96920	334410	60195	274215

*Джерело : розраховано автором*

За результатами проведених розрахунків було встановлено, що прогнозний обсяг доходів від продажу туру м, Києвом у 2023 році складе 274215 тис.грн, у т.ч. 330185 тис.грн – продаж турів туристам-громадянам України, 541924 тис.грн – туристам- громадянам іноземних країн (ЄС). Прогнозні прямі витрати складуть 720000 тис.грн, а непрямі витрати (обслуговування туристичної інфраструктури та просування турпродуктів) – 96920 тис.грн. Прогнозний чистий прибуток від реалізації туру у сфері пізнавального туризму складе 274215 тис.грн.

Отже, розроблений нами туристичний продукт, на нашу думку, може бути якісно представлений на ринку пізнавального туризму в країнах ЄС, оскільки характеризується унікальністю туристичних ресурсів.

Продуктова програма туру Києвом включає такі складові частини:

1. Проживання в готелі - вартість залежить від рівня готелю та категорії номеру.
2. Екскурсійна програма - включає в себе відвідування музеїв, пам'яток архітектури, парків та інших цікавих місць.
3. Харчування - може бути включене у вартість туру або продаватися окремо.
4. Транспортні послуги - можуть бути організовані окремо або включені у вартість туру.
5. Додаткові послуги - такі як організація тематичних екскурсій, прокат велосипедів, трансфер з/до аеропорту та інші.

Доходи від продажу туру можуть бути збільшені за рахунок продажу додаткових послуг, таких як організація вечері у ресторані, прокат велосипедів та інші.

Витрати на організацію туру Києвом можуть включати витрати на проживання, екскурсійну програму, транспортні послуги, харчування, додаткові послуги, а також витрати на маркетинг та рекламу туру.

Для забезпечення економічної ефективності туру можна розглянути такі заходи:

1. Знижки на послуги для групових турів для залучення більшої кількості клієнтів.
2. Оптимізація витрат на проживання та харчування шляхом вибору менш дорогих варіантів.
3. Реклама туру та партнерських послуг на сайті організатора та на транспортних засобах.

4. Розробка спеціальних пропозицій для повторних клієнтів та рекомендацій.

5. Розробка індивідуальних турів з урахуванням потреб клієнтів для залучення нових сегментів ринку.

Такі пропозиції допоможуть підприємству досягти більшого успіху та покращити свої фінансові показники.



## ВИСНОВКИ

1. Розглянувши та проаналізувавши питання розроблення пізнавального туру територією м. Києва та його просування на території ЄС, можна зробити висновки, що пізнавальний туризм є одним з найпопулярніших видів турів .

Пізнавальний туризм - це різноманітні туристичні подорожі, поїздки, а також походи, основною ціллю яких є відвідування центрів туризму, регіонів, пам'яток місцевого та світового масштабу. Під час таких подорожей туристи знайомляться з традиціями та побутом місцевих мешканців, їх історією, культурою, пам'ятниками природи, народними стравами. Варто зазначити, що елементи даного туризму присутні в певній мірі практично для кожного з різновидів туризму.

2. Київ - це столиця древньої Русі і України, а ще це старовинне місто засноване у 482 р н.е. Найбільшого поширення пізнавальний туризм здобув у історичних містах. Особливо славиться цим місто Київ .

Аналізуючи пропозицію турів «пізнавального» спрямування туристичних фірм, можна зробити висновок, що така пропозиція буде все далі набувати популярності в країнах ЄС, особливо після перемоги України над Російською Федерацією .

Отже, проведене дослідження показало, що тур Києвом має потенціал для успішного просування на ринку ЄС. Продуктова програма туру включає елементи з урахуванням техніки безпеки, що допоможе забезпечити безпеку туристів та зробити їх перебування в місті більш комфортним та приємним. Програма структурована та наповнена .

3. Пропонується удосконалити програму туру шляхом включення більш широкого спектру екскурсій та відвідування менш популярних, але цікавих місць. Також розглянута можливість включення в програму туру майстер-класів з національної кухні та культури, що дозволить туристам більше поглибитись у культурне середовище міста.

