

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розробка пізнавального тура територією Данії та його
просування на ринку України»**

Студент 4 курсу 19 групи,
освітній ступінь «бакалавр»,
спеціальність 242 «Туризм»,
освітня програма «Міжнародний туризм»

Величко
Владислава
Олександрівна

(підпис)

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Білик Владислав
Васильович

(підпис)

Гарант освітньої програми
к.н.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 студентіві

Величко Владиславі Олександрівні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розробка пізнавального тура територією Данії та його просування на ринку України»

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

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендації щодо розроблення продукту культурно-пізнавального туризму територією Данії та організація його просування на ринку України.

Об'єкт дослідження: процес розроблення продукту культурно-пізнавального туризму європейської країни та його просування на туристичному ринку України.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти розроблення та просування пізнавального туру територією Данії.

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

Вступ

Розділ 1. Теоретичні та прикладні засади формування регіонального продукту активного туризму

1.1. Теоретичний базис культурно-пізнавального туризму

1.2. Діагностика міжнародного ринку пізнавального туризму

1.3. Оцінка ресурсного потенціалу пізнавального туризму Данії.

Розділ 2. Проект пізнавального туру територією Данії

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

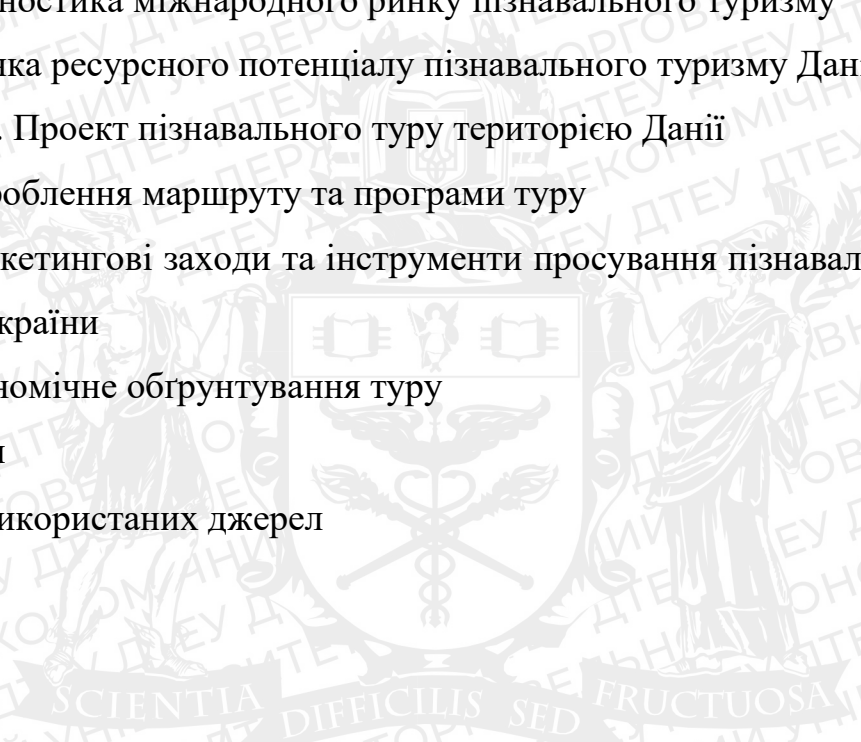
2.2. Маркетингові заходи та інструменти просування пізнавального туру на ринку України

2.3. Економічне обґрунтування туру

Висновки

Список використаних джерел

Додатки



5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи

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

6. Дата видачі завдання: 2 грудня 2022 р.

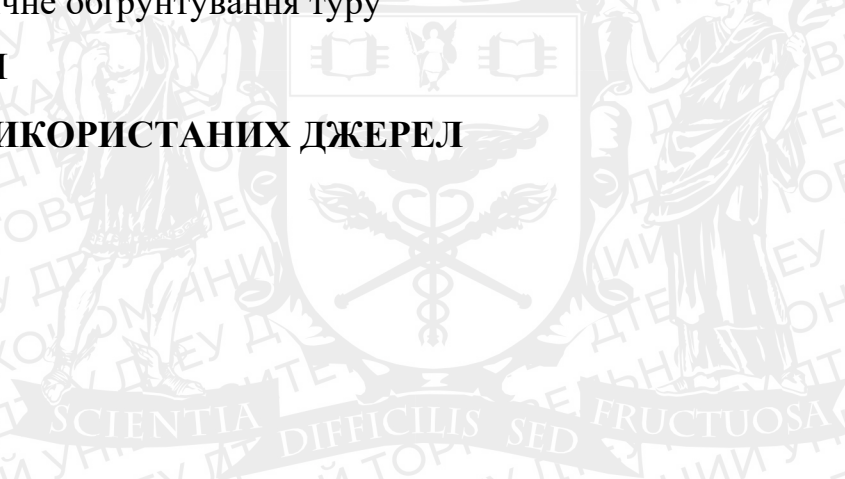
7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Владислав Білик

8. Гарант освітньої програми _____ Сергій Кравцов

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ Владислава Величко

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму	9
1.2. Діагностика ринку пізнавального туризму	20
1.3. Ресурсний потенціал пізнавального туризму Данії	26
РОЗДІЛ 2. ПРОЕКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ДАНІЇ	33
2.1. Розроблення маршруту та програми туру	33
2.2. Маркетингові заходи та інструменти просування туру на ринку України	43
2.3. Економічне обґрунтування туру	48
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ	



ВСТУП

Актуальність роботи. Ця тема є актуальною, оскільки пізнавальні тури мають масу тематичних різновидів: історичні екскурсії, літературні, театральні, етнографічні, фольклорні, знайомство з живописом (за знаменитими картинними галереями), знайомство з балетом та оперою (за знаменитими оперними театрами, за місцями дії відомих літературних творів, за місцями життя великих письменників, природничі та багато інших

Ринок пізнавального туризму досить широкий. Він залежить від вікової власності туристів, лише від кола його інтересів.

Цікавити людину може багато, а особливо щось незвичне та незвичайне, раніше не бачене та невідоме. Тому при розробці ринку, при рекламі особливу увагу потрібно приділяти висвітленню цих сторін туристського маршруту. Під час організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів. На місто або туристичний центр виділяється від 1 до 3 днів залежно від величини туристичного центру та обсягу визначних пам'яток. Найбільше днів виділяється лише найбільші туристські центри - столичні міста.

Об'єктом дослідження є процес формування пізнавального тура територією Данії та його просування на ринку України

Предметом дослідження теоретичні та прикладні аспекти формування та просування пізнавального туру територією Данії.

Метою дослідження є розробка проєкту пізнавального туру територією Данії та його просування на туристичний ринок України.

Завдання дослідження обумовлені його метою та передбачають:

- розгляд сутності поняття, основних особливостей, принципів, видів та форм пізнавального туризму;
- розгляд становлення пізнавального туризму;
- дослідження загальної характеристики пізнавального туризму;
- аналіз сучасного стану туризму в пізнавального туризму територією Данії;

- розробка пізнавального тура територією Данії;

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є сукупність методів і прийомів наукового пізнання. Найбільш значущим є загальнонауковий, метод порівняння, групування, спостереження, комплексної оцінки тощо.

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



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис пізнавального туризму

Основна ідея пізнавального туризму полягає в тому, щоб мандрівник дізнався про місцеву культуру, історію, архітектуру, мистецтво, звичаї та традиції. Це може супроводжуватися відвідуванням та вивченням пам'яток, музеїв, галерей, архітектурних пам'яток, а також участю у культурних заходах, фестивалях та святкових церемоніях.

Пізнавальний туризм може бути організований як самостійну подорож, так і в рамках групових турів із гідом. Важливим аспектом є вибір місця, що пропонує багату культурну та історичну спадщину, а також доступ до інформації та експертів, здатний виділити додаткові знання та дослідження.

Цей вид туризму може допомогти розширити кругозір, корисні нові навички та інтереси, а також задоволення від занурення у різні культури та спілкування з місцевими жителями. Це також змінило культурну спадщину, оскільки інциденти можуть стати свідомими та зацікавленими у збереженні та захисті природи та культурних об'єктів.

Пізнавальний туризм може охоплювати різні аспекти життя та культури країни чи регіону, включаючи історію, літературу, музику, танці, кулінарію, ремесла та багато іншого. Це дозволяє пацієнтам глибше зрозуміти світ та смак між смаками культу.

Пізнавальний туризм – це вивчення нових промов, отримання нових знань про культуру чи історію інших напрямів. Його основна увага приділяється вивченню нових промов, вивченню інших культур, ознайомлювальним поїздкам чи застосуванню навичок.

Це один із найпопулярніших видів туристичної діяльності за останні кілька років, наприклад, люди подорожують для вивчення іноземних мов. У зв'язку з дедалі більшою популярністю викладання та засвоєння нових знань, пізнавальний туризм розвивається найшвидшими темпами.

Однак, варто враховувати, що розвиток пізнавального туризму може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, це сприяє збереженню культурної спадщини, зростанню економіки та залученню інвестицій у регіони.

З іншого боку, надмірний туризм може призводити до перевантаження місцевих ресурсів, зниження якості життя місцевого населення та екологічних проблем. Тому важливо забезпечити сталий розвиток пізнавального туризму, зберігаючи баланс між розвитком туризму та охороною природи та культурного надбання.

Аналіз ринку пізнавального туризму включає в себе оцінку його стану, тенденцій розвитку, конкуренції та перспектив. Основні елементи аналізу ринку пізнавального туризму включають:

Розмір ринку: Визначення обсягу та структури ринку пізнавального туризму, включаючи кількість туристів, витрати на подорожі та прибуток, розподіл за країнами та регіонами.

Тенденції розвитку: Виявлення основних тенденцій і змін у сфері пізнавального туризму, таких як зміна попиту туристів, зростання інтересу до певних типів подорожей (наприклад, культурні тури, екологічний туризм), використання технологій у туризмі тощо.

Конкуренція: Аналіз конкурентного середовища на ринку пізнавального туризму, включаючи існуючих гравців, їхні пропозиції, стратегії маркетингу та конкурентні переваги. Оцінка нових конкурентів і потенційних загроз.

Попит і поведінка споживачів: Вивчення потреб і переваг туристів у сфері пізнавального туризму, їхніх мотивацій та поведінки при виборі подорожей. Аналіз сегментів ринку та специфічних груп цільових туристів.

Маркетингові стратегії: Оцінка маркетингових стратегій та заходів, що використовуються на ринку пізнавального туризму, таких як просування та реклама, розробка туристичних продуктів, партнерства та співпраця.

Перспективи розвитку: Визначення перспектив та потенціалу розвитку ринку пізнавального туризму на основі трендів, нових можливостей, законодавчих змін тощо.

Аналіз ринку пізнавального туризму допомагає розуміти основні фактори, що впливають на його розвиток, і дозволяє розробити стратегії для залучення та задоволення потреб туристів у цьому сегменті.

Зі зростанням туризму це призвело до появи сегментів туристичної промисловості, зокрема пізнавального туризму [2].

Пізнавальні тури є одним із найпопулярніших видів туризму. Вони є варіантом відпочинку, пов'язаним з відвідуванням туристами різних культурних і природних об'єктів.

До них можуть належати різноманітні пам'ятки, відомі історичні місця чи пам'ятки архітектури.

Об'єкти культурної спадщини можуть містити: пам'ятки археології; культову та громадянську архітектуру; пам'ятки ландшафтної архітектури; малі та великі історичні міста; сільські поселення; музеї, театри, виставкові зали та ін; соціокультурну інфраструктуру; об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва; технічні комплекси та споруди.

Особливістю культурно-туристських зон є їх використання як туристами, і місцевими мешканцями [7].

Під культурно - пізнавальним туризмом ми розуміємо подорожі, організовані за спеціальними програмами, основна мета яких є реалізація потреб людини у пізнанні історії, культури, звичаїв народів світу.

У менеджерів туризму, котрі займаються культурно - пізнавальними програмами мають бути глибокі знання у туристиці, а й у музейній справі, у історії та культурі.

В основному до пізнавального туризму можна віднести екскурсійний та екологічний вид туризму.

Відмітними ознаками екскурсійно-пізнавального туру є:

- нетривалий період, який розрахований тур;
- наявність у програмі туру однієї чи кількох екскурсій, найчастіше тематичних;
- організація всього туру відповідно до обраної тематики екскурсій (з підбором пори року, місць відвідування, тривалості, засобів розміщення тощо).

Найпростішим видом екскурсійно-пізнавальних турів є одноденна екскурсія.

При організації такого туру в оператора відпадає необхідність організації нічлігу, що впливає на вартість. Але організація такого туру можлива для певного кола. Наприклад, для шкільних та студентських груп. Можлива організація одноденного туру для пенсіонерів, організації.

Класифікація екскурсійно-пізнавальних турів представлена таблиці 1.1 [18].

