

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення містичного туру територією Ірландії та
його просування на ринку України»**

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

підпис студента

Мозгова
Марія
Миколаївна

Науковий керівник
канд. екон. наук,
доцент

підпис керівника

Жученко
Валентина
Григорівна

Гарант освітньої програми
к. держ. упр.,
доцент

підпис гаранта

Кравцов
Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри _____ Тетяна ТКАЧЕНКО

« _____ » _____ 2022 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Мозговій Марії Миколаївні

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

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

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

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Метою роботи є розробка містичного туру територією Ірландії та його просування на ринку України.

Об'єктом роботи є містичний тур Ірландії.

Предметом роботи є теоретичні та практичні основи розроблення містичного туру Ірландії та його просування на ринку України.

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

ВСТУП

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

- 1.1. Теоретичний базис містичного туризму
- 1.2. Діагностика ринку містичного туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Ірландії для розвитку містичного туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ МІСТИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ІРЛАНДІЇ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи та інструменти просування містичного туру територією Ірландії 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	09.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023- 21.04.2023	20.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023- 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

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

7. **Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи.** Жученко В.Г.

8. **Гарант освітньої програми** Кравцов С. С.

9. **Завдання прийняв до виконання студент** Мозгова М.М.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Випускна кваліфікаційна робота Мозгової Марії Миколаївни виконана на тему «Розроблення містичного туру територією Ірландії та його просування на ринку України» у терміни, визначені календарним графіком. Здобувач опрацювала деякий масив інформаційних джерел, які розкривають сутність туризму, а саме його різновиду – містичного. Узагальнено підходи до його тлумачення та розкриті тенденції розвитку ринку містичного туризму у світі.

Досліджено туристично-ресурсний потенціал Ірландії для формування містичного туру «Містична Ірландія» територією країни, обгрунтовано заходи щодо його реалізації для вітчизняних туристів.

В роботі міститься незначна кількість статистичних даних, що підтверджує попит на такий вид туризму у вітчизняних туристів та не обгрунтовано сегмент споживачів даного туру.

Після перевірки роботи на унікальність тексту, виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передачі до репозитарію ДТЕУ.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Жученко В.Г.
(підпис, дата)

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

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента Мозгова М.М.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023 р.

Зміст

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Теоретичний базис містичного туризму	9
1.2. Діагностика ринку містичного туризму	12
1.3. Ресурсний потенціал Ірландії для розвитку містичного туризму	15
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ МІСТИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ІРЛАНДІЇ	21
2.1. Розроблення маршруту та програми туру	21
2.2. Заходи та інструменти просування містичного туру територією Ірландії на ринку України	27
2.3. Економічне обґрунтування туру	39
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	45

ВСТУП

Сьогодні містичний туризм стає все більш популярним. Якщо в Середньовіччі вірили в привидів і їх боялися, то зараз багато людей були б не проти зустрітися з ними, а якщо ще й пощастить, сфотографуватися. Туроператори відчули інтерес клієнтів до містики і відразу почали організовувати тури в місця з привидами.

Вибираючи тури в Ірландію, туристи мають можливість помилуватися дивовижними пейзажами, старовинними замками, пустельними просторами, пісними пляжами, а також відчути неповторний ірландський дух свободи і гармонії.

Ірландію називають Смарагдовим островом. Завдяки особливому клімату тут цілий рік настільки насичено забарвлені рослини, що це здається чарівним. Не дивно, що ірландці так поважають лепрекконів і тролів. Історично в Ірландії ніколи не було важкої та екологічно шкідливої промисловості. І ірландці дуже цінують цю перевагу, бережуть природу, зокрема, від людей. Все це робить Ірландію екологічно чистим островом навіть у порівнянні з іншими європейськими країнами.

Метою роботи є дослідження теоретичних засад і розробка містичного туру територією Ірландії та його просування на ринку України.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні *завдання*:

- розкрити теоретичний базис містичного туризму;
- провести діагностику ринку містичного туризму;
- розглянути ресурсний потенціал Ірландії для розвитку містичного туризму;
- розробити маршрут та програму туру територією Ірландії;
- описати заходи та інструменти просування містичного туру територією Ірландії на ринку України;
- провести економічне обґрунтування туру.