Для просування туру Києвом на ринку ЄС пропонується використовувати інтернет-маркетингові інструменти, такі як соціальні мережі та рекламні кампанії на туристичних сайтах. Також можна використовувати PR-компанії для просування туру серед туристичних агентств та залучення уваги ЗМІ.

4. Проаналізувавши дану тему, ми можемо зробити висновки, що удосконалюючи продуктову програму туру Києвом та ефективно використовувати інтернет-маркетингові інструменти нам дозволять привернути більше туристів з ЄС та підвищити ефективність діяльності в цьому напрямку.

Чистий прибуток від організації туру складає 274 215 тис. грн, що свідчить про його економічну ефективність. Таким чином збільшення доходів від продажу додаткових послуг та оптимізація витрат можуть додатково збільшити економічну ефективність туру Києвом. Провівши даний аналіз ми визначили, що тур Києвом та його просування на ринку ЄС є рентабельним та економічно ефективним продуктом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kadek Wiweka, Komang Trisna Pratiwi Arcana. Rethinking the theory of tourism: what is tourism system in theoretical and empirical perspective?. Грудень, 2019 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/338856287\\_RETHINKING\\_THE\\_THEORY\\_OF\\_TOURISM\\_WHAT\\_IS\\_TOURISM\\_SYSTEM\\_IN\\_THEORETICAL\\_AND\\_EMPIRICAL\\_PERSPECTIVE](https://www.researchgate.net/publication/338856287_RETHINKING_THE_THEORY_OF_TOURISM_WHAT_IS_TOURISM_SYSTEM_IN_THEORETICAL_AND_EMPIRICAL_PERSPECTIVE)
2. The Geography of Tourism and Recreation. Colin Michael Hall, Stephen John Page. 2002 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT180263.pdf>
3. Туризм і відпочинок в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://toursdekiev.com.ua/en/about-Ukraine> .
4. ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: [електронна стаття] / Наталія ПАНЬКІВ Національний університет “Львівська політехніка”. 2022 р. - Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/11/2022-310-10.pdf>
5. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах : [необхідність використання інтернеттехнологій для розвитку туризму на сучасному етапі] / Т. В. Марусей. - Електронні дані // "Ефективна економіка". – Дніпро, 2020. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116/>
6. Використання інноваційних технологій в галузі туризму : монографія / В. М. Зайцева, Д. Д. Гурова, О. М. Корнієнко та ін. ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Запорізький національний технічний університет.- Електронні дані. – Запоріжжя : Дике Поле, 2015. – 144 с.- Режим доступу: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/1914>