Таблиця 1.1

Класифікація екскурсійно-пізнавальних турів

Ознака	Види турів
За тривалістю	Одноденні екскурсії Короточасні Багатоденні
За віддаленістю	Приміський відпочинок Місцевий туризм Далекий туризм Міжнародний туризм
За чисельністю	Індивідуальний Вузькогруповий Груповий
За віковою структурою	Молодь Сім'ї з дітьми Школярі Пенсіонери Дорослі люди
За місцем ночівлі	Без зручностей З частковими зручностями Зі зручностями

Джерело: Складено автором за даними [18]

Для іногородніх туристів цей вид туризму не підходить і використовується рідко. Як правило, одноденні тури організуються на замовлення для певної групи. Екскурсійно-пізнавальні тури можна класифікувати за різними ознаками. Екскурсійно-пізнавальні тури можуть бути різних типів і включати різноманітні цілі та активності.

Найбільшого розвитку отримав короткочасний екскурсійно-пізнавальний тур, так званий тур вихідного дня. Короткочасні тури, як правило, організуються наприкінці тижня на 2-3 дні.

Тури вихідного дня набирають популярності та витісняють з ринку туристичних послуг більш тривалі екскурсійно-пізнавальні тури.

Це пов'язано насамперед із тим, що з такого туру, із боку споживача непотрібен серйозного планування свого часу й коштів.

Поїхати в такий тур турист може будь-коли, не чекаючи відпустки, канікул. Нетривалий характер туру впливає вартість тур має невисоку ціну.

У той же час, зазначеного часу 2-3 дні цілком достатньо для ознайомлення з окремим регіоном, побутом його населення, основними пам'ятками краю, його історією та звичаями. Саме це і є головною метою екскурсійно-пізнавального туру [18].

Таким чином, туристи, перебуваючи в короткостроковому екскурсійно-пізнавальному турі, реалізують повною мірою поставлені перед собою цілі і найчастіше залишаються задоволеними проведеним часом. Багатоденним вважається будь-який тур тривалості понад 3 дні.

Його тривалість формується з урахуванням тривалості середніх відпусток, і навіть прагненням не перенасити тур. Для активного чи транспортно-екскурсійного туризму це, як правило, 7-15 днів, для стаціонарного – 2-3 тижні.

Пізнавальний тур не повинен тривати понад 7-10 днів. В іншому випадку туристи починають втомлюватися, відчувати незручності та перестають сприймати потік історичної чи країнознавчої інформації, стають неуважними та всім виглядом виявляють відсутність інтересу до роботи екскурсоводів.

Класифікація екскурсійно-пізнавальних турів за віддаленістю від місця постійного проживання поділяє тури на чотири категорії: приміський відпочинок, місцевий туризм, далекий туризм, міжнародний туризм.

Фірми, які працюють на прийомі туристів, можуть обслуговувати населення сусідніх регіонів, країни чи всього світу залежно від унікальності туру, об'єктів, з якими пов'язаний тур, а також своїх здібностей щодо просування туру [20].

Міжнародний туризм передбачає виїзд до іншої країни. Пізнавальні тури можна класифікувати за різними критеріями. Ось деякі загальні класифікації екскурсійних турів:

- Тривалість. Тури на півдня: ці тури зазвичай тривають кілька годин, як правило, вранці або вдень.
- Екскурсії на цілий день: ці екскурсії охоплюють увесь день і зазвичай тривають близько 6-8 годин.
- Багатоденні тури: ці тури тривають кілька днів, що дає змогу більш глибоко дослідити різноманітні пам'ятки та напрямки.
- Вид транспорту. Автобусні тури: у цих турах використовуються автобуси для перевезення туристів до різних визначних місць.
- Піші екскурсії: ці екскурсії передбачають вивчення пішки з гідом, який веде шлях і надає інформацію про пам'ятки.
- Екскурсії на човнах або круїзи. Ці екскурсії проводяться водними об'єктами, такими як річки чи озера, що дозволяє туристам побачити визначні пам'ятки та мальовничі краєвиди з води.
- Екскурсії на сігвеях або велосипедах: ці тури передбачають огляд визначних пам'яток на сігвеях або велосипеді, що забезпечує унікальний та активний досвід огляду визначних пам'яток.
- Географічний фокус. Екскурсії містом: ці екскурсії зосереджені на дослідженні пам'яток і визначних пам'яток певного міста.

- Культурні тури: ці тури зосереджені на зануренні туристів у місцеву культуру, включаючи відвідування музеїв, історичних місць і культурних вистав.
- Тури на природу: ці тури зосереджені навколо природних чудес, таких як національні парки, заповідники або мальовничі ландшафти.
- Екскурсії історичною спадщиною: ці екскурсії акцентують увагу на збереженні та дослідженні об'єктів історії та культурної спадщини, включаючи об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.
- Особливий інтерес або тема. Гастрономічні та кулінарні тури: ці тури спрямовані на вивчення місцевої кухні, кулінарних традицій і відвідування продуктових ринків і ресторанів.
- Архітектурні тури: ці тури демонструють архітектурні пам'ятки місця призначення, зокрема культові будівлі, пам'ятки та архітектурні стилі.
- Мистецькі тури: ці тури зосереджені на відвідуванні художніх галерей, музеїв і виставок, що дає змогу ознайомитися з місцевою мистецькою сценою та художньою спадщиною.
- Пригодницькі тури: ці тури поєднують огляд визначних пам'яток із пригодницькими заходами, як-от піші прогулянки, снорклінг або зіплайнінг, пропонуючи захоплююче дослідження місця призначення.

Ці класифікації можуть збігатися, і багато екскурсійних турів містять елементи з кількох категорій. Вибір класифікації туру залежить від інтересів, уподобань і вільного часу мандрівників.

Далі, розглянемо класифікацію екскурсійно-пізнавальних турів за чисельністю групи.

Індивідуальний тур - це форма подорожі, при якій мандрівник планує свою поїздку самостійно без участі організованих груп або туроператорів. У цьому випадку мандрівник може самостійно обирати напрямок, тривалість та програму своєї подорожі.

Індивідуальний тур дозволяє мандрівнику мати більшу свободу, гнучкість та контроль над своєю подорожжю, але вимагає більшої

самостійності та організаційних зусиль для планування та координації всіх деталей поїздки.

Вузькогруповий тур – це тур для невеликої групи туристів 3-15 осіб. Перевага цього туру полягає в тому, що кожен учасник забезпечений увагою екскурсовода.

Груповий тур - це форма організації подорожей, при якій група людей подорожує разом під керівництвом спеціалізованого туроператора або гіда. Групові тури можуть включати різноманітні напрямки, тривалість та програму екскурсій.

Кожен тип групового туру має свої особливості, програму активностей та цільову аудиторію. Групові тури часто надають можливість подорожувати в компанії однодумців, відкривати нові місця і ділитися враженнями з іншими учасниками групи.

Увага присутніх постійно відволікатиметься від екскурсовода, якому постійно необхідно буде підвищувати голос. Крім того, при організації туру з такою кількістю відпочиваючих туристична фірма неминуче зіткнеться з проблемами їхнього одночасного розміщення та транспортування до об'єктів показу.

Самостійні дорослі люди – це найпростіший контингент з погляду організації екскурсійно-пізнавального туру [20].

По-перше, це з усвідомленим вибором людиною програми туру, отже забезпечується достатній рівень уважності туриста під час відвідування об'єктів показу.

По-друге, відсутність дітей дещо полегшує роботу туроператора при організації туру (довільний порядок розселення, відсутність необхідності у фахівцях з педагогічною освітою тощо).

Існують два різновиди пізнавальних турів [18]:

стаціонарні тури це тип туристичних подорожей, в яких туристи перебувають на одному місці, зазвичай в одному готелі чи курортному комплексі, протягом усього періоду туру.

У таких турах акцент робиться на відпочинку, відповідному середовищу та послугах, які надаються на місці перебування.

Стаціонарні тури можуть бути різноманітними: від пляжного відпочинку на морському узбережжі до курортних комплексів зі спа-процедурами та релаксаційними послугами.

Такі тури часто орієнтовані на задоволення потреб туристів у відпочинку, розвагах, смачній їжі та інших комфортних умовах. Одна з переваг стаціонарних турів полягає в тому, що туристам не потрібно переїжджати з місця на місце, що дозволяє їм максимально розслабитись і насолодитись відпочинком. Такі тури також можуть бути зручні для сімейного відпочинку або для людей, які шукають спокійного та комфортного відпочинку.

Однак, стаціонарні тури мають свої обмеження, оскільки туристи зазвичай обмежені певною територією або місцем перебування, що може викликати бажання досліджувати інші місця та визначні пам'ятки. Тому для туристів, які бажають активно досліджувати нові місця, стаціонарні тури можуть бути менш привабливими.

Стаціонарні тури є популярним варіантом відпочинку для багатьох туристів, оскільки вони дозволяють насолодитись зручностями та послугами одного місця протягом тривалого періоду часу.

маршрутні тури це тип туристичних подорожей, в яких туристи мають можливість відвідати кілька різних місць, пройшовши певний маршрут. Цей тип туру передбачає переміщення туристів з одного місця до іншого, де вони відвідують визначні пам'ятки, природні об'єкти, культурні атракції та інші інтересні місця.

Маршрутні тури можуть бути організовані для різних цільових груп туристів, таких як індивідуальні подорожі, групові тури, тематичні тури тощо. Маршрути можуть бути заздалегідь визначені туроператором або можуть бути індивідуально складені залежно від бажань туриста.

Основна перевага маршрутних турів полягає в тому, що вони дозволяють туристам побачити більше місць, відвідати різні регіони та отримати більш розмаїтий досвід. Такі тури дають можливість оглянути багато визначних місць за короткий проміжок часу, дозволяючи туристам зануритись у культуру, історію та природу різних регіонів.

Однак, маршрутні тури також можуть бути менш зручними, оскільки туристи постійно переїжджають з місця на місце, що вимагає багато часу та зусиль на переміщення. Також можуть виникати обмеження в часі, оскільки туристи мають дотримуватись графіку маршруту.

Маршрутні тури є популярним варіантом для туристів, які бажають активно досліджувати нові місця, відвідувати визначні пам'ятки та отримувати різноманітний досвід під час своєї подорожі.

Під час організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів. На місто або туристичний центр виділяється від 1 до 3 днів залежно від величини туристичного центру та обсягу визначних пам'яток. Найбільше днів виділяється лише найбільші туристські центри - столичні міста.

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

Основну роль таких програмах грають екскурсійно-пізнавальні і культурні (театри, концерти) заходи, створені задля задоволення цікавості туристів.

Якщо організується історичний тур, багата екскурсійна програма покликана висвітлити історичний розвиток місцевості на прикладах пам'яток. Культурні заходи – це відвідування театрів, концертів, перегляд п'єс національно-історичного характеру.

До програми включається відвідування музеїв побуту, декоративно-ужиткового мистецтва, історичних, краєзнавчих музеїв тощо.

На пізнавальних турах із туристами працюють досвідчені гіді-екскурсоводи. На окремих тематичних екскурсіях - екскурсоводи-мистецтвознавці.

Важливо при роботі з іноземними туристами надавати їм екскурсії рідною (принаймні англійською) мовою. Це є сьогодні правилом хорошого тону та негласним правилом хорошого обслуговування. Вважається, що переклад спотворює сприйняття теми та погіршує якість екскурсії.

Екскурсійно-пізнавальні тури класифікуються і за чисельністю групи [4]:

індивідуальний тур – 1-2 особи.

вузькогруповий тур - 3-15 осіб.

груповий тур – від 10 і більше осіб.

Класифікація екскурсійно-пізнавальних турів за віковими особливостями найбільш характерна для екскурсійно-пізнавальних турів, оскільки від вікової структури туристів залежатиме і тематика програми.

З усього контингенту відпочиваючих можна назвати низку груп, особливості яких варто враховувати під час організації відпочинку.

За цим критерієм можна виділити ще один вид контингенту відпочиваючих – інваліди.

Цей контингент найбільш вимогливий до якості послуг, що надаються, проте на території пострадянського простору (на щастя тур - операторів) такий туризм ще не отримав свого розвитку, хоча в розвинених країнах такі люди відпочивають нарівні з абсолютно здоровими і формують додаткову частину доходів індустрії туризму.

Таким чином, пізнавальний туризм достатньо відрізняється від інших видів туризму і це необхідно враховувати при організації туристських програм.

Культурна спадщина будь-якого народу становлять не тільки твори художників, архітекторів, музикантів, письменників, праці вчених і т. д., а й нематеріальне надбання, що включає фольклор, народні промисли, фестивалі, релігійні ритуали тощо [18].

1.2. Діагностика ринку пізнавального туризму

Діагностика ринку пізнавального туризму включає аналіз та аналіз різних аспектів цієї галузі, щоб зрозуміти її стан, можливості охоплення та потенційні можливості. Ось деякі основні елементи, які можна враховувати під час діагностики ринку пізнавального туризму:

Туристичні напрямки: Досліджуйте популярні туристичні напрямки для пізнавального туризму та визначайте їх попит та популярність серед туристів. Вивчіть різноманітність культур, місцевих та природних пам'яток, які можуть бути привабливими для туристів, та проаналізуйте їх потенціал для розвитку.

Ринкові тренди: Вивчіть актуальні тренди у пізнавальному туризмі, такі як збільшення зростання на досвідчені та іммерсивні подорожі, інтерес до навколишнього середовища, стійкість та соціальні наслідки, вплив технологій на туристичний досвід тощо.