Об'єктом роботи є теоретичні, методичні та практичні аспекти розроблення та просування містичного туру на ринку України.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис містичного туризму

Україна має видатну культурну та історичну спадщину, яка займає важливе місце в розвитку національної свідомості та культури. Більше тисячі місцевих та національних пам'яток створюють великий потенціал для розвитку туризму в Україні. Туризм має велике значення для економіки, культурного розвитку і суспільно-політичної сфери, оскільки історично-культурна спадщина є вагомим основою для формування привабливості регіону та є помітним фактором популяризації минулих пам'яток [3].

У сучасному світі, в ХХІ столітті, туризм став невід'ємною частиною життя розвинутих та передових людей. Замість того, щоб витратити гроші на дорогий одяг, чоловіки та жінки віддають перевагу відпочинку та відкриттю нових куточків нашої планети. Участь у туристичному процесі вже не обмежена окремими верствами населення, а стає доступною для кожного бажаючого. В цьому контексті туризм можна розглядати як важливий елемент якості та насиченості життя. Однак, для розвитку туризму в будь-якому суспільстві та середовищі необхідно створити сприятливе внутрішнє мікросередовище, що включає організаційно-правові та економічні аспекти [4].

Основна мета майбутніх туристів полягає у тому, щоб отримати задоволення в безпечному середовищі та отримати унікальну туристичну послугу, яка буде конкурентоздатною на світовому ринку і не буде переможена іншими пропозиціями. Згідно з вищевказаним, туризм вже став досить популярним і звичним видом відпочинку, і відвідування музеїв вже не є чимось незвичайним, що може зацікавити або залучити людей до певного міста. Через це виникає необхідність у створенні нового творчого туристичного продукту, який передбачає задоволення потреб споживачів не тільки в даний

момент, але й у найближчому майбутньому, а також передбачає їхні майбутні потреби. З кожним роком з'являються нові види туризму, і кожен з них користується великою популярністю.

На сучасному етапі розвитку світу, з'являються нові напрямки туризму, такі як гастрономічний, атомний, медичний, релігійний, екологічний, урбаністичний. З'явився також новий вид туризму - містичний, який відповідає новим тенденціям та вимогам сучасних споживачів. У наш час суспільство все менше практикує пасивний відпочинок або просто подорожі, надаючи перевагу активному або інноваційному типу відпочинку [3].

Унаслідок цього, працівникам туристичної галузі доводиться створювати нові, незвичні та раніше непропоновані форми відпочинку, які супроводжуються численними атракціями та надають гострі відчуття. Це призводить до розвитку нових видів туризму відповідно до цих потреб [4].

Тому особливу популярність серед туристів здобуває "нашумілий" екстремальний та незвичайний вид туризму, який у даній роботі полягає у дослідженні. Перш за все, слід відмітити, що легенди є більш привабливими для туристів, ніж історичні пам'ятки або музеї. Великі туристичні центри вже давно розуміють цю просту істину.

Містичний туризм є одним із видів "темного" туризму, який включає інші різновиди, такі як [4]:

а) Туризм катастроф: відвідування місць природних, техногенних катастроф або місць, пов'язаних з людською недбалістю, таких як Чорнобиль, промислові зони Краматорська та Маріуполя, кар'єри в Кривому Розі.

б) Туризм смерті: відвідування місць та об'єктів, пов'язаних з людськими трагедіями, таких як концентраційні табори (табори Гулагу, Освенцим, Аушвіц), місця Голодомору та Голокосту (Національний музей "Меморіал жертв Голодомору" у Києві), місця серійних вбивств, музеї тортур (тюрма на Лонцького у Львові) та території та об'єкти, пов'язані зі знищенням людей через релігійні переконання.

в) Некропольний («кладовищний») туризм: відвідування міських

кладовищ, наприклад музей-некрополь "Личаківський цвинтар" у Львові, Байкове кладовище у Києві.