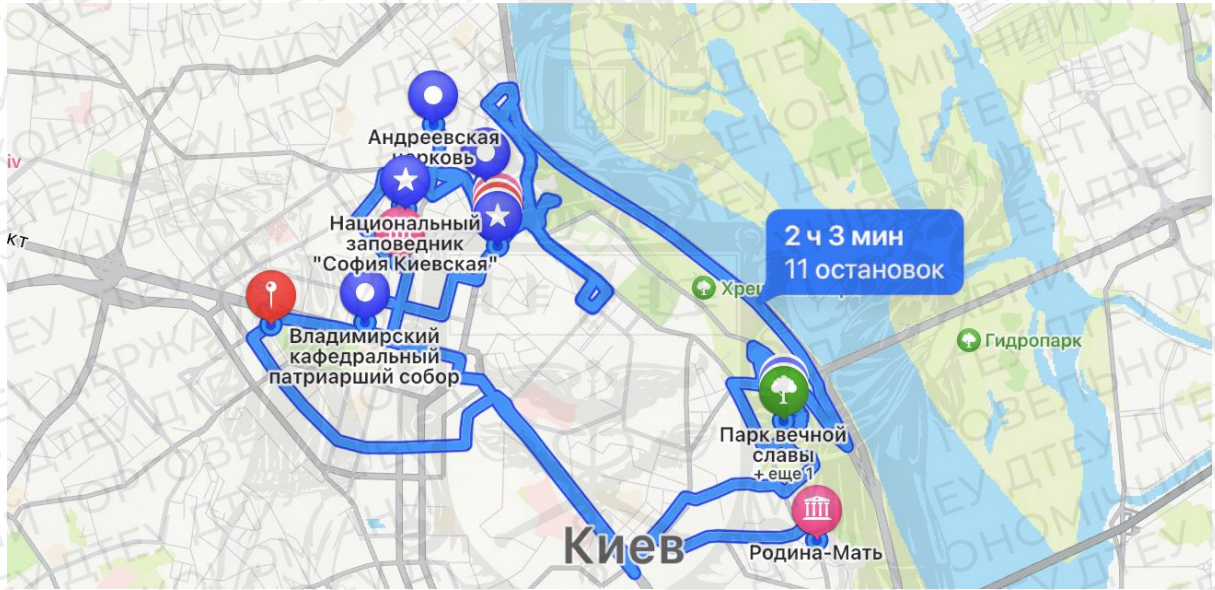
7. Гурова Д. Д. Проблеми розвитку туризму в Україні: шляхи їх вирішення : [електронна стаття] / Д. Д. Гурова. - Електронні дані // EIRZNTU (Electronic Institutional Repository of Zaporizhzhya National Technical University). – Запоріжжя, 2015. - Режим доступу: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/1948>.
8. Папш В.В., Бошота Н.В. Туризм як пріоритетний напрям розвитку економіки регіону (на прикладі Закарпатської області). 2014 р. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20143\(107\)/sep20143\(107\)\\_528\\_PappVV,BoshotaNV.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20143(107)/sep20143(107)_528_PappVV,BoshotaNV.pdf)
9. UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>
10. Покоłodна М.М., Писарева І.В. Розвиток туристської інфраструктури: регіональний аспект. – Інфраструктура ринку Електронний науково-практичний журнал. — Випуск 28, 2019. — С.209-218 [http://www.marketinfr.od.ua/journals/2019/28\\_2019\\_ukr/33.pdf](http://www.marketinfr.od.ua/journals/2019/28_2019_ukr/33.pdf)
11. Urban tourism – we need to build cities for residents and visitors, finds conference. 08.10.2014 р. URL: <https://www.unwto.org/global/press-release/2018-10-08/urbantourism-we-need-build-cities-residents-and-visitors-finds-unwto-con-0>
12. Urban Tourism. URL: <https://www.unwto.org/fr/urban-tourism>
13. Навчання студентів-іноземців в Україні. URL: <https://studyinukraine.gov.ua/zhittya-v-ukraini/inozemni-studenti-v-ukraini/>
14. Tourism in Ukraine. URL: <https://www.visitkievukraine.com/>
15. Driving the Tourism Recovery in Ukraine. 2021. URL: [https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google\\_Ukraine\\_Final.pdf](https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf)
16. Formation of the national tourism system of Ukraine. Myroslava Bosovska, Marharyta Boiko, Nadiia Vedmid. URL: [https://www.researchgate.net/publication/322839587\\_Formation\\_of\\_the\\_national\\_tourism\\_system\\_of\\_Ukraine](https://www.researchgate.net/publication/322839587_Formation_of_the_national_tourism_system_of_Ukraine)
17. THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF THE COVID-19 PANDEMIC. Vira Shevchuk. 2020 р. URL:

[https://www.academia.edu/84086617/THE\\_TOURIST\\_INDUSTRY\\_OF\\_UKRAINE\\_IN\\_THE\\_CONDITIONS\\_OF\\_THE\\_COVID\\_19\\_PANDEMIC](https://www.academia.edu/84086617/THE_TOURIST_INDUSTRY_OF_UKRAINE_IN_THE_CONDITIONS_OF_THE_COVID_19_PANDEMIC)