Оцініть, які тенденції створюють нові можливості чи викликають зміни у сфері пізнавального туризму. Цільова аудиторія: Певний профіль та переваги глядачів для пізнавального туризму.

Досліджувати їх мотивації, інтереси, демографічні характеристики та поведінкові моделі. Це краще зрозуміти, які типи пізнавальних турів та активностей можуть бути найбільш привабливими для цієї виставки.

Конкурентне середовище: Вивчіть любителів у галузі пізнавального туризму, включаючи туристичні агенції, туроператорів, азартних провайдерів послуг та інших учасників ринку.

Проаналізуйте їхні пропозиції, ціни, маркетингові стратегії та репутацію, щоб визначити свою ефективність та виділеність на тлі інших гравців.

Законодавство та регулювання: Вивчіть законодавчі та регуляторні аспекти, пов'язані з пізнавальним туризмом, як на місці, так і на рівні виявлення. Переконайтеся, що ви дотримуєтеся правил і норм у галузі, таких як регулювання, страхування та безпека населення.

Маркетингова стратегія: Розробте ефективну маркетингову акцію для залучення мандрівників у вашу пізнавальну туристичну компанію чи напрямок. Розгляньте використання цільового маркетингу, онлайн-просування, соціальних мереж, а також партнерств із громадськими організаціями та туристичними агентствами.

Стійкість та інновація: Досліджуйте можливості для значних стійких практик у пізнавальному туризмі, таких як зниження негативного аналізу щодо охоплення населення, що підтримує масовість спільноти та збереження культурної спадщини.

Інноваційні підходи, такі як використання високої комфортності або розробка турів та маршрутів також можуть допомогти вам виділитися на ринку.

Отже, діагностика ринку пізнавального туризму дозволить вам краще зрозуміти поточну ситуацію в галузі, свою ефективність та розвинути показники для успішного розвитку вашого бізнесу у цій галузі.

Пандемія COVID-19 вплинула на пізнавальний туризм. Через те, що кілька країн закрили авіап перевезення та заблокували свої кордони, люди не могли подорожувати.

Мінімальний набір ресурсів для пізнавального туризму може дати будь-яка місцевість і навіть природні об'єкти, але для його масового розвитку потрібна певна концентрація об'єктів культурної спадщини, серед яких можна виділити:

- пам'ятники археології;

- культову та громадянську архітектуру;
- пам'ятки ландшафтної архітектури;
- малі та великі історичні міста;
- сільські поселення;
- музеї, театри, виставкові зали та ін;
- соціокультурну інфраструктуру;
- об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва;
- культурні ландшафти;
- технічні комплекси та споруди.

Сьогоднішній турист хоче, щоб пізнавальні маршрути були насичені анімаційним супроводом. Програма туру має будуватися залежно від тематики туру.

Дозвілля на таких турах культурно-пізнавального характеру: творчі зустрічі, відеопрограми про місце відпочинку, різноманітні національні свята.

Не виключається відвідування ресторанів та інших підприємств харчування із дегустацією національних кухонь. Спортивні та оздоровчі заходи, як правило, не плануються. Пізнавальні тури за способом організації можна поділити на програмні та замовні.

Програмні являють собою заздалегідь сформований пакет турпослуг (розміщення, харчування, транспорт, екскурсії та ін.), що надаються туристам за певною програмою.

Послуги споживаються туристами у певних місцях у певний час та їх ненадання чи заміна розцінюються як порушення програми, а отже, договори з туристами [12].

У замовних (індивідуальних) турах споживач має право коригувати набір послуг не тільки на етапі формування, а й під час виконання туру домовленості із туроператором.

Такі тури, як правило, дорожчі, але дозволяють замовнику самому відбирати цікаві для нього пам'ятки, заходи та рівень послуг.

За основу головних компонентів вербальної моделі туру було обрано 4 основні блоки: цільовий, змістовний, організаційний, результативний.

Цільовий блок означає постановку мети, тобто розробку та обґрунтування культурно-пізнавального туру, а також визначає основні підходи та принципи проектування туру.

В Україні діє військовий стан з 24 лютого 2022 року та призупинено повітряне сполучення, проте дозволено в'їзд та виїзд іноземних громадян суходелом. Пункти пропуску на кордоні з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією та Молдовою відкриті та безпечні. Блокпости з Росією, Білорусією та Придністров'ям закриті. У перші тижні війни туристичні подорожі зупинилися повністю. Ситуація була нестабільною, багато людей виїжджали за кордон, аби врятуватися. Втім, поступово стало зрозуміло, що війна триватиме довго, тож треба адаптуватися до нових реалій.

Ближче до літа, яке традиційно є піковим сезоном для подорожей, попит почав знову відновлюватись. Однак, якщо порівнювати нинішні бронювання навіть із обсягом попереднього року (який також був складним через пандемію коронавірусу), то падіння буде величезним.

Якщо говорити про світові дані, то Всесвітня туристична організація прогнозує втрати понад 14 мільярдів доларів США у 2022 році – саме стільки приносили світовій економіці українські туристи, які тепер не мандруватимуть.

Чоловіки призовного віку, за невеликими винятками, поки що не можуть виїжджати з України, тому основна аудиторія турів – жінки та діти. Це та частина громадян, які не виїжджали для постійного проживання за кордон, бо зберегли роботу і, відповідно, потребують вирушити у відпустку.

Враховуючи кризу в економіці в цілому та в туристичній галузі зокрема, ціни на відпочинок усередині країни суттєво не піднялися порівняно з минулим роком, та й пропозицій вистачає.

Адже, на жаль, зараз в жодній з точок в Україні не можна почуватися в повній безпеці, але хочеться трохи відпочити від постійних загроз ракетних ударів і повітряних тривог.

Насамперед це стосується сімей з дітьми, які, наскільки це можливо, розглядають варіанти відпочинку за кордоном. Тож громадяни України подорожують країнами Європи.

Якщо розглядати пізнавальні тури країнами Європи, слід розглянути Данію [18]. Данія є привабливою туристичною дестинацією, яка пропонує різноманітні види відпочинку і визначні місця для відвідувачів. Ось деякі ключові аспекти туризму у Данії:

Культурна спадщина: Данія відома своїми багатими історичними та культурними пам'ятками. У Копенгагені, столиці Данії, можна відвідати визначні місця, такі як Ратуша Копенгагена, Королівська резиденція Амалієнборг, пам'ятник Малий Мерзостий, музей Національний музей Данії та інші.

Прекрасні пляжі: Данія має чудові пляжі на узбережжі Північного моря та Балтійського моря. Зокрема, Ютландія, найбільший півострів Данії, славиться своїми піщаними пляжами, де можна насолоджуватися сонячними ваннами та активними видами відпочинку, такими як серфінг.

Розкішні замки і палаці: Данія має велику кількість вражаючих замків і палаців, які відображають багату історію країни. Замок Кронборг в місті Хельсінгбор, відомий як "Ельсінор" у творі Вільяма Шекспіра "Гамлет", є одним з найвідоміших. Інші відомі замки включають замок Розенборг і Фредеріксборгський палац.

Гастрономічні насолоди: Данія славиться своєю вишуканою кухнею, яка поєднує традиційні датські страви зі сучасними гастрономічними трендами. Відомі датські страви, такі як сморєброд, рибні страви, морозиво та відмінна кава, доступні в багатьох ресторанах та кафе країни.

Велосипедні прогулянки: Данія є велосипедною країною, з великою кількістю велосипедних доріжок та маршрутів. Велосипед - популярний спосіб дослідження мальовничих пейзажів Данії, її міст та сел.

Туризм у Данії приваблює відвідувачів з усього світу, надаючи можливості для культурного відкриття, активного відпочинку та насолоди красою природи.

За даними рис 1.1. бачимо, що у 2022 році найбільшу питому вагу туризму займає Польща, за нею йде Швейцарія і Франція (табл 2.1).

Таблиця 2.1

Питома вага туристів до Данії

Назва країни	Середня чисельність, %
Польща	29,8 %
Швейцарія	16,53 %
Франція	15,88 %
Германія	12,44 %
Австралія	4,29 %
Інші країни	21,06 %

Джерело: Складено автором за даними [2]

Вони подорожують з різних європейських країн, таких як: Польща, Швейцарія, Франція, Германія та інші країни (рис 1.1).

На рис. 2.1. зображено питому вагу туристів Данії. Туризм у Данії тримається переважно рахунок туристів з довколишніх країн, переважно рахунок туристів з Німеччини, Швеції, Норвегії та Нідерландів.

На 2007 рік Данія з 4,7 мільйонами туристів посідала 43-є місце у рейтингу Всесвітньої організації туризму. Проте останнім часом статистика показує, що кількість тих, хто зупинився в готелях на ніч, поступово знижується [1] [2].

У Данії багато піщаних пляжів, які приваблюють переважно німецьких туристів. Шведських та норвезьких туристів приваблює жвавий Копенгаген. Крім цього, молоді скандинави приїжджають до Данії за доступним та дешевим пивом, вином та іншими спиртними напоями.

Питома вага туристів до Данії, 2022 рік

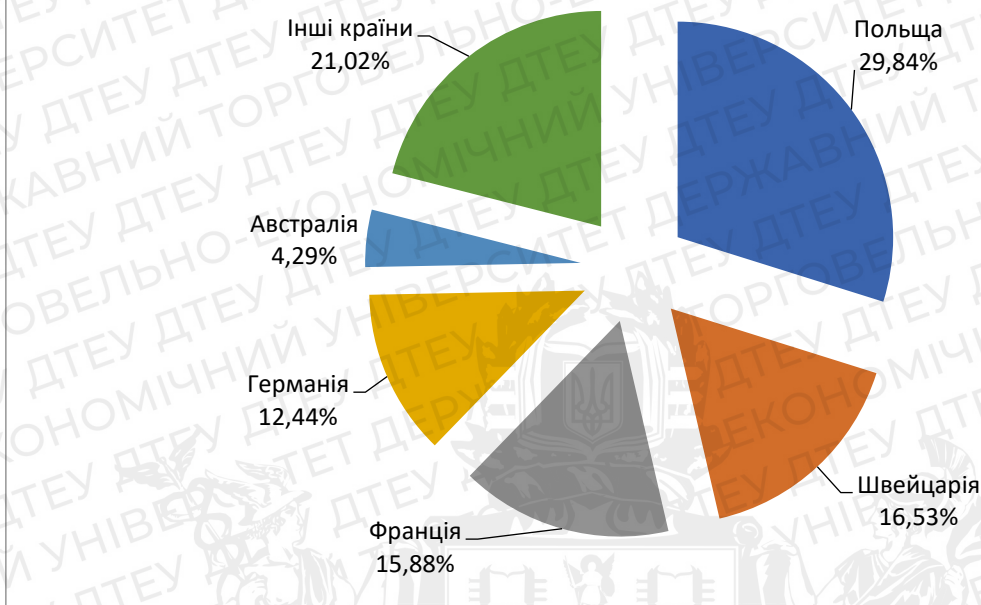


Рис. 2.2. Питома вага туристів до Данії
Джерело: Складено автором за даними [1]

Кількість іноземців, що їздили до Данії у 2022 році не дуже висока. Через військові дії на території України, більшість туристів, які подорожують Європою українці.

Згідно рисунку 2.2, бачимо, що найбільшу питому вагу туристів до Данії, мають туристи з Польщі.

Це можна обумовити військовими діями на території України. Через проблеми з проїздом, перед початком туру, туристам України треба добратись до Польщі або Львова, щоб далі можливо було подорожувати.

1.3. Ресурсний потенціал пізнавального туризму Данії

Данія – це одна із найдивовижніших скандинавських країн. Кожне її містечко та поселення – це мальовниче казкове місце з оригінальними яскравими будиночками. У країні досі збереглася монархічна форма правління з усіма її традиціями та підвалинами.

При цьому саме на данських вулицях панує дух волі. Уряд держави дуже серйозно ставиться до питань екології. Природа тут – справжній скарб, бо щорічно на території країни висаджують близько 3 тисяч гектарів лісу. Швидкими темпами у 2022 році розвивався пізнавальний туризм в Данії.

Данія має значний ресурсний потенціал для пізнавального туризму. Ось деякі аспекти цього потенціалу:

Історичні та культурні пам'ятки: Данія має багату історичну спадщину, яка відображається у великій кількості історичних пам'яток, замків, палаців та музеїв. Наприклад, Копенгаген пропонує відвідувачам популярні пам'ятки, такі як Ратуша Копенгагена, Замок Розенборг, Музей вікінгів у Розкільде та інші.

Мистецтво і дизайн: Данія славиться своїм впливом на сучасне мистецтво і дизайн. Відомий музей сучасного мистецтва AROS у Aarhus, дизайнерські магазини та галереї в Копенгагені, а також дизайнерські фестивалі пропонують відвідувачам можливість ознайомитися з витворами мистецтва та дизайну Данії.