В електронній базі даних Національної бібліотеки України імені В. Вернадського, при пошукових запитах "містичний туризм" та "темний туризм", знайдено лише по одній науковій фаховій публікації: "Алістратова К.Е. Містичний туризм: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні" та "Іванов А.М. «Темний» туризм як один з перспективних видів туризму" [5,6]. Це в порівнянні з 3180 публікаціями, знайденими за запитом "туризм", свідчить про обмежену наукову базу у дослідженні містичного туризму. Щодо містичного туризму або містичних об'єктів (місць), можна знайти часткову інформацію у публіцистично-популярних виданнях, новинах ЗМІ та на інформаційних сайтах туристичних компаній.

У згаданому джерелі містичний туризм розглядається як подорож до місць аномалій з метою відчуття гострих емоцій і незвичайних вражень. Містичний туризм можна розділити на дві великі категорії:

- 1) Містичний туризм, спрямований на відвідування місць, де перебувають привиди, вампіри та інші надприродні істоти.
- 2) Містичний туризм до так званих "місць сили" - локацій, які відзначаються позитивною (м'якою) або негативною (жорсткою) енергетикою. [5].

Згідно зі словниковим визначенням, термін "містичне" вказує на релігійно-ідеалістичні переконання, що передбачають існування надприродних сил і можливість спілкування людини з ними [7]. В інших джерелах також можна знайти такі визначення: містичний туризм охоплює відвідування різноманітних замків з історіями про привидів, а також місць, пов'язаних з інопланетними явищами [8].

Отже, містичний туризм є варіантом "темного" туризму, який включає всебічне відвідування місць або історичних пам'яток, де "проживають" привиди, де відбуваються інопланетні явища або пов'язані з містичними подіями, а також подорожі з метою отримання сили шляхом медитації, йоги, участі в спеціальних

подіях, церемоніях або ритуалах.

1.2. Діагностика ринку містичного туризму

Людина завжди мала інтерес до містики - невідоме завжди хвилювало його. У світі є багато цікавих місць для тих, хто шукає містики. Містичний туризм є новим і малорозвиненим видом туризму, тому офіційної статистики про туристичні вподобання та популярні напрямки містичних подорожей немає.

Наприклад, гора Кайлас вважається головною святинею Тибету, її називають столицею світу, домівкою богів. Якщо обійти її, а це 53 кілометри, то це, за повір'ями, означає повне очищення від гріхів. І якщо ви обідете 108 разів, ви досягнете нірвани. У регіоні Кайласа час сповільнюється, до людини приходять нові, зовсім невідомі відчуття, тому інтерес туристів до цього місця цілком зрозумілий.

Друга за популярністю подорож до Румунії. У числі найпопулярніших міст Румунії знаходяться Бухарест, Констанца, Брашов, Тімішоара, Сібіу, Алба-Юлія, Клуж-Напока, Сігішоара та Ясси, які залюбки відвідують велика кількість туристів.

Індія приваблює мільйони людей, які займаються духовними пошуками, а Непал привертає увагу любителів езотерики. Близько 10% глядачів хочуть побачити «темну сторону» Чехії. Інші можуть вибрати «інші» і захотіти зрозуміти таємниці стародавніх інків, ацтеків чи майя. А можливо – відвідати африканських шаманів (рис. 1.1). Адже кожне місто має свою невідому сторону – треба лише навчитися бачити.

Сьогодні містичні тури організовують індивідуально, але деякі турфірми пропонують тури на масовий попит.

Якщо говорити про діяльність компаній, які організовують містичні тури по світу, то це компанії з багаторічним досвідом роботи в сфері туризму та організації турів.

