

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розроблення містичного туру територією Чернігівської області та його просування на території України »

Студента 4 курсу 19 групи
освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 242 «туризм»

Освітньої програми «Міжнародний
туризм»

(підпис)

Волошин Максим
Ігорович

Науковий керівник
к.геогр.н.,доц.

(підпис)

Мазурець Роман
Русланович

Гарант освітньої програми
к.держ.упр., доцент

(підпис)

Кравцов Сергій
Станіславович

КИЇВ 2023

Державний торговельно-економічний університет

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**

Волошину Максиму Ігоровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення містичного туру територією Чернігівської області та його просування на ринку України»

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

Мета роботи: обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту містичного туризму Чернігівської області та його просування на ринку України.

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

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти продукту містичного

туризму Чернігівської області та його просування на ринку України.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ

- 1.1. Теоретичний базис містичного туризму
- 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку містичного туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Чернігівської області для розвитку містичного туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи з просування 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	23.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитой випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

6. Дата видачі завдання «23» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Мазурець Р.Р.
(прізвище, ініціали, підпис)

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

9. Завдання прийняв до виконання студент Волошин М. І.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студент Волошин Максим Ігорович, своєчасно закінчив випускну кваліфікаційну роботу відповідно до календарного плану. Зміст, структура та дизайн роботи відповідають всім вимогам. Робота складається з вступу, двох розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі, було здійснено діагностику ринку містичного туризму, його теоретичний базис. На основі міждисциплінарних зв'язків розглянуто особливості розвитку містичного туризму та поширення в Україні, можливість створення турів із відвідуванням містичних місць чи місць сили на Чернігівщині.

На підставі проведеного дослідження розроблено авторський тур територією Чернігівщини, обгрунтовано заходи просування містичного туру на території України.

Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ

Робота рекомендована до захисту в Екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Мазурець Р. Р.
(підпис, дата)

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

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента Волошин М.І.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

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

Завідувач кафедри _____
(підпис, прізвище, ініціали) Ткаченко Т. І.

« _____ » _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Теоретичний базис містичного туризму	11
1.2. Діагностика ринку містичного туризму	16
1.3. Ресурсний потенціал Чернігівщини для розвитку гастрономічного туризму	19
Висновки до розділу 1.	25
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ МІСТИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ УКРАЇНИ	26
2.1. Розроблення маршруту та програми туру	26
2.2. Заходи просування містичного туру на ринку України	32
2.3. Економічне обґрунтування туру	35
Висновки до розділу 2.	38
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42
ДОДАТКИ	46

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Розвиток України з часу незалежності є багатовекторним, проте сьогодні варто відмітити активний сплеск інтересу до розвитку туристичної сфери надання послуг, котра є найперспективнішою галуззю економіки. І це не дивно, адже територія нашої держави це гармонійне поєднання унікальних природних багатств та потужного ресурсного потенціалу – лікувальних грязей, природних термальних вод, хвойних лісів та безкрайніх полонин.

Саме тому, сьогодні сфера української туристичної індустрії включає в себе широкий спектр способів відпочинку, що задовольнить навіть самого найвибагливішого туриста – це активні види відпочинку (пішохідний, лижний, водний, велосипедний, гірський, кінний, авто-і мототуризм і спелеотуризм), лікувально-оздоровчий туризм (бальнеологічний, кліматичний, грязьовий туризм) чи релігійний туризм [3, с. 38-39].

Сьогодні суспільство щоразу менше подорожує чи відпочиває пасивно, віддаючи перевагу активному або новому виду відпочинку. У результаті цього працівники туристичного сектора вимушені «створювати» нові, нетипові та раніше ніким не запропоновані види відпочинку, які супроводжуються багатьма атракціями з наявністю гострих відчуттів.

Відповідно до цього і розвиваються нові види туризму, про які наші бабусі та дідусі навіть не здогадувалися та не могли відчутти на собі його переваги та недоліки. Саме тому популярністю серед туристів особливо користуються екстремальний і нетрадиційний види туризму. До нетрадиційних видів туризму відноситься й містичний туризм, який щороку набирає своєї популярності серед туристів, що є цікавою та актуальною темою для даного дослідження.

Мета роботи полягає у розробленні містичного туру територією Чернігівської області та його просування на території України.

Реалізація даної мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

– з'ясувати теоретичний базис містичного туризму;

- здійснити діагностику ринку містичного туризму
- розглянути ресурсний потенціал Чернігівщини для розвитку містичного туризму;
- розробити маршрут та програму туру територією Чернігівщини ;
- обґрунтувати заходи просування містичного туру на ринку України.
- зробити економічне обґрунтування туру.

Об'єктом дослідження виступає процес розроблення та просування продукту містичного туризму.

Предметом дослідження є теоретико - методологічні та практичні аспекти розроблення продукту містичного туризму Чернігівщини та просування його на ринку України.

Методологія дослідження базується на сукупності загальнонаукових та історичних підходів і методів наукового пізнання в їх взаємозв'язку. Предмет і завдання кваліфікаційної роботи визначили вибір проблемно-тематичного методу вивчення обраної теми.

Базовими принципами досліджуваної проблеми стали принципи наукової достовірності та всебічності, а саме: аксіологічний (ціннісний) та евристичний методи для виявлення міжпредметних зв'язків у туризмі; метод теоретичних узагальнень для опису здійснених досліджень і формулювання зроблених висновків.

Метод аналізу був використаний для опрацювання наукової літератури з дослідження містичного туризму, як одного із видів туризму. При вивченні історіографії проблеми використовувався біографічний метод. Зазначені підходи, принципи і методи наукового пізнання дозволяють ґрунтовно проаналізувати статті з цієї теми, систематизувати та узагальнити дані для відображення об'єктивного, неупередженого погляду на проблему розвитку містичного туризму Чернігівщиною.

Наукова новизна дослідження полягає у створенні проекту туристичного продукту з відвідуванням містичних місць Чернігівщини.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що автор на основі міждисциплінарних зв'язків розглянув особливості розвитку містичного туризму та поширення в Україні, можливість створення турів із відвідуванням містичних місць чи місць сили на Чернігівщині.

Дані матеріали можна використовувати при написанні історіографічних праць з туризму, розвитку туризму в Україні, науково-популярних і навчальних посібників, в практичній викладацькій роботі, а також при розробці широкого кола загальних проблем з проблем туристичної галузі в Україні.

Стан наукової розробки теми та її джерельна база становить комплекс документальних джерел: опублікованих – наукові праці, підручники, довідники, словники з теми дослідження, фахові періодичні видання. Загалом дослідженням на цю тему займалися і займаються різні вчені, що дозволяє користуватися різними джерелами та матеріалом.

Питання туристичного бізнесу є актуальною та досить досліджуваною темою, тому ґрунтовні розвідки з даного питання можна знайти на сторінках робіт таких авторів, як Бобираєвої О. В. [5], [6], Гуляєва В. Г.[7], Добровольської А. Б. [9], Жученка В. [12], [13], Кифяка В. Ф.[16], Свида І. В. [31].

Крім того, цінними джерелами інформації для даного дослідження стали матеріали мережі Інтернет, а саме [32],[33],[34],[35],[36].

Тема містичного туризму проаналізована у працях таких авторів як Алістратова К. Е. [2], Іванов А. М. [14], Кулиняк І. Я. [19], [20] та інші дослідники.

Структура роботи відповідає поставленій меті та завданням дослідження. Вона складається зі вступу, 2 розділів, що поділяються на підрозділи, висновків, списку використаних джерел та літератури (37 найменувань), додатків. Загальний обсяг випускної кваліфікаційної роботи становить сторінка, з них основного тексту – 49 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис містичного туризму

Туризм в уявленні більшості людей пов'язаний з відпочинком, новими враженнями та задоволенням. Він міцно увійшов в життя людини з його природним прагненням відкрити для себе і пізнати незвідані краї, пам'ятники природи та культури. Крім того, туризм є найбільш екологічно чистим видом природокористування.

Містичний туризм виступає одним із різновидів «темного» туризму, до якого також відносять й інші види, такі як [6, с. 55]: туризм катастроф, туризм смерті та некропольний («кладовищний») туризм. «Темний» туризм (чорний, похмурий, скорботний туризм, танатотурізм, туризм жорстокості та жаху (frighttourism)) – різновид туризму, пов'язаний із відвідуванням місць і пам'яток, історично пов'язаних зі смертю і трагедією.

Поняття «темний туризм» уперше було введено в науковий обіг у 1996 р. співробітниками факультету гостинності, туризму і менеджменту дозвілля Каледонського університету Джоном Ленноном і Малькольмом Фолі [3], а поняття «танатотурізм» у тому ж році вперше запропонував професор туристичного маркетингу Стратклайдського університету А. Сітон [4].

Співробітники факультету туризму і менеджменту дозвілля Ланкаширської школи бізнесу Філіп Стоун і Річард Шарплі запропонували нове поняття «продукт темного туризму», а також розглянули його попит, пропозицію і споживання і заснували Інститут темного туризму [5].

Протягом історії людства існували різні місця і заходи як символи зв'язку туризму і смерті, наприклад бої гладіаторів у римському Колізеї, місця скоєння публічної страти і катакомб. Окрім того, такими місцями були Віа Долороса, гробниці фараонів і лондонський Тауер.