Природні красоти: Данія пропонує різноманітні природні красоти, які можна досліджувати під час пізнавального туризму. Це включає прекрасні пляжі на узбережжі, національні парки, острови та заповідники. Наприклад, Національний парк Ваддензе на заході країни є світовим природним спадщиною ЮНЕСКО.

Кулінарні враження: Данська кухня є ще одним ресурсом пізнавального туризму. Відвідувачі можуть скуштувати традиційні датські страви, такі як сморєброд, рибні страви, сир та печиво.

Крім того, Данія відома своєю кавою, пекарськими виробами та мікропивоварнями.

Циклотуризм: Данія є ідеальною країною для циклотуризму. Загальна довжина велосипедних маршрутів перевищує 12 000 кілометрів, пролягаючи через мальовничі пейзажі, міста, села та природні заповідники.

Велосипед - популярний спосіб пізнання Данії і насолоди її природою.

Ресурсний потенціал пізнавального туризму Данії дозволяє відвідувачам насолодитися багатшаровою культурою, історією, природою та гастрономією країни. Відвідувачі можуть зануритися в унікальну атмосферу Данії та відкрити для себе її унікальність і різноманіття.

Туризм у цій прекрасній країні ґрунтується також на казках. У Копенгагені туристи приходять на набережну Лангелінія, щоб помилуватися столітньою бронзовою пам'яткою Русалочці з казки Ганса Християна Андерсена.

У цьому мальовничому місті є музей, присвячений письменнику. Багато турів до Данії починаються з відвідування цих місць. У столиці також є майже казкова «країна в країні». Це маленька держава Християнія, де діє заборона автомобілів та дозвіл на куріння марихуани.

Незвичайний відпочинок у Данії – це уїк-енд у Християнії, створений ще на початку XVII століття як місто свободи.

Данія справді чудова країна. Її блакитні озера, затишні зелені ферми, білі піщані пляжі, невеликі будиночки з дерева, криті соломною, а також величні замки та розсіяні по окрузі вітряки дуже вражають та створюють відчуття умиротвореного спокою та возз'єднання з природою.

По мальовничих краєвидах країни так приємно здійснювати піші та велосипедні прогулянки. Водночас у Данії багато великих та сучасних міст, у яких життєвий потік тече дуже динамічно, проте й тут на бруківці та в незвичайних будівлях відчуваються плоди праці середньовічних майстрів.

У Данії багато різноманітних визначних пам'яток, у тому числі велика кількість музеїв, основна частина яких розташована у столиці країни Копенгагені. Для розуміння наведемо картосхему Данії (Додаток Ж).

Більшість пізнавальних турів рекомендують відвідати такі місця: Фортеця Кастеллет (додаток А), Русалочка Андерсена (додаток Б), Фонтан Гефіон(додаток В), Сади Тіволі (додаток Г).

1. Фортеця Кастеллет.

Це місце досі знаходиться під контролем данських збройних сил. Військовослужбовці живуть у казармах, тому вхід туди обмежений. Фортеця має форму зірки і була побудована для захисту порту.

Вежі та стіни з каменю не збереглися до нашого часу, але залишилися великі рови та вали, на яких розташовані діючі гармати. Зараз це місце більше схоже на парк, де мешкають лебеді та блакитні сойки.

Птахів можна годувати. Раз на рік відбуваються вистави королівської бальної трупи. Люди можуть спостерігати за ними, сидячи на газонах. Недалеко від фортеці знаходяться наступні дві пам'ятки архітектури.

2. Русалочка Андерсена – символ столиці.

У 1913 році на честь героя казки Андерсена встановлено бронзовий пам'ятник. Саме тут, за легендою, вона піднялася на землю, щоб відшукати свою душу. Знаходиться біля Ратуші.

В якості моделі майстер обрав свою дружину, відому балерину королівського балету. За 400 метрів від символу столиці встановили ще одну скульптуру, схожу на русалочку, але більше схожу на невідому істоту з картин Сальвадора Далі. Вже інший скульптор, таким чином, хотів показати згубний вплив генетичних експериментів на людину в сучасному світі.

3. Фонтан Гефіон.

Величезний пам'ятник знаходиться в парку Лангелінье. Героїня скульптури – богиня родючості. Фонтан будували 11 років. А вперше по ньому запустили воду в 1908 році. Найкращий час для відвідування - вечір - тоді включається підсвічування по контуру пам'ятника і разом з водою створюється ілюзія найчистішої води створюється океан.

4. Сади Тіволі.

Парк розваг площею 43 тисячі квадратних кілометрів. Люди навіть живуть у парку. Парк чимось схожий на Діснейленд і є третім за відвідуваністю парком на планеті. Щороку в парку відкриваються нові атракціони, змінюється ландшафт. Кожен день в Тіволі проходять концерти з класичною музикою. Кожне з цих місць по-своєму є особливим.

Отже, ця гостинна маленька країна відкриває для туристів свідчення своєї багатой культури та історії.

Не дарма її називають перлиною Скандинавії. Тут багато мальовничих озер та парків, таємничих замків та розкішних палаців. Подорожувати Данією можна цілий рік і кожному сезону відповідає своя програма.

Данія є високорозвиненою країною. ВВП душу населення 32030 дол. Для Данії характерно високотехнологічне сільське господарство, сучасні малі підприємства міста і корпорації, велика зовнішня торгівля.

Високий рівень соціального захисту населення досягнуто останні десятиліття [14].

Будучи найстарішим королівством у Європі та батьківщиною Ганса Крістіана Андерсена, Данія часто називається «Казковою країною». Термін настільки укоренився, що його застосовують у випусках новин, навіть якщо йдеться про заворушення або скандал з карикатурами.

Наповнена історичними замками, садибами та садами, Данія є однією з найстаріших держав Європи та найстарішим королівством у світі.

Як і інші Скандинавські країни, Данія є космополітною та сучасною країною з багатою історією, яка сягає корінням за часів славних вікінгів.

Однак буде справедливим відзначити, що тури в Данію мандрівники нерідко обходять без вагомих причин і тут навіть у найвищий сезон середня щільність шукачів пригод значно нижча ніж у Німеччині, яка розташована по сусідству.

Столицею Данії та її найбільшим містом є Копенгаген, який відомий на весь світ, мабуть, найкращими умовами для пішоходів та велосипедистів. Саме тут понад третину всього півмільйонного населення постійно користується велосипедом у повсякденному житті.

Загалом у місті є понад 350 кілометрів велодоріжок, які прокладені у всіх районах Копенгагену та якими також користуються туристи під час своїх турів до Данії.

Окрім історичних архітектурних пам'яток, серед яких Церква Спасителя, Замок Розенборг та Королівський театр, у місті є чимало чудових прикладів сучасної архітектури, які були запроектовані та реалізовані молодими датськими бюро.

Данія часто називається одним із найщасливіших місць на Землі за підсумками різних опитувань, які час від часу проводяться.

Данія така маленька, що її можна об'їхати за день. Данія така велика, що її важко впізнати і за рік. На 46 тисяч квадратних кілометрів - понад 800 замків. У кожному з них - своя схованка історії, до якої можна тільки доторкнутися, тому що на більше у туриста просто не вистачає часу.

Данія – одна із країн Скандинавії, чії глухі куточки для екотуристів – справжній рай. Холодна Гренландія, багата лісовими масивами Зеландія, скеляста Ютландія, пустельні, населені безліччю птахів, острови, - все це якнайкраще підходить для умиротвореного, споглядального єднання з природою.

Маршрути багатьох екотурів цією країною мають на увазі і відпочинок активний, сповнений різноманітних вражень. Це можуть бути піші та кінні прогулянки вглиб лісів, сплав неспокійними річками Данії на плотах або подорожі на байдарках та каное [3]. Кінний туризм - чудовий вид активного відпочинку. Особливою популярністю у туристів усього світу користуються велосипедні поїздки безлюдними узбережжями країни. Любителі такого дозвілля купують путівки, в які, як правило, включені оренда велосипеда та вартість квитків на пороми, що курсують між островами, включеними до маршрутів турів.

Данія - це країна для велосипедистів, і якщо велосипед тут не витіснив автомобілі з доріг, дуже серйозно потіснив їх. Велосипедні дороги утримуються зразково.

Наступний важливий чинник для туризму – це чисте повітря та вода. Данський уряд протягом останніх 25 років займався цим питанням і інвестував чималі кошти в цю галузь, внаслідок чого прибережні води бездоганно чисті,

в тому числі і в Копенгагені. Ще один фактор – це спеціальна екологічна оцінка курортів, готелів та парків атракціонів, зокрема великих туристичних підприємств.

Наступний аспект – це охорона та відновлення природи. Тут також за останні 20 років уряд інвестував великі кошти у відновлення природи. Уряд Данії працює над збільшенням датського лісового району, тобто. постійно покращуються рекреаційні території.

Є в Данії і заповідники, найбільші з яких - Ранбель-Хеде, Скаллінген, Тіпперне і Клегбанкен. На території заповідників збереглися окремі види тварин, водоплавних птахів і рослин.

Основне завдання заповідників полягає у збереженні рідкісних представників флори та фауни. Існують і такі «зелені зони», на яких залишилися не зворушеними дика природа та своєрідний ландшафт [20, С.52].

Перед кожною природною територією, на під'їзних дорогах є інформація про дозволені та заборонні дії. Приватні природні території та ліси відкриті для відвідування з 6 ранку до заходу сонця.

Громадські парки та сади – це особлива частина датської культури, а є велика кількість приватних садів, які можна відвідувати у встановлений час та місяці. Парки

Данії містять унікальні екземпляри флори та фауни, які знаходяться на межі вимирання. Національних парків та заповідників Данії досить багато. Національні парки Хесселе та Ворсе є національним надбанням країни.

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ДАНІЇ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

В Україні діє військовий стан з 24 лютого 2022 року та призупинено повітряне сполучення, проте дозволено в'їзд та виїзд іноземних громадян суходолом.

У перші тижні війни туристичні подорожі зупинилися повністю. Ситуація була нестабільною, багато людей виїжджали за кордон, аби врятуватися.

Втім, поступово стало зрозуміло, що війна триватиме довго, тож треба адаптуватися до нових реалій. У першому розділі була досліджена діагностика ринку пізнавального туризму.

І одна з таких країн – Данія.

На наступному етапі ми розробимо тур із України в Данію на чотири дні, який має назву “Фантастична подорож”. Тур розрахований на дорослих людей, віком від 20-55, або на групу підлітків від 18-21.

Розроблення маршруту та програми туру вимагає уважного планування і врахування різноманітних факторів.

Розроблення маршруту по Данії може бути захоплюючим процесом, оскільки країна має багато цікавих місць для відвідування.

Програма пізнавального туру може бути розроблена з урахуванням багатьох факторів, таких як інтереси учасників, тривалість туру, бюджет, доступні ресурси та локації.

Ось кілька ідей для програми пізнавального туру:

Культурна спадщина: Включіть в програму відвідування історичних пам'яток, музеїв та культурних центрів.

Наприклад, ви можете відвідати культурні місця у Копенгагені, такі як Замок Розенборг, Державний музей Данії або Музей національної історії.

Природні заповідники і парки: Данія має чудові природні заповідники та парки, які варто відвідати. Наприклад, ви можете включити в програму відвідування Національного парку Ваддензе, Національного парку Мольбо Со та інших природних об'єктів.

Архітектурні перлини: Данія славиться своєю архітектурою, особливо модерністським стилем. Додайте до програми відвідування таких місць, як Собор Розкільде, Собор Святої Марії в Аархусі та інші видатні будівлі.

Гастрономічні враження: Потіште смаки учасників туру, включивши в програму відвідування місцевих ресторанів, дегустації страв та напоїв, а також відвідування фермерських ринків для ознайомлення з місцевими продуктами.

Взаємодія з місцевими жителями: Програма може включати можливості взаємодії з місцевими жителями, такі як відвідування традиційних майстерень, проведення зустрічей з місцевими культурними групами або організація тематичних екскурсій з місцевими експертами.

В якості об'єктів пізнавального авторського туру було взято такі місця: Копенгаген, Музей імені Ганса Християна Андерсена, Замки Північної Зеландії та сіті-тур Копенгагеном, Замок світу, Уламки Данської імперії, район Крістіансхавн та Драгер, Церкву Спасителя.