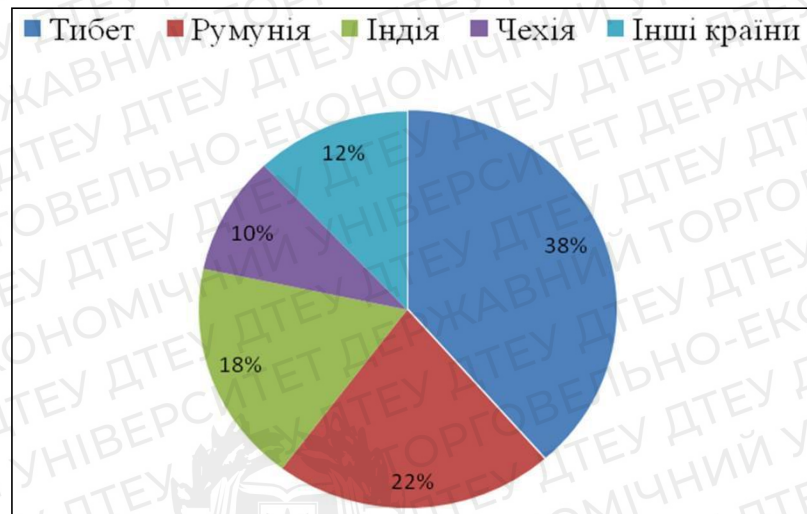


Рис. 1.1. Популярність містичних турів в країнах світу

Джерело: складено автором за даними [4]

Наприклад, «Атлас Тур» - туристичне агентство, яке працює з 1991 року і обслуговує клієнтів з усього світу. Турфірма «Атлас Тур» має мережуз понад 350 незалежних туристичних компаній, розташованих у 45 країнах світу [3].

Містичний туризм відомий особливо популярним у Європейському союзі та Сполучених Штатах Америки, де вірять у наявність привидів, вампірів та інших потойбічних істот. Велика Британія володіє ресурсами для розвитку містичного туризму, а популярними напрямками є шотландські замки, Озерний край в Англії та, звичайно ж, Лондон. Найбільший попит на містичні тури спостерігається навколо Дня всіх святих (31 жовтня) - Хелловіну. Зазвичай, містичні тури в Великій Британії включають не лише відвідування місць з містичним нахилом, але й можливість провести ніч у замку, про який говорять, що він населений привидами [5].

Шотландії, Англії, Уельсу тощо, щоб популяризувати та отримувати прибуток від місць, де відбуваються аномальні події. Серію документальних фільмів про замки з привидами було знято та показано на телебаченні (The Learning Channel). Крім того, у Великій Британії активно продаються містичні туристичні продукти, такі як «наукові паранормальні набори» (ціною від 180 до

850 доларів), які дозволяють «виявляти» привидів [4]. До таких наборів входять детектори електромагнітного поля, спеціальні прилади, які випромінюють світлове випромінювання для виявлення необхідних змін тощо.

У столиці Шотландії Единбурзі щороку в середині травня проходить Фестиваль привидів Мері Кінг, названий на честь підземного ланцюга вулиць, де відвідувачам фестивалю пропонується побродити серед темних руїн. Вулиця, яка пролежала під землею близько 200 років, звісно, не єдине цікаве місце міфів про привидів: протягом 10 днів у найбільш людних місцях люди беруть участь в експериментах за історіями та занурюються в паранормальні явища привидів. А також зустрічі з духами, слухання історій про минулі жахи та спілкування з медіумами. Найсміливіших заохочують провести ніч у незвіданому підземеллі [9].

Британське абатство Бішем у Бакінгемширі також відоме своїм фестивалем привидів. В книзі судного дня йдеться про абатство, яке належить королівській династії. Така книга є, але «Книга судного дня» — це лише кадастрова книга — вона описує землю Англії і була опублікована у 1085 році Вільямом Фантом. Це не має нічого спільного з потойбічними силами.

Фестиваль в Бішамі проводиться щорічно в травні і триває кілька годин: з сьомої вечора до півночі. Родзинкою заходу є полювання на привидів у найзагадковіших куточках абатства. Відвідувачі також можуть придбати різноманітні аномальні предмети на спеціальному ярмарку. Найбільш відвідуваним місцем Аббаса є колодязь, який має таємний хід, де люди бачать дивні мерехтливі вогні. Згідно з легендою, найвідомішим привидом абатства є леді Хоббі, яка століттями оплакувала свого сина. Напередодні Хелловіну британська компанія, яка виробляє дорожньо-будівельні матеріали, провела опитування серед водіїв, за його результатами 45% водіїв, які взяли участь в опитуванні, виявили, що бачили привидів за кермом. За результатами опитування було складено список доріг, найбільше «обжитих» привидами [9].