У 1839 р. у Великобританії була проведена перша залізнична екскурсія в Корнуолл для відвідування місця проведення страти двох засуджених убивць. А вже в середині XIX ст. британським підприємцем Томасом Куком

були влаштовані й проведені перші поїздки туристів на місця боїв часів Громадянської війни в США. Через кілька років після закінчення Кримської війни під началом американського письменника Марка Твена туристи відвідали Севастополь. У 1937 р. після трагічної загибелі дирижабля «Гінденбург» до місця його падіння близько військово-морської бази Лейкхерст у Нью-Джерсі туристичні агентства почали влаштовувати поїздки туристів [6].

Стоун висловив припущення, що «в сучасному суспільстві люди постійно споживають смерть і страждання у туристичній оболонці, мабуть, через освіту чи розвагу». Стоуном запропонована перша типологія туристичних місць «темного» туризму, впорядкованих від «найяснішого до найбільш темного» виду туризму: темна індустрія розваг; темні виставки; темниці; темні місця покійних (кладовища й окремі могили); темні місця поклоніння; темні місця збройних зіткнень; темні місця геноциду [5].

Ю.В. Темний виділяє такі види «темного» туризму: туризм катастроф; містичний туризм; туризм кладовищ; туризм смерті [7]. Проаналізуємо пам'ятки «темного» туризму в світі для уточнення класифікації туристичних місць «темного» туризму та аналізу існування цього явища в Україні, намагаючись виявити мотиви сучасного туриста (Див. Таблицю 1).

Таблиця 1.

Різновиди темного туризму за М. Фоулі та Д. Леннон

<i>Темний туризм</i>		
Туризм катастроф	орієнтується на людей, яким до вподоби подорожі по місцях стихійних лих та місцях, що доведені людством до надзвичайних станів.	<i>В Україні згадують одразу тури до Чорнобиля. Та наш промисловий туризм, насправді, весь знаходиться на межі з темним. Кар'єри в Кривому Розі, промислові зони Краматорська, наймолодше місто України — Славутіч.</i>

Продовження таблиці 1

Туризм «смерті»	відвідування місць із трагічною історією. Місця Голодомору та Голокосту, місця колишніх концтаборів і страт	У Києві Національний музей «Меморіал жертв Голодомору» та Бабин Яр, у Львові — тюрма на Лонцького: музей у застінках колишньої катівні, у Дніпрі — музей «Пам'ять єврейського народу та Голокост в Україні» у Менорі.
Некропольний туризм	багатьом туристам цікаво відвідувати місця поховання відомих людей, а історичні кладовища з часом набувають цінності як музеї сакральної скульптури й архітектури.	Личаківське кладовище у Львові, могила цадіка Раббі Нахмана Брацлавського в Умані, Некрополь із мумією М. Пирогова у Вінниці
Містичний туризм	подорожі до загадкових місць задовольняють цікавість людей до надзвичайного та надприродного.	Антонієві печери в Чернігові, Києво-Печерська лавра, Кам'яна Могила під Запоріжжям, Мавринський майдан під Межиріччям.

Джерело: складено автором за даними [38].

Вченою Алістратовою К. Е. містичний туризм трактується як подорож до місць аномалій з метою отримання гострих відчуттів та непересічних вражень.

Містичний туризм варто поділяти на два великі блоки:

- містичний туризм з метою відвідати місця, де мешкають привиди, вампіри та інша нечисть;
- містичний туризм до так званих «місць сили» — місцевостей, які мають позитивну (м'яку) або негативну (жорстку) енергетику [3, с. 94].

Варто зазначити, що лексема «містичне», згідно зі словниковим визначенням, означає «релігійно-ідеалістичні погляди, що визнають існування надприродних сил і можливість спілкування з ними людини» [7]. В інших публікаціях можемо знайти такі трактування: містичний туризм передбачає відвідування всіляких замків з історіями про привидів, а також місця, пов'язані з інопланетянами.

Містичний туризм виступає одним з різновидів «темного» туризму, до якого також відносять й інші види, такі як [4]:

- туризм катастроф (відвідини місць природних, техногенних катастроф чи місць людської недбалості (Чорнобиль, промислові зони Краматорська та Маріуполя, кар'єри в Кривому Розі);
- туризм смерті (відвідини місць та об'єктів людської трагедії: концентраційних таборів (табори ГУЛАГу, Освенцим, Аушвіц (Польща)), місць Голодомору та Голокосту (Національний музей “Меморіал жертв Голодомору”, 10 Київ), місць серійних вбивць, музеїв тортур (тюрма на Лонцького (Львів)), територій та об'єктів, які пов'язані зі знищенням людей через релігійні переконання;
- некропольний («кладовищний») туризм (відвідини міських кладовищ – музей-некрополь “Личаківський цвинтар” (Львів, Україна), Байкове кладовище (Київ, Україна).

Варто також зазначити, що містичний туризм передбачає відвідання так званих «місць сили». Вони притягують дослідників і туристів тим, що на території таких місць абсолютно незвичайна енергетика, і там відбуваються незвичайні процеси.

Термін «місця сили» вперше з'явився у працях Карлоса Кастанеди, під яким варто розуміти географічні зони, які мають значимі для людей енергетичні поля [5].

Одні такі «місця сили» є позитивними і віддають енергію людям, інші – негативними і забирають її. І тут необхідно усвідомлювати, що в першому випадку психіка туриста буде нормалізована (такі місця заспокоюють, дають

певне емоційне піднесення заряд енергії), тоді як в іншому випадку, вона може серйозно постраждати.

Любителям містичного туризму організатори таких турів можуть запропонувати участь у шаманських ритуалах, наприклад, в Куско, в горах Перу. Куско була столицею інків і вельми цікава як звичайному туристу, так і любителю містики. Не менш цікавою може виявитися поїздка в подібний тур на Байкал, де бурятські шамани проводять ритуали не менш атрактивні, ніж перуанські.

В Україні, наприклад, чи не кожна гора Криму – своєрідне «місце сили». Відомі також такі «місця сили», як мис Меганом, Чуфут Кале, Чатир-Даг та інші. До списку найбільш сприятливих місць за енергетичним впливом, за версією NASA, входить і згаслий вулкан Карадаг [1]. «Місця сили» з негативною енергетикою є й у Закарпатській області.

Нерідко в цьому краї можна почути такі народні (деякі з них згодом стали офіційними) назви місцевостей: Чорне Багно (Рахівський район), Чорний Мочар (Берегівський район), Чорна Ріка (Міжгірський район), Чорне Поле, Чорний ліс чи Чорний потік (Мукачівський район) [2].

Так, зокрема у Чорному лісі, як свідчить статистика, відбулося чимало самогубств та вбивств. У цьому лісі розташоване навіть знамените дерево самовбивць, на якому повісилося що найменше троє людей. Причому, усі троє (це трапилося у 2006 р.) не були знайомі між собою і здолали свій останній путь з Кіровоградської, Сумської та Харківської областей [7].

На разі Федір Шандор, завідувач кафедри туризму УжНУ, вже не раз проводив екскурсії лісом і навіть залишався там із туристами на ніч серед моторошної та депресивної атмосфери.

Таким чином, містичний туризм поступово набирає своєї популярності не лише серед туристів зарубіжних країн, а й і в Україні, оскільки на території держави можна знайти безліч локацій котрі мають або свою легенду, або привида.

1.2. Діагностика ринку містичного туризму

Містичний туризм не дуже поширений в Україні, проте користується великою популярністю у світі. Наведемо карту популярності у світі пошукових запитів у web-сервісі Google Trends за пошуковим терміном «dark tourism» (з англ. – «темний туризм») (рис. 1.1).

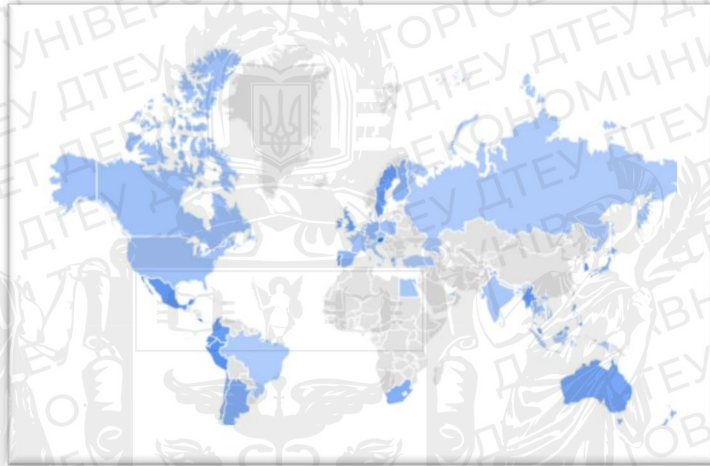


Рис. 1. Популярність пошукового запиту «темний туризм» у світі

Наведено за: Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Містичний туризм: сутність і перспективи розвитку у Львівській області [9].

Відмітимо, що 100% – це пік популярності пошукового запиту «dark tourism», 50% – популярність пошукового запиту «dark tourism» вдвічі менша, а 0% означає, що замало даних про пошуковий запит «dark tourism» у мережі Інтернет.

Таким чином, найбільшу цікавість до «темного» туризму виявляють жителі Ботсвани (100%), Маврикію (76%) та Австрії (45%), менш популярним він є в Новій Зеландії (39%) та Сінгапурі (34%). Найменшою популярністю «темний» туризм користується в Японії та Бразилії (по 1%). Як бачимо, Україна на карті не позначена, оскільки частота пошукових запитів є низькою, що підтверджує слабку зацікавленість та популярність даного виду туризму в Україні[19]

У світі існує значна кількість місць, які приваблюють своєю містичністю та загадковістю, серед яких найбільш відомими є острів Пасхи (Чилі), Стоунхендж (Велика Британія), замок Сіхров (Чехія), замок Бран (Румунія, помешкання вампіра графа Дракули (за романом Брема Стокера), озеро Лох-Несс (Шотландія), гора Афон (Греція) та інші. Багато турів приурочені до Дня всіх святих – Хеллоуїна (31 жовтня).

