

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення культурно-пізнавального туру територією
Венето (Італія) та його просування на ринку України»**

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

Зеленко Ольги
Ігорівни

(підпис)

Науковий керівник
д.е.н., професор

Роскладка Наталія
Олександрівна

(підпис)

Гарант освітньої програми
к.держ.упр., доцент

Кравцов Сергій
Станіславович

(підпис)

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 студентів

Зеленко Ользі Ігорівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) та його просування на ринку України»

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту культурно-пізнавального туризму та його просування на ринку України.

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

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розроблення культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) та його просування на ринку України.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму

1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку культурно-пізнавального туризму

1.3. Ресурсний потенціал Італії для розвитку культурно-пізнавального туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ВЕНЕТО (ІТАЛІЯ) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

2.2. Заходи просування культурно-пізнавального туру на ринку України

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 – 25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022 – 23.12.2022	21.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 – 10.02.2023	09.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	20.04.2023
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 «21» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Роскладка Н. О.
(прізвище, ініціали, підпис)

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

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ Зеленко О. І.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Зеленко О. І. виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно з 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, практичну значимість результатів.

У першому розділі «Теоретико-прикладні засади формування продукту культурно-пізнавального туризму» студенткою розглянуто теоретичний базис культурно-пізнавального туризму, проведено аналіз стану та тенденцій розвитку ринку культурно-пізнавального туризму, оцінено ресурсний потенціал Італії для розвитку культурно-пізнавального туризму. У другому розділі «Проект культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) та його просування на ринку України» розроблено маршрут та програму туру, запропоновано заходи з просування туру на ринку України, здійснено економічне обґрунтування туру.

У цілому поставлена у роботі мета досягнута, сформовані завдання виконані. Робота виконана самостійно, з дотриманням принципів академічної доброчесності. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота студентки Зеленко О. І. на тему «Розроблення культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) та його просування на ринку України» рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Роскладка Н. О.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Зеленко О. І.
(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 ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму.....	9
1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку культурно-пізнавального туризму.....	13
1.3. Ресурсний потенціал Італії для розвитку культурно-пізнавального туризму.....	19
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ВЕНЕТО (ІТАЛІЯ) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ	24
2.1. Розроблення маршруту та програми туру.....	24
2.2. Заходи просування культурно-пізнавального туру на ринку України....	31
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	40
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	53

ВСТУП

Актуальність теми. В останні десятиліття у світі відбулися зміни в розвитку інновацій, інформаційних технологій, економіки, що призводить до зміни способу життя сучасної людини. Накопиченні матеріальні ресурси стали витрачатись не тільки на товари першої необхідності, але й на отримання нових вражень та задоволень, головною складовою частиною яких є туристичні подорожі.

Культурно-пізнавальний туризм у сучасному світі – це одна з передових галузей світової економіки. Культурно-пізнавальний туризм містить в собі різні види подорожей, що задовольняють духовний відпочинок і наповнення культурою інших країн, а також розуміння і проживання у різних місцях формою організованого відпочинку та екскурсійної діяльності. Роль культурно-пізнавального туризму та його місце у світі велике, він зачіпає такі сфери діяльності як культура, економіка і соціальне життя суспільства.

Огляд останніх джерел, досліджень і публікацій. Питання становлення та розвитку культурно-пізнавального туризму висвітлені у наукових працях таких вчених: О. Бейдика, Л. Божко, Г. Дроздова, С. Дутчак, Ю. Забалдіної, О. Кифяка, О. Любіцевої, Г. Михайліченко, Є. Панкової, М. Рутинського, Т. Ткаченко, В. Федорченка, Ф. Шандора та багатьох інших науковців.

Метою роботи є обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту культурно-пізнавального туризму та його просування на ринку України.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- визначено сутність поняття культурно-пізнавального туризму;
- проведено дослідження стану та тенденцій розвитку ринку культурно-пізнавального туризму;
- оцінено ресурсний потенціал Італії для розвитку культурно-пізнавального туризму;

- розроблено маршрут та програму туру територією Венето (Італія);
- запропоновано заходи з просування культурно-пізнавального туру на ринку України;
- здійснено економічне обґрунтування туру.

Об’єктом дослідження є процес розроблення та просування продукту культурно-пізнавального туризму.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розроблення культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) та його просування на ринку України.

Теоретичною основою дослідження є законодавчі та нормативні акти України, наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених щодо стану культурно-пізнавального туризму, його особливостей та шляхів розвитку, інші наукові періодичні видання, науково-дослідні розробки тощо.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання для вивчення закономірностей розвитку культурно-пізнавального туризму у світі, зокрема в Італії. Крім цього, використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; системного аналізу; синтезу; інформаційного моделювання; абстрагування.

Практична значимість результатів дослідження полягає у тому, що рекомендації, запропоновані у випускній кваліфікаційній роботі, можуть бути використані туристичними компаніями для розроблення та впровадження до продуктового портфелю культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму

Туризм можна поділити на різні категорії, з урахуванням різних критеріїв, таких як ціль поїздки, засоби пересування, характер подорожі, тривалість і засоби розміщення. У класифікації туристичних подорожей та їх видів, основну роль відіграє ціль поїздки. Хоча турист може ставити не одну мету для своєї подорожі, але одна з них може переважати в залежності від його індивідуальних потреб.

Основні види туризму залежно від мети подорожі наведені на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Види туризму залежно від мети подорожі

Джерело: складено автором за даними [2]

Туризм в сучасному світі виявляється в різних явищах, зв'язках і відносинах, що визначає необхідність його класифікації, тобто угруповання за окремими однорідними ознаками, що залежать від певних практичних цілей. Відома велика кількість підходів до класифікації туризму, що розрізняються за принципами побудови, прикладних задач і навіть розуміння сутності туризму. При виділенні видів туризму за способом пересування, міжнародний туризм підрозділяється на автомобільний, авіаційний, залізничний, морський і річковий [1].

Надзвичайно багато видів виділяється в міжнародному туризмі по основній меті подорожі. Це пізнавальний, або екскурсійний туризм (хоча, звичайно, будь-яка подорож є в більшій чи меншій мірі такою), курортний (лікувально-курортний і спортивно-курортний, просто відпочинок), діловий (в цілях бізнесу чи за дорученням фірм і т.д.), релігійний, тобто паломництво до «святих місць», для відвідування спеціальних заходів (конгресів, фестивалів, виставок, спортивних змагань і т.п.) [2].

За дослідженнями ЮНВТО та WTO одним із найбільш перспективних видів туризму як в Україні, так і за кордоном прийнято вважати культурно-пізнавальний туризм (рис. 1.2).

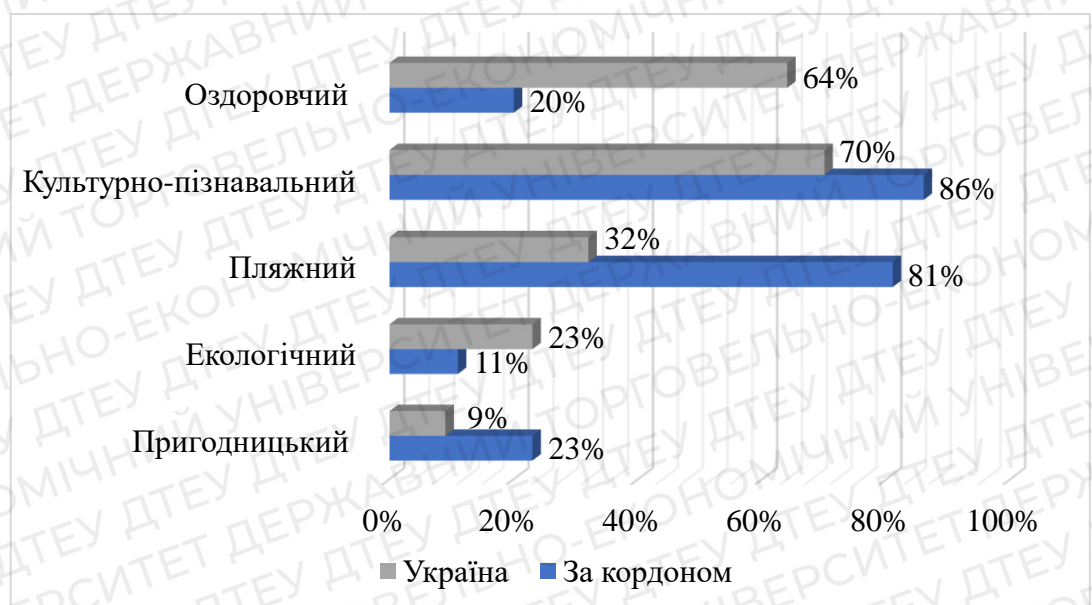


Рис. 1.2. Потенціал розвитку окремих видів туризму

Джерело: побудовано автором за даними [3; 4]

Пізнавальний туризм пропонує різноманітні туристичні подорожі, поїздки та походи, спрямовані на відвідування центрів туризму, регіонів та визначних пам'яток місцевого та світового значення. Ці тури розробляються для невеликих груп туристів, яким організують екскурсії до різних цікавих місць.

Під час таких подорожей туристи знайомляться з традиціями та побутом місцевих мешканців, їх історією, культурою, пам'ятниками природи. Варто зазначити, що елементи пізнавального туризму присутні в певній мірі практично для кожного з різновидів туризму [5].

На нашу думку, одним із найбільш перспективних напрямів розвитку туристичної діяльності є саме пізнавальний.

Пізнавальний туризм не обмежується географічними рамками, він охоплює широкий спектр географічних місць. Туристичні подорожі можуть охоплювати як місця, де проживає сам турист (внутрішній туризм), так і інші країни (міжнародний туризм).

Сучасні дослідники розглядають феномен пізнавального туризму з різних позицій. Так, Посохов І. С. зазначає, що культурну спадщину будь-якого народу становлять не лише твори музикантів, художників, письменників, архітекторів, праці вчених тощо, але й нематеріальне надбання, що включає народні промисли, релігійні ритуали, фольклор, фестивалі. Давно існує такий вид туризму, як культурно-пізнавальний туризм. В його основі лежить вивчення історико-культурного потенціалу країни, що включає все соціокультурне середовище із традиціями, звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності [6].

Уліганець С. І. вважає, що «культурно-пізнавальний туризм – це форма взаємодії, культурного обміну, яка передбачає цілеспрямоване занурення у культурне середовище з метою його освоєння. В основі культурно-пізнавального туризму лежить потреба знайомства з культурою як свого народу, так і народів інших країн. Подорожі виступають у разі як залучення людей до загальнолюдських цінностей через власний внутрішній досвід, через емоційні індивідуальні переживання. Вони дають можливість сприймати культурну

картину світу в єдності почуття та думки. Отже, особливістю культурно-пізнавального туризму є формування цілісного уявлення про історію та культуру, що сприяє розвитку діалогу та взаємозв'язку між культурами» [7].

ЮНЕСКО відносить пізнавальний туризм до окремої категорії від інших форм туризму, оскільки він активно «враховує культури різних народів» [32].

У Хартії з культурного туризму Міжнародної ради по пам'ятниках і об'єктам пізнавальний туризм визначається як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавальний або освітній і часто елітарного характеру, присвячений поданням і роз'ясненню культурної ідеї» [32].

Варто зазначити, що пізнавальний туризм спрямований на досягнення таких цілей:

- відвідування природних пам'яток, явищ і пейзажів в інших регіонах або країнах.
- подорожі до екологічно вразливих або навпаки, екологічно чистих об'єктів.
- екскурсії до історичних споруд, місць і святинь.
- ознайомлення з досягненнями інших регіонів, країн у галузі техніки, науки та мистецтва.
- придбання цікавих туристичних товарів і сувенірів.
- спостереження представників екзотичної флори та фауни.
- зйомка відео та створення унікальних фотознімків.

На думку теоретиків, в сучасному суспільстві пізнавальний туризм виконує наступні функції:

- культурно-пізнавальну;
- освітню;
- культуру-охоронну;
- консерваційні;
- комунікаційну;
- миротворчу [33].

Досить часто в літературі пізнавальний туризм трактують як культурний.

Це поняття уперше офіційно на міжнародному рівні застосовано в матеріалах

Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.). Основні документи у сфері культурного надбання продукували дві міжнародні організації – ICOMOS і UNESCO. У сучасних умовах з виникненням і поширенням масових форм туризму, розвитком авіації, «культурний» туризм набув свого сучасного значення [34].

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що основна мета пізнавального туризму полягає в знайомстві з історією та культурою країни у всіх її проявах. Це відноситься до традицій, живопису, музики, архітектури, театру, фольклору, звичаїв та способу життя місцевих жителів включає в собі розгляд художніх, культурних та соціальних аспектів, що властиві певній місцевості. Під час пізнавального туризму люди мають можливість поглибитися у культурний контекст країни, розуміти й оцінювати його цінність та вплив на її життя. Цей тип туризму в сучасному суспільстві відіграє важливу роль у попередженні конфліктів та нетерпимості, сприянні зближення між народами, а також толерантності та вихованні поваги.

Вітчизняні підходи до визначення культурно-пізнавального туризму розглядають його як прояв активного бажання людини досліджувати світ навколо та інтегруватися в культурне середовище на основі власної ініціативи.