У США є кілька будинків і готелів, які, як кажуть, мають власних привидів. Деяким «містичним» турам понад 40 років (наприклад, Hair-Raising

Harpers Tour до Харперс-Феррі, Західна Вірджинія). Більшість містичних турів присвячені Хелловіну. Новий Орлеан (New Orleans) вважається справжнім містом привидів, мертвих людей і магії вуду, тим більше що деякі райони залишилися безлюдними після руйнівного урагану Катріна і повеней, які змусили багатьох місцевих жителів покинути свої будинки.

Румунія також бере участь у розвитку містичного туризму. Замок Бран є особливо популярним місцем, і, на думку туристів, він найбільше нагадує зображення Брема Стокера із замком, де жив відомий вампір граф Дракула. Насправді замок Бран не був резиденцією Цепеша, Влад III там ніколи не жив. Однак завдяки вдалому маркетингу (через літературні видання та кінематографічні фільми) цей замок здобув велику популярність і попит у туристів.

З 2006 року Малайзія також активно зосереджується на цьому виді туризму, рекламуючи свої замки з привидами та «прокляті» будівлі [4].

Більшість «місць сили» впливають на кожну людину окремо: для одних вібрація їхнього особистого поля резонує з вібраційним полем цього місця, забезпечуючи потік енергії та покращуючи настрій. «Сили» у світі розподілені нерівномірно: вісім з двадцяти однієї позиції знаходяться в Європі, три в Африці, чотири в Північній і Південній Америці і сім в Азії.

1.3. Ресурсний потенціал Ірландії для розвитку містичного туризму

Природно-ресурсний потенціал території Ірландії в основному характеризується хребтами і рівнинами. Більше половини території Ірландії займають Центральні рівнини, які увінчані хребтами. У внутрішніх районах переважають невисокі гори з великою кількістю озер і боліт, а в південній частині острова і біля узбережжя підносяться невисокі гори. На півночі та сході острова переважають скелясті породи. Західні гори складаються з пісковика. Низини — це трав'яні та дернові поля, луки. В Ірландії майже немає лісів. Найвищі гори Керрі в Ірландії розташовані на південному заході країни.

Найвища точка - гора Каррантучіль, висота 1041 метр над рівнем моря.

Тут густа мережа малих річок і озер. Основні річки - Шеннон, Ліффі, Шор, Барроу, Боуен, Блекуотер. Лох-Ней — найбільше озеро на Британських островах, площа якого становить 396 км², а глибина — 31 м.

Рекреаційно-туристичний потенціал Ірландії полягає в її історико-культурній спадщині та рекреаційних ресурсах. Прибережні ландшафти пропонують широкі можливості для водного відпочинку: прогулянки на яхтах, морська риболовля, літнє купання. Туристи організовують пішохідні та велосипедні екскурсії рівнинами Ірландії. Територія цієї країни багата історичними та культурними пам'ятками: середньовічними фортецями, замками, монастирями, соборами, а також дольменами - доісторичними кам'яними спорудами. Головний туристичний центр - Дублін.

Починаючи від стародавніх королів і фей, закінчуючи привидами і велетнями, турист повинен дізнатися таємниці цих містичних місць, розташованих на території Ірландії. Якщо ви плануєте подорож, вам варто ознайомитися з цим списком. Розглянемо головні містичні місця, якими може похвалитися прекрасна Ірландія.

Тара. З висоти пташиного польоту пагорб Тара виглядає як послання богам, створеним землею. Насправді цей стародавній пагорб був резиденцією, звідки кельтські королі Ірландії правили меншими королями васальних земель. Однак міфічне значення Тари сягає ще далі, до часу, коли фортеця була побудована над неолітичними могилами. Стародавні вірили, що тут живуть боги і є вхід в інший світ, повний нескінченної радості. І це місце надихає людей донині. Археологи продовжують відкривати нові місця під землею, і люди збираються на вершині пагорба в день літнього сонцестояння, щоб вшанувати пам'ять своїх язичницьких предків.