В Україні популярними містичними місцями є Кам'яна могила (Запорізька обл.), музей гуцульської магії (Івано-Франківська обл.), Золочівський, Олеський та Підгорецький замки (Львівська обл.), Жевахова гора (Одеська область), Соминське озеро (Волинська область), Замок Паланок (Закарпатська область), галявина Гроновище (Житомирська область) та ін. [6, с. 54].

Розглянемо динаміку туристичних потоків до України та з України в період 2015-2018 рр. (Рис.1.1).

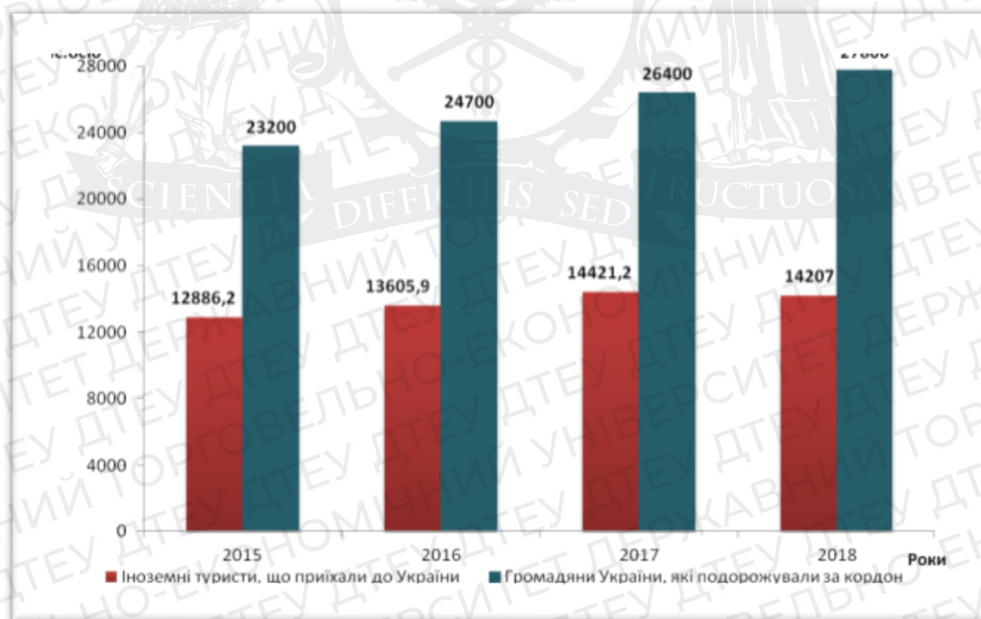


Рис.1.2 Динаміка туристичних потоків у період 2015-2018 рр.

Наведено за: Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Містичний туризм: сутність і перспективи розвитку у Львівській області [10].

Як свідчать дані рисунка 1.2, більшість громадян віддають перевагу подорожам за кордон, ніж екскурсії в межах країни. А це свідчить про гостру

необхідність спрямування зусиль на підтримку і розвиток внутрішнього туризму, формування таких туристичних продуктів, щоб привабити та переконати свого туриста залишити кошти у своїй країні, а не відправляти їх за кордон. Аналогічно необхідно ще більше зацікавлювати іноземного туриста. На нашу думку, інноваційним інструментом розширення туристичної привабливості України може слугувати містичний туризм як новий та перспективний напрям.

Протягом 2018 р. Київщину відвідали 5 684 тис. відвідувачів. У ТОП-3 також входять області Львівська – 2 505 тис. осіб та Одеська – 2 335 тис[20, с. 54].

Найбільшого поширення містичний туризм здобув у Західній Україні. Особливо славиться своїми середньовічними замками Закарпаття з оповідями про привидів. Сьогодні можна почути розповіді про снігову людину Карпат, відьом, лісовиків, мольфарів – карпатських чаклунів тощо. Набуває популярності на Закарпатті демонологічний туризм.

Аналізуючи пропозицію турів «містичного» спрямування туристичних фірм України, можна зробити висновок, що така пропозиція обмежена, особливо що стосується організації таких турів в межах країни.

Існують лише аматорські, ексклюзивні розробки (наприклад, тур «Таємниці та містерії Закарпаття», розроблений туроператором «Окрайна»). Крім того, досить поширеними є тури по місцях сили Україною. Так туристичні оператори пропонують клієнтам наступні варіанти:

- Автобусний тур в холодний Яр. Місця сили та козацької слави
- Подорож в камінне село. Український Стоунхендж
- Стародавні святилища Хортиці. Дніпро – таємна столиця масонів.

Також варто відзначити, що досить поширеними в Україні є тури по відвідуванню кладовищ. Тому в мережі можна знайти значну кількість пропозицій від туристичних операторів щодо проведення таких екскурсій. Одним із най відвідуваних місць є Личаківське кладовище – одна з найпопулярніших локацій старого Львова. Адже саме там поховані відомі

постаті історії України, наприклад, Соломія Крушельницька, Іван Франко тощо.

Більшість людей обирають денні прогулянки кладовищем з екскурсоводом чи без нього. Проте найбільш атмосферним це місце буває лише після заходу сонця. Тривалість такої екскурсії не більше двох годин та вартує вона 200 грн. з людини.

Найпопулярнішими фірмами по наданню туристичних послуг з організації містичного туризму в Україні прийнято вважати і такі невеличкі фірми по наданню туристичних послуг як «Джонні Бісенд», «Вікторія», «Азимут-2», «Меридіан», «Горн», «Хелм», «Супутник-Кіровоград», «САМ», «Мелодія Тур» [23; 65].

Таким чином, містичний туризм не має широкого поширення серед українців, проте час змінюється і сьогодні можна акцентувати увагу на тому, що туристи все більше шукають саме тури з відвідування певних містичних місць.

1.3. Ресурсний потенціал Чернігівщини для розвитку містичного туризму

Чернігівщина – це земля, де знаходиться Батурин і Ніжин, Ічня і Прилуки, відоме місто Остер і «українські Мальдіви». Крім того, варто зазначити, що територія даної області просто чудова знахідка для поціновувачів історії. Саме тому, Чернігівська область відома старовинними церквами (найбільший чотирирівневий підземний храм св. Феодосія Тотемського) [4, с. 21], літописними містами і особливо спокійним життям.

Наразі, спокій та можливість відпочити від шуму великих міст є у пріоритеті сучасних туристів і Чернігівщина у цьому сенсі є меккою для людей, які хочуть насолодитися тишею та навколишньою полісською недоторканою природою.

Особливо прекрасна область у осінній період, коли лісові та паркові зони, яких у регіоні незліченна кількість, вбираються у різнобарвні осінні шати і занурюють у магічну казку осені, роз фарбовану неймовірної краси жовтогарячими фарбами.

Популярними туристичними центрами області є: Чернігів, Новгород-Сіверський, Батурин, Ніжин, Прилуки, Козелець, Остер, Седнів. У цих містах краю збереглися православні культові споруди часів Київської Русі, а архітектурну спадщину XVII-XIX ст. демонструють різноманітні зразки релігійного і цивільного будівництва – православні храми, палаці і маєтки з чудовими парками, адміністративні будинки і пам'ятники.

Чернігівський край – багатий на палацово-паркові комплекси та дворянські садиби, це і Чернігівський Дитинець з комплексом унікальних споруд, і Новгород-Сіверський з його чудовими краєвидами та цікавими туристичними об'єктами, і Батуринська фортеця та Палац Розумовського, і всесвітньо відома палеолітична стоянка первісної людини у с. Мезин Коропського району та ще багато іншого [11].

Ці пам'ятки архітектури збережені у гарному стані та популярні серед туристів. Проте є й багато таких об'єктів, які потребують реставрації та відновлення, зокрема, маєток Катеринича (м. Бобровиця), маєток Раковича (с. Соколівка, Бобровицький р н), палац Мейендорфа (с. Новий Биків, Бобровицький р н), палац поміщиків Пашковських (с. Чемер, Козелецький р н), садиба Кочубеїв (с. Тиніца, Бахмачський р н), садиба Дараганів «Покорщина» (сmt. Козелець) та ін.

Популярними видами туризму в області є: історичний (екскурсійний), сільський зелений, та активний. Основний потік туристів до області складають корпоративні групи з Києва та індивідуальні туристи.

Проте варто зазначити, що Чернігівщина може бути й осередком містичного туризму, оскільки на її території також розташовані місця сили та місця, що притягують надприродну енергетику.

Одним із таких місць є Георгіївська церква – повністю дерев'яна, збудована без жодного цвяха. Оскільки храм з дерева – в його обшивці іноді заводяться дрібні гризуни. Зазвичай вони сидять високо на стінах. А ось малеча, яка ще не вміє добре лазити, інколи падає вниз.

Варто уточнити, що особлива архітектура – це не єдина родзинка Георгіївського храму в Седневі. Саме тут свого часу знімали перший радянський фільм жахів «Вій». До війни сюди постійно привозили туристів на екскурсії – показати містичну церкву, де знімали сцени жахів.

На території Чернігова є безліч стародавніх курганів дохристиянської доби. Вони приховують безліч таємниць, одна з яких пов'язана з трагічним коханням княжни Предслави Чорної. У період з 948 по 968 роки в Чернігові правив племінник київського князя Ігоря Рюриковича (до речі, якого також звали Ігор) на прізвисько «Чорний». У нього було двоє дітей – Володислав і Предслава.