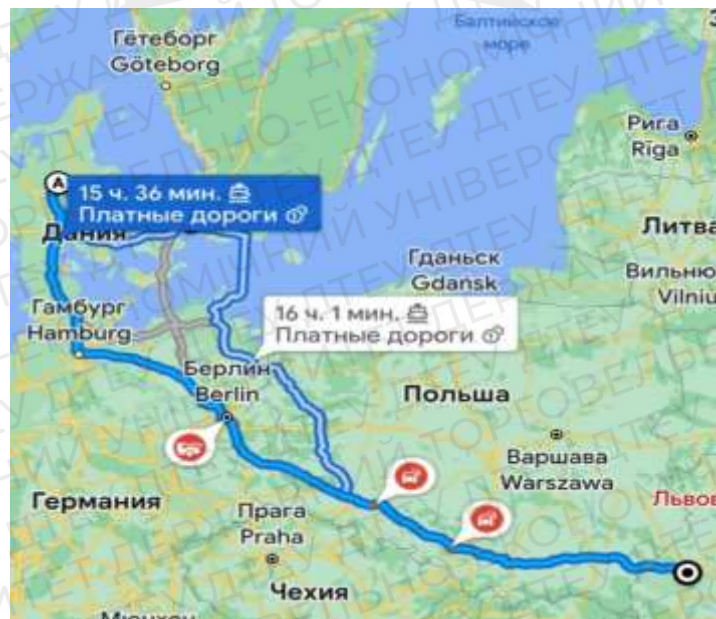


Рис. 2.1. Пункти маршруту зі Львова в Данію

Джерело: складено автором

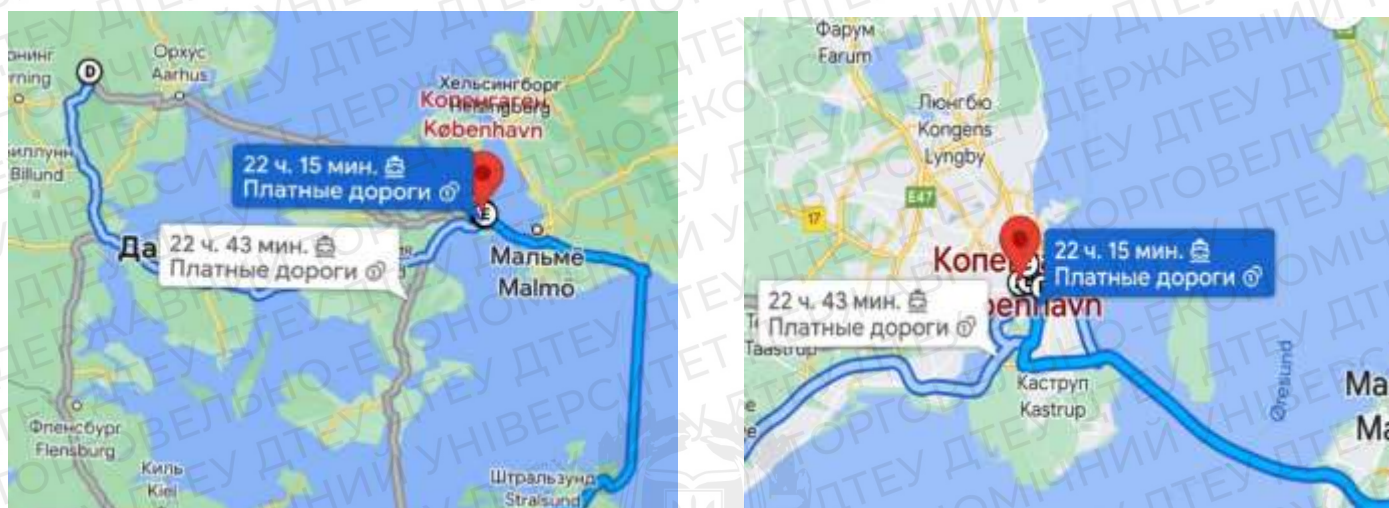


Рис. 2.2. Зупинки в Данії

Джерело: складено автором

Нижче розглянемо стислу характеристика об'єктів пізнавального туру Данією представлена в табл. 2.1 та у Додатку Е.

Таблиця 2.1

Характеристика пізнавального туру Данією

Об'єкт	Характеристика
Копенгаген	1. Огляд міста. Одне з найчарівніших міст Європи, місто ніби створене для пішохідних прогулянок та їзди на велосипеді. Копенгаген можна описати двома словами: стильний та зелений
Музей імені Ганса Християна Андерсена	був відкритий у Копенгагені в 2005 році завдяки Лерою Ріплі, якому належить музей «Хочеш вір, хочеш ні!». Музей Г. Х. Андерсена займає приміщення колишнього житлового будинку великого казкаря.
Екскурсія “Світова спадщина Данії” (Замки Північної Зеландії та сіті-тур Копенгагеном)	Цей замок грав дуже значну роль в історії Данії: тут, у церкві Фредеріксборга, відбувалася церемонія «вінчання на царство»
Церква Спасителя	один із останніх куточків хіпі-утопізму у світі

Джерело: складено автором

Нижче розглянемо повний опис пізнавального туру Данією.

Програма туру

1 день

8.00 Виліт до Данії з Києва.

12:00 Прибуття.

12.00-14.00 Трансфер та розміщення в готелі.

15.00-17.00 Вільний час у місті. Копенгаген – місто, в яке хочеться повертатися і повертатися. Пішохідні квартали старого міста, які зберігають вигляд Копенгагена часів великого казкаря Андерсена, Тіволі – містечко казок та розваг, чудові парки міста, чудова набережна та затишні ресторани – це місто змушує посміхатися та цінувати маленькі радощі життя.

Копенгаген – одне з найчарівніших міст Європи, місто ніби створене для пішохідних прогулянок та їзди на велосипеді. Копенгаген можна описати двома словами: стильний та зелений.

Паркові зони, чиста вода, сотні миль велосипедних доріжок, вітряки, які забезпечують місто електроенергією та сотні магазинів та ресторанів з органічною їжею створюють репутацію Копенгагену як одному з найзеленіших міст Європи. А чудова архітектура та розслаблена атмосфера, чудові музеї, галереї, магазини та бутіки та й зовнішній вигляд копенгагенців створюють місту репутацію одного з найстильніших міст Європи.

17.00 Відвідування музею Андерсена (рис 2.3).



Рис 2.3. Музей Андерсена

Джерело: Складено автором за даними [7]

Музей імені Ганса Християна Андерсена був відкритий у Копенгагені в 2005 році. При вході в будівлю відвідувачів зустрічає бронзова постать письменника, а на першому поверсі знаходиться сувенірний магазин. У самому музеї можна побачити кабінет, в якому за столом сидить воскова постать Андерсена, а також зустріти улюблених героїв дитинства.

Прогулянкою в дитинство називають у Данії відвідування найдивовижнішого та наймальовничішого музею «Світ Ганса Християна Андерсена». Достатньо відчинити двері, переступити поріг і залишати цей світ казки, мрії та добра вже точно не захочеться.

Дуже красиво виконані експозиції зі знаменитих казок «оживають», всі вони супроводжуються звуковими ефектами та фантастичною грою світла.

19.00 Mozart, More than just ribs. Відвідування ресторану.

21.00 Дорога до готелю



Рис 2.4. Mozart, More than just ribs

Джерело: Складено автором за даними [7]

Докладніше про ресторан:

ДІАПАЗОН ЦІН

308 € - 1 039 €

ТИП КУХНІ

Стейк-хаус,

Центральноєвропейська

місце розташування ресторану



СПЕЦІАЛІЗОВАНЕ МЕНЮ

Безглютенові страви

2 день

9.00 Сніданок.

11.00 – 12.00 Вільний час у місті.

12.00 -18.00 Екскурсія “Світова спадщина Данії” (Замки Північної Зеландії та сіті-тур Копенгагеном). Вранці ви поїдете на екскурсію в замки Фреденсборг, Фредеріксборг і Кронборг (зовнішній огляд), які вважаються одними з найкрасивіших замків у Північній Європі.

Ми проїдемо повз літню королівську резиденцію-замок Фреденсборг, який перекладається як «Замок світу». Цей замок був побудований королем Фредеріком 4 після закінчення Великої Північної війни і з тих пір служить загальним палацом для датських монархів (зовнішній огляд).

Потім ми відвідаємо замок Фредеріксборг. Історія цього замку починається в 1560, коли король Фредерік 2 придбав цю землю і побудував тут, на трьох природних островах, свій перший мисливський замок.

Тут народився один із найвидатніших королів в історії Данії-Крістіан 4, який практично повністю перебудував замок свого батька і збудував на його місці чудовий палац у стилі голландського Ренесансу.

Свою всесвітню популярність він отримав, звичайно, завдяки трагедії Шекспіра, але чи жив принц Гамлет у цьому замку насправді і яку роль відігравав цей замок в історії Данії. Протягом століть цей замок служив неприступною фортецею, королівською резиденцією, а також в'язницею та казармою.

Насамперед його роль визначало його географічне положення: він знаходиться у найвужчій частині протоки між Данією та Швецією, ширина його досягає всього 4 кілометри і в ясну погоду добре видно обриси Швеції.

Побувавши на екскурсії Ви дізнаєтеся як і коли була підписана Унія, за якою всі три Скандинавські країни об'єдналися і як і за яких обставин цей союз розпався.

Із замком Кронборг пов'язано багато історичних фактів, а також легенд, одна з яких - легенда про Хольгера Датчаніна, який спить у казематах Кронборга, але обов'язково прокинеться, якщо країні загрожуватиме небезпека. Після повернення в Копенгаген, ви відправитеся на оглядову екскурсію Копенгагеном.

Під час екскурсії ви побачите найдовшу у світі пішохідну вулицю та всі основні визначні пам'ятки Копенгагена: Ратушну площу та пам'ятник Андерсену, позначку «0 кілометр», парк Тіволі, Гліптотеку Фонду Карлсберг, Нову площу та Будівлю міського суду та Стару площу з чудовим фонтаном цівках якого в день народження королеви стрибають золоті кульки, Головний Собор Копенгагена та Університет.

Постійте Латинський квартал зі знаменитою Круглою вежею. Звідси ваш шлях лежить до замку Крістіансборг, в якому засідає Датський парламент.

Тут ви побачите пам'ятник єпископу Абсалону, якого вважають засновником Копенгагену, чудову будівлю Біржі з фігурами драконів на даху, Арсенал і Морську церкву, в якій відбувалося вінчання королеви Маргрете 2.

Потім ви побачите Королівську нову площу, де знаходиться Королівський театр опери найкращий 5-зірковий готель Копенгагена.

Звідси починається канал Нюхавн - одна з головних туристичних визначних пам'яток міста, палацовий комплекс Амалієнборг, чудову Мармурову церкву, купол якої є 4 за величиною в Європі, побачити православну церкву Олександра Невського і католицьку церкву Святого Ансгара.

Потім ви відвідаєте парк Черчілля з фонтаном Гефійон, де почуєте історію про те, як утворився острів Зеландія, на якому знаходиться столиця Данії-Копенгаген. Тут знаходиться чудова готична англійська церква. Після закінчення екскурсії ви побачите маленьку скульптуру Русалочки, що сидить на камені і сумно дивиться в море.

19.00 Відвідування ресторану Feta & Oregano Ixelles Докладніше про ресторан: місце розташування ресторану

Докладніше

ДІАПАЗОН ЦІН

577 € - 1 925 €

ТИП КУХНІ

Середземноморська, Грецька,

Гастроном, Здорова

СПЕЦІАЛІЗОВАНЕ МЕНЮ

Підходить для вегетаріанців, Для веганів.

Чого очікувати під час відвідин

Антибактеріальний гель для рук доступний гостям та персоналу

Персонал повинен регулярно мити руки

Між гостями проводиться дезінфекція столиків. Меню ресторану (Додаток Д).

21.00 Дорога до готелю



Рис 2.5. Feta & Oregano Ixelles

Джерело: Складено автором за даними [1]

3 день

9.00 Сніданок

11.00 – 12.00 Вільний час у місті.

12.00-18.00 Експерсія “Уламки Данської імперії, район Крістіансхавн та

Драгер” (канали, фахверкові будинки, вільне місто Крістіанія та ідилічне рибальське селище Драгер)

Ви поїдете на прогулянку з гідом в район Крістіансхавн, один з найкрасивіших і найколеритніших районів Копенгагена. Ви побачите чудово збереглися фасади та двори будинків Копенгагена 17-го століття.

Прогулюючись мощеними вулицями та вузькими каналами, дізнаєтеся про колоніальне минуле Данії, торгівлю та значення двох основних портів Данії тих років – Копенгагена та Драгера, побачите вал, який раніше оточував Копенгаген.

Ви також побачите чарівну Церкву Спасителя і відвідаєте вільне місто Крістіанія. Крістіанія — один із останніх куточків хіпі-утопізму у світі. Це самоврядна комуна зі своїм прапором, валютою та законами буквально за 10 хвилин їзди від центру Копенгагена.

Почалося все у 1970-х, коли група людей освоїла територію колишніх військових бараків та створила нове суспільство на засадах свободи та рівності.

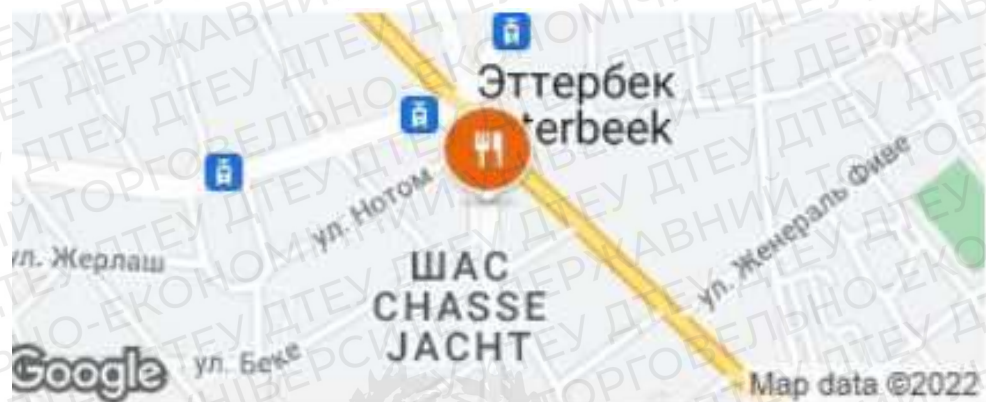
Тут на вас чекають старі дерев'яні будинки, повна відсутність автомобілів, повітря, просочене димом від сигарет сгашишем і екстравагантні жителі датської столиці, які ведуть тут альтернативний спосіб життя. Увага, фотографування в Крістіанії заборонено.