Мостова гігантів

Звичайно, існує логічне наукове пояснення існування взаємопов'язаних колон, звернених до неба, на цьому об'єкті культурної спадщини ЮНЕСКО в Північній Ірландії. Базальтові колони були утворені вулканічною активністю

мільйони років тому. Однак легенда цього місця набагато цікавіша. Він каже, щоці блоки — гігантські сходи, якими Фін Мак Кул перетнув воду до Шотландії. Замок Данлюс

Ця вражаюча середньовічна фортеця, за яку було проведено чимало битв, має неймовірне минуле. Ненадійний фундамент спричинив те, що одного разу вночі частина замку, в якій розташовувалася кухня, просто обвалилася в море, забравши з собою кількох кухарів. Принаймні так говорить легенда. Привид переможеного англійського капітана, як і раніше, живе в руїнах замку, а також ви можете почути тут крики банші, особливого ірландського духу, що належить молодій дівчині Мейв Роу.

Кам'яні кола

Дивні кола з каміння можна знайти по всій Ірландії. Це місця, де проводились містичні давні ритуали. Кам'яне коло Бромбег, яке також відоме як Вівтар друїдів, складається з 17 каменів, а в центрі цього кола були виявлені останки. Становище одного з каменів також співвідноситься із зимовим сонцестоянням.

Глендалох

Легко можна зрозуміти, чому святий Кевін прибув у ці спокійні гори, а саме в долину двох озер, де він став самотником у тиші та самотності у шостому столітті. Цікаво, що «Кухня святого Кевіна», яка отримала таку назву через те, що дзвіниця схожа на пічну трубу, насправді є маленькою церквою [16].

Лофтус-Холл

Якщо перейти від спокійного до страшного, варто відзначити, що в Ірландіїє велика кількість будинків з привидами. Найвідомішим серед них є Лофтус-Холл, де, за легендою, юна дівчина зустріла диявола. Коли вона впустила карту під час гри і нахилилася, щоб її підібрати, вона побачила його копита під столом, а потім він зник через стелю.

Казкові дерева

Якщо побачити дерево глоду посеред поля, велика ймовірність того, що це будинок одного з представників казкового народу, і тому землевласники не

зрубують ці дерева. Саме за допомогою таких дерев феї подорожують між цим світом та таємним королівством, якщо вірити ірландським легендам.

Дун-Енгус

Неподалік узбережжя Голуей розташовані острови Аран, що обдуваються всіма вітрами, які є справжнім джерелом ірландської культури, де досі розмовляють ірландською мовою. І саме тут знаходиться форт, який відноситься до бронзового віку. Він зроблений у формі півкола, зверненого до моря, і тут немає поручнів.

Скала Кашел

Коли вперше побачити цю скелю, може здатися, що вона не є справжньою. Однак вона справжня. Більше того, їй відведено дуже важливе місце в ірландській історії та міфології. Вважається, що її створив диявол, коли він відкусив від розташованої неподалік гори, а потім виплюнув те, що відкусив.

В Ірландії також можна знайти велику кількість круглих веж, які є циліндрами без дверей, які якимось чином не зруйнувалися з часів Середньовіччя. Найчастіше їх можна знайти поруч із монастирями та церквами.

Ресурсний потенціал Ірландії на якому побудований тур. Дублін розташований у східній частині Ірландії на березі річки Ліффі. З південного боку Дублін оточений гірськими хребтами, із західного — рівнинами. Також його перетинають два канали — Королівський та Великий. Уздовж узбережжя ірландська столиця розтягується на 35 км, проте загальна площа міста

— лише 115 км. Це не заважає йому не лише захоплювати цікавих туристів, а й мати статус самостійної адміністративної одиниці — графства [15].

Розташована в ірландському місті Кашелрафт, Склея Кашел (відома також як Південний Тіпперері) відіграє значну роль у історії. Протягом кількох століть до нормандського вторгнення вона була резиденцією верховних королів Ірландії, королів Манстера та місцевих правителів. У V столітті н.е. на Склі Кашелі мешкав і проповідував Святий Патрік, і з часом вона стала визначним релігійним центром в Ірландії. Ця скеля також є кандидатом на включення до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Ірландії.