Проте, у більшості розглянутих визначень, основна увага приділяється вивченню культурних та історичних пам'яток. Природні особливості місцевості та відповідні їм явища, у більшості випадків, не включаються до цього виду туризму

1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку культурно-пізнавального туризму

Культурно-пізнавальний туризм у сучасному світі проявляє позитивну динаміку на глобальному рівні. Цей вид туризму має значний вплив на всі ключові сектори економіки. Активне розширення туристичної галузі призводить до збільшення кількості туристичних компаній та агентств, а також відкриття

нових напрямків туристичних маршрутів. Діяльність цих підприємств полягає у наданні інтегрованих туристичних послуг, що включають проживання, харчування, транспорт, екскурсії та інші додаткові є послуги та сервіси, що задовольняють потреби туристів.

В культурно-пізнавальному туризмі благом виступає власне унікальний образ міста, його духовно-ментальна атмосфера, природні кліматичні, конфігураційні та ціннісні особливості, послугою – відвідання міста та використання його благ і туристичної інфраструктури для перебування туристів, товаром – продукти праці, що функціонально пов'язані з містом та вироблені для обміну і продажу з туристичною метою [8].

Успішний розвиток туризму залежить не лише від наявності відповідної інфраструктури, яка відповідає встановленим стандартам і вимогам, але й від унікальності та особливостей національної культурної спадщини. Представлення об'єктів національної культурної спадщини вимагає глибокого розуміння і творчого підходу

Завдяки науково-технічному прогресу, продукція різних країн стає все більш подібною одна до одної. Тому регіон, який прагне стати популярним туристичним напрямом, повинен мати унікальні культурні комплекси та представляти їх на туристичному ринку.

Італія відома своєю високою популярністю у туристичній сфері. Країна успішно розвинула різноманітні туристичні об'єкти, які задовольняють потреби навіть найвибагливіших туристів з різними смаками та уподобаннями протягом багатьох років.

Італія, яка знаходиться у Середземномор'ї, стала світовим центром відпочинку і туризму. Частка загального внеску подорожей і туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) в Італії зросла в 2021 році порівняно з попереднім роком після різкого падіння в 2020 році через пандемію коронавірусу (COVID-19).

У 2021 році подорожі та туризм створили, прямо чи опосередковано приблизно 9,1% ВВП Італії, що зросло з 6,1% у 2020 році, але залишилося нижче

рівня до пандемії. Загалом у 2021 році загальний внесок подорожей і туризму у ВВП Італії склав приблизно 163 мільярди євро [9].

Цей сектор також сприяв зайнятості в Італії з 2,64 мільйонами робочих місць у 2021 році. Того року переважна більшість витрат на подорожі та туризм в Італії припала на відпочиваючих туристів, оскільки лише 14 відсотків припадає на тих, хто приїжджає з діловою метою [10].

У 2020 р. курортний відпочинок скоротився як по рівню витрат, так і по кількості туристів, тоді як пізнавальний туризм склав 51 % туристичних витрат (8 млрд. євро). 1 % від загальних туристичних витрат (145 млн. євро) склав гастрономічний туризм [10].

У зв'язку з динамічними змінами на світовому ринку міжнародного туризму, виникає нагальна потреба дослідження сучасного стану і основних тенденцій розвитку культурно-пізнавального туризму в даному регіоні.

Туризм – одна з найбільш динамічних галузей італійської економіки, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд. дол. США. За оцінками фахівців Італія являє собою туристичний продукт вищого ступеня досконалості. [11].

Туристичний бізнес Італії розвивається на основі потужного природно-рекреаційного потенціалу. Особливо широко представлені ландшафтні та орографічні ресурси. Їх різноманітність дозволяє розвивати: гірськолижний туризм в Альпах, курортну справу на узбережжі морів, пізнавальний туризм на основі унікальних природних об'єктів.

Особливе місце серед бальнеологічних ресурсів посідають термальні води та мінеральні грязі, що обумовлено геологічною будовою Апеннінського півострова. В країні налічується понад 850 природоохоронних територій різних категорій, що зумовлює розвиток екологічного туризму [12]. Тож, можна з впевненістю стверджувати, що головною метою багатьох туристів, що відвідують Італію, є ознайомлення з об'єктами світової спадщини ЮНЕСКО.

Станом на 2020 р. до списку світової спадщини ЮНЕСКО на території Італії належить 58 об'єктів. Подієві ресурси Італії є також невід'ємним елементом її культури і традицій [13].

Основні мотиви прибуття в країну іноземних туристів представлені на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Мотивація туристичних прибуттів в Італію

Джерело: складено автором за даними [11]

Згідно з даними ЮНВТО, Італія входить до п'ятірки найрозвиненіших туристичних країн світу. На даний час основну частину туристичних потоків становить груповий туризм. За цим показником Італія вийшла на четверте місце у світі (35,8 млн.) після Франції (70 млн.), Іспанії (47,7 млн.) і США (47,1 млн.) [11].

У Італії спостерігається територіально нерозмірений соціально-економічний розвиток. Історичні особливості розвитку Півночі та Півдня країни призводять до значної диференціації в рівнях соціально-економічного розвитку між ними. Розвиток туризму в різних регіонах Італії характеризується значною територіальною незбалансованістю, що обумовлюється історичними, соціально-економічними та природно-географічними факторами.

Так, головні райони іноземного туризму в Італії розташовані в північно-східних регіонах, зокрема у регіонах Трентіно-Альто-Адідже та Венето, а також у Центральній Італії з містами Рим, Флоренція та Піза. Ці області приваблюють значну кількість іноземних туристів, і їхня кількість коливається в межах від 6 до 10 мільйонів осіб. З іншого боку, регіони Кампанія (з містами Неаполь та

Помпеї) та Болонья залишаються менш відвідуваними в порівнянні з іншими регіонами Італії (додаток А).

Найбільшими туристичними центрами досліджуваного регіону Венето є Венеція, Верона, Падуя, а також Беллуно, Тревизо й Ровіго [14].

Венеція, внесена в 1987 р. до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, є одним із головних туристичних напрямків Італії.

До регіону Венето у 2021 році кількість міжнародних туристів, які прибули – зросла в порівнянні з попереднім роком після різкого зниження в 2020 році через пандемію коронавірусу (COVID-19). Загалом кількість в'їзних туристів до цього регіону у 2021 році склала майже 1,4 мільйона, збільшившись з 922 тисяч у 2020 році, але залишившись нижче піку в 4,8 мільйона в'їзних прибуттів, зафіксованого у 2019 році [15].

Кількість міжнародних туристичних прибуттів до італійського регіону Венето з 2011 р. по 2021 р. наведено на рис. 1.4.

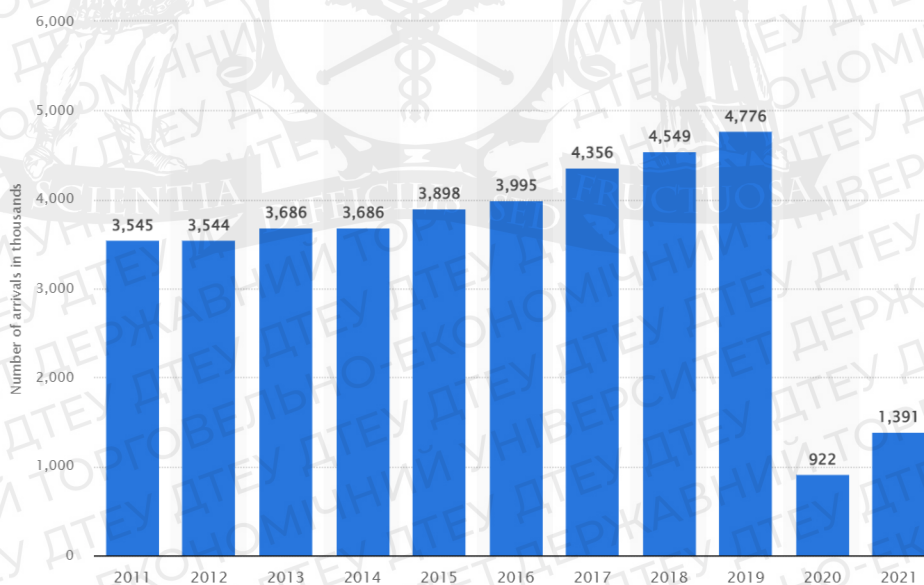


Рис. 1.4. Кількість міжнародних туристичних прибуттів до італійського регіону Венето з 2011 по 2021 рік

Джерело: [15]

Туристичний сектор в Італії стикається з рядом проблем, які гальмують його розвиток. Основними з них є:

1. Відсутність ефективної централізованої координації та спільної стратегії між різними регіонами призводить до того, що кожен регіон розвиває туризм окремо, що ускладнює його просування та координацію.
2. Деякі регіони та місцеві громади утримуються від впровадження нових туристичних ініціатив та пропозицій, незрозуміючи їх потенціал.
3. Брак стабільності та непередбачуваність економічної та політичної ситуації у країні створюють перешкоди для залучення міжнародних інвестицій у туристичну галузь.

Ці проблеми обмежують потенціал розвитку туризму в Італії та вимагають системних зусиль з боку уряду та заінтересованих сторін для забезпечення більшої координації, інновацій та залучення інвестицій.

Однак, незважаючи на ці проблеми, Італія продовжує бути однією з найбільш відвідуваних країн світу, завдяки своїй історії та культурі.

Для усунення проблем роздрібненості і локалізації туристичного бізнесу по окремим регіонам, можна запропонувати наступні заходи:

- створення централізованої системи координації туристичної галузі на рівні держави. Така система може бути створена на основі створення спеціального державного агентства, яке буде відповідати за забезпечення ефективної координації туристичної галузі по всій країні;
- проведення маркетингових досліджень та рекламних кампаній для привернення міжнародних інвесторів. Важливо показати перспективи розвитку туризму в регіоні, популяризувати унікальність місцевої культури та історії, а також надати інформацію про сприятливі інвестиційні умови в країні;
- підтримка розвитку інфраструктури та послуг в туристичних регіонах.

Це може включати в себе будівництво нових готелів, розвиток транспортної мережі, створення нових музеїв та інших туристичних об'єктів, що привернуть більше туристів.

Проведений аналіз розвитку туризму в Італії виявив, що досліджувана країна має значні надходження від туристичної галузі; позитивне підвищення та баланс туристичних прибуттів та вже сформовані відомі туристичні центри.

Ці дані свідчать про те, що Італія займає провідну позицію на міжнародному туристичному ринку. Географічний аналіз розвитку туризму показав, що найбільш інтенсивний туризм спостерігається в північно-східних регіонах країни, які спеціалізуються на культурно-пізнавальному та оздоровчому туризмі. Високий рівень розвитку туризму також притаманний північним та центральним регіонам. Найнижчий рівень туризму спостерігається в південно-східних регіонах країни.

1.3. Ресурсний потенціал Італії для розвитку культурно-пізнавального туризму

Ресурсний потенціал є однією з ключових умов для розвитку туризму і може бути оцінений на різних рівнях, таких як світовий, національний або регіональний.

Під ресурсним потенціалом розуміється сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних ресурсів, необхідних для належної організації туристичної діяльності на певній території у відповідному форматі. Це включає природні краси, культурні пам'ятки, історичні та архітектурні об'єкти, соціокультурну спадщину, інфраструктуру, гостинність місцевих жителів та інші фактори, які привертають туристів та забезпечують їх задоволення під час подорожей. Існування достатнього ресурсного потенціалу є важливою передумовою для привабливості туристичної дестинації та успішного розвитку туристичної галузі.

Найчастіше під ресурсним потенціалом розуміється існування певних унікальних чи принаймні цікавих місцевих об'єктів. Хоча це не зовсім обов'язкова ознака, лише бажаний варіант. Ресурсний потенціал території дуже мінливий і залежить від особливостей соціокультурної освіти, у межах якої вона розташована. У поняття «ресурсний потенціал» входить поняття «умови та фактори розвитку туристичної діяльності» [16].

Публіка - є важливою умовою для розвитку культурно-пізнавального туризму, і цей факт проілюстрований історією Італії. В минулому багато об'єктів культурного туризму, які тепер є музеями та історичними пам'ятками, були недоступні широкій публіці і функціонували як фортеці. Проте історичні джерела свідчать про те, що процес розкриття культури та історії Італії широкій публіці відбувався паралельно з формуванням самої публіки. Це означає, що поступово зростала зацікавленість і бажання мас людей досліджувати та отримувати знання про культурну спадщину країни.

Італія має унікальні культурні комплекси, архітектурні пам'ятки різних епох та значну історичну спадщину, які сприяють її привабливості для туристів. Будь-яка територія в Італії може мати мінімальний набір історико-архітектурних об'єктів, проте для того, щоб стати туристичним регіоном, потрібна значна концентрація таких об'єктів.

Особливі риси історико-архітектурних об'єктів відіграють важливу роль у їх привабливості, надаючи їм унікальність. Ці особливості можуть включати їх призначення, сучасні технології, естетичний дизайн, вік, художнє оформлення та інші фактори, які надають культурним об'єктам своєрідний характер і роблять їх привабливими для відвідувачів.

У кожному туристичному регіоні існує свій унікальний потенціал ресурсів. Серед найвідоміших сучасних культурних центрів Італії, які славляться своїми видатними архітектурними досягненнями, або як їх ще називають «творіннями», особливо відзначається регіон Венето.

В Італії, практично в кожному сучасному місті, збереглися значні архітектурні пам'ятки, завдяки багатій історії цієї країни. Ці пам'ятки мають велику духовну та історичну цінність як для італійців, так і для всього світу.