Легенда свідчить, що Предслава була жінкою-воїном і володіла неземною красою. Дізнавшись про неї, князь Хазарський забажав взяти її за дружину. Батько Предслави дав згоду, але дівчина відмовилася виходити заміж за нелюба. Коли договір з князем Хазарським було розірвано, відбулася страшна битва, під час якої відважна дівчина викинулася з вікна високого палацу[19].

Князь «Чорний» також загинув у цій битві і був похований у високому кургані. Замість весілля відбулися похорони прекрасної княжни Предслави та її батька. Згодом цей курган стали називати «Чорною могилою»[20, с. 54].

На схилах Болдиних гір стоїть Троїцько-Іллінський монастир, який виник на місці більш раннього печерного монастиря, заснованого в 1069 році святим Антонієм Печерським. Антонієві печери є великим комплексом підземних споруд, до якого належать каплиці з похованнями та келії, а також церкви святого Антонія, Миколи Святоші і святого Феодосія Тотемського. Остання, до речі, сягає висоти восьми з половиною метрів. Загальна

протяжність печерних відомих ходів становить понад 350 метрів, хоча, подекуди, що ведуть вони аж до Києва.

З печерами пов'язано відразу кілька легенд. Одна з найвідоміших оповідає про таємничий серпанок у кінці одного з тунелів, який іноді набуває силуету людини в рясі. Поруч з цим місцем на стіні є напис: «Врятуй, Боже, раба Твого Тарасія»[26].

Співробітники музею Антонієвих печер кажуть, що зустріти привида ченця Тарасія найчастіше можна під час великих релігійних свят. Ще одна легенда пов'язана з татарами. Коли в XII столітті вони захопили місто і увірвалися в монастир, ті з них, що кинулися переслідувати ченців у печерах, зникли без сліду.

Будинок полкової канцелярії в Чернігові є архітектурною пам'ятником XVII століття. Побудований він був наприкінці 1690 року і належав чернігівському полковнику Якову Лизогубу. Але серед місцевих жителів він більш відомий як будинок Мазепи. За однією з легенд, після смерті Якова Лизогуба його дружина продала будинок Івану Мазепі.

У темних підвалах будинку гетьман Мазепа заховав бочки зі скарбами. І саме тут він таємно зустрічався із власною юною хрещеницею Мотрею – дочкою генерального писаря Василя Кочубея. За гріховний зв'язок з підстаркуватим хрещеним мати прокляла Мотрю і з того часу її неспокійна душа блукає світом. Щороку в ніч на Пречисту вона з'являється біля будинку Мазепи і благає перехожих благословити її прокляту душу православним хрестом, обіцяючи відкрити таємницю скарбів гетьмана[26].

Одна з легенд міста розповідає про «українського Дракулу» – знаменитого полковника-упири Василя Касперовича Дуніна-Борковського. Відомо, що він мав звання генерального обозного Війська Запорозького і був одним з найбагатших людей Гетьманської України.

На його кошти в Чернігові були побудовані такі об'єкти: Вознесенська церква, церква Петра і Павла, трапезна і келії Єлецького монастиря, відреставровані Спасо-Преображенський та Успенський собори, П'ятницький

монастир. Помер він у 1702 році. Поховали полковника з усіма почестями в Успенському соборі Єлецького монастиря.

Кажуть, що після смерті полковника в місті почали відбуватися страшні речі. Рівно опівночі з воріт Єлецького монастиря вилітала примарна карета, запряжена вороними кіньми, в якій сидів покійний полковник Дунін-Борковський. Карета везла господаря до його маєтку на Чорній кручі над Десною.

Там мрець обходив свої володіння, а перед світанком зупинявся біля старого колодязя і вказував у нього пальцем. З першими півнями привид зникав. Коли терпіння містян вичерпалося, процесія священиків на чолі з архієпископом Іоанном Максимовичем зупинила примарну карету на мосту і змусила повернути назад.

Коли труну Борковського витягли зі склепу та відкрили, обозний лежав у ній, мов живий, а в зубах у нього диміла люлька. Груді упира пробили кілком і перепоховали його в родовому маєтку на березі Десни. Тієї ж ночі містом пройшла сильна гроза, річка вийшла з берегів і затопила місце поховання[27].

Чернігівський Вал – популярне місце прогулянок мешканців міста і туристів. Колись тут розташовувалася цитадель Чернігівської фортеці – княжий дитинець. Наприкінці XIX століття усі оборонні споруди фортеці були знесені, а на їх місці засновано парк. Нині вздовж Чернігівського Валу можна побачити 12 чавунних гармат, які не тільки прикрашають це місце, але і є однією з головних визначних пам'яток міста.

Точне походження їх невідоме. За однією з легенд, вони здавна стояли на бастіонах Чернігівської фортеці, а інша легенда свідчить, що гармати подарував місту Петро I за відвагу чернігівських козаків у війні зі шведами. Кажуть, що спочатку знаряддя були бронзовими, але з часом бронзу замінили на чавун.

Однак, одна з найпопулярніших легенд оповідає про те, що колись ці гармати слугували своєрідним «гарбузом по-чернігівськи». Місцеві дівчата,

якщо не хотіли йти на побачення, призначали кавалерам зустріч «біля 13-ої гармати». Нещасні приходили на призначений час і довго шукали неіснуючу 13-ту гармату[26].

Наступним цікавим місцем, яке варто відвідати і про яке відомо небагато є місто Седнів – найзагадковіше місто України. Невелике містечко над річкою Снов, яку місцеві жителі називають Північним Йорданом, оскільки склад води майже ідентичний – великий вміст йоду, а ще ця водойма є однією з найчистіших в Європі, оскільки йод є антисептиком, він знезаражує воду так, що шкідливі мікроорганізми просто не виживають.

Щороку сюди приїждять більше 50 000 туристів і це не дивно, адже атракцій тут велика кількість. Дивовижні пейзажі долини і садиба музею козацької династії Лизогубів, на території якої розташована маєткова альтанка на сорокаметровому пагорбі з неймовірним краєвидом, який зачаровує з першої секунди, і кінний двір, одне з небагатьох місць на Лівобережжі, де можна побачити та оцінити козацьку вправність з кінями[27].

Сучасні козаки влаштовують захоплюючі вистави із трюками у сідлі не гірші ніж на острові Хортиця в Запоріжжі, і стара Свято-Георгіївська церква, де знімали перший радянський фільм жахів "Вій". Замість каміння доріжки вулиць міста встелені залишками козацького посуду, що додає цьому місту особливого козацького шарму.

Седнів був розвиненим культурним центром, тут у свій час черпали натхнення відомі письменники Тарас Шевченко, Леонід Глібов, Афанасій Чужбинський. А для любителів екстремального відпочинку у місті є таємничі підземелля та склепи з муміями невідомого походження[26].

Таким чином, містичний туризм лише набирає поширення серед українських територій та локацій, що можна побачити на прикладі Чернігівщини.

Висновки до розділу 1

Містичний туризм як один із напрямків туристичної діяльності найбільш поширений у країнах Європи, проте наразі можна констатувати, що в Україні також набувають поширення так звані містичні тури, або подорожі місцями сили.

Містичний туризм умовно поділяється на два великі блоки: містичний туризм з метою відвідати місця, де мешкають привиди, вампіри та інша нечисть; містичний туризм до так званих «місць сили» – місцевостей, які мають позитивну (м'яку) або негативну (жорстку) енергетику.

Досить поширеними в Україні є тури по відвідуванню кладовищ. Тому в мережі можна знайти значну кількість пропозицій від туристичних операторів щодо проведення таких екскурсій.

Чернігівщина – це місце не лише із чудовими та живописними краєвидами, а й містичними історичними місцями та архітектурними спорудами.

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ МІСТИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ УКРАЇНИ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Даний туристичний маршрут м. Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ орієнтований на 5 календарних днів та розрахований на відвідання таких живописних та містичних куточків Чернігівщини, як:

Історико-археологічний музейний комплекс «Древній Любеч»

Селище Любеч стоїть на високих пагорбах і практично не має великих рівних поверхонь. Центр селища позначений великою площею, на якій розташований Спасо-Преображенський собор початку XIX ст. Від площі у різні боки розходяться чотири дороги, кожна з яких приведе вас до чудових пам'яток архітектури.

До нього входить 7 об'єктів археології, архітектури, історії та культури Київської Русі, доби українського національного відродження.

Найцікавішими з об'єктів є: печера Св. Антонія, Замкова Гора та кам'яниця наказного гетьмана України Павла Полуботка.

Уперше давньоруське місто Любеч згадується в «Повісті временних літ» 882 року. Ще одна давня згадка сягає 907 року – у договорі князя Олега з Візантією поруч з такими найвідомішими на той час давньоруськими містами як Київ, Чернігів, Переяслав, Полоцьк. Вже в ті часи місто на Дніпрі було важливим опорним пунктом на шляху «із варяг у греки».

У Любечі, як вважають історики, провів останні роки свого життя древлянський князь Мал (Мал Любечанин), тут народилися його діти – Малуша, яка стала дружиною великого князя київського Святослава і матір'ю Володимира Святого та оспіваний у билинах Добриня Микитич.

З Любечем пов'язані доленосні події давньоруської історії. У 1016 році тут відбулася битва, в якій князь Ярослав Мудрий розгромив військо Святополка Окаянного. У 1097 році в Любецькому замку відбувся I з'їзд давньоруських князів[37].