Після прогулянки Крістіанією ви відправитесь в невелике містечко Драгєр, яке знаходиться на півострові Амагер, або як його називають місцеві жителі Ама, поряд з Копенгагеном та аеропортом Каструп. Драгер зберіг свій шарм та атмосферу.

Потрапляючи до міста, як ніби переносишся в минулі століття: бруковані вулички, мініатюрні жовті будиночки з яскравими квітниками, і все це на березі моря і поряд з невеликою гаванню.

Містечко відоме своєю морською історією та давніми рибальськими традиціями, торгівля та вилов риби ведеться у місті з часів вікінгів.

19.00 Відвідування ресторану · Au Cor de Chasse



Джерело: Складено автором

Докладніше

ТИП КУХНІ

Бразильська,

Морепродукти, Європейська,

Здорова, Португальська

СПЕЦІАЛІЗОВАНЕ МЕНЮ

Підходить для вегетаріанців, Безглютенові страви.

ЧАС ПРИЙОМУ ЇЖИ

Обід вечеря

Чого очікувати під час відвідин

У місцях громадського користування персонал має носити маски

Антибактеріальний гель для рук доступний гостям та персоналу

Щоденний вимір температури та перевірка симптомів для персоналу

Обідні столи розставлені з дотриманням правил соціальної дистанції

Персонал повинен регулярно мити руки

Між гостями проводиться дезінфекція столиків

У місцях громадського користування гості мають носити маски



Рис 2.6. Au Cor de Chasse
Джерело: Складено автором за даними [7]

Меню ресторану (Додаток Є)
22.00 Дорога до готелю
4 день
Сніданок. Трансфер до а\п. Виліт в Україну.

2.2. Маркетингові заходи та інструменти просування пізнавального туру на ринку України

Ось деякі маркетингові заходи та інструменти, за допомогою яких можна просувати освітній тур на українському ринку:

Реклама в соціальних мережах: використовуйте такі платформи, як Facebook і Instagram, для проведення цільових рекламних кампаній. Використовуйте демографічні фільтри, щоб охопити потрібну аудиторію, наприклад студентів, батьків або вчителів.

Підкресліть освітні переваги, унікальні враження та напрямки вашого туру у візуально привабливих рекламних матеріалах.

Онлайн-партнерство: співпрацюйте з впливовими українськими туристичними блогерами, освітніми веб-сайтами чи онлайн-спільнотами. Запропонуйте їм можливість спонсорованого контенту, ведення гостьових

блогів або захоплення соціальних мереж, щоб рекламувати свій освітній тур їхнім підписникам і читачам.

Реклама в пошукових системах: впровадьте кампанії з оплатою за клік (PPC) за допомогою таких платформ, як Google Ads. Орієнтуйтеся на релевантні ключові слова та фрази, які потенційні клієнти можуть використовувати під час пошуку освітніх турів Україною. Створюйте привабливі рекламні тексти та цільові сторінки, щоб збільшити кількість конверсій.

Маркетингові кампанії електронною поштою: створіть список електронних листів зацікавлених потенційних клієнтів і попередніх клієнтів. Надсилайте цільові електронні листи з освітніми аспектами, відгуками та спеціальними пропозиціями вашого туру.

Персоналізуйте повідомлення відповідно до інтересів і вподобань одержувачів. Відеомаркетинг: створюйте захоплюючі відеоролики, які висвітлюють навчальний досвід, культурне занурення та веселі заходи вашого туру. Поділіться цими відео на таких платформах, як YouTube, Instagram і Facebook, щоб викликати інтерес і залучення.

Подумайте про співпрацю з місцевими впливовими особами або студентськими амбасадорами для автентичних відеовідгуків.

Партнерство з навчальними закладами: налагоджуйте партнерство зі школами, коледжами та університетами в Україні. Пропонуйте індивідуальні пакети для програм навчання за кордоном або освітніх поїздок. Проводьте інформаційні сесії, семінари або вебінари в цих установах, щоб рекламувати свій тур безпосередньо студентам, батькам і викладачам.

Програми рекомендацій і відгуки: заохочуйте задоволених клієнтів направляти своїх друзів, родичів або колег до вашого освітнього туру. Надайте заохочення або знижки для успішних рефералів. Збирайте та демонструйте відгуки попередніх учасників, щоб зміцнити довіру та авторитет.

Офлайн-реклама: розміщуйте рекламу в місцевих газетах, освітніх журналах або інформаційних бюлетенях громади, щоб охопити ширшу

аудиторію. Подумайте про розміщення оголошень на рекламних щитах або в громадському транспорті, особливо в місцях, відвідуваних вашим цільовим ринком.

Кампанії прямої розсилки: надсилайте інформаційні брошури, листівки або каталоги про ваш навчальний тур до цільових списків розсилки. Підкресліть освітні переваги, напрямки та відгуки, щоб привернути увагу одержувачів.

Персоналізований охоплення: Зверніться безпосередньо до навчальних закладів, студентських організацій і громадських груп, щоб представити свій тур. Відвідайте освітні конференції, семінари чи майстер-класи, щоб спілкуватися та налагоджувати зв'язки в українській освітній спільноті.

Для того, щоб пізнавальний туризм мав успіх серед споживачів, якими виступає населення України, необхідно більше уваги приділяти розширенню сфери наданих послуг через застосування новітніх інформаційних технологій (Інтернет, веб-сайти, портали) та комунікацій (електронна пошта, Інтернет-телефонія, Інтернет-пейджинг).

Перш ніж приступати до розробки маркетингової стратегії щодо просування туристичного продукту, оберемо канал (соціальну мережу) для якого й буде створений план просування. Незалежно від віку, кожна людина, дитина та навіть людина похилого віку користується телефонами, планшетами та комп'ютерами.

Таким чином, підвищення рівня пізнавальних екскурсій підвищить рівень туристичних послуг та збільшить попит у людей. Розглянемо стратегію виходу та збільшення попиту на міжнародні ринки пізнавальних турів.

Таблиця 2.2

Стратегії виходу та збільшення попиту на міжнародні ринки пізнавальних турів

Пряме інвестування	Спільна діяльність
Ліцензування;	Спільні тури з ринком України
Підрядне виробництво;	Виробничі пізнавальні тури з ринком
Управління за контрактом; спільного володіння	України

Джерело: Складено автором за даними [18]

Як бачимо, проблема просування туристичного продукту на вітчизняному і міжнародному туристичному ринках залишається досить актуальною. В епоху цифровізації, найкращим прикладом будет просування через соціальні мережі: інстаграм, фейсбук, реклама від гугл (табл 2.3).

Таблиця 2.3

Стратегія просування туристичного продукту і просування його на ринку України

Назва етапу	Характеристика
Виявлення цілей	Цілі, які є актуальними для досягнення: підвищити рівень продажів туристичних продуктів за рахунок залучення нових клієнтів через Instagram до 2024 року; підвищити рівень лояльності (індекс лояльності NPS) до туристичного продукту через підвищення рівня онлайн-сервісу та публікації корисного контенту;
Визначення цільової аудиторії	Цільова аудиторія туристичного продукту. Тур розрахований на дорослих людей, віком від 20-55, або на групу підлітків від 18-21.
Позиціонування власного продукту	Етап, що відповідає за позиціонування туристичного продукту не є одним із найголовніших в маркетинговій стратегії, проте є важливою частиною, щоб потенційних клієнтів туристичного оператора перетворити на реальних. Саме з цією метою потрібно для кожного сегменту ЦА розробити цікаві пропозиції: Зосереджувати увагу на тому, що прибуток від продажу туру планується направляти на допомогу людям, які постраждали від російської агресії в тих містах, де проходить тур. Для заможних туристів, які не зацікавлені в знижках, можна запропонувати акційні пропозиції, які будуть направлені на комфорт та економію часу: VIP-послуги та VIP-проживання. Окрім акцій, націлених на конкретний тип туристів, можна розробити й спеціальні пропозиції, які будуть актуальні для усіх: Знижка -5% на усі туристичні послуги при бронюванні у свята, такі як Новий Рік, Різдво, Великодень, День незалежності. Також крім акційних пропозицій, варто розробляти певні тригери (зачіпки), які зацікавлять потенційного клієнта, щоб побачивши рекламу турагенції в Instagram, він захотів підписатись на сторінку, а в майбутньому й купити тур. Такими тригерами можуть бути різні чек-листи, які будуть містити корисну й цікаву інформацію, яка буде забрана в одному документі.
Оформлення профілю	При оформленні профілю необхідно акцентувати увагу на особливостях проведення туру та підкріпити відповідним фото- або відео-матеріалом.
Створення рекламної стратегії	Є заключним етапом маркетингової стратегії при просуванні туристичного продукту на ринок України

Джерело: Складено автором за даними [17]

Таким чином розрахуємо, вартість просування туристичного продукту на прикладі пізнавального туризму, через соціальну мережу – інстаграм.

Отже, загальні витрати на запропоновані заходи з просування туристичного продукту на прикладі пізнавального туризму організації складуть 60 тис. грн. З'ясуємо загальну економію коштів від провадження запропонованих заходів, яка наведена у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Витрати на пропозиції з просування туристичного продукту на прикладі пізнавального туризму у 2023 році [52]

Назва заходу	Сума витрат на захід, тис. грн (на місяць)
Впровадження таргетованої реклами в усіх соціальних мережах (фейсбук, інстаграм, реклама від гугл)	На 1 соціальну мережу в місяць треба 18 тис.грн) Загальна сума $18*3 = 54$ тис.грн
Додаткова заробітна плата за суміщення функцій	6
Всього:	60

Джерело: Складено автором за даними [52]

Впровадження системи контролінгу, як очікується, знизить витрати на збут на 5%.

Таблиця 2.5

Економія коштів від впровадження заходів щодо просування туристичного продукту на прикладі пізнавального туризму у 2023 році [51]

Назва заходу	Очікувана економія коштів від впровадження заходу, тис. грн.
Економія витрат на папір внаслідок впровадження комп'ютерного забезпечення	8
Впровадження системи контролінгу	5
Всього:	13

Джерело: Складено автором за даними [51]

Таким чином, видно, що економія від впровадження запропонованих заходів не дуже перевищує витрати на них.

Розрахуємо коефіцієнт ефективності коштів, вкладених у впровадження заходів щодо просування туристичного продукту на прикладі пізнавального туризму за формулою (3.1):

$$E_m = \frac{\Delta B_m}{B_m}, \quad (2.1)$$

де E_m – коефіцієнт ефективності запропонованих заходів;

ΔB_m – економія витрат на збут внаслідок впровадження пропозицій;

B_m – витрати на впровадження заходів.

Значення даного коефіцієнту складе:

$$E = 60/13 = 4,6$$

Таким чином, на кожен гривню, вкладену у забезпечення планування маркетингової діяльності, буде отримано 4,6 грн. економії.

2.3. Економічне обґрунтування туру

Економічне обґрунтування освітнього туру передбачає аналіз потенційних фінансових вигод і повернення інвестицій (ROI), пов'язаних з туром. Ось кілька ключових моментів, які слід враховувати для економічного обґрунтування:

Аналіз вартості: Почніть із визначення загальної вартості організації та проведення освітнього туру.

Це включає такі витрати, як транспорт, проживання, харчування, освітні заходи, послуги екскурсиводів та адміністративні витрати. Переконайтеся, що всі витрати точно розраховані та враховані.

Отримання доходу: визначте різні джерела доходу, пов'язані з туром. Це може включати вартість туру, сплачену учасниками, спонсорство з боку навчальних закладів чи організацій, а також потенційне партнерство з туристичними агентствами чи постачальниками розміщення, які пропонують комісійні домовленості.

Плата за участь: визначте відповідну плату за участь, яка покриє витрати на тур і принесе прибуток.

Враховуйте такі фактори, як тривалість туру, відвідані напрямки, пропонувані освітні заходи та ринковий попит на подібні освітні тури в Україні.

Аналіз попиту на ринку: Провести дослідження ринку для оцінки попиту на освітні тури в Україні.

Оцініть такі фактори, як кількість шкіл, коледжів та університетів, які можуть бути зацікавлені в таких турах, готовність студентів і батьків брати участь, а також потенційну конкуренцію на ринку.

Ціннісна пропозиція: підкресліть унікальні освітні переваги та досвід, які учасники отримають від туру. Підкресліть, як екскурсія узгоджується з цілями навчальної програми, сприяє культурному розумінню, надає можливості для практичного навчання або покращує особистий розвиток.