Окрему частину (1/3) архітектурно-історичних пам'яток Італії складають споруди у готичному стилі, який характеризується загостреними формами арок, вікон та дахів. Серед видатних зразків цього стилю можна відзначити давню бібліотеку Сан-Марко, церкву Святого Міхаїла, Венеціанський замок у Фіюлі-Венеції, Палаці Ка д'Оро і Вендрамін-Калерджі – у Венеції. Вони є не тільки

архітектурними шедеврами, але й свідченням історичного та культурного значення Італії.

Вони ж виступають одними із найцінніших пам'яток давнини і світової культури в цілому. Нині більшість з цих споруд є частково зруйнованими і потребують періодичної реставрації. Сьогодні ці будівлі майже зруйновані і тому перебувають під особливою охороною італійського уряду [17].

Але не дивлячись на це, регіон Венето є важливим напрямком для туристів не тільки з України, а всієї Європи, які хочуть побачити її знамените мистецтво та архітектуру.

Туристичні destinations в найпопулярнішому місті Венеція досліджуваного регіону Венето (Італія) для розвитку культурно-пізнавального туризму наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Ресурси для розвитку культурно-пізнавального туризму на території Венето (Італія)

Дестинація	Об'єкт показу	Вид архітектурного стилю*	Століття, рік спорудження	Джерело інформації
Венеція (регіон Венето)	Площа й собор Сан-Марко (Венеція)	ВВ+ГТ	IX ст.	[18, 19]
	Собор Сан Дзено (Верона)	Р	V ст.	[20]
	Палац дожів (Венеція)	ГТ	XIV-XV ст.	[21, 22]
	Капела дель Скровеньї й церква Сант'Антоніо (Падуя)	ГТ	XIII ст.	[23, 24]
	Собор Тревизо (Тревизо)	Р	XIX ст.	[25]
	Арена ді Верона (Верона)	ЗД	XXX до н.е.	[26]
	Замок Мірамарі (Трієст)	НГТ	1856 – 1860 рр.	[27]

*Примітка: ЗД – давньоримська антична архітектура, ГТ – готичний стиль, Р – романський стиль, ВВ – венеціансько-візантійський стиль, НГТ – неоготика.

Джерело: складено автором за даними [18–27]

Починаючи з 18 століття, туризм став важливою складовою венеціанської економіки. Місто Венеція з його чарівним міським пейзажем, унікальністю та багатою музичною та мистецькою культурною спадщиною стало популярною зупинкою на Гранд-турі в 18 столітті. У 19 столітті Венеція стала модним центром для "багатих і знаменитих", які часто відвідували розкішні заклади, такі як готель Danieli і кав'ярня Florian. Це популярність тривала й на початку 20 століття. Таким чином, туризм відіграв важливу роль у розвитку економіки та престижу Венеції протягом цього періоду [37].

Одні розглядають регіон як «пастку» для туристів, а інші як «живий музей». У 1980-х роках відродився Венеціанський карнавал; і місто Венеція стало великим центром міжнародних конференцій і фестивалів, таких як престижна Венеціанська бієнале та Венеціанський кінофестиваль, які приваблюють відвідувачів з усього світу своїми театральними, культурними, кінематографічними, художніми та музичними постановками [9].

Сьогодні у Венеції є безліч визначних пам'яток, таких як базиліка Святого Марка, Палац дожів, Гранд-канал і площа Сан-Марко.

Венеція входить в число міст з найбільш різноманітним історико-культурним спадщиною в Італії. Тут сформувалися "вікові ансамблі" архітектурних пам'яток, що розповідають про історію та культуру країни. У більшості великих міст Італії спостерігається гармонійне поєднання пам'яток з кінця Середньовіччя до початку Нового часу [9].

Італія дійсно вражає різноманіттям історико-культурних пам'яток, зокрема монастирів, каплиць, соборів, церков, та інших релігійних споруд. Церкви та собори мають велике значення у суспільно-політичній думці, наукового і культурного життя італійського народу, сприяючи розвитку суспільного інтелекту.

Варто зазначити, що монастирі були місцем зародження перших лікарень, бібліотек та інших установ [9].

Поміж оборонних споруд у Венеції варто згадати залишки міських стін, що датуються давньоримським періодом, а також кілька окремих замків.

Середньовічні замки початково були призначені для оборони, а згодом перетворилися на житлові споруди. Замки, наприклад, Венеціанський замок у Трієсті, мають велике історичне значення і свідчать про культурний розвиток Італії.

Архітектурно-історичний потенціал Італії охоплює різні за цінністю пам'ятки – місцеві, регіональні, загальнодержавні, світові. Серед останніх провідне місце займають пам'ятки всесвітнього значення, які внесені до списку спадщини ЮНЕСКО. Більшість туристів, що відвідують Італію, перш за все, прагнуть ознайомитися із такими всесвітньо визнаними об'єктами [28].

Італія справді має величезне значення як колыска західної цивілізації та впливової культурної нації. Як один із ключових туристичних центрів Європи, вона привертає багато відвідувачів. Країна відома своїм потужним розвитком сфери народного ремесла (місцевим виробництвом), тож туристам пропонується широкий вибір сувенірів, які виготовлені майстрами цих ремесел. Це призводить до значного потоку туристів, які приїжджають в Італію, щоб насолодитися унікальною культурою та придбати особливі подарунки.

Отже, територія Венето в Італії має значну різноманітність і багатство архітектурної спадщини. Туристичний потенціал регіону формується завдяки природним, економічним, культурно-історичним та соціальним факторам, що сприяють розвитку туристичної діяльності в Італії. Унікальні споруди, які охоплюють різні історичні епохи, постійно привертають увагу відвідувачів, зокрема туристів, які цікавляться пізнавальними екскурсіями по місцевості.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ВЕНЕТО (ІТАЛІЯ) ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Україна, як країна, яка перебуває в стані війни, має низку особливостей, які необхідно враховувати при плануванні подорожей. З метою забезпечення безпеки людей з перших днів вторгнення, Україна прийняла рішення про закриття повітряного простору для цивільних літаків. У зв'язку з цим, подорожі до країн Європи з України стали складнішими, тому звичне та зручне повітряне перевезення було замінено для туристів на залізничний та автобусний транспорт, як альтернативу.

Польща – це одна з найближчих країн до України, з якої можливі повітряні перевезення до більшості країн Європи та світу. Вона має розвинену мережу аеропортів, з яких здійснюється пряма пересадка до потрібної кінцевої локації – Венето (або Венеція) – регіон Італії.

Транспортна інфраструктура міста Венеції та його регіону Венето є добре розвиненою і включає різноманітні види транспорту. Особливістю цього міста є велика мережа водних транспортних засобів, таких як гондоли, водні таксі та автобуси, які є дуже популярними серед туристів. Це пов'язано з тим, що місто складається з багатьох каналів та вузьких вулиць, що робить неможливим рух автомобілів. У випадку з віддаленими містами, для зручності туристів будуть замовлені екскурсійні автобуси.

Перед розробкою культурно-пізнавального туру нами було визначено основні передумови туру, які допомогли прокласти маршрут та підібрати цікаві місця для відвідування (табл. 2.1).

Для того, щоб візуально представити маршрут, краще орієнтуватися на маршруті, зрозуміти його особливості та підготуватися до подорожі, необхідно розробити картосхему туру (додаток В).

Таблиця 2.1

Основні передумови розробки культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона», Венето (Італія)

Туристичний маршрут	Київ (Україна) – Варшава (Польща) – Венеція (Італія) – Трієст (Італія) – Венеція (Італія) – Падуа (Італія) – Верона (Італія) – озеро Гарда – Верона (Італія) – Варшава (Польща) – Київ (Україна)
Тип маршруту	Лінійний
Кілометраж	4 273км
Туристичні об'єкти	<ul style="list-style-type: none"> – Венеціанський карнавал (Венеція) – Гранд-Канал (Венеція) – Римський театр (Трієст) – Замок Мірамаре (Трієст) – Прато делла Валле (Падуа) – Озеро Гарда (Гарда)
Кількість туристичних груп	1
Кількість осіб у групі	10
Тип туру	Залізничний, авіаційний
Вид туру	Культурно-пізнавальний
Тривалість:	Днів: 8 Ночей: 7

Джерело: розроблено автором

Це важливий етап у підготовці туристичної програми, який також допоміг уникнути непорозумінь та непередбачуваних ситуацій в подальшій розробці туристичного продукту.

У табл. 2.2 представлено інформацію щодо кілометражу маршруту туру та приблизний час від однієї локації до іншої.

Таблиця 2.2

Інформація щодо кілометражу маршруту туру та приблизний час від однієї локації до іншої

Маршрут	Кілометраж та час між локаціями
Київ – Варшава Вихідня	Відстань: 919км Час: 12ч.52хв (потяг)
Варшава Вихідня– Варшавський аеропорт імені Фредеріка Шопена	Відстань: 10 км Час: 32хв (електричка)
Варшава – Венеція, Італія (аеропорт Марко Поло)	Відстань: 975км Час: 2 год (прямий рейс літаком)

Продовження таблиці 2.2

Маршрут	Кілометраж та час між локаціями
Венеція, аеропорт Марко Поло – Венеція готель «Hotel Abbazia»	Відстань: 14 км (трансфер) Час: 20 хв
Венеція готель «Hotel Abbazia» – Трієст	Відстань: 161 км (автомобіль) Час: 1 ч 45 хв
Трієст– Венеція, Каннареджіо	Відстань: 161 км (автомобіль) Час: 1 ч 45хв
Венеція, готель «Hotel Abbazia» Каннареджіо – Падуя	Відстань: 41,2 км (автобус) Час: 40 хв
Падуя – Готель «Giardino Giusti House & Court», Верона	Відстань: 85,2 км (автобус) Час: 57 хв
Готель «Giardino Giusti House & Court»,Верона– курорт Sirmione (озеро Гарда)	Відстань: 42,7 км (оренований автобус) Час: 40 хв
Курорт Sirmione (озеро Гарда) – готель «Le Betulle», Кола–ді–Лацізе	Відстань: 24,3 км (орендований автобус) Час: 30 хв
Готель «Le Betulle», Кола–ді–Лацізе – «Parco Termale del Garda» біля озера Гарда	Відстань: 600 м (пішки) Час: 7хв
Готель «Le Betulle»– Аеропорт Верони–Виллафранка	Відстань: 18,8 км (трансфер від готелю) Час: 3год 53 хв
Аеропорт Верони–Виллафранка – Варшава аеропорт ім. Фредеріка Шопена	Відстань: 1053 км Час: 2 год 30 хв (3 год 30 хв–пересадка)
Варшава аеропорт ім.Фредеріка Шопена – Варшава Вєсходня	Відстань: 10 км Час: 32хв (електричка)
Варшава Вєсходня – Київ	Відстань: 919км Час: 16 год 42хв (потягом)

Джерело: розроблено автором

Отже, після того, як розроблено маршрут та підібрано об'єкти відвідування (додаток Б), потрібно підготувати картосхему пунктів маршруту «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» (додаток В), після цього можна приступати до написання самої програми туру.

У програмі повинна бути детально описана кожна зупинка на маршруті, її тривалість, інформація про проживання та харчування, а також додаткові розваги

та можливість вільного часу. Важливо враховувати потреби туристів та їхній бюджет, щоб забезпечити комфортну подорож. Програма туру повинна бути доступна та зрозуміла для потенційних клієнтів та містити всю необхідну інформацію.

Пізнавальний тур до Італії розрахований на 8 днів та 7 ночей, розроблений з метою допомогти людям пізнати, зрозуміти та ознайомитись з культурою регіону та місцевостей.

Представлений тур розпочнеться у Києві включаючи в себе захоплюючу подорож через кілька країн Європи. Програма туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» пропонує унікальну можливість пізнати культурні та історичні скарби Венето - регіону в Італії:

День 1-2: Протягом перших двох днів група туристів переїде з Києва (Україна) до Варшави (Польща) на залізничному транспорті, прибувши до автовокзалу «Warszawa Wschodnia». Потім вони пересядуть на рейс і здійснять тривалий переліт з Варшави (Польща), аеропорту імені Фридерика Шопена, до Венеції (Італія), аеропорту імені Марко Поло. Після прибуття до Венеції групу туристів розмістять у готелі «Hotel Abbazia» в Каннареджо – одному з шести історичних районів Венеції, розташованому на північному заході від центру міста.

Закінченням дня стане вечеря у затишному ресторані Венеції, де туристи зможуть спробувати місцеві найсмачніші страви.

День 3: Починаючи з ранку, учасники екскурсії вирушать до провінції Трієст на панорамну екскурсію з гідом, де вони відвідають замок Мірамаре. Потім група повернеться до Венеції, щоб взяти участь у святкуванні Венеціанського карнавалу. Туристи відвідають церемонію відкриття - Festa Veneziana, де вони зможуть взяти участь у запропонованих святкових заходах та насолодитись унікальною атмосферою карнавалу.

Наступні два дні туристів очікує:

– Костюмоване свято з урочистою ходою, виступами та спектаклями акторів, де музиканти і танцюристи забезпечать розваги для глядачів, що є

основною подією цих днів.

- Учасники приєднуються до середньовічних танців на площах, де кожен бажаючий зможе взяти участь і насолодитись неймовірним конкурсом костюмів і масок (можна придбати або орендувати). Також відбудеться костюмований парад та відвідування ярмарків.
- Представлення світлових та музичних шоу, де костюми та маски прикрашені золотом та коштовним камінням, а все місто перетворюється на велику театральну сцену.