Оглядова екскурсія по території стародавнього Любеча з пам'ятками включає:

- залишки валу середньовічної фортеці;
- городище «Замок»;
- городище «Лисиця»;
- поселення (посад-1, посад-2);
- Монастирище (місце знаходження Антоніївського монастиря) ближня і дальня печери Преподобного Антонія;
- Спасо-Преображенський собор (1811-1817 рр);
- Кам'яниця Полуботка (кінець 17-початок 18 ст.) (*Див. Дод. А*).

Варто зазначити, що до унікальних печерних сакральних споруд належать Антонієві печери – комплекс підземних споруд, що складається з церков святого Антонія, святого Феодосія Тотемського. В печерах є спеціальні камери, де зібрані кістки ченців, померлих багато сторіч тому[31]. Характерною рисою підземного ансамблю, що відрізняє його від інших аналогічних підземних комплексів, є чотирирівневі приміщення, розташовані один над іншим, церкви Миколи Святого, каплиці з мощами, келії Антонія, що вважають головною святинею монастиря.

Печерному комплексу майже 1000 років. Це унікальний підземний архітектурно-просторовий комплекс. Заснований 1069 року Антонієм Печерським – відомим місіонером нової на той час для Русі християнської релігії. Зараз Чернігівська обитель – унікальний пам'ятник сакральної архітектури (*Див. Дод. А*).

Слецький Успенський монастир – Архітектурний ансамбль Слецького монастиря розташовано на підвищеному правому березі річки Десна, між давнім чернігівським дитинцем (територія сучасного Валу) і Троїцько-Іллінським монастирем. Разом з пам'ятками архітектури, які там збереглися, він утворює історичну панораму міста(*Див. Дод. А*).

Крім того, із даним монастирем пов'язана це одна цікава та містична історія. в XVII столітті, полковник Чернігівської козацької сотні у товаристві

нечистої сили, а пізніше генеральний обозний – вампір Василь Касперович, записаний до Війська Запорозького під ім'ям Дуніна-Борковського.

За легендою, цей чоловік був настільки багатим, наскільки й скупим. Та ще й мав лиху вдачу, через яку чернігівцям часто перепало на горіхи. Та з якогось дива закортіло йому замовити на стіні Троїцько-Іллінського монастиря розпис про потойбічну мандрівку вампіра. Це стало добрим підґрунтям для виникнення містичної історії.

І вона вкоренилася у свідомості городян, які забули навіть про велику побожність генерального обозного і його чималі пожертви на потреби чернігівських православних храмів. Натомість з'явилися чутки, що освічений як на свій час Дунін-Борковський був алхіміком і відьмаком, та ще й не велів кликати священика на свій похорон.

Тож небіжчик, якого поховали на території Єлецького монастиря, за легендою, вже наступної ночі мчав чернігівськими вулицями на пекельній упряжці, завертав на Красний міст на річці Стрижень і зупинявся у своєму маєтку на Чорній горі над Десною. Зникав тільки, зачувши півнячий спів.

У той час почали масово зникати і помирати від хвороб жителі міста. Ці випадки також було приписано злодіянням клятого упиря. Далі легенда розповідає, що переполохані страшними подіями люди кинулися до архієпископа Іоанна Максимовича із проханням зупинити ту напасть. Тож наступного разу перед каретою вампіра на Красному мосту постав натовп священиків із молитвою. Владика осінив зловісну примару хрестом, і вона провалилася вниз та потекла туманом понад берегом[32].

Назавтра люди відчинили домовину з небіжчиком, та не знайшли в ній і сліду тліну. Навпаки, покійний Дунін-Борковський лежав, немов живий. Тож його тіло прохромали осиковим кілком і поховали в родовому маєтку. Тієї ночі над містом лютувала небачена гроза, яка затопила нове місце поховання обозного. А особливо вразливі бачили його страхітливо темну постать у спалахах блискавиць.

Відома в багатьох літературних джерелах легенда свідчить, що засновано Єлецький монастир ще в середині XI століття князем Святославом Ярославичем у зв'язку з появою на одній з ялин в цій місцевості ікони Божої Матері.

Седнів знаходиться у двадцяти кілометрах на захід від Чернігова. Сьогодні багато туристів їдуть до Седнева, щоб відпочити на просторах мальовничої природи, зробити намети на березі річки Снов. Попри природний потенціал у місті є й визначні всеукраїнські історичні пам'ятки, які роблять Седнів важливим культурним ядром Чернігова.

Свято-Воскресенський храм – усипальниця Лизогубів. Ви дізнаєтеся, чому містечко змінило свою назву та будете шоковані історією про сіверські мумії у цьому храмі (*Див. Дод. А*)

До нашого часу зберіглася садиба землевласниці Лизогубів (XVII ст.). Старовинний парк з каштановими алеями та унікальною Шевченківською липою, вік якої 600 років, здивує своєю красою та романтичністю[36].

Кам'яниця Лизогубів (1960 рік) – будівля, перший поверх якої сховався під землею. Місцеві люблять розповідати про таємні лабіринти, які ведуть аж до самого Чернігова. Після смерті будинок придбав гетьман І. Мазепа. Замріяна пара, прогулюючись чернігівським Валом, зупинилась навпроти похмурої алеї, але ступити на неї не наважилася і швидко повернула до гармат. Напевне, побоялася зустріти привида Мотрі Кочубей. Старі люди розповідають, що саме в цій кам'яниці ховав дівчину від чужих очей сивий Іван Мазепа.

Молодій батуринській красуні – стрункій, гоїї, з довгою чорною косою, яка нібито втекла з дому до свого коханого, не були страшні ні людський осуд, ні велика різниця у віці з чоловіком, якому вона віддала своє серце, ні смертний гріх поєднати долю із хрещеним батьком. Та на те відчайдушне кохання було наслане материнське прокляття, яке хижим птахом полетіло услід неслухняній дочці.

У народних віруваннях дотепер наголошується, що треба бути особливо обережними, говорячи про близьких: недобре слово, мовлене в недобрий час, може накоїти багато лиха. Але найбільший ворог не може так люто проклясти, як рідна мати, напевне, тому, що бажати злої долі рідній дитині надто вже протиприродно.

І таку страшну силу мало те прокляття, що після смерті (за однією з версій, розлучена з коханим дівчина втопилася у ставку) душа не знайшла спокою. Тож стала вона охороняти заховані у кам'яниці скарби і являтися ночами пізнім перехожим в образі примарної жінки в білому, яка з тяжким стогоном просить: «Хреста!» Той, хто не злякається і перехрестить нещасну в ніч проти Пречистої, зніме, мовляв, із неї прокляття, а вона вкаже місце, де заховані величезні скарби.

Увечері справді моторошно ходити довкола будинку Мазепи, хоч зблизька добре видно: алею всіяно не якимись страхітливими символами, а великими стручками – плодами з насінням одного з видів акації. Та й достеменно відомо, що старий гетьман трепетно ставився до своєї юної любові, писав їй ніжні листи і дарував коштовні подарунки, але сама Кочубеївна, попри всі перипетії її романтично-трагічної історії, ніколи тут не бувала[32].

Старовинна Георгіївська церква – рідкісний зразок дерев'яних споруд, яка на сьогодні є однією з кращих архітектурних споруд України. В цій церкві проходили зйомки першого фільму жахів «Вій» (*Див. Дод. А*).

Таким чином, містичний тур Чернігівщиною надає можливість туристам відвідати видатні місця сили та містичні туристичні об'єкти котрі приваблюють не лише своєю красою, а й легендами та містичними історіями від старожилів.

Протяжність маршруту:

Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ (599 км)

Загальна протяжність маршруту – 599 км.

Тривалість маршруту:

Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ 9 год. 30 хв.

Загальна тривалість маршруту – 9 год. 30 хв.

Програма туру:

Таблиця 2.1

<u>День 1</u> <u>12.04.23</u>
11:00 – виїзд з вул. Хрещатик, м. Київ; 21:30 – прибуття до м. Любеч; 22:00 – 22:30 – реєстрація і поселення в чотиризірковому готелі «МИКС»; 22:00 – ночівля в готелі.
<u>День 2</u> <u>13.04.23</u>
8:00 – 9:00 – сніданок в готелі; 9:30 – 12:30 – оглядова екскурсія містом Любеч; 13:00 – 14:00 – обід в кафе (за додаткову плату); 14:00–17:00 – відвідування печер Св. Антонія; 18:30 – повернення до готелю; 19:00 – 19:30 Вечеря. Ночівля в готелі.
<u>День 3</u> <u>14.04.23</u>
8:00 – 9:00 сніданок в готелі; 9:00 – 12.00 – виїзд до м. Бреч; 12:00 – 14:00 – пікнік на природі (за додаткову плату); 14:00 – 16:30 – екскурсійна програма місцями сили м. Бреч, ознайомлення з місцевими легендами; 17:00 –18:00 – повернення до готелю, вечеря в ресторані готелю; 18:00 – 20:00 – особистий час. Ночівля в готелі.

Продовження таблиці 2.1

<u>День 4</u> <u>15.04.23</u> 8:00 – 9:00 – сніданок в готелі; 9:30 – 12:00 – автобусна екскурсія до м. Седнів; 12:00 – 13:00 – обід в кафе (за додаткову плату); 14:00 – 16:00 – продовження екскурсії місцями сили церков та монастирів міста; 17:00 – 18:00 – повернення до готелю. Вечера; 18:00 – 20:00 – прогулянка вечірнім містом (за бажанням); 22:00 – ночівля в готелі.
<u>День 5</u> <u>16.04.23</u> 8:00 – 9:00 – сніданок в готелі; 9:00 – 12:00 – пішохідна екскурсія містом; 12:00 – 13:00 – здача номерів. Від'їзд з готелю; 13:00 – 14:00 – обід в кафе міста (за додаткову плату); 15:00 – збір біля автобуса, від'їзд до Києва; 02:30 – прибуття на вул. Хрещатик, м. Києва.