Економія коштів: визначте, чи може навчальний тур запропонувати будь-яку економію коштів порівняно з індивідуальними поїздками.

Наприклад, групове бронювання транспорту, проживання та заходів може призвести до знижок або спеціальних групових тарифів. Підкресліть ці економічні переваги для потенційних учасників та установ.

Довгострокові переваги: розгляньте довгостроковий вплив освітнього туру. Чи підвищить це освітні досягнення студентів, покращить академічну успішність чи сприятиме їхньому розвитку кар'єри.

Ці довгострокові переваги можуть бути значними перевагами для батьків, навчальних закладів і спонсорів.

Оцінка ризику: Визначте потенційні ризики та проблеми, які можуть вплинути на фінансовий успіх туру.

Це може включати такі фактори, як коливання курсів валют, непередбачені витрати або низькі рівні участі. Розробіть плани на випадок непередбачених обставин, щоб зменшити ці ризики.

Моніторинг та оцінка: Встановіть систему моніторингу фінансових результатів туру під час та після його виконання.

Відстежуйте доходи, витрати та відгуки учасників, щоб оцінити загальний економічний успіх туру та визначити напрямки для покращення в майбутніх турах.

Провівши ретельне економічне обґрунтування, можна продемонструвати фінансову доцільність і потенційну вигоду освітнього туру, що може бути переконливим для учасників, навчальних закладів і потенційних спонсорів.

Після розглянутої стратегії просування пізнавального туризму, слід узагальнити можливі витрати та очікувані результати, які будуть отримані в результаті наведеного туру (табл. 2.7).

Тур, який був розроблений нами містить в собі до 15 людей.. Час та день проведення факультативних екскурсій можуть змінюватися. Вартість туру (табл. 2.7). Дати: 05.04.2023 12.04.2023 19.04.2023 26.04.2023 03.05.2023 10.05.2023 24.05.2013

Таблиця 2.6

Вартість розробленого туру

Найменування калькуляційних статей	Показники у % вираженні	Показники у вартісному вираженні на групу 15 осіб/грн	Показники у вартісному вираженні на 1 особу/грн
1. Страховка		6000	500
2. Транспортні витрати		15 000	1 000
3. Витрати на проживання		95 000	6 300
4. Витрати харчування (включено)		50 000	3 400
5. Екскурсійне обслуговування		10 000	6 700
6. Непрямі витрати	7%	25 662	2 138
ПДВ	18%	70 607	5 884
Запланована норма прибутку	20%	78 452	6 538
Вартість обслуговування групи		541 321	
Вартість (ціна) 1 турпутівки			45 110

Джерело: Складено автором

Також людина може сама обрати готель, в якому хоче перебувати під час туру (табл. 2.7).

Вартість готелю

Назва готелю	Вартість на 1 людини DBL/TWIN/євро	Вартість на 1 людини в SINGL/євро
NH Brussels City Centre 4*	225	395
NH Arenberg 4*	245	435
NH Atlanta 4*	255	445

Джерело: Складено автором за даними [17]

Непрямими витратами туроператора відносяться витрати з організації набору груп, амортизація основних засобів та нематеріальних активів, плата за оренду, оплата послуг банків та підприємств зв'язку, витрати на утримання офісу, заробітна плата з обов'язковими відрахуваннями управлінського персоналу, агентів тощо. Накладні витрати включаються до непрямих витрат. Непрямі витрати становлять 7% від підсумкової величини прямих витрат.

У вартість туру включено:

проживання у готелі обраної категорії

харчування - сніданки

трансфер - а\п - готель - а\п

Додатково оплачується:

віза + страховка – 75 євро

авіаперельоти: з пересадками від 200 євро, без пересадок від 360 євро

факультативні екскурсії та вхідні квитки (за бажанням).

Необхідні документи

1. Закордонний паспорт, термін дії якого закінчується не раніше, ніж через три місяці після запланованої поїздки. Прослідкуйте за тим, щоб у паспорті була як мінімум один лист (чистий з двох сторін) для вклеювання візи.

У непідписані паспорта візи не вклеюються, ні за яких обставин. Копії попереднього закордонного паспорта. Якщо Ви маєте два діючих паспорта, то другий теж необхідно надати. На наступному етапі варто спрогнозувати

фінансові результати від впровадження нового туристичного продукту у сфері пізнавального туризму.

Для цього варто спочатку спрогнозувати потенційний попит на туристичний продукт. Відповідно до розрахунків прогнозується попит з 2 кварталу 2023 року, з максимальним зростанням до кінця року (табл. 2.8).

Таким чином, на 2023 рік визначено прогнозу чисельність туристів, які прогнозується обслужити в рамках туристичного продукту пізнавального туризму в кількості 155 осіб.

Таблиця 2.8

Прогноз попиту на туристичний продукт для внутрішніх та українських туристів на 2023 рік

Період	Внутрішні туристи, осіб	Українські туристи, осіб	Разом, осіб
1 кв 2023	-	-	-
2 кв 2023	15	10	25
3 кв 2023	30	20	50
4 кв 2023	50	30	80
Разом	95	60	155

Джерело: складено автором

Аналіз освітнього туру Данією передбачає оцінку різних аспектів туру, включаючи його освітню цінність, пам'ятки, логістичні міркування та потенційні вигоди. Освітній тур Данією пропонує багатий культурний, історичний та освітній досвід.

Отже, розроблений нами пізнавальний тур Данією, на нашу думку, може бути якісно представлений на ринку пізнавального туризму в країн ЄС, оскільки характеризується унікальністю туристичних ресурсів та дозволяє збільшити попит на різні екскурсії. Загалом, проведення ретельного аналізу освітнього туру Данією допомагає визначити його освітню цінність, матеріально-технічну доцільність, міркування щодо безпеки та потенційні переваги для учасників. Цей аналіз допомагає приймати рішення та дозволяє ефективно планувати та рекламувати тур.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження особливостей розроблення пізнавального тура територією Данії та просування його на ринку України можна зробити такі висновки:

1. Розглянута сутність поняття пізнавального туру та основних його особливостей. Пізнавальний туризм стає дедалі популярнішим новим напрямком у світовій індустрії туризму. Поняття кола пізнавального туризму, воно змінює саме поняття туризму. Іншими словами, основною метою пізнавальних подорожей є отримання знань та досвіду з певних тем, а не сама подорож. Отже, пізнавальний туризм – це вивчення нових промов, отримання нових знань про культуру чи історію інших напрямів. Його основна увага приділяється вивченню нових промов, вивченню інших культур, ознайомлювальним поїздкам чи застосуванню навичок.

2. Досліджено становлення пізнавального туризму. Таким чином, ринок пізнавального туризму також досить широкий. Він залежить від вікової власності туристів, лише від кола його інтересів. Цікавити людину може багато, а особливо щось незвичне та незвичайне, раніше не бачене та невідоме. Тому при розробці ринку, при рекламі особливу увагу потрібно приділяти висвітленню цих сторін туристського маршруту.

3. Проаналізовано загальну характеристику пізнавального туризму на прикладі Данії. Отже, було виявлено, що кількість іноземців, що їздили до Данії у 2022 році не дуже висока. Через військові дії на території України, більшість туристів, які подорожують Європою українці.

Згідно аналізу, бачимо, що найбільшу питому вагу туристів до Данії, мають туристи з Польщі. Це можна обумовити військовими діями на території України. Через проблеми з проїздом, перед початком туру, туристам України треба добратись до Польщі або Львова, щоб далі можливо було подорожувати.

4. У роботі був розроблений тур з території України в Данію, який тривав три дні. Під час туру, було розглянуто такі місця, як:

Музей імені Ганса Християна Андерсена, який був відкритий у Копенгагені в 2005 році завдяки Лерою Ріплі, якому належить музей «Хочеш вір, хочеш ні!». Музей Г. Х. Андерсена займає приміщення колишнього житлового будинку великого казкаря.

Світова спадщина Данії (Замки Північної Зеландії та сіті-тур Копенгагеном).

Королівська резиденція-замок Фреденсборг, який перекладається як «Замок світу».

Також, чарівну Церкву Спасителя і відвідаєте вільне місто Крістіанія. Крістіанія — один із останніх куточків хіпі-утопізму у світі. Це самоврядна комуна зі своїм прапором, валютою та законами буквально за 10 хвилин їзди від центру Копенгагена.

Отже, в даній роботі було:

розглянуто сутність поняття, пізнавального туризму;

розглянуто становлення пізнавального туризму;

досліджено загальну характеристику пізнавального туризму;

розроблено авторський пізнавальний тур на території Данії;

Під час написання дипломної роботи було вирішено всі завдання та досягнуто мету дослідження.

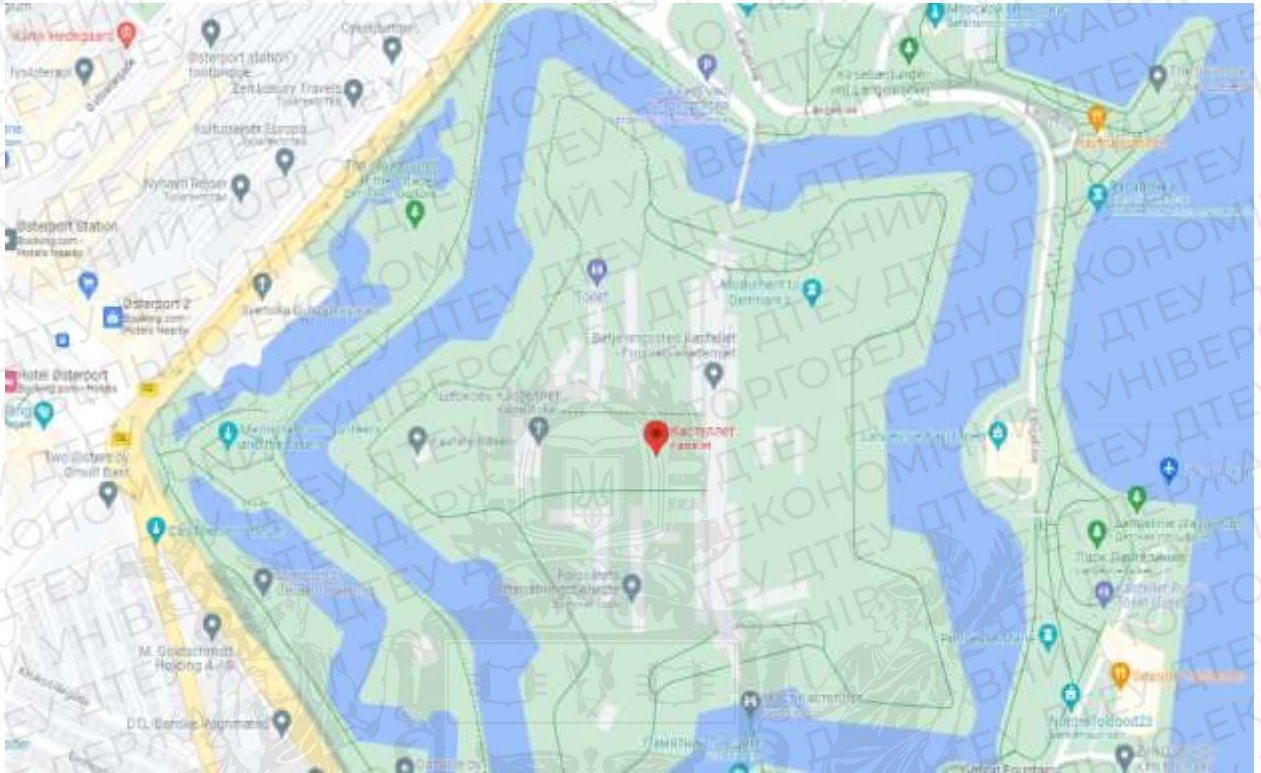
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Активне впровадження та використання альтернативних джерел у Данію.
URL: <https://versii.if.ua>
2. Божук Т.І. Сучасний стан і перспективи розвитку туризму (). / Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук // Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.- практ. конф., 28–29 квітня 2011 р, 2011. – № 6. – Том 2. – С. 171–177.
3. Гудзь П. В. Механізм розвитку курортно-рекреаційних територій у сучасних умовах: Автореферат дис... д.е.н.: 08.10.01., 2017.36 с.
4. Горбань Г.П. Управління регіональним розвитком туристичної галузі: світовий досвід/ Горбань Г.П.// Економіка і управління – 2011 р. – С. 110-113 6. Гук Н.А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму в Україні/ Гук Н.А.// Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, Київ, - 2018 р.
5. Голод А.П. Екологічна безпека туризму в регіоні: суть та шляхи забезпечення // Науковий вісник НЛТУ України. 2018. Вип. 22.03. С. 84-88.
6. Дишкантюк О.В. Потенціал ресторанного господарства в розвитку туризму/ Дишкантюк О.В., Харенко Д.О., Івичук Л.М.// Економіка харчової промисловості. – Том 10. Випуск 2. – 2018 – С.31.
7. Жученко В. Б. Стратегічні проблеми розвитку рекреаційнотуристичного комплексу // Економіка України. 2018. № 1. С 174.
8. Долішній М. Регіональна соціально-економічна політика // Регіональна економіка. 2017. № 2. С.16-27
9. Іванов О. Замки і палаци Данії: історія - культура - туризм (Історико-архітектурні пам'ятки замкового мистецтва). - К.: Наш світ, 2004.
10. Лесик О.В. Замки та монастирі Данії. - Л.: Світ, 1993. - 173 с;
11. Комарницький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012/ І.О.Комарницький // Географія та туризм. – Вип. 14. – 2011. – С. 100–115.