Перший день святкування карнавалу завершиться чудовою вечерею у ресторані «Club Del Doge» з видом на канал з обох боків. Гості зможуть насолодитись прекрасними краєвидами та свіжим повітрям на прилеглий терасі, звідки відкривається захоплюючий вид на Гранд-канал та красу Венеції.

День 4: Другий день карнавалу розпочнеться з Водяного параду – Festa Veneziana. Після цього туристів очікує екскурсія з гідом під назвою «По хвилях Гранд-Каналу». Гранд-Канал є головною вулицею Венеції, яка ділить місто на дві частини літерою S і є центром життя. Вулицю прикрашають прекрасні собори, колоритні та старовинні будинки, а з палуби водного таксі можна насолодитись видом на численні палаці.

Вечір завершиться в тематичному ресторані, де туристи зможуть насолодитись «Венеціанською вечерею». Вони будуть мати змогу насолодитись затишною вечерею в сонячній квартирі на верхньому поверсі Палаццо Лоредана в повній італійській атмосфері.

День 5: На початку дня туристи переїдуть до Падуї, де матимуть змогу прогулятися по прекрасних вуличках та побачити унікальні культурні пам'ятки. Вони відвідають одну з найбільших площ Європи - Прато делла Валле, відому як «луг без трави», базиліку Святого Антонія (відомого як «Святий без імені» серед місцевих жителів) та історичне кафе Педроккі, яке славилось своїм нічним режимом роботи та отримало прізвисько «кафе без дверей». Під час пішої прогулянки з гідом туристи дізнаються більше про історію, архітектуру, традиції та видатних жителів Падуї.

Наступною зупинкою після Падуї стане чарівне місто Верона, де туристи будуть розміщені в готелі «Giardino Giusti House & Court» протягом наступної доби. Одним із включених у тур екскурсійних заходів буде «Смачна та цікава Верона: прогулянка містом, дегустація вина та сиру».

В рамках цієї екскурсії туристи пройдуть маршрутом від площі Трав, яка є серцем старовинної Верони, до найромантичнішого місця - пагорба Святого Петра та руїн римського театру. Вони також відвідають наймальовничіші місця міста, такі як Римський міст, а також піднімуться на фунікулері на панорамний пагорб Сан П'єтро, звідки чудово відкривається вид на сцену римського театру, сад Джусті, веронські дзвіниці та храми, а також знаменитий балкон Джульєтти та будинок Ромео.

Вечір завершиться в старовинному кафе де вони зможуть насолодитись ароматним еспресо та спробувати відомі місцеві вина, такі як червоне вино Valpolicella або біле Soave, супроводжуючи його під акомпанемент «п'яного сиру» та домашньою ковбасою салямі.

День 6: Туристи почнуть свій день з виселення з готелю в Вероні та направляються до курорту Сірміоне на о. Гарда для насиченої подорожі по півострову. Після цього вони зупиняться в готелі «Le Betulle» у Кола-ді-Лацізе, недалеко від природньо-термального парку «Parco Termale del Garda» в який група відправиться на повноденний відпочинок до гарячого джерела яке, допомагає оздоровитись та наповнитись енергією ще з давньоримських часів.

День 7-8: Наступні два дні туристи проведуть у дорозі назад до України.

Сьомий день розпочнеться з виселення та сніданку в готелі «Le Betulle» у місті Кола-ді-Лацізе. Потім вони вирушать до аеропорту Верони (Італія)-Виллафранка, звідки полетять до аеропорту Варшави (Польща) імені Фредерика Шопена. Прибувши до Варшави, туристи пересядуть на залізничний транспорт та виїдуть з автовокзалу «Warszawa Wschodnia» до Києва (Україна).

У восьмий день подорожі учасники туру успішно завершують свою мандрівку, прибуваючи до Києва (Україна) на Київський центральний залізничний вокзал.

Учасники туру мають чудову можливість насолодитися прекрасним містом Венеція та відвідати кілька інших міст у регіоні Венето. Побачити Венецію з її красивими каналами, стати частиною Венеціанського карнавалу, відвідати екскурсії до Трієста, Верони та Падуї, насолодитись враженнями від панорамних екскурсій до замку Мірамаре, островом Сірміоне, та головною вулицею Венеції- Гранд каналом. Задовольнити свої смакові рецептори, які точно не будуть розчаровані завдяки дегустаційним меню у тематичних ресторанах які супроводжують туристичну програму, а також оздоровитись на курорті з термальними водами.

Ця подорож надасть можливість побачити різноманітні культури, відвідати визначні та наймальовничіші місця та дізнатися багато цікавого про історію, архітектуру, традиції та культуру Італії, зокрема регіону Венето.

Комфортне пересування, проживання в зручних готелях, можливість насолодитись красою місцевої культури та неперевершені враження - все це забезпечено у рамках туру.

У додатку Г наведено детальну програму перебування у культурно-пізнавальному турі територією Венето, Італія.

Після складання програми туру можна зробити висновок, що програма є одним з найважливіших етапів підготовки туру. Вона дозволяє нам точно спланувати маршрут подорожі, обрати найкращі місця для відвідування та розрахувати час на перебування в кожному місці.

Крім того, складання програми туру допомогло визначити необхідний бюджет для подорожі, підібрати оптимальний транспорт, вибрати найзручніші готелі та цікаві місця відвідування.

Отже, детальна програма є важливим етапом підготовки туру, який дозволяє підібрати найкращі варіанти для подорожі та забезпечити комфортне та безпечне подорожування. Це допоможе нам зробити подорож незабутньою та максимально ефективною. Після створення програми туру можна перейти до її маркетингового просування та реклами серед цільової аудиторії.

2.2. Заходи просування культурно-пізнавального туру на ринку України

У сучасному світі туризм є однією з найбільш перспективних галузей економіки. В Україні туризм також займає важливе місце у розвитку економіки країни. Особливо популярними в Україні є культурно-пізнавальні тури, що дозволяють подорожуючим не тільки насолоджуватись красою природи та культурою країн, а й підвищувати свій рівень знань.

Венето – це один із найбільш відвідуваних регіонів Італії, знаменитий своїми історичними пам'ятками, культурою та виноробством. Україна є важливим ринком для Італії в галузі туризму, існує значна кількість українських туристів, які обирають Італію як свій напрямок.

Однак, культурно-пізнавальний туризм у Венето може бути ще більш привабливим для українських туристів, які бажають побачити не лише традиційні туристичні об'єкти, але й відвідати менш популярні місця та побачити унікальні архітектурні та культурні пам'ятки.

Основний маршрут розробленого культурно-пізнавального туру включає такі міста: Венеція, Верона, Падуя та ін. Кожне з цих міст має свої унікальні особливості та архітектурні пам'ятки, які можуть зацікавити туристів.

Наприклад, Венеція – це місто на воді, яке приваблює своїми каналами та палацами. Відомий зібранням художніх творів та музеїв, Венеція є одним з найбільш популярних місць у Італії для культурно-пізнавального туризму.

Верона – місто Ромео і Джульєтти, відоме своїм амфітеатром та історичним центром, який привертає туристів з усього світу.

Падуя – це місто зі стародавньою історією та релігійними пам'ятками, такими як базиліка святого Антонія, що приваблює мільйони паломників щорічно.

Культурно-пізнавальні тури дозволяють подорожуючим дізнатись більше про історію, культуру та традиції країни, в яку вони приїхали. Однак для того, щоб збільшити кількість туристів, які обирають саме такий вид туру, необхідно

провести ефективну рекламну кампанію та використовувати різноманітні маркетингові стратегії.

На рис. 2.1 наведено запропоновані напрями просування культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) на ринку України.

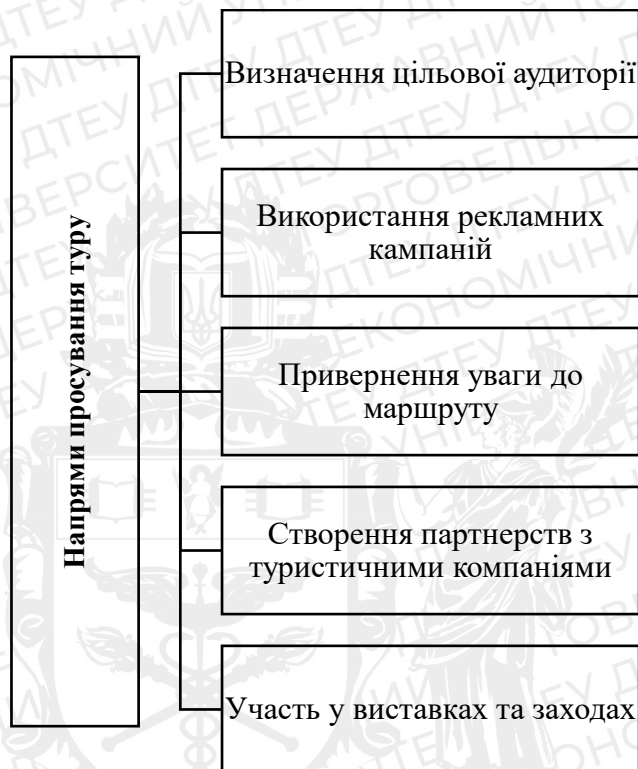


Рис. 2.1. Напрями просування розробленого культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) на ринку України

Джерело: розроблено автором

Першим кроком у просуванні культурно-пізнавального туру на ринку України нами виділено створення якісного туристичного продукту, який буде відповідати потребам клієнтів. Такий туристичний продукт має містити чітке та детальне описання маршруту, відомості про історичні та культурні пам'ятки та інші важливі деталі.

Крім того, для забезпечення якісного сервісу та комфорту під час туру необхідно визначити цільову аудиторію туристичного продукту. Це дозволить налаштувати ефективне спілкування з клієнтами та розробити стратегію маркетингу, спрямовану на правильний сегмент покупців. Правильно підібрана цільова аудиторія допоможе розробити ефективну стратегію маркетингу, яка

вплине на формування попиту та придбання нового туристичного продукту.

Цільову аудиторію культуро-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Цільова аудиторія культуро-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона»

Група	Опис
Молоді подружжя та сімейні пари без дітей, 20-35 років. Дохід: середній/вище середнього. Національність: українці, європейці.	Бездітні пари, які мають середній дохід і вище середнього, можуть бути зацікавлені у романтичному відпочинку та культурних дослідженнях. Вони можуть насолоджуватися прогулянками відвідувати розкішні вілли та замки, а також смакувати місцеві страви і вина.
Активні туристи 30 -50 років. Дохід: середній/вище середнього. Національність: українці, європейці.	Цільова аудиторія включає людей у віці від 30 до 50 років, які зазвичай мають стабільний середній дохід і можуть дозволити собі пізнавальну подорож. В цьому віці багато людей зацікавлені у культурі, мистецтві та історії і віддають перевагу поєднанню комфортної організації та пізнавальних вражень.
Подорожуючі-одиначки 25-40 років. Дохід: середній/вище середнього. Національність: українці, європейці.	Тематичний тур для соло-подорожуючих, де вони зможуть дізнатися більше про історію Італії а також відвідати найцікавіші локації міст з професійним гідом. До того ж вони матимуть можливість провести час в компанії однодумців та завести нові знайомства.

Джерело: розроблено автором

Другий крок – це проведення маркетингових досліджень для того, щоб з'ясувати потреби та бажання цільової аудиторії. Наприклад, дослідження можуть включати опитування потенційних клієнтів, аналіз соціальних мереж та рекламних каналів [29].

На основі таких маркетингових досліджень можна розробити ефективну стратегію просування культурно-пізнавальних турів територією Венето (Італія) на ринку України.

Заходи з просування культурно-пізнавального туру на ринку України можуть бути різноманітні та мають на меті залучення уваги потенційних туристів до цього регіону Італії.

Розберемо детальніше названі вище можливі заходи просування.

Рекламні кампанії. Рекламні кампанії можуть використовуватися для підвищення свідомості потенційних туристів про туристичні можливості відвідуваної місцевості.

Для рекламування культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) на ринку України, можна використовувати такі рекламні канали:

- Реклама в інтернеті: (соціальні мережі, контекстна реклама (інтернет-сайти)
- друкована реклама (роздавальна поліграфія):
- реклама за допомогою проведення інших маркетингових заходів (участь у виставках та заходах).

Соціальні мережі – дуже популярний канал реклами, особливо для молодих людей. Важливо створити профіль туру на Facebook, Instagram, та інших популярних соціальних мережах, де можна розмішувати фото та відео з маршрутом, опис історичних пам'яток та культурних заходів, а також коментарі від туристів, які вже були на турі.

Реклама в туризмі є формою опосередкованого зв'язку між туристичним продуктом і споживачем. Реклама має переконати потенційних клієнтів вибрати певне туристичне агентство та його продукт, зберегти зацікавленість постійних клієнтів. Особливе значення в туристичному бізнесі має Інтернет-реклама, адже вона доступна без обмеження в будь-який час доби широкому колу споживачів [30].

Інтернет-сайти, зокрема, контекстна реклама в Google Ads. Використання контекстної реклами в Google Ads на інтернет-сайтах є ефективним способом просування туристичного продукту. Шляхом встановлення специфічних ключових слів та налаштування цільових аудиторій, можна забезпечити відображення реклами на відповідних сторінках результатів пошуку.

1. Ключові слова: Достатньо вибрати ключові слова, які відобразатимуть наш туристичний продукт і що потенційні клієнти можуть шукати в Інтернеті. Наприклад, «тури в Італію», «Венеціанський карнавал», «культурні тури». Таким чином реклама буде відобразатися на сторінках з результатами пошуку, коли користувачі шукають відповідні ключові слова.