18. KYIV AS TOURISTIC DESTINATION: CURRENT CHALLENGES. 2021. URL: <https://econom-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/4393>
19. МОНИТОРИНГ І ДІАГНОСТИКА ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ. Н. М. Богдан 2020 р. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/287725642.pdf>
20. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА. БІБІК Н.В., канд.екон.наук., доц. РИСКАЛЬ О.В. URL: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/download/2404/2281/5510>
21. PLANNING ADVERTISING CAMPAIGN OF THE ENTERPRISE. Gavrilenko N., Shkoda M. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9910/1/OIP2017\\_P135-141.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9910/1/OIP2017_P135-141.pdf)
22. EMAIL МАРКЕТИНГ. URL: <https://sendpulse.ua/ru/support/glossary/email-marketing>
23. BRAND AUDIENCE SEGMENTATION FOR LAUNCHING AN ADVERTISING CAMPAIGN (EXAMPLE OF YOLO STUDY) . S. Samolinska . URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2021/203.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/203.pdf)
24. Пресс-тур. Карина Крупенченкова. URL: <https://www.deadline.com.ua/blog/press-tur-polnaya-instrukciya-po-organizacii-i-provedeniyu#>
25. ВИБІР КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЙ. URL: <https://studfile.net/preview/5594201/page:3/>

## ДОДАТКИ

### ДОДАТОК А

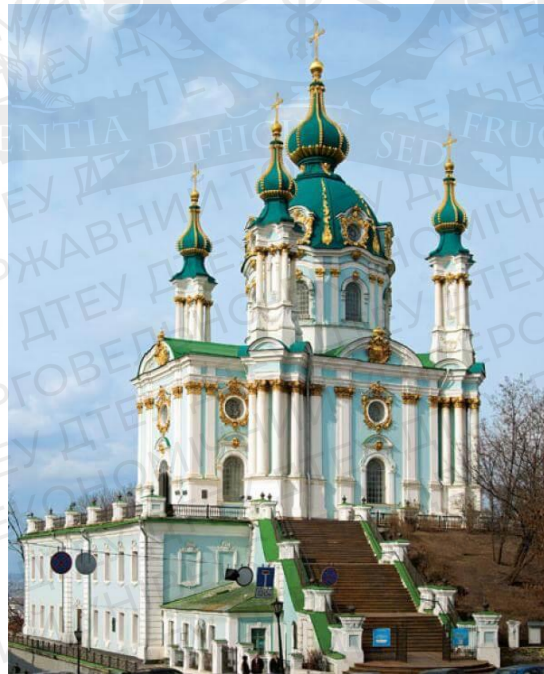


Джерело: Google

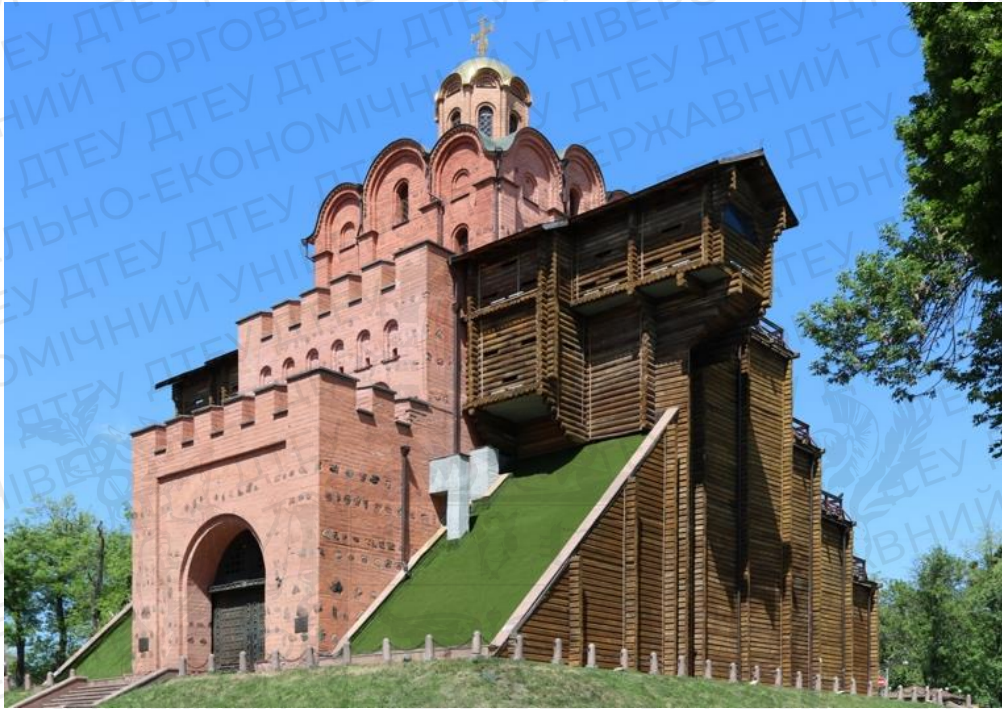
**Національний заповідник Софія Київська**