12. Манів З. О. Регіональна економіка пізнавального туризму. Львів: Магнолія, 2017. 638 с.
13. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. - Львів: Інститут регіональних досліджень НАНУ. - 259 с.
14. Мацюк О. Замки і фортеці. Мандрівки історичні. - Л.: Центр Європи.
15. Мацюк О. Фортеці і замки України // Пам'ятки України. - 1991. - №2.
16. Пам'ятки архітектури і містобудування Данії: Довід. Держреєстру національного культурного надбання / В.В. Вечерський, О.М. Годованюк, Є.В.
17. Тиманович та ін.; за ред. А.П. Мардера, В.В. Вечерського. - К.: Техніка, 2020. - 664 с
18. Пламенецька О., Вечерський В. Фортеці й замки в Данії // Пам'ятки України. - № 2. - С 13-25.
19. Пламенецька О. Комплекс у Данії // Пам'ятки Данії. - 1998. - № 3-4. - С 88-95.
20. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. - К.Знання, 2022. – 112 с.
21. Петранівський В.Л. Туристичне краєзнавство: [навч. посіб. за ред. проф. Ф.Д. Заставного] / В.Л. Петранівський, М.Й. Рутинський. - К.: Знання, 2006. - 575 с.
22. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку туризму України. / А.М.Расулова // Економіка та держава, 2015. – № 5. – С. 78– 83.
23. Рутинський М.Й. Пізнавальний туризм. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження:
24. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. / В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
25. Хелловой Дж.К. Туристичний бізнес / Дж. Кристофер Хелловой; при содействии Нейла Тейлора; пер. з 7-го англ. изд. Т.А. Черной, А.А. Кожевниковой, К.: Знання, 2017. - 789 с.

26. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму / Ф.Ф. Шандр.– Київ : Знання, 2013.– 334 с
27. Global Report on Food Tourism. – World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. – 2012. – р. 63.
28. Sorochynsky Fair//// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yarmarok.in.ua/en/>
29. TripAdvisor//// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.ru/>

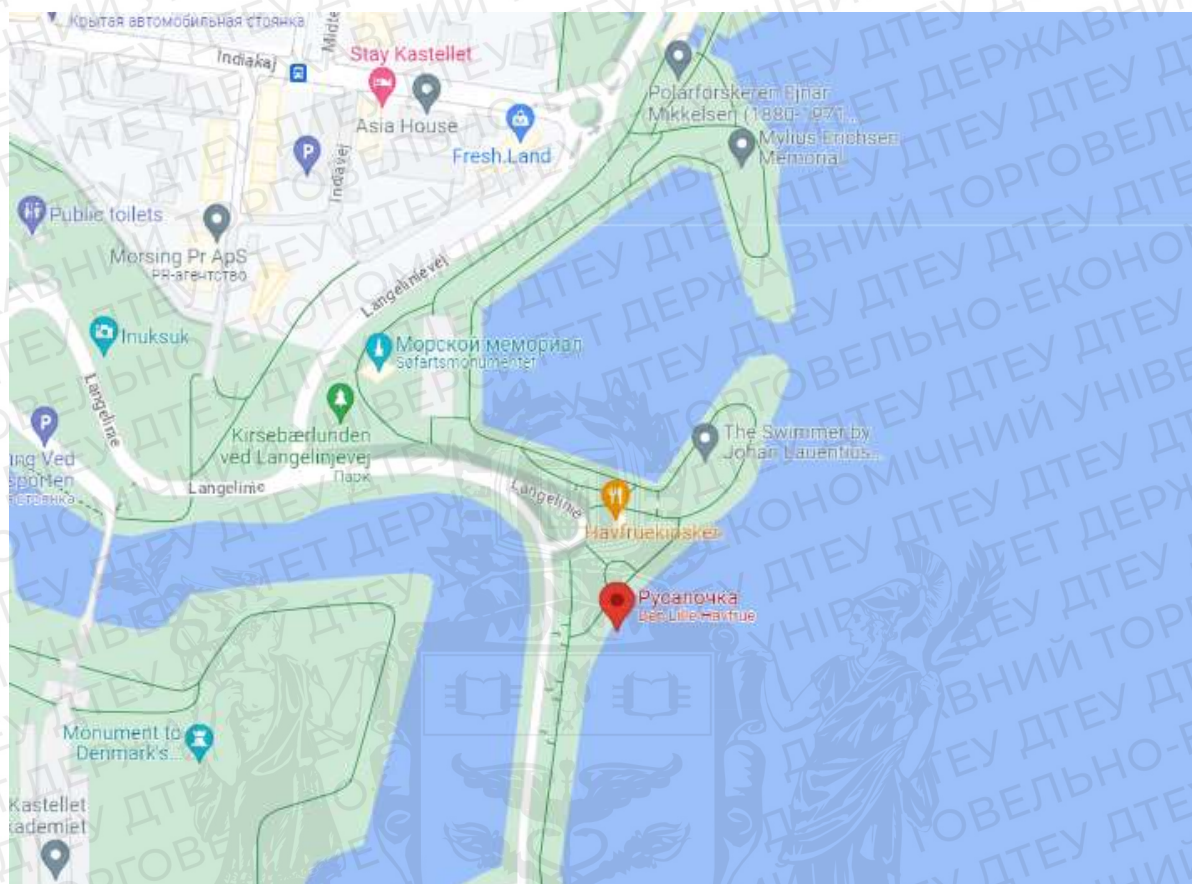




Фортеця Кастеллет. Картоschema



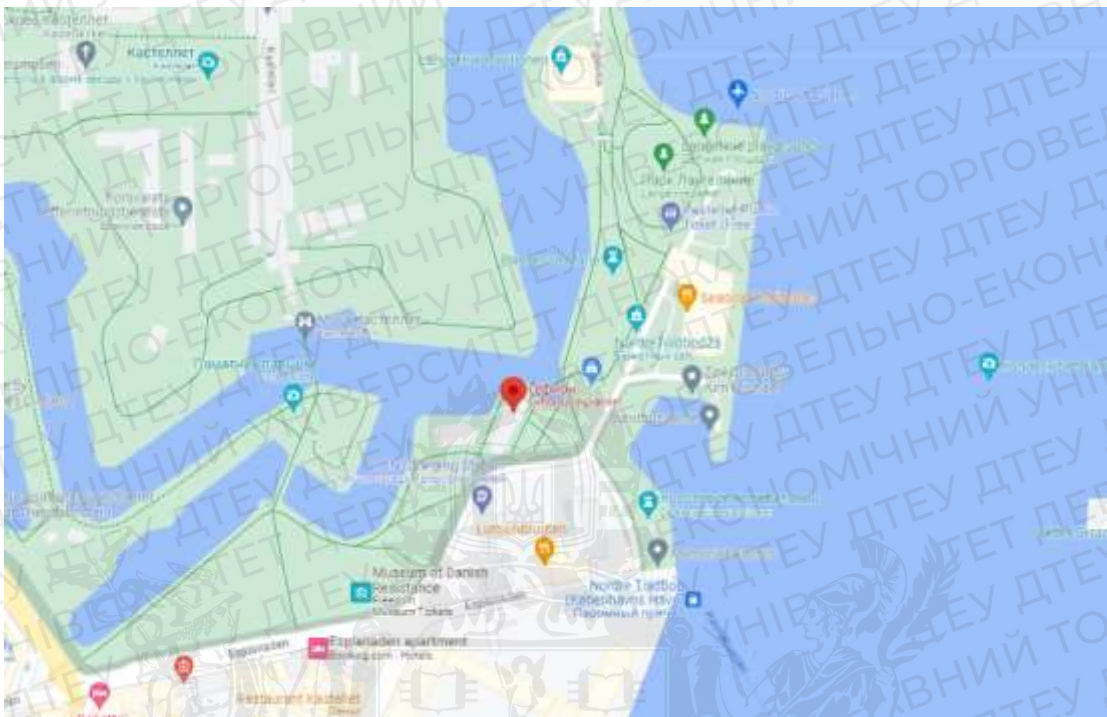
Фортеця Кастеллет



Русалочка Андерсена. Картосхема



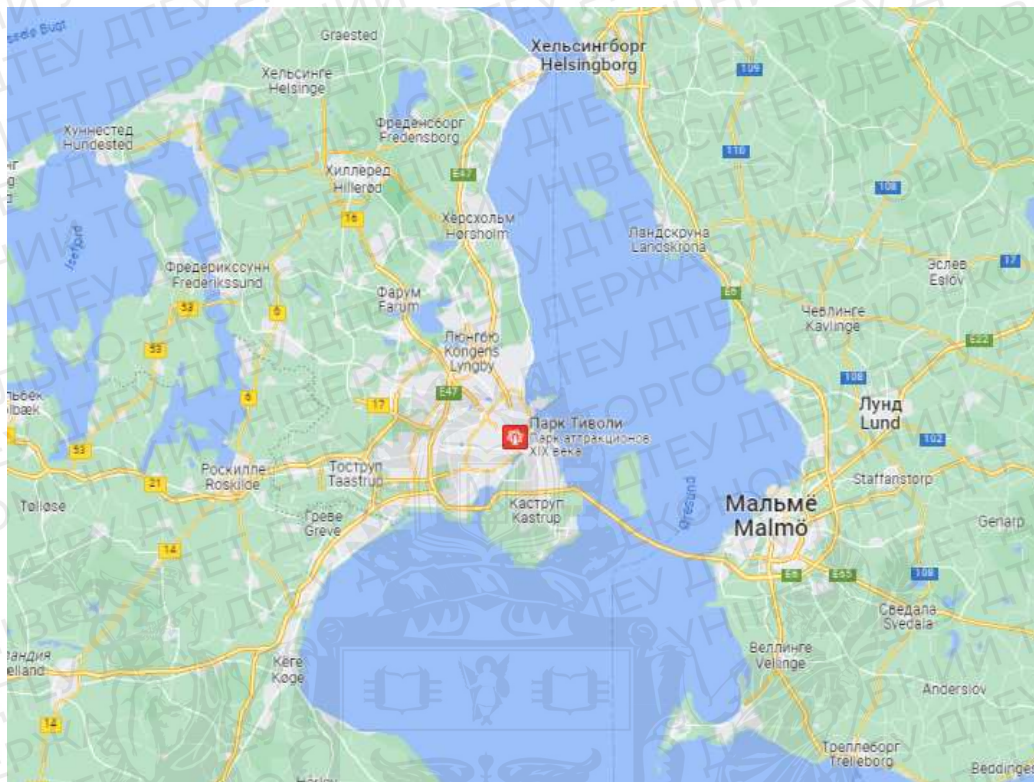
Русалочка Андерсена



Фонтан Гефіон. Картосхема



Фонтан Гефіон



Сади Тіволі. Картосхема



Сади Тіволі

Меню ресторану Feta & Oregano Ixelles

Страва	Ціна
"SALADE GRECQUE"	12,00 €
"SPANAKOPITAKIA"	10,00 €
"TZATZIKI"	8,00 €
"DOLMAS"	10,00 €
"MEZZE"	15,50 €
"TENTACULES DE POULPE"	22,50 €
"SCAMPIS DIABOLIQUE"	16,50 €
"TIROPITAKIA"	11,00 €

Меню ресторану Au Cor de Chasse

Страва	Ціна
"Croquettes de morue"	13,50 €
"palurdes à la coriandre"	23,00 €
"Croquettes crevettes "	16,00 €
"Wagyu sécher (10 mois)"	19,00 €
"Croquettes d'écrevisses "	16,00 €
"caldeirade de poisson, fruits de mer."	26,00 €
"Poulpe grillé "	27,00 €
"Café"	3,00 €

Характеристика пізнавального туру Данією

Об'єкт	Характеристика
Копенгаген	1. Огляд міста. Одне з найчарівніших міст Європи, місто ніби створене для пішохідних прогулянок та їзди на велосипеді. Копенгаген можна описати двома словами: стильний та зелений
Музей імені Ганса Християна Андерсена	був відкритий у Копенгагені в 2005 році завдяки Лерою Ріплі, якому належить музей «Хочеш вір, хочеш ні!». Музей Г. Х. Андерсена займає приміщення колишнього житлового будинку великого казкаря.
Екскурсія “Світова спадщина Данії” (Замки Північної Зеландії та сіті-тур Копенгагеном)	Цей замок грав дуже значну роль в історії Данії: тут, у церкві Фредеріксборга, відбувалася церемонія «вінчання на царство» датських абсолютних монархів, тут король вручав вищий орден Датської монархії-«Орден слона», тут король Фредерік 3 влаштував бенкет. найлютішого ворога, короля Швеції.
Церква Спасителя	один із останніх куточків хіпі-утопізму у світі