2. Цільові аудиторії: Налаштування цільові аудиторії для реклами нашого туристичного продукту на основі інтересів, поведінки або демографічних характеристик потенційних клієнтів, наведених в таблиці 2.3.

Також можна розмістити рекламу на туристичних сайтах, які спеціалізуються на подорожах в Італію, а також на сайтах з бронюванням готелів та перельотів.

Друкована реклама (роздавальна поліграфія). Створення інформаційних матеріалів для потенційних туристів є важливим етапом просування культурно-пізнавального туру на ринку України. Інформаційні матеріали можуть включати брошури, путівники, відео-контент та фотоматеріали, які презентують культурні та історичні пам'ятки включені в туристичний пакет, рекомендації щодо місць харчування, а також інформацію про транспортні зв'язки та інші корисні поради для туристів.

Відео-контент може бути ефективним інструментом для просування культурно-пізнавального туру територією Венето на ринку України. Можна створювати відео-ролики, які демонструють культурні пам'ятки та інші цікаві місця на маршруті туру, а також інтерв'ю з туристами, які вже були на турі. Це допоможе потенційним клієнтам краще уявити, що вони побачать та дізнаються під час туру [31].

Привернення уваги до маршруту. Для того, щоб привернути увагу до культурно-пізнавального туру, потрібно надати інформацію про маршрут та його особливості. Важливо включити історичні та культурні пам'ятки, які є найбільш цікавими для туристів, а також ресторани та місця відпочинку.

Створення партнерства з туристичними компаніями. Співпраця з туроператорами та турагентами є ефективним інструментом просування

туристичної продукції на ринку України. Саме вони є головними посередниками між туристами та туроператорами. Співробітництво з ними дозволить просунути туристичний продукт на ринку та забезпечити більший обсяг продажів. Варто провести переговори з туроператорами, які спеціалізуються на культурно-пізнавальних турах та пропонують подібні тури.

Туристичні компанії можуть допомогти в розповсюдженні інформації про тур серед своїх клієнтів, а також включити його до своїх пакетних турів.

Туроператори та турагенти можуть бути залучені до організації туристичних пакетів, які містять відвідини головних туристичних визначних місць, проживання в готелях та ресторанах, а також інші туристичні послуги.

Крім того, можна співпрацювати з місцевими туроператорами та готелями для забезпечення послуг під час туру. Партнерство з місцевими туристичними організаціями може забезпечити ефективну співпрацю з місцевими підприємцями, які надають туристичні послуги в регіоні. Місцеві туристичні організації можуть допомогти організувати екскурсії, надати інформацію про місця проживання та харчування, а також запропонувати різноманітні туристичні програми.

Участь у виставках та заходах. Участь у виставках та туристичних заходах може стати важливим кроком у просуванні культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» на ринку України. Це дасть можливість познайомитися з потенційними туристами, представити свої туристичні пропозиції та встановити контакти зі спеціалістами туристичного бізнесу.

На виставках можна зустрітися з потенційними клієнтами та представниками туристичних компаній, розповісти про тур та дізнатися більше про їх потреби та очікування.

Організація тематичних заходів може бути ефективним способом привернення уваги до туристичних можливостей регіону. Тематичні заходи можуть включати: культурні виставки, кулінарні фестивалі, мистецькі виставки, музичні концерти, та інші події, які допомагають просувати тур та відкривати

багатства країни.

Крім того, варто акцентувати увагу на особливостях культури та традиціях регіону, наприклад, на фестивалях та святкуваннях, які проходять у цій місцевості, та показати, як вони пов'язані з історією та культурою даної дестинації.

Також, варто звернути увагу на можливість використання новітніх технологій та інтернет-маркетингу для просування культурно-пізнавального туру на ринку України. Зокрема, це може включати веб-сайти, соціальні медіа, віртуальні тури, тощо. Ці інструменти можуть допомогти залучити увагу потенційних туристів, підвищити рівень свідомості про культурні та історичні перлини Венето, а також забезпечити зручний та ефективний спосіб бронювання та придбання турів.

Просування культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» територією Венето на ринку України є складним, але можливим завданням. Щоб досягти успіху, необхідно використовувати різноманітні методи просування та взаємодіяти зі своїми потенційними клієнтами. Зокрема, можна використовувати традиційні методи, такі як друковані матеріали та проведення інших маркетингових заходів (приклади яких наводились вище), але також потрібно зосередитися на сучасних методах, таких як онлайн-реклама.

Також важливо звернути увагу на те, що просування туру повинно бути спрямоване не лише на продаж послуг, але й на формування свідомості про туристичні можливості конкретного регіону та підвищення його привабливості для українських туристів.

А також слід пам'ятати про потребу в підтримці та співпраці з місцевими туристичними компаніями, готелями та іншими партнерами, що допоможуть забезпечити відповідні послуги та створити зручні умови для туристів.

Отже, після визначення напрямків просування та розробленого нами плану просування, доцільно буде скласти медіа-план з кошторисом, який є важливим інструментом для ефективного планування та керування рекламною кампанією,

розподілення рекламного бюджету між різними медіа-каналами з метою досягнення максимальної ефективності та досягнення поставлених маркетингових цілей.

Медіаплан для просування культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» територією Венето (Італія) наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Медіаплан
для просування культурно-пізнавального туру «По стежках краси
Італії: Венеція, Трієст та Верона» територією Венето (Італія)**

Медіаносій	Примітки	Формат	Тривалість реклами	Витрати
Інтернет-реклама				
Просування у соціальних мережах	Instagram	Таргетована реклама	1 тиждень	5\$грн/день
		Аудіо-візуальна реклама (відео-ролик)	30 секунд/тиждень	5\$грн/день
	Facebook	Таргетована реклама	1 тиждень	3\$/день
Контекстна реклама	Google Ads	Пошукова реклама	Місяць	15 грн./клік (помірна конкуренція)
Друкована реклама				
Туристичні центри	Розповсюдження рекламних матеріалів друкованого формату	Путівники	-	50 шт /284,80 грн
Туристичні виставки та ярмарки		Брошури	-	100 шт/86 грн
Туристичні атракції		Візитки	-	100 шт/ 309 грн
Event маркетинг				
Проведення інших маркетингових заходів	Місцеві виставки, спеціалізовані заходи в торгових або виставкових центрах та в спеціалізованих приміщеннях.	Презентація туристичного продукту.	3 заходи в місяць	-

Джерело: розроблено автором

Медіаплан допоміг нам визначити стратегію використання медіаканалів, забезпечити правильну послідовність та розподіл рекламних повідомлень. Він є підґрунтям для вибору найефективніших каналів та розробки відповідної комунікаційної стратегії.

Далі необхідно скласти кошторис, який дозволить зрозуміти, чи вистачить бюджету на заплановані медіа-активності. Кошторис включає в себе оцінку вартості різних медіа-активностей, таких як закупівля рекламного місця, продакшн, створення рекламних матеріалів або витрати на персонал за конкретний, відведений термін.

План-кошторис культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія) наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**План-кошторис культурно-пізнавального туру територією Венето
(Італія)**

Носій	Формат	Ціна /день	Кількість днів	Всього
Інтернет- реклама				
Просування в Instagram	Таргетована реклама	5\$грн/день	7 днів	1 288 грн
	Аудіо-візуальна реклама (відео-ролик)	5\$грн/день	7 днів	1 288 грн
Просування у Facebook	Таргетована реклама	3\$/день	7 днів	777 грн
Просування в Google Ads	Контекстна реклама	15 грн./клік	30 днів	750 грн (взято в середньому 50 кліків за місяць)
Друкowana реклама				
Друк путівників		50 шт /284,80грн	-	284,80 грн
Друк брошур		100 шт/86грн	-	86 грн
Друк візитівок		100 шт/ 309 грн	-	3 80 грн
Event маркетинг				
Проведення інших маркетингових заходів.	Презентація туристичного продукту.	За запрошенням	3 заходи в місяць	-
Разом				4 853, 80 грн

Джерело: розроблено автором

Завдяки кошторису ми раціонально розподілили бюджет між різними медіаканалами, з врахуванням вартості і тривалості рекламних активностей. Кожен канал має свою ціну та тривалість, що враховується в плані. План-кошторис дав змогу визначити пріоритети та внести зміни до медіаплану. Крім того, він допомагає контролювати витрати та планувати ресурси, що є важливими аспектами успішної реалізації медіа-кампанії.

Разом медіа план і кошторис забезпечують комплексний підхід до планування та реалізації маркетингової стратегії. Вони допомагають оцінити ефективність кампанії, коригувати стратегію і забезпечити оптимальне використання ресурсів.

Таким чином, просування культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» на ринку України вимагає комплексного та цілеспрямованого підходу, який включає в себе використання різноманітних методів просування, взаємодію зі своїми клієнтами та партнерами, а також постійний аналіз та покращення запропонованих послуг.

2.3. Економічне обґрунтування туру

У підрозділі 2.3 нами буде розглянуто один із найважливіших аспектів організації надання туристичних послуг – складання калькуляції та обґрунтування вартості туру.

Аналіз буде заснований на основі підрахунку суми витрат за такими категоріями як: транспортне перевезення, розміщення та харчування, екскурсійні послуги та страхове обслуговування.

Враховуючи витрати на просування та прибуток туристичного підприємства, обчислимо виробничу собівартість туру. З цієї суми ми визначимо вартість туру до оплати податків, а потім розрахуємо податок на прибуток та податок на додану вартість.

Визначимо всі витрати туру на одну особу та на групу із 10 туристів, що

дозволить нам провести економічне обґрунтування туру.

За допомогою даних таблиці 2.6 проаналізуємо прямі витрати та витрати на просування туру.

Таблиця 2.6

Калькуляція вартості культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона» територією Венето (Італія) на 1 особу

Статті калькуляції	Вартість	
	у грн.	в євро*
<i>1. Транспортне перевезення</i>		
Квитки на потяг Варшава – Київ	1637	40
Варшава Вихідня – Аеропорт Варшава (електричка)	214	5
Аеропорт Варшава – Аеропорт Венеція	3687	91
Оренда автобуса Венеція – Падуя	143	3
Оренда автобуса Падуя – Верона	250	6
Громадський транспорт до Сірміоне (озеро Гарда)	40	1
Оренда таксі з Верони – на озеро Гарда	823	21
Виліт із аеропорту Верони – Виллафранка до Варшави (Фредерик Шопен)	5322	132
Поїзд з аеропорту Варшави (Фредерик Шопен) до автовокзалу Варшава – Вихідня	214	5
Денний квиток на громадський транспорт – необмежений (назва – City Card)	492	12
<i>2. Послуги розміщення та харчування</i>		
Готель «Hotel Abbazia» 5 *, Венеція, – 3 ночі, + сніданок	10 119	252
Готель «Giardino Giusti House & Court» 4*, Верона, – 1 ніч, + сніданок	3 291	82
Готель «Le Betulle» 3* Сан – Мауріціо – д'Опальйо, – 1 ніч, + сніданок	3 253	81
Вечеря в ресторані «CLUB DEL DOGE» – дегустаційне меню (6 позицій)	3 212	80
Квиток на закриту «Венеціанську вечерю»	3 212	80
<i>3. Екскурсійне обслуговування</i>		
Оглядова пішохідно-автобусна екскурсія по м. Трієст з гідом	513	12,8
Оглядова екскурсія «По хвилях величного гранд каналу» на кораблі з гідом	1 293	32,04
Оглядова екскурсія по м. Падуя з гідом	4 816	120
Екскурсія «Смачна та цікава Верона: прогулянка містом, дегустація вина та сиру»	2 400	60
Тур півостровом курорту Сірміоне, озеро Гарда	1 485	37,06

Продовження таблиці 2.6

Статті калькуляції	Вартість	
	у грн.	в євро*
Вхідний квиток «Parco Termale del Garda» біля озера Гарда	1 685	42,09
4. Страхові послуги	448	11
Разом прямих витрат:	48 549	1 205
Витрати на просування (10 %)	4 855	120
Виробнича собівартість:		
Разом прямих витрат + витрати на просування	53 404	1 405
Прибуток туристичного підприємства (20 %)	10 681	281
Вартість туру до оподаткування	64 085	1 686
Податок на прибуток (загальна система оподаткування – 18 %)	1 922	50
Податок на додану вартість (20 %)	2 136	56
5. Всього вартість туру на 1 особу : (Виробнича собівартість + прибуток + податок на прибуток + ПДВ)	68 143	1 792
6. Вартість туру на групу туристів (10 осіб)	681 430	17 920

*Примітка: розраховано за курсом 1 євро = 40 грн.

Джерело: розроблено автором

Результати калькуляції дозволяють нам скласти продуктову програму, яка допоможе оцінити ефективність та рентабельність туру.

Оцінка рентабельності туру визначить можливість отримання прибутку від проведення туру та можливі шляхи оптимізації витрат. Крім того, будуть надані поради щодо зменшення витрат та підвищення ефективності рентабельності даного стартап-проекту.

Ціна на новий туристичний продукт була обґрунтована на основі розрахунку виробничої собівартості, маржинального доходу та ПДВ. У ці розрахунки були враховані прямі витрати, туристичний збір та умовно постійні витрати.