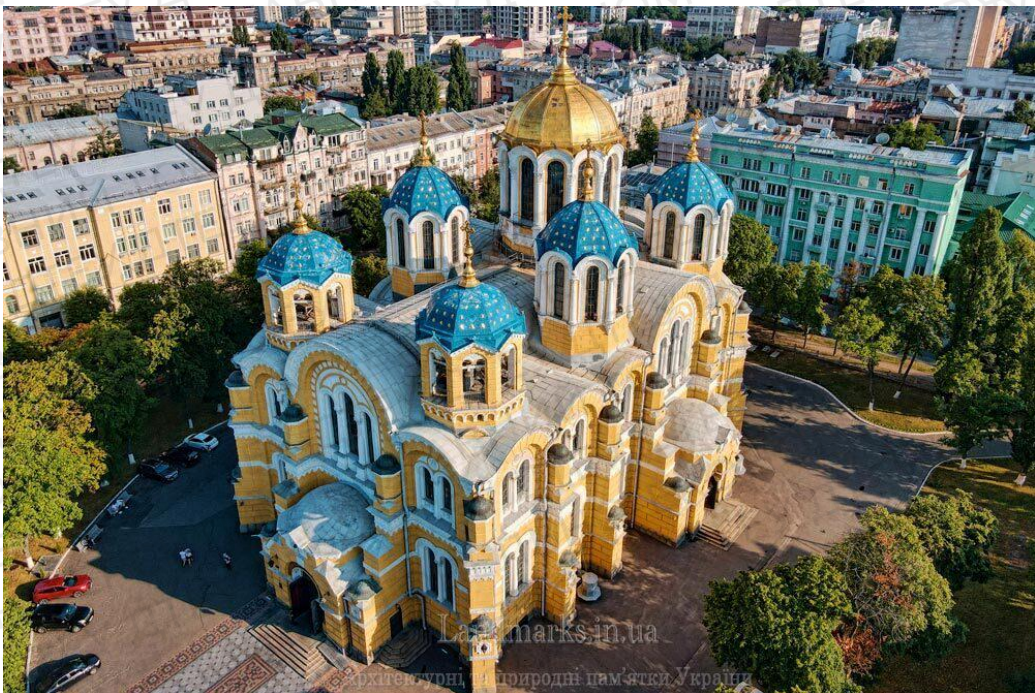
**Андріївська церква**



**Золоті ворота**



**Володимирський кафедральний собор**



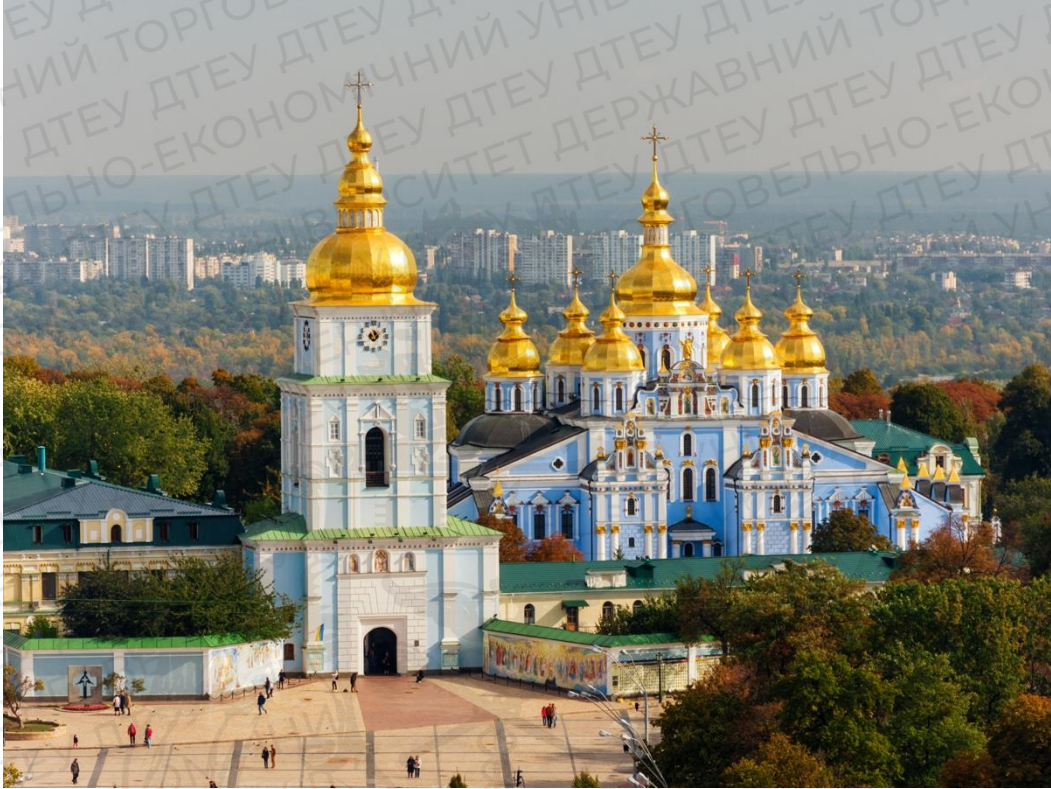
### Майдан Незалежності



### Європейська площа



## Свято – Михайлівський