Джерело: складено автором

Програма містичного туру надає можливість туристам відвідати видатні місця сили та містичні туристичні об'єкти котрі приваблюють не лише своєю красою, а й легендами та містичними історіями від старожилів.

2.2. Заходи просування містичного туру на ринку України

Процес продажу туристичного продукту відбувається при безпосередньому контакті спеціалістів з реалізації (продажу) турів, обслуговуванні клієнтів, зацікавлених у придбанні туристичних послуг, що відповідають їх індивідуальним уподобанням, очікуванням, мотивам, і включає:

- прийом клієнта та налагодження з ним контакту;
- визначення мотивації подорожі;
- запропонування турів;
- оформлення правовідносин та розрахунок з клієнтом;
- інформаційне забезпечення покупця[25; 43].

Обслуговування клієнта не обмежується елементами продажу. Напередодні подорожі працівники фірми по телефону нагадують туристу про поїздку. Після закінчення туру слід з'ясувати враження туриста від подорожі, визначити негативні моменти і тлі.

При цьому необхідно винайти можливість пом'якшити негативне враження клієнта через недоліки в роботі фірми, а недоліки, які не залежать від компанії, прийняти до уваги і врахувати на майбутнє.

Існує досить багато різних методів по збуту продукції. Та всіх їх можна класифікувати за такими принципами, а саме по місцю зустрічі:

- в офісі;
- на ярмарці.

по характеру контакту:

- особисті;
- непрямі та ін.[25; 46].

Одним із методів збуту продукту може бути електронний метод, який в порівнянні з іншими методами має ряд переваг, а саме:

- необмежений об'єм інформації;
- охоплює широку аудиторію;
- цілодобовий доступ;
- можливість оперативного оновлення інформації;
- ведення обліку відвідувань сайту;
- можливість інтерактивного взаємозв'язку.

Ще один із методів по збуту туристичного продукту це метод особистих продаж, що включає до свого складу наступні процеси:

- прийом клієнта та встановлення контакту з ним;
- визначення мотивації подорожі;
- попередження можливих заперечень;
- продаж туру.

Оскільки основний сегмент, на який орієнтується туристський оператор в цьому вигляді туру це групи школярів і студентів, то при виборі методів проведення рекламної кампанії було вирішено в першу чергу дати загальну рекламу про саме туристичне агентство.

Для цього вибрано такі види реклами:

- реклама в мережі Інтернет – створення в мережі власної сторінки, що дозволить розмістити загальні дані про самого туристичного оператора, а також про ті види турів, які цей оператор пропонує. Зокрема про пізнавальні тури в різні міста України (в даному випадку до Полтави на найближчий час);
- друкарська реклама – замовити спеціально невеликі плакати, проспекти і листівки, які потім відповідно можна буде розвісити, що також дозволить прорекламувати туроператора і ті види турів, яке він пропонує;
- реклама на транспорті – використовувати заздалегідь замовлені і виготовлені плакати і листівки, повісивши їх усередині різних видів транспорту так, щоб кожна людина, що переїжджає на цьому транспорті міг ознайомитися з інформацією про даного туристичного оператора (реклама в маршрутах, тролейбусах, метро і так далі);
- пряма реклама – рекламні матеріали (проспекти, листівки, прайс листи і ін.) [25; 47].

Таким чином, для збуту туристичного продукту насамперед використовується реклама, яка розміщена на сайті компанії та інших джерелах – буклетах, друкованій продукції, інтернет виданнях.

У даному випадку, щоб рекламувати даний туристичний тур «Містичні стежки Чернігівщини» найкращим варіантом є реклама через засоби інтернет зв'язку, а саме розробити електронний буклет та відзняти рекламу даної туристичної подорожі (ДОДАТОК В).

Крім того, можна запропонувати зробити й друковані матеріали, на яких будуть лише вказані історії із відомих туристичних місць, а туристи зможуть самі здогадатись куди саме вони прямують.

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

2.3. Економічне обґрунтування туру

Під час здійснення туристичної подорожі містичними місцями Чернігівської області варто звернути увагу на статтю витрат для проведення даного туру.

Таблиця 2.2

Калькуляція вартості туру

м. Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ

№	Стаття витрат	Сума витрат	
		Ціна, €	Ціна, грн
1.	Паливні витрати 1200 л.	1404	42000
2.	Витрати на обслуговування автобусу під час рейсу	129,81	3500
	А) миття автобусу	37,09	1000
	Б) платні стоянки		

Продовження таблиці 2.2

	Умовно постійні витрати		
3.	<i>Заробітна плата водіїв</i>	445,06	12000
4.	<i>Витрати на страхування автотранспорту</i>	111,27	3000
5.	<i>Накладні витрати</i>	166,90	4500
	Всього собівартість	2 343,98	67344
	<i>Прибуток</i>	3981,86	16900
	<i>Податок на прибуток</i>	995,47	4225
	<i>ПДВ</i>	1114,21	4729
	<i>Всього вартість транспортування на маршруті</i>	8435,52	93198
	На 1 особу	115,22	4589

Джерело: розраховано автором

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

Додаткові послуги туристичного продукту

м. Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ

Таблиця 2.3

Послуги екскурсовода у м. Седнів	Вартість: 100 грн./чол.
Придбання сувенірної продукції	Вартість: від 30 – до 150 грн.
Відвідування історичних музеїв та пам'яток	Вартість: 150 грн <i>У вартість входить: білет, буклети, продукція музею, екскурсовод</i>
Пожертва на монастирі	Хто скільки може (за бажанням)

Джерело: складено автором

Щодо знижок, то у даному туристичному продукті вони не передбачені. Щодо розміщення, то можна обрати : готель «У самовара» або міні-готель «Затишок»; кафе «Калипсо» ХОСТЕЛ (ночівля, кімнати відпочинку, сауна, басейн), гуртожитки професійно-технічного ліцею (кімнати готельного типу).

Також відвідувачі можуть скористатись послугами закладів громадського харчування та магазинами. Таким чином, територія Чернігівської області це чудовий та райський куточок для відвідувань місць сили, що пов'язані із історичними подіями, котрі відбувались у монастирях та старовинних родових маєтках. Крім того, це край легенд та переказів про існування привидів, упирів та іншої нечисті, котра так почала приваблювати туристів.

Крім того, варто передбачити і результати від формування та продажу туру містичними місцями Чернігівщини на 2023 рік.

Таблиця 2.4

**Прогнозні результати від формування та продажу туру
«Містичними місцями Чернігівщини» на 2023 рік**

Період	Доходи від продажів турів (без ПДВ), грн			Витрати		Фінансові результати		
	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Разом	Прямі витрати, грн	Непрямі витрати	Прибуток до оподаткуванн	Податок на прибуток, грн	Чистий прибуток, грн
2 кв 2023	60610	130110	190720	127000	22200	52010	5754	4532
3 кв 2023	121045	261060	382105	250000	31300	45000	45987	7865
4 кв 2023	218000	301234	519234	340000	45623	12000	67895	8976

Разом	399655	692404	109205	710000	99100	11000	16786	14568
			9			0	5	7

Джерело: розраховано автором

За результатами проведених розрахунків було встановлено, що прогнозний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Україна непереможна» у 2023 році складе 145 687 тис.грн, у т.ч. 399 655 тис.грн – продаж турів туристам-громадянам України, 692 204 тис.грн – туристам-громадянам іноземних країн (ЄС). Прогнозні прямі витрати складуть 710 тис.грн, а непрямі витрати (обслуговування туристичної інфраструктури та просування турпродуктів) – 99 100 тис.грн. Прогнозний чистий прибуток від реалізації туру у сфері містичного туризму складе 145 687 тис.грн.

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

Висновки до розділу 2

Містичний тур Чернігівщиною надає можливість туристам відвідати видатні місця сили та містичні туристичні об'єкти котрі приваблюють не лише своєю красою, а й легендами та містичними історіями від старожилів.

Даний туристичний маршрут м. Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ орієнтований на 5 календарних днів та розрахований на відвідання таких живописних та містичних куточків Чернігівщини, як: історико-археологічний музейний комплекс «Древній Любеч», об'єктами археології, архітектури, історії та культури Київської Русі, доби українського національного відродження.

Протяжність маршруту: Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ (599 км).

Загальна протяжність маршруту – 599 км. Тривалість маршруту: Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ 9 год. 30 хв.

Під час подорожі туристи ознайомляться з основними місцями силами, котрі є на Чернігівщині та отримають позитивні емоції та купу цікавої інформації.



ВИСНОВКИ

Розглянувши питання розроблення містичного туру територією Чернігівської області та його просування на території України можна зробити висновки, що містичний туризм виступає одним із різновидів «темного» туризму, до якого також відносять й інші види, такі як: туризм катастроф, туризм смерті та некропольний («кладовищний») туризм.

«Темний» туризм (чорний, похмурий, скорботний туризм, танатотуризм, туризм жорстокості та жаху (frighttourism)) – різновид туризму, пов'язаний із відвідуванням місць і пам'яток, історично пов'язаних зі смертю і трагедією.