Обґрунтування ціни на новий туристичний продукт:

1) Ціна-нетто:

$C_{\text{нетто}} = \text{Прямі витрати} + \text{Туристичний збір} = 48\,549 \text{ грн.}$

2) Умовно-постійні витрати (10 % від прямих витрат):

$УПВ = 48\,549 * 10 \% : 100 \% = 4\,855 \text{ грн.}$

3) Виробнича собівартість туру:

$$BC = 48\,549 + 4\,855 = 53\,404 \text{ грн.}$$

4) Прибуток (20 %):

$$П = 53\,404 * 20 \% : 100 \% = 10\,681 \text{ грн.}$$

5) Податок на прибуток (18%):

$$Ппр = 10\,681 * 18 \% : 100 \% = 1\,922 \text{ грн.}$$

6) Маржинальний дохід:

$$МД = 10\,681 + 1\,922 = 12\,603 \text{ грн.}$$

7) ПДВ (20 %):

$$ПДВ = (\text{Прибуток туристичного підприємства} * 20 \%) : 100 \% = 2\,136 \text{ грн.}$$

8) Ціна-брутто:

$$\text{Ціна-брутто} = 53\,404 + 12\,603 + 2\,136 = 68\,143 \text{ грн.}$$

У підсумку була отримана ціна-брутто, яка становить 68 143 грн.

З урахуванням всіх затрат на створення та реалізацію продукту, можна стверджувати, що запропонована ціна відповідає вартості продукту, покриває всі затрати на його створення та реалізацію з можливістю отримання прибутку для туристичного підприємства.

У табл. 2.7 наведено продуктову програму в натуральному вимірі, в якій було розраховано планову кількість туристів.

Таблиця 2.7

**Продуктова програма культурно-пізнавального туру територією
Венето (Італія) у натуральному вимірі, осіб**

Тур	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Тур «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона»	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10

Джерело: складено автором

Створений туристичний продукт зорієнтований на проведення культурно-пізнавального туру територією Венето у лютому місяці та орієнтований на

10 осіб.

Наступним кроком буде розробка продуктової програми у вартісному вимірі (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Продуктова програма культурно-пізнавального туру територією
Венето (Італія) у вартісному вимірі, грн.**

Тур	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Тур «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона»	-	681 430	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	681 430

Джерело: складено автором

Це передбачає визначення ціни туру та множення її на передбачувану кількість обслуговуваних туристів у певний період року. Таким чином, буде визначено дохід, що дозволить оцінити ефективність реалізації туру та його прибутковість.

Для розрахунку планової суми грошових потоків ми визначили орієнтований місячний дохід від продажу нового туристичного продукту в цілому за рік.

Для оцінки ефективності необхідно виконати наступні кроки:

1. Розрахувати та визначити планову суму витрат від продажу нового туристичного продукту.
2. Скласти зведений план доходів та витрат по проєкту за рік.
3. Розрахувати та обґрунтувати ефективність проєкту зі створення нового туристичного продукту на основі аналізу планових сум доходів та витрат.

Для складання зведеного плану доходів та витрат туристичного підприємства від реалізації нового туристичного продукту потрібно об'єднати та розрахувати дані вказані в попередніх таблицях (табл. 2.9).

Зведений план доходів та витрат туристичного підприємства на реалізацію

нового туристичного продукту показує, що за рік підприємство може заробити 681 430 грн. доходу. Після відрахування ПДВ та витрат у розмірі 534 040 грн., підприємство отримує прибуток до оподаткування у розмірі 33 818 грн., з якого буде сплачено податку на прибуток у розмірі 6 087 грн. Отже, чистий прибуток туристичного підприємства становить 27 731 грн.

Таблиця 2.9

Зведений план доходів та витрат від реалізації нового туристичного продукту за рік

Показники	За рік
1. Дохід	681 430 грн
2. Чистий дохід (р. 1 * 100% : 120%)	567 858 грн
3. Витрати	534 040 грн
4. Прибуток до оподаткування (р. 2 – р. 3)	33 818 грн
5. Податок на прибуток (р. 4 * 18% : 100%)	6 087 грн
6. Чистий прибуток (р. 4 – р. 5)	27 731 грн

Джерело: складено автором

Для повного розуміння ефективності та рентабельності створеного нового туристичного продукту, необхідно розрахувати рентабельність проєкту, для цього нам потрібно знайти співвідношення між чистим прибутком та чистим доходом за рік.

Рентабельність проєкту нового туристичного продукту можна розрахувати за формулою:

$$\text{Рентабельність проєкту} = \frac{\text{Чистий прибуток (за рік)}}{\text{Чистий дохід (за рік)} * 100 \%} \quad (3.1)$$

Підставляємо дані з таблиці 2.9.

Чистий прибуток (за рік) = 27 731 грн.

Чистий дохід (за рік) = 567 858 грн.

Рентабельність проєкту = 27 731 грн. / 567 858 грн. * 100 % = 4,88 %.

Таким чином, рентабельність проєкту становить 4,88 %.

Це означає, що проєкт приносить прибуток, але його рентабельність не досить висока. Це означає, що ми маємо можливість підвищити ефективність нашого проєкту, щоб зробити його ще більш прибутковим.

Щоб підвищити рентабельність проєкту, можемо спробувати розширити ринок, запустити нові продукти та поліпшити якість наших послуг. Наприклад, ми можемо не прив'язувати туристичну подорож до конкретних подій, змінити наш асортимент та просувати тури в інші періоди року, щоб залучити більше нових клієнтів.

Для досягнення поставленої мети, я пропоную знизити собівартість туру. Ми можемо це зробити, проаналізувавши наші витрати та провівши детальний аналіз витрат за останній рік. Це допоможе нам визначити сферу, де можливо зменшити витрати, не погіршуючи якість послуг.

Заключним етапом збільшення ефективності розробленого туру є ретельний аналіз усіх процесів та витрат, необхідно весь час шукати нові можливості розвитку та просувати наш бізнес на ринку. Я впевнена, що з правильним підходом та наполегливою роботою можливо досягти високої рентабельності та успіху нашого проєкту.

ВИСНОВКИ

Згідно з отриманими дослідницькими даними, можна зробити наступні висновки:

1. Визначено основні теоретико-прикладні засади формування продукту культурно-пізнавального туризму. На основі дослідження було встановлено, що культурно-пізнавальний туризм є одним з найбільш перспективних видів туризму, який має значний потенціал для розвитку.

2. Проаналізовано стан та тенденції розвитку ринку культурно-пізнавального туризму в Італії. Цей сектор туризму є однією з найбільш динамічних галузей економіки. Італія є світовим центром рекреації та туризму, тому відвідувачі, які приїжджають до Італії, перш за все прагнуть ознайомитися з об'єктами світової спадщини ЮНЕСКО.

3. Виявлено проблеми, які стають на заваді розвитку туристичного сектору досліджуваної країни у вигляді роздрібненості туристичного бізнесу по окремих регіонах та браку ефективної централізованої системи керування туристичною інфраструктурою. Запропоновано заходи щодо усунення проблем роздрібненості і локалізації туристичного бізнесу.

4. Розроблено маршрут та програму культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія), який планувався з урахуванням особливостей планування подорожей з України через закриття повітряного простору та використання залізничного та автобусного транспорту, як альтернативи. Зазначено важливі передумови, які допомогли прокласти маршрут та підібрати цікаві місця для відвідування. Описано транспортну інфраструктуру міста Венеції та його регіону Венето, включаючи велику мережу водних транспортних засобів. Запропоновано програму культурно-пізнавального туру, яка допомогла визначити необхідний бюджет для подорожі, спланувати маршрут та відібрати цікаві місця для відвідування.

5. Проаналізовано перспективи просування туристичного продукту на ринку України та виявлено, що Україна є важливим ринком для Італії в галузі

туризму, тому розвиток культурно-пізнавального туризму є достатньо привабливим напрямком для українських туристів.

6. Розроблено рекламну кампанію та маркетингову стратегію просування туристичного продукту, в якій визначені основні елементи цієї стратегії для приваблення українських туристів до культурно-пізнавального туру по території Венето.

7. Проведено економічне обґрунтування туру та визначено ціну-нетто туру в розмірі 48 549 грн, що включає у собі виробничу собівартість туру в розмірі 53 404 грн та маржинальний дохід у розмірі 12 603 грн. Враховуючи ПДВ в 20%, брутто ціна на туристичний продукт становить 68 143 грн. Визначено прогнозну чисельність туристів, яких буде обслуговано в рамках культурно-пізнавального туру територією Венето в кількості 10 осіб. Установлено прогнозний обсяг доходу за 2023 р. від продажу цього туристичного продукту, який складе 681 430 грн. Отже, вартість туру на одну особу становить - 68 143 грн.

8. Доведено, що ціна відповідає вартості продукту та покриває всі затрати на його створення та реалізацію з можливістю отримання прибутку для туристичного підприємства.

9. Визначено рентабельність проєкту, яка становить 4,88 %. Тобто загальний аналіз рентабельності нового туристичного продукту показав нам, що він приносить прибуток, але ефективність його можна підвищити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кузишин А. В. Міжнародний туристичний бізнес : навч. посіб. Тернопіль : ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.
2. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. Київ : Знання, 2008. 661 с.
3. UNWTO : офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 20.04.2023).
4. WTO – Tourism 2020 Vision revisited a road map for tourism Towards 2030. URL: https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester_UNWTO_2030_.pdf (дата звернення: 20.04.2023).
5. Мельник А. В., Чир Н. В. Туристична індустрія України: міжнародна конкурентоспроможність та національні пріоритети. *Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки* : матеріали IV Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 15 травня 2020 р.). Івано-Франківськ : Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила, 2020. С. 122-128.
6. Посохов І. С. Історичні реконструкції як форма культурно-пізнавального туризму: теоретичні аспекти. *Географія та туризм*. 2014. Вип. 28. С. 103-112.
7. Уліганець С., Аріон О., Боль Д. Розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні: м. Кам'янець-Подільський. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Географія*. 2018. Вип. 3. С. 77-81.
8. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму : навч. посіб. Харків : ХНАГХ, 2005. 312 с.
9. Carnevale di Venezia. Енциклопедія site:ewikiuk.top. URL: https://ewikiuk.top/wiki/Carnival_of_Venice (дата звернення: 20.04.2023).
10. Travel and tourism in Italy - statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/9723/travel-and-tourism-in-italy/#topicOverview> (дата звернення: 20.04.2023).

11. UNWTO Tourism Highlights, 2023 Edition. URL: <http://www.unwto.org/pub> (дата звернення: 20.04.2023).
12. Любіцева О. О. Туристичне країнознавство: Країни лідери туризму : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2008. 436 с.
13. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. Київ : Знання України, 2002. 358 с.
14. Доан П. В. Сталий розвиток локальних туристичних систем і регіонів Італії. *Географія та туризм*. 2014. Вип. 31. С. 15-29.
15. Number of international tourist arrivals in the Italian municipality of Venice from 2011 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/732572/international-tourist-arrivals-in-venice-italy> (дата звернення: 20.04.2023).
16. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : Альтерпрес, 2011. 234 с.
17. Александрова А. Ю. Міжнародний туризм : навч. посіб. Київ : Знання, 2001. 286 с.
18. Associazione Piazza San Marco. URL: <https://web.archive.org/web/20100221052146/http://www.associazionepiazzasanmarco.it/it/visita-virtuale-piazza-san-marco.php> (дата звернення: 20.04.2023).
19. Piazza San Marco. URL: <https://insidr.co/piazza-san-marco/> (дата звернення: 20.04.2023).
20. Basilica of San Zeno, Verona. URL: <https://www.chieseeverona.it/en/our-churches/the-basilica-of-san-zeno> (дата звернення: 20.04.2023).
21. Doge's Palace. URL: <https://smarthistory.org/palazzo-ducale/> (дата звернення: 20.04.2023).
22. Doge's Palace (Palazzo Ducale), Piazzetta San Marco. URL: <https://en.wikivoyage.org/wiki/Venice#Q189883> (дата звернення: 20.04.2023).
23. Cappella degli Scrovegni. URL: https://it.wikipedia.org/wiki/Cappella_degli_Scrovegni (дата звернення: 20.04.2023).

20.04.2023).

24. La cappella degli scrovegni. URL: <http://www.cappelladegliscrovegni.it/index.php/it/> (дата звернення: 20.04.2023).

25. Treviso Cathedral. URL: <https://www.venetoway.com/en/the-treviso-province/the-treviso-city-center/the-treviso-cathedral/> (дата звернення: 20.04.2023).

26. Arena di Verona. URL: <https://www.arena.it/> (дата звернення: 20.04.2023).

27. Замок Miramar. URL: <https://miramare.cultura.gov.it/> (дата звернення: 20.04.2023).

28. Бутко І. І., Ляшко Г. І., Маркін П. П., Сітніков В. А. Туризм. Безпека в програмах турів та на туристських маршрутах: посібник для студентів, фахівців туристичних організацій.

29. Tourism Product Development: A way to create value. *Revista de Turism-Studii si Cercetari in Turism*. URL: https://www.researchgate.net/publication/340534068_Tourism_Product_Development_A_way_to_create_value (дата звернення: 20.04.2023).

30. Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України. *Економічні проблеми, менеджмент та маркетинг в туризмі*. URL: http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/ggf/naukova_diyalnist/Nauk_Konf_Studentov_aspirantov/Mizhnarodna_konf_Teoretychni_v_prykladni_napriamku_kviten_2021.pdf (дата звернення: 20.04.2023).

31. The Importance of Video Marketing in Tourism Industry. *Travel Daily Media*. URL: <https://www.traveldailymedia.com/the-importance-of-video-marketing-in-tourism-industry/> (дата звернення: 20.04.2023).