Золотоверхий монастир

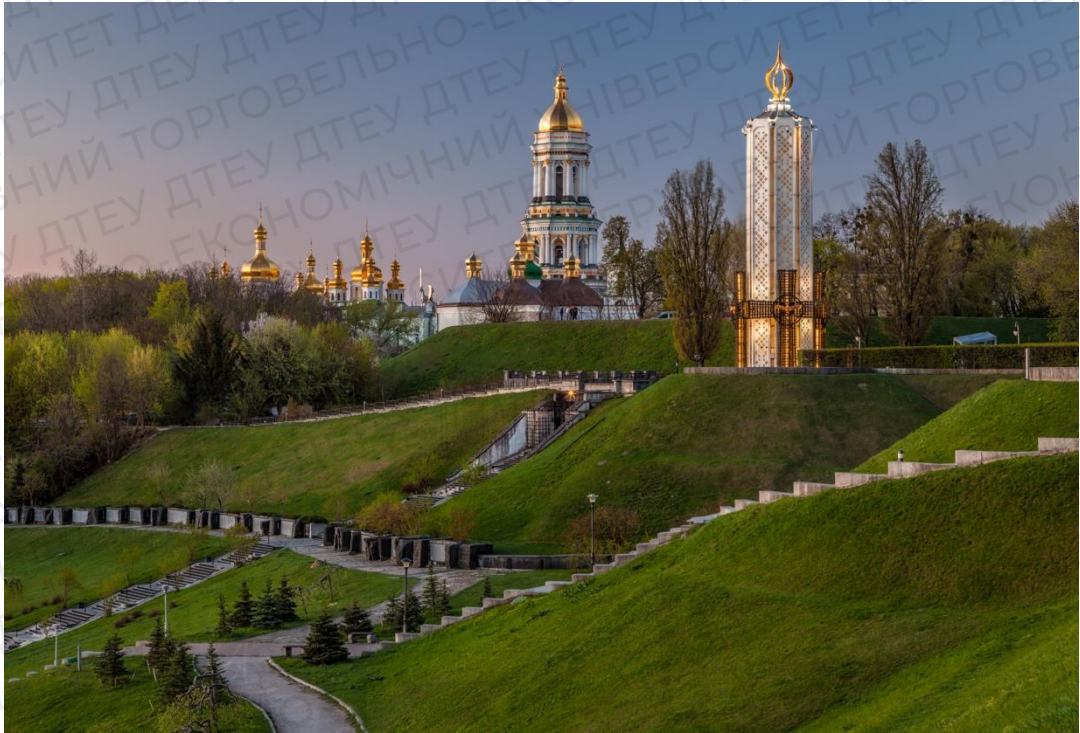


SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

## Музей води



### Парк Вічної Слави



### Києво – Печерська Лавра





**Ботанічний сад**



**Батьківщина мати**



*Джерело: Google*