Найбільшого поширення містичний туризм здобув у Західній Україні. Особливо славиться своїми середньовічними замками Закарпаття з оповідями про привидів. Сьогодні можна почути розповіді про снігову людину Карпат, відьом, лісовиків, мольфарів – карпатських чаклунів тощо. Набуває популярності на Закарпатті демонологічний туризм.

Аналізуючи пропозицію турів «містичного» спрямування туристичних фірм України, можна зробити висновок, що така пропозиція обмежена, особливо що стосується організації таких турів в межах країни.

Існують лише аматорські, ексклюзивні розробки (наприклад, тур «Таємниці та містерії Закарпаття», розроблений туроператором «Окрайна»). Крім того, досить поширеними є тури по місцях сили Україною.

Досить поширеними в Україні є тури по відвідуванню кладовищ. Тому в мережі можна знайти значну кількість пропозицій від туристичних операторів щодо проведення таких екскурсій.

Чернігівщина – це місце не лише із чудовими та живописними краєвидами, а й містичними історичними місцями та архітектурними спорудами.

Містичний тур Чернігівщиною надає можливість туристам відвідати видатні місця сили та містичні туристичні об'єкти котрі приваблюють не лише своєю красою, а й легендами та містичними історіями від старожилів.

Даний туристичний маршрут м. Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ орієнтований на 5 календарних днів та розрахований на відвідання таких живописних та містичних куточків Чернігівщини, як: історико-археологічний музейний комплекс «Древній Любеч», об'єктами археології, архітектури, історії та культури Київської Русі, доби українського національного відродження.

Протяжність маршруту: Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ (599 км).
Загальна протяжність маршруту – 599 км. Тривалість маршруту: Київ – Любеч – Бреч – Седнів – Київ 9 год. 30 хв.

Під час подорожі туристи ознайомляться з основними місцями силами, котрі є на Чернігівщині та отримають позитивні емоції та купу цікавої інформації.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 18 місць, які варто відвідати в Чернігові: <https://ravluk-go.com/blog/18-m%D1%96scz,-yak%D1%96-varto-v%D1%96dv%D1%96dati-v-chern%D1%96gov%D1%96!>
2. Алістратова К. Е. Містичний туризм: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні // Географія та туризм. – 2013. – Вип.26. – С. 93-101. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_26_15.
3. Арайс О., Сологуб Ю. Темний туризм // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : програма і матеріали міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10-11 квітня 2014 р. – К. : НУХТ, 2014. – Ч. 3. – С. 482-483.
4. Бейдик О.О. Рекреаційно туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: Київський університет, 2001. – 395 с.
5. Бобираєва О. В. Рекреація в системі розширеного суспільного відтворення / О. В. Бобираєва // Вісник Київського Національного університету ім. Т.Г.Шевченка – Випуск 55, 2002. – 81 с.
6. Бобираєва О. В. Становлення і розвиток сфери рекреаційних послуг як напрям інтеграції до світового господарства / О. В. Бобираєва // Вісник Київського Національного університету ім. Т.Г.Шевченка – Випуск 57, 2002. – С. 33-41.
7. Герасименко В.Г. Оцінка туристично рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В.Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
8. Двадцять чотири моторошні місця України, від яких застигає кров у жилах. – URL: https://24tv.ua/24_motoroshni_mistsya_ukrayini_vid_yakih_zastigaye_krov_u_zhila_h_n601743.

9. Добровольська А. Б. Формування ринку міжнародного туризму в Україні і організаційні пріоритети його розвитку: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.05.03 / НАН України; Інститут світової економіки і міжнародних відносин. – К., 1997. – 19 с.
10. Довідка про збір інформації в головному управлінні культури, туризму і охорони культурної спадщини від 30.09.2012 №17 21/23 / Чернігівська облдержадміністрація. – Чернігів: [б. в.], 2012. – 21 с.
11. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник / Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
12. Жученко В. Перспективи формування в Україні вільних економічних зон туристсько-рекреаційного типу / В. Жученко // Регіональна економіка. – 2001. – №4. – С. 18-34.
13. Жученко В. Розвиток туристсько-рекреаційної діяльності на Україні: передумови та перспективи / В. Жученко // Регіональні перспективи. – 2001. – №1 (14). – С. 75-81.
14. Іванов А.М. «Темний» туризм як один з перспективних видів туризму // Бізнес-навігатор. – 2011. – № 5. – С. 186-191. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2011_26_36.
15. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс] / О. М. Кальченко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm.
16. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 298 с.
17. Корнілова Н.В. Проблеми розвитку туризму в Чернігівській області / Н.В. Корнілова // Географія та туризм. – 2010. – Вип.10. – С. 65-71.
18. Кузнєцова Н.М., Нездоймінов С.Г. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу : [монографія] / Н.М. Кузнєцова, С.Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2010. – 256 с.

19. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Містичний туризм: сутність і перспективи розвитку у Львівській області. – URL : https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-3_0-pages-128_137.pdf
20. Кулиняк І.Я., Ярмола К.М., Малішевська Б.О. Перспективи розвитку містичного туризму в Україні / матеріали Міжнародної наукової конференції «Формування сучасної наукової думки» (м. Кропивницький, 31 січня 2020 р.). – Кропивницький: МЦНД, 2020. – С. 53-56.
21. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
22. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 355 с.
23. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
24. Туристичний портал discover.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-travels.in.ua/2017/09/20/temnij-turizm/>
25. Олесневич Д. Л., Кузик С. П. Фактори формування туристських потреб / Д. Л. Олесневич, С. П. Кузик // Вісник Львівського університету. Серія економіка. – 1993. – №25. – С. 29-31.
26. Офіційний сайт головного управління статистики у Чернігівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chernigivstat.gov.ua/>
27. Офіційний сайт департаменту культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cult.gov.ua>
28. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm10.

29. Офіційний сайт інформ агенції «Чернігівський монітор» Стан туризму в Чернігівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://monitor.cn.ua/ua/monitoring/395858>.
30. Савіцька О.П., Савіцька Н.В., Кулиняк І.Я. Формування туристичної привабливості території // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць. – 2012. – Вип.22. – С. 148-154.
31. Свида І. В. Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І. В. Свида // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2009. – № 28(3). – С. 64–69.
32. Сім місць України, які страшно відвідувати. – URL: <https://gazeta.ua/articles/travels/7-misc-ukrayini-yaki-strashno-vidviduvati/864500>.
33. Топ-10 наймістичніших місць України. – URL: <https://tyzhden.ua/Travel/41341>.
34. Туристична компанія «Johnny Besand» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://joinup.ua/uk/>
35. Туристична сфера, готельне господарство та форми їх організації у світі: Конспект лекцій / Київський державний торговельно-економічний університет; Уклад. О.О. Любіцева та ін. – К. : Б.в., 1995. – 52 с.
36. Чернігівщина туристична. – URL : <https://chernihivregion.travel/>
37. Щоквартальний мистецький журнал літературної спілки «Чернігів» - URL: <http://surl.li/hkxfw>
38. Офіційний сайт «UA-Travels» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-travels.in.ua/2017/09/20/temnij-turizm/>
39. Офіційний сайт «SendPulse» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sendpulse.ua/support/glossary/marketing>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

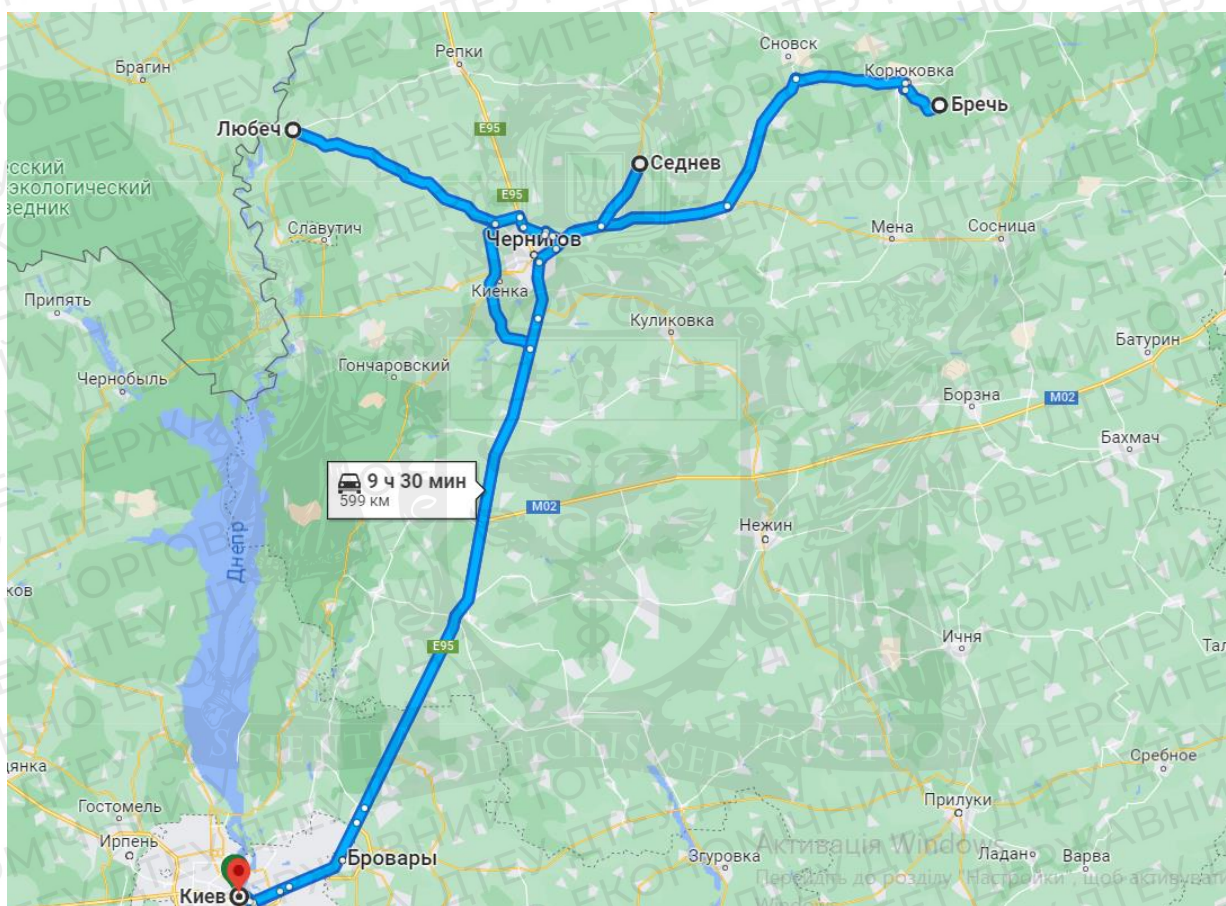
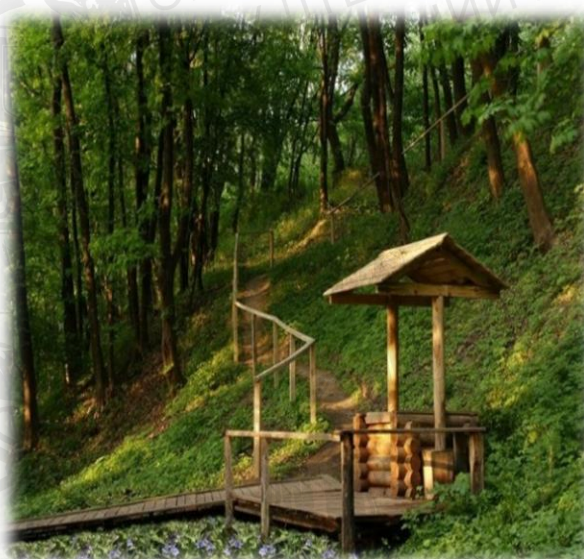