32. UNESCO. URL: <http://portal.unesco.org/culture> (дата звернення: 20.04.2023).

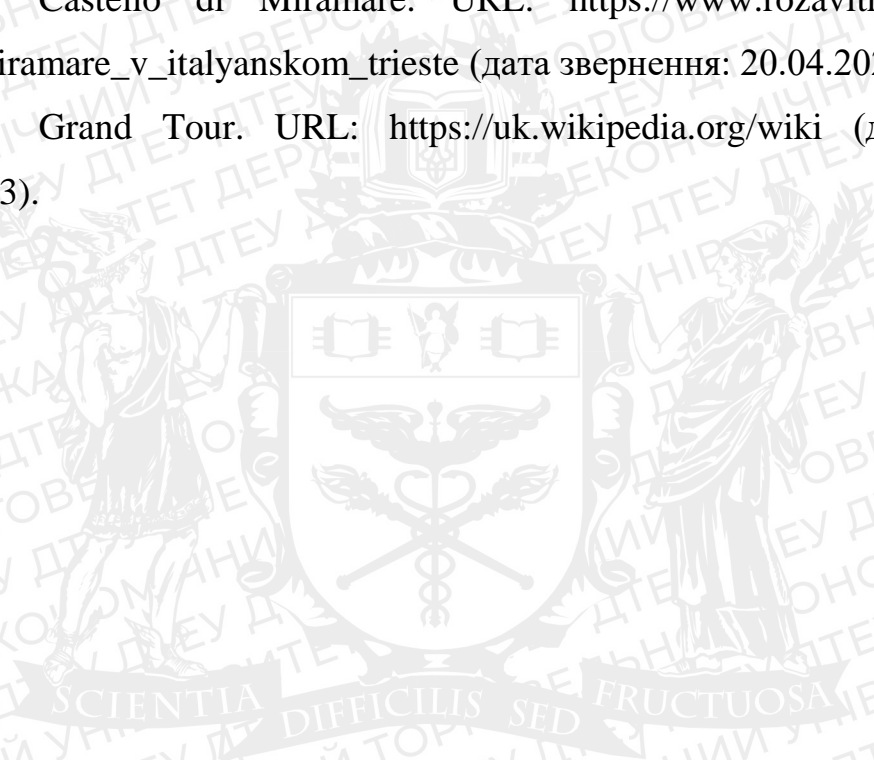
33. Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України*. 2016. Випуск 52. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura52/12.pdf (дата звернення: 20.04.2023).

34. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2011. Випуск 32. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura32/21.pdf (дата звернення: 20.04.2023).

35. Prato della Valle. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Prato_della_Valle (дата звернення: 20.04.2023).

36. Castello di Miramare. URL: https://www.rozavitriv.com/news/get/zamok_miramare_v_italyanskom_triESTE (дата звернення: 20.04.2023).

37. Grand Tour. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour (дата звернення: 20.04.2023).



ДОДАТКИ

Додаток А

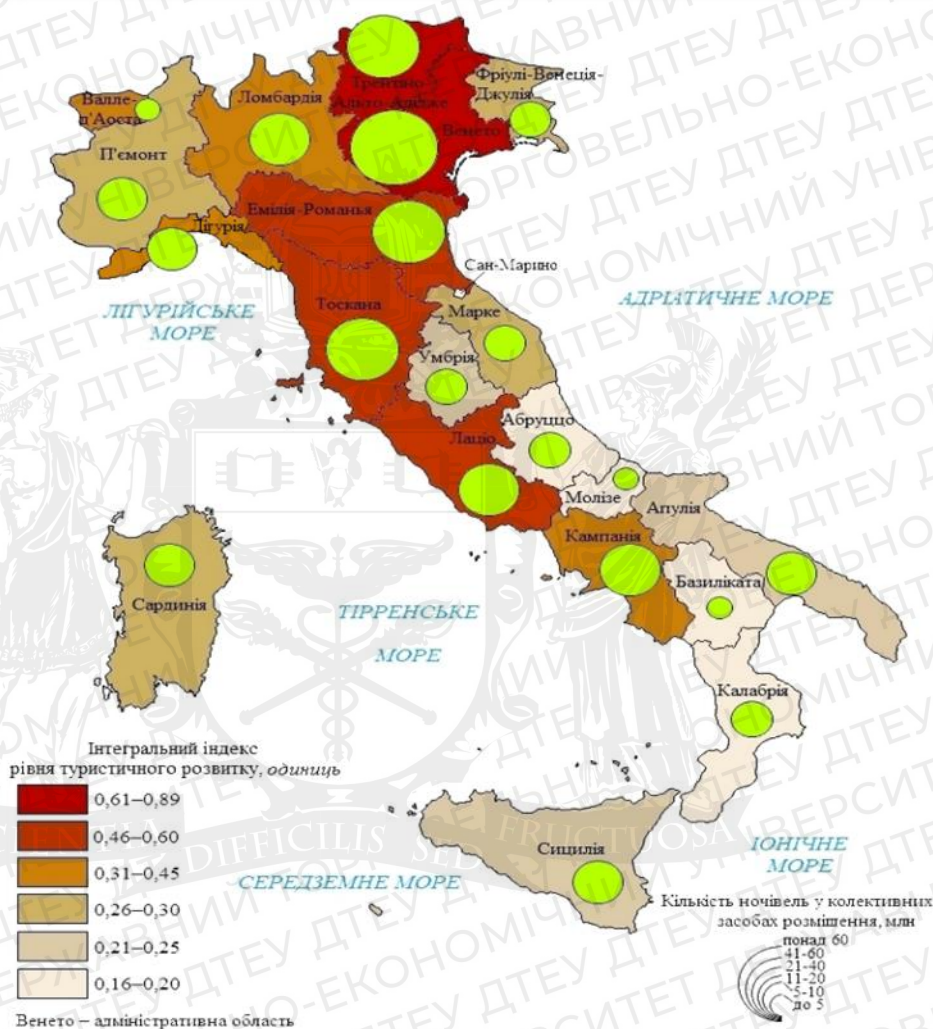


Рис. А.1. Туристичний розвиток регіонів Італії у 2021 р.

Джерело: [14]

Характеристика об'єктів культурно-пізнавального туру «По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона»

<p>Трієст</p> <p>Ви побачите величезну кількість цікавих речей – це й давня базиліка святого Юста, романтичний замок Мірамаре, православний собор святого Михайла, римський театр віком близько 2000 років. Замок Мірамаре у шотландському стилі, знаходиться в надзвичайно красивому і спокійному місці на березі затоки Адріатичного моря, в оточенні красивого парку зі звивистими доріжками, альтанками та ставками, а також фонтанів, скульптур і музею. Замок Мірамаре і його парк побудовані за наказом австрійського ерцгерцога Фердинанда Максиміліана з роду Габсбургів. Зараз Замок Мірамаре відмінний приклад розкішної аристократичної резиденції, яка зберегла свою первісну обстановку [36].</p>	
<p>Венеція</p> <p>Венеціанський карнавал найстаріший з усіх існуючих у світі. У цей період місто перетворюється на неймовірну сцену, де відбуваються захоплюючі події. Вулиці і площі оживають життям, а канали, гондольєри і мости стають частинами грандіозного шоу.</p> <p>На площах міста влаштовують концерти, які супроводжуються вражаючими феєрверками. У театрах виставляють карнавальні шоу, а в венеціанських палацах відбуваються бали-маскаради. Вулиці наповнюються виконавцями фокусників, мімів і акробатів, які зачаровують глядачів своїми вміннями і виступами.</p>	

<p>Гранд Канал. Найвідоміший та найголовніший канал у Венеції. Цей канал єдиний, який проходить через все місто, тому він є головною вулицею міста.</p>	
<p>Падуа (Padova) Прато делла Валле.</p> <p>Прато-делла-Валле широко відома своїм оригінальним плануванням, що включає в себе канал у формі еліпса навколо центральної частини площі, мости через канал і подвійний ряд з 87 статуй видатних падуанців.</p> <p>У південній частині площі знаходиться базиліка Св. Юстини, від північної частини площі вулиця Віа Беллуді виводить до базиліки Св. Антонія. На самій площі розташована велика кількість старовинних особняків, пам'яток архітектури [35].</p>	
<p>Верона Арена ді Верона</p> <p>Одна з головних архітектурних пам'яток Верони епохи Стародавнього Риму - амфітеатр, званий також Арена ді Верона, що датується 30-м роком I-го століття н. е. З XIX століття в амфітеатрі проходять оперні і театральні вистави, музичні заходи і різного роду вистави. На сьогоднішній день Арена ді Верона є найбільшим оперним театром під відкритим небом, на сцені якого виступають кращі оперні співаки і диригенти світу.</p>	

Озеро Гарда

Гарда — це місце для тих, хто любить історію та мистецтво, це захопливе занурення в минуле: середньовічні міста зі старовинними стінами та баштами, замками, церквами та розкішними віллами, неповторний колорит Північної Італії та краса природи. Завдяки багатій історії тут збереглася велика кількість середньовічних замків.

На озеро Гарда приїжджають не тільки щоб подивитися, але і відпочити й розважитися.



Джерело: складено автором за даними [15]

Додаток В

Kyiv Central Train Station, Вокзальна пл.
 Warszawa Wschodnia, Warszawa, Польша

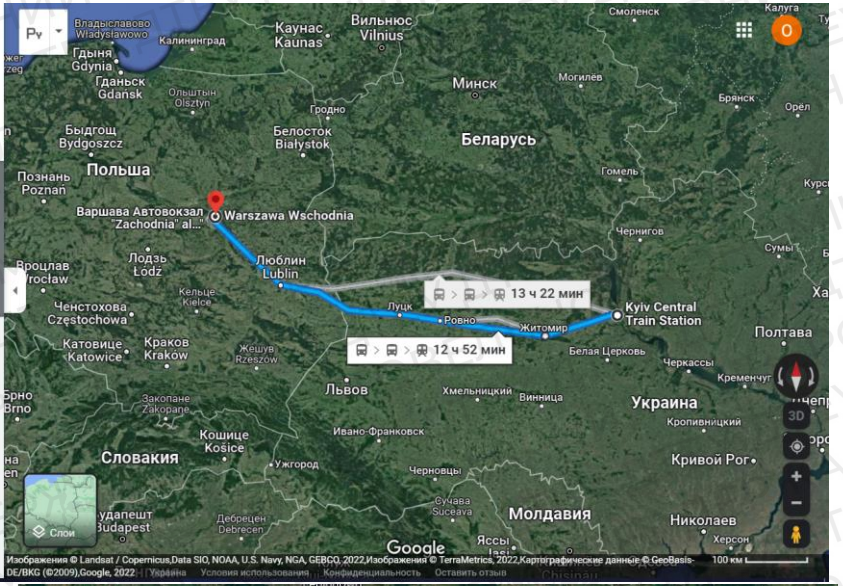
Отправление сейчас Параметры

Отправить маршрут на телефон

17:24–05:16 (четверг) 12 ч 52 мин.
 Киев - Ровно - Ужгород - Киев
 Днепр - Свиноуйсьце
 Свиноуйсьце - Днепр R8 / S1 / S2 R1 / R7
 В 17:30 отсюда: Киев Автостанция "Киев" ул. С. Петлюры 32 (Ж/Д Вокзал)
 14 мин.

По шагам

17:54–05:16 (четверг) 12 ч 22 мин.
 Киев - Ровно



Warszawa Wschodnia, Warszawa, Польша
 Варшавский аэропорт имени Фредери...

Отправление сейчас Параметры

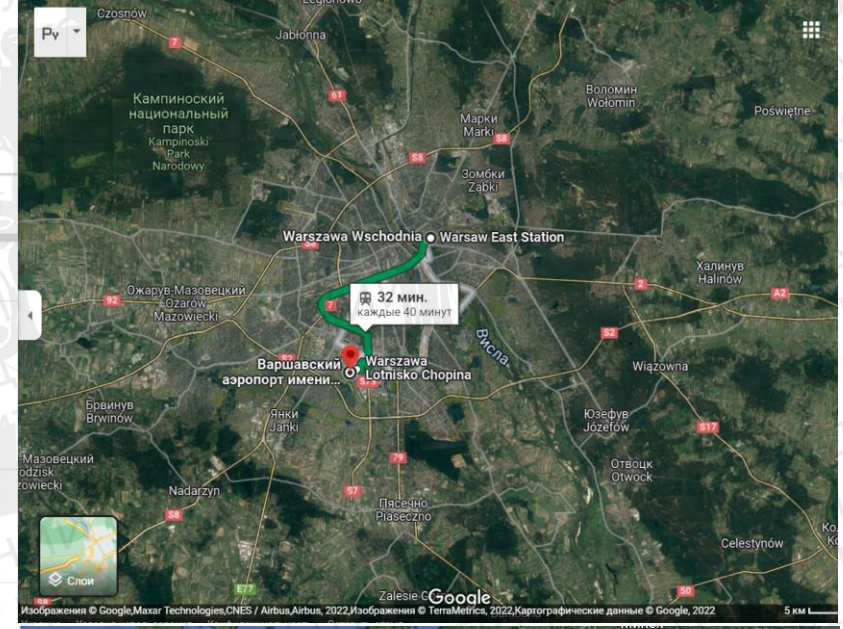
Отправить маршрут на телефон

15:18–15:50 32 мин.
 В 15:18 отсюда: Warsaw East Station
 3,40 PLN каждые 40 минут

По шагам

через DW631 38 мин.
 Самый быстрый маршрут с учетом пробок 15,0 км

через DK2 39 мин.

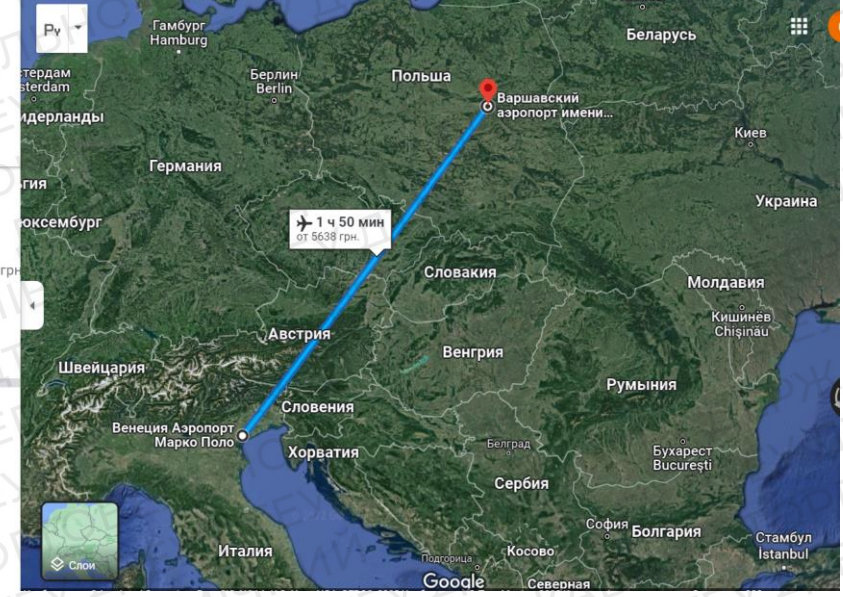


Венеция Аэропорт Марко Поло
 Варшавский аэропорт имени Фредери...

Перегатайте путевую точку

Венеция, Италия—Варшава, Польша
 Прямые (5 в неделю) 1 ч 50 мин.
 С пересадкой Мин. 3 ч 20 мин.
 Цена за билет туда-обратно, 25–29 окт. от 5 638 грн.
 Austrian,Lufthansa,SWISS...

[Смотреть результаты в Google Авиабилетах](#)



Варшавский аэропорт имени Фредерика Шопена: популярные места

Рестораны Гостиницы Бары Кофейни Ещё

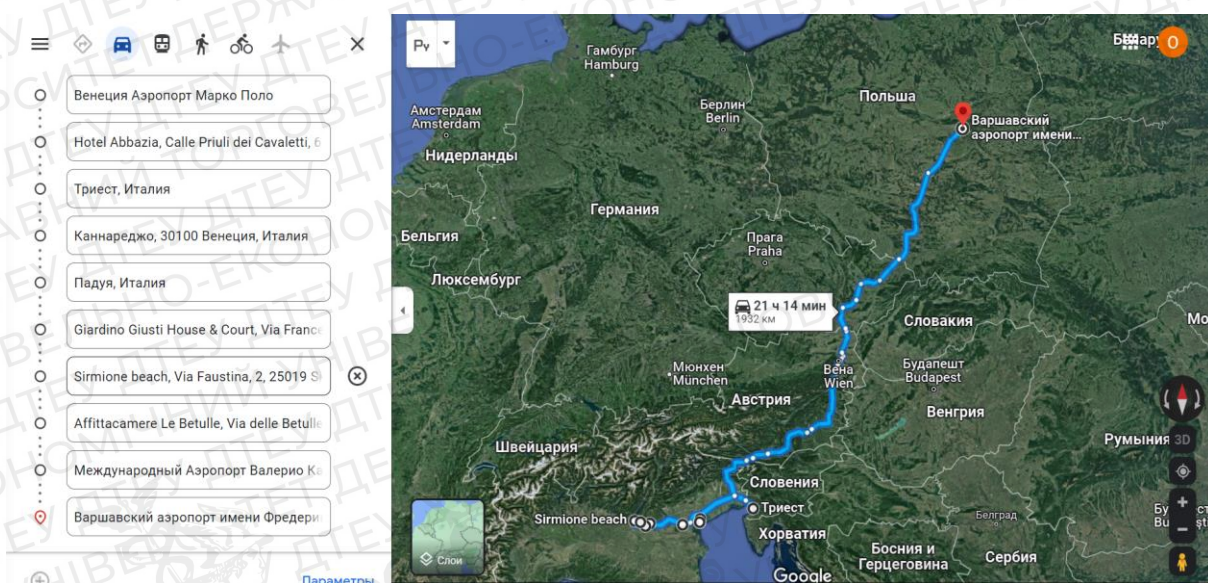


Рис. В.1. Пункти маршруту «По стежках краси Італії: Венеція, Триєст та Верона»

Джерело: побудовано автором за допомогою картографічного веб-сервісу Google Maps

Програма культурно-пізнавального туру територією Венето (Італія)

«По стежках краси Італії: Венеція, Трієст та Верона»

День 1 (2 лютого). Київ – Варшава.
17:00 – 17:27 –Збір на автовокзалі, Київ, Вокзальна площа,1. Виїзд до Варшави.
День 2 (3 лютого). Варшава – Венеція
10:09 – Прибуття на автовокзал «Warszawa Wschodnia».
10:51 – Виїзд на електричці до аеропорту Варшави імені Фредерика Шопена.
14:00- Обід в Restaurant Challenge'32, або в одному із ресторанів поряд з аеропортів (сплачується окремо)
11:30 – 16:25 – Очікування посадки на рейс Варшава– Венеція.
18:25 – Приліт до Венеції, аеропорт Марко Поло, виїзд на трансфері до готелю.
19:00 – Заселення в готель «Hotel Abbazia», Каннареджо, відпочинок.
20:30 – Вирушаємо до одного із затишних ресторанів Венеції.
21:00 – Відпочинок, ночівля в готелі «Hotel Abbazia», Каннареджо.
День 3 (4 лютого). Венеція – Трієст
8:00 – Сніданок в готелі «Hotel Abbazia», Каннареджіо.
9:30 – 11:30 – Виїзд до провінції Трієст, Італія.
11:30 – 14:30 – Зустріч з гідом, панорамна екскурсія по Трієсту та замку Мірамаре.
14:30 – Обід в одному із ресторанів міста.
15:20 – 17:30 – Відправлення назад у напрямку святкування Венеціанського карнавалу, в район – Каннареджо.
18:00 – 20:00 – Церемонія відкриття – Festa Veneziana (1 частина)
- Вільний час для участі у святкуванні карнавалу. Це костюмоване свято з урочистою ходою, виступами та спектаклями акторів . Музиканти і танцюристи влаштують розваги для глядачів, це є основною подією цих днів.
- Ви приєднаєтесь до середньовічних танців на площах, кожен бажаючий зможе прийняти участь та насолодитись неймовірним конкурсом образів, масок(взяти участь можна придбавши або взявши в оренду) , костюмованому параді, та відвідати ярмарки.
- Буде представлено: світлове та музичне шоу , шиті золотом та коштовним камінням костюми і маски, все місто перетворюється на велику театральну сцену.
20:00 – Вечеря у ресторані « Club Del Doge» з видом на Гранд–канал.
*(дегустаційне меню входить у вартість туру)
21:00 – Вільний час, повернення в готель та ночівля
День 4 (5 лютого). Каннареджо
8:00 – Сніданок в готелі «Hotel Abbazia», Каннареджо.
9:45 – Збір групи та виїзд на другу частину карнавалу ,район Каннареджіо
*(Пересування на громадському транспорті (вапоретто)– входить у вартість туру
*(City Card- 12 €, денний квиток)
10:30 –13:00 – Венеціанський карнавал. Водяний парад – Festa Veneziana.
14:00 – Обід в одному із ресторанів міста.
15:30 –16:30 – Екскурсія з гідом «По хвилях гранд каналу» (входить у вартість туру).

День 4 (5 лютого). Каннареджо (продовження)

- Гранд-канал ділить місто на дві частини літерою S і є центром, довкола якого зосереджене все життя у Венеції. Береги «красивої вулиці світу» прикрашають кольорові будинки, старовинні будинки та собори. З палуби надводного таксі можна побачити десятки чудових палаців.

17:00 – 18:30 – Вільний час.

* Рекомендуємо:

- Contini Art Gallery (район San Marco) – художня галерея, де можна безкоштовно ознайомитись з визначними творами сучасного мистецтва, зокрема живопису та скульптури. Відкрито з 10:30 до 19:30.

- Музей музики (Campo San Maurizio) – колекція різноманітних старовинних музичних інструментів, яка розміщена в церкві Сан-Мауріціо. Вхід безкоштовний щоденно з 10:00 до 13:00 та з 15:00 до 20:00.

- відвідати «Палац Дожів» (21€+вх. квиток)

- Загадкова будівля, що зберігає середньовічні секрети та легенди міста.

Протягом багатьох століть він був резиденцією правителів Венеції, місцем засідань Великої Ради, Сенату і Верховного Суду.

18:30 – Вирушаємо до тематичного ресторану.

* (Пересування на громадському транспорті (вапоретто) – входить у вартість туру (City Card)

19:00 – 22:00 – «Венеціанська вечеря» (входить у вартість туру).

- Затишна вечеря в сонячній квартирі на верхньому поверсі Палаццо Лоредана. Усе починається о 19:00 з вітального просекко, або з холодного безалкогольного напою. Вечеря в повноцінному італійському стилі, тому складається з закуски, першого страви, основної страви та десерту (кількість страв може відрізнятись).

* У вартість вечері входить пляшка просекко на кожних трьох гостей.

22:00 – 22:30 – Повернення в готель «Hotel Abbazia», ночівля.

День 5 (6 лютого). Венеція – Падуя – Верона

7:00 – 8:00 – Сніданок та виселення з готелю «Hotel Abbazia», Каннареджіо.

9:00 – 10:25 – Переїзд на орендованому автобусі до Падуї, Італія.

11:00 – Пішохідна екскурсія по місту (входить у вартість туру).

- Ви пройдете мальовничими вуличками і побачите справді унікальні витвори культури: одну з найбільших площ Європи Прато делла Валле, яку називають луг без трави, базиліку Святого Антонія, якого падуанці трохи фамільярно називають просто Святий (святий без імені), історичне кафе Педроккі, яке до 1916 року не закривалося проти ночі і тому називалося «кафе без дверей». Дізнаєтесь більше про історію та архітектуру, про знаменитих падуанців, про звички та традиції мешканців цього міста.

13:00 – Вільний час для обіду в одному із ресторанів міста.

13:55 – 14:45 – Відправлення на орендованому автобусі у Верону.

15:00 – 18:00 – Заселення в готель «Giardino Giusti House & Court», Верона, ознайомлення з місцевістю.

18:00 – 20:00 – Екскурсія «Смачна Верона: дегустація вина та сиру» (входить у вартість).

День 5 (6 лютого). Венеція – Падуя – Верона (продовження)
<p>В екскурсію входить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Прогулянка маршрутом від площі Трав — серця старовинної Верони до найромантичнішого місця міста — пагорб Святого Петра та руїн римського театру. - Відвідання наймальовничіших місць міста - Римського мосту, ви підніметесь на фунікулері на панорамний пагорб Сан П'єтро звідки чудово проглядається сцена римського театру, сад Джусти, веронські дзвіниці та храми. - Побачите знаменитий балкон Джульєтти та будинок Ромео. - Проведете вечір у старовинному кафе за філіжанкою ароматного еспресо. Естетичне задоволення підкріпиться гастрономічним, зазирнувши в одну лавку на набережній. Ви спробуєте знамените місцеве червоне вино Valpolicella або біле Soave, під акомпанемент чудового «п'яного сиру» та домашньої ковбаси салямі. <p>20:00 – Вільний час, ночівля в готелі «Giardino Giusti House & Court», Верона.</p>
День 6 (7 лютого). Верона – озеро Гарда
<p>7:00 – 8:00 – Сніданок та виселення з готелю «Giardino Giusti House & Court», Верона.</p> <p>8:30 – Виїзд з готелю до озера Гарда.</p> <p>11:00 – 12:00 – Тур півостровом курорту Сірміоне (входить у вартість туру).</p> <p>12:35 – Заселення в готель «Le Betulle», Кола-ді-Лацізе.</p> <p>13:00 – 20:00 – Відпочинок та оздоровлення у «Parco Termale del Garda».</p> <p>20:00 – Прогулянка по околицям міста та вечеря в одному із ресторанів.</p> <p>21:00 – Ночівля в готелі «Le Betulle», Кола-ді-Лацізе.</p>
День 7 (8 лютого). Венеція – Варшава
<p>5:00 – Виселення з готелю, сніданок в готелі «Le Betulle», Кола-ді-Лацізе.</p> <p>5:30 – Виїзд до аеропорту Верони – Виллафранка на трансфері від готелю.</p> <p>6:45 – 12:45 – Виліт із аеропорту Верони – Виллафранка та прибуття до аеропорту Варшави (Фредерик Шопен)</p> <p>13:18– 13:33 – Виїзд на поїзді з аеропорту до автовокзалу «Warszawa Wschodnia».</p> <p>14:00 – Обід в одному із ресторані міста, вільний час.</p> <p>17:45 – Виїзд із автовокзалу Варшави «Warszawa Wschodnia» до України (Київ)</p>
День 8 (9 лютого)
<p>13:12 – Прибуття на вокзал Києва, Kyiv Central Train Station</p>

Джерело: розроблено автором