Рис. Маршрут: Київ – Любеч – Седнів – Брест – Київ

Джерело : складено автором

ДОДАТОК Б

Стародавній Любеч з пам'ятками

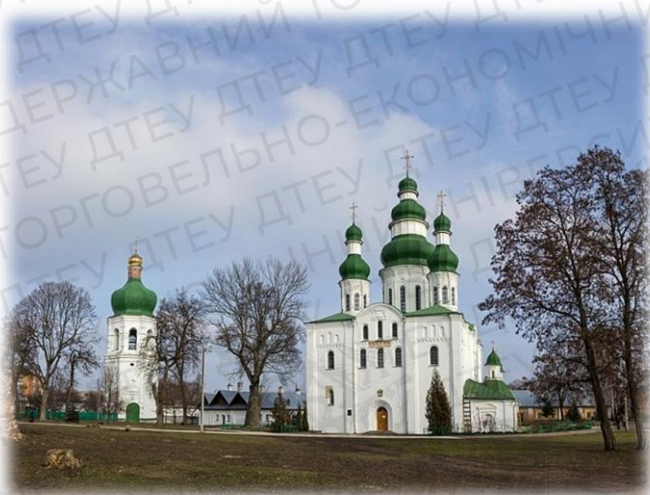


SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

Антонієві печери



Слецький Успенський монастир



Свято-Воскресенський храм



Георгіївська церква



ДОДАТОК В

Інструменти просування продукту містичного туризму

№ з/п	Назва інструменту	Характеристика інструменту
1	Створення сторінки в Tik Tok	Tik Tok – китайський соцмедійний застосунок для створення та поширення відеофайлів та онлайн-трансляцій. проект у Tik Tok і заслужити увагу перших передплатників потрібно зробити три основні кроки. Запуск проєкта у Tik Tok передбачає наступні кроки: Крок 1: Знайти свій формат та вивчити цільову аудиторію Крок 2: Визначити основні тренди Tik Tok Крок 3: Зняти та змонтувати ролик, який підходить за всіма критеріями Tik Tok
2	Використання ремаркетингу	Remarketing – це інструмент, який допомагає повернути користувачів до здійснення покупки товару або замовлення послуги на сайті. Технологія дозволяє повернути користувача, який переглянув або відклав товар у кошик, але не зробив покупку. Для цього відвідувачу демонструється релевантна його запит реклама в мережі партнерських сайтів [38]. Використовуючи цю технологію можна значно збільшити продаж товарів та послуг цільової аудиторії, залучити нових покупців, підвищити конверсію рекламних каналів.
3	Робота з турагрегаторами.	Безліч мандрівників бронюють готелі і перельоти на сайтах агрегаторів, таких як Booking, Airbnb, Острівець, Aviasales і багатьох інших. Саме тому, турагрегаторів можна використовувати для просування туристичного продукту [39].
4	Email-маркетинг	Використання Email-маркетингу може стати ключовим каналом роботи з клієнтами, які одного разу звернулися до туроператора. Для підтримки залученості та зацікавленості, можна пропонувати клієнтам знижки та спеціальні акції.
5	Використання контент-маркетингу	Це можуть бути оригінальні фото з відпочинку, розміщені на топових розважальних майданчиках, фото-відгуки блогерів, лідерів думок, вірусні відео і багато іншого [39]

6	Instagram	Найчастіше іноземні туристичні компанії звертаються до Instagram для того, щоб прорекламувати свої продукти [39].
6.1	Створення digital-брошур в режимі реального часу.	Приклад, використовуючи Instagram, Міністерство внутрішніх справ США, показує знімки найцікавіших туристичних місць, зроблені професійними фотографами. Число передплатників сторінки досягає одного мільйона, що навряд чи було б можливо, якби ці знімки викладались десь в надрах сайту міністерства або ж в паперових брошурах. По суті, аккаунт організації в Instagram є електронною брошурою, живий, що постійно оновлюється. Користувачі можуть побачити тут найкрасивіші куточки країни, насолоджуючись пейзажами. Але найбільш вражаюча річ в цьому акаунті - контент, який можна знайти на сайті: надихаючі історії людей, які живуть в країні, це викликає співпереживання і залучає все нових підписників.
6.2	Робота з топ-блогерами	Для охоплення не тільки передплатників власних сторінок, багато маркетологів роблять ставку на топ-блогерів, які мають вплив в Instagram. Ця стратегія має кілька ключових переваг. По-перше, споживачі краще реагують на контент, який виходить від людини, а не від сторінки компанії. По-друге, можна отримати вихід на тисячі, а то й мільйони людей, які раніше не були аудиторією вашого бренду. По-третє, тут можна заощадити значні суми, так як не треба посилати за кордон своїх співробітників або ж наймати фрілансерів для отримання контенту.
6.3	Використання контенту, створеного користувачами Instagram	Використання цього інструменту можливо за умови обмеженості фінансових ресурсів. Компанія може розміщувати певну інформацію про конкурси з унікальними хештегом, пропонуючи передплатникам взяти участь в них. Компанія Air New Zealand просить мандрівників позначати фотографії хештегом #AirNZ або #AirNZShareMe, а потім використовує їх для публікації у своєму обліковому записі. Результат – ситуація win-win для обох сторін. Туристи отримують можливість виграти приз і домогтися того, щоб їх фото побачили тисячі осіб, а компанія отримує просування з унікальним контентом, створеним звичайними людьми.
6.4	Використання націлених кампаній	Після того, як Instagram відкрив свій API (програмний код) для всіх рекламодавців, мережа представила нові можливості таргетингу, пов'язані з функціями материнського бренду (Facebook). Раніше рекламодавці в Instagram могли зорієнтувати кампанії на споживачів по їхньому віку, статі. Тепер вони можуть також звужувати аудиторію, використовуючи дані про їхні інтереси, поведінку і регулярність появи в мережі. Маркетологи можуть використовувати в Instagram налаштування, які раніше використовували для створення аудиторії в Facebook, завантажуючи раніше зібрані споживчі дані, такі як списки адрес електронної пошти і номери телефонів. Тому зараз, з інноваціями в Instagram, згаданими вище, стало більше способів, ніж будь-

50

		коли раніше, щоб донести свій контент до конкретних людей [39].
6.5	Комбінування методів просування	В сучасних умовах мандрівники все частіше звертаються до Instagram при плануванні своїх поїздок та для того, щоб поділитися своїм досвідом. В результаті бренди мають можливість отримати чітке уявлення про інтереси своїх споживачів і доставляти контент зі своїми пропозиціями.

Джерело : складено автором на підставі [39]

The image shows the official coat of arms of Ukraine, which is a shield featuring a golden trident. The shield is flanked by two golden figures: a warrior on the left and a woman on the right. Above the shield is a crown. Below the shield is a ribbon with the Latin motto "SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA".

50

		коли раніше, щоб донести свій контент до конкретних людей [39].
6.5	Комбінування методів просування	В сучасних умовах мандрівники все частіше звертаються до Instagram при плануванні своїх поїздок та для того, щоб поділитися своїм досвідом. В результаті бренди мають можливість отримати чітке уявлення про інтереси своїх споживачів і доставляти контент зі своїми пропозиціями.

Джерело : складено автором на підставі [39]

The image shows the official coat of arms of Ukraine, which is a shield featuring a golden trident. The shield is flanked by two golden figures: a warrior on the left and a woman on the right. Above the shield is a crown. Below the shield is a ribbon with the Latin motto "SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA".