Лімерик Ірландія, розташований на західному узбережжі річки Шеннон, посідає третє місце за своєю величиною – його населення становить понад 90 тисяч чоловік. Свою назву він отримав від гаельського Luimneach, що означає порожнє місце. Історія цього міста-графства, що налічує понад 1000 років, почалася з невеликої колонії, заснованої племенами вікінгів. У той час на місці сучасного мегаполісу простирался безкрайній степ, зараз Лімерик є головним туристичним оплотом країни.

Кільце Керрі є круговою трасою, що охоплює приблизно 111 миль півострова Івераг на південному заході Ірландії. Воно проходить через національний парк Кілларні та крізь чудові маленькі містечка, надаючи легкий доступ до захоплюючого дикого узбережжя та високих гір [19].

Особливо вражаючим є замок Бунратті з його масивними середньовічними меблями, які затемніли від часу. Стіни прикрашені старовинними картинами та гобеленами, а особлива увага привертається до великого залу з чудовим дубовим плафоном.

Замок Бунратті оточений доглянутим садом, спроектованим у вікторіанському стилі. Тут вирощуються фрукти, овочі та квіти, які прикрашають замок [14].

Скелі Мохер, що заворожують своєю величиною, по праву вважаються головною визначною пам'яткою Ірландії. Вони знаходяться в місцевості Бурен графства Клер. Геологи вважають, що скелі утворилися за 6000 років до нашої ери. Прямокутні скелі Мохер, покриті зверху килимом з ніжної трави і квітів, тягнуться вздовж узбережжя на 8 кілометрів.

Голуей – адміністративний центр графства Голуей, головний атлантичний порт республіки, ворота Gaeltacht і Connemara. Місто розташоване на заході, у гирлі річки Корріб. Вважається культурною столицею Ірландії, де невпинно галасують паби та панує розкута атмосфера [18].

Коннемара — регіон, що розташований біля західної Ірландії в Графстві Голвей, на заході провінції Коннахт. «Столицею» Коннемари є селище Кліфден, в якому проживає 3000 мешканців

Коннемара – це в основному торф'яні болота, озера та невисокі гори.

Абатство Кайлемор є монастирем бенедиктинців, заснованим на майданчику колишнього замку Кайлемор у 1920 році.

Розташоване в місті Коннемара, графство Голуей, абатство Кайлемор є одним з найпопулярніших місць в Ірландії, в основному завдяки його багатій та досить романтичній історії [17].

Національний парк у горах Віклоу – казково гарне місце – гірські озера, гори, ліс всього за годину їзди від Дубліна. Тягнеться гірський хребет Віклоу через три графства. Вони займають весь центр графства Віклоу і простягаються за його межами у графствах Дубліна, Вексфорда та Карлоу.

Глендалох - це льодовикова долина, розташована у графстві Віклов, Ірландія, і відома своїм середньовічним монастирем. Заснований у VI столітті святим Кевіном, цей монастир відіграв важливу роль у церковному житті Ірландії до XIII століття. У 1398 році останніх монахів було вигнано з монастиря англійськими солдатами, після чого він став місцем церковного значення та паломництва для місцевого населення.

Місто Кілкені вражає величезним замком XII століття, що розташований на березі річки Нор. Замок Кілкені, споруджений графом Пемброк Вільямом Маршалом, височить на височині над річкою, що робить його ідеальним для оборонних цілей. Ця фортеця залишає незабутнє враження [14].

Отже, враховуючи вищенаведене, можна зробити наступний висновок.

Ірландія - одне з найбільш незвичайних туристичних напрямків на земній кулі. Ця країна більш відома своїм образом в цілому, ніж окремими пам'ятками. Настільки маленький куточок планети може бути наповненим такою неймовірною кількістю грандіозної історії, природної краси, яскравої культури і нестримних веселощів.

Визначні пам'ятки Ірландії - це: розкішні парки, руїни старовинних замків, музеї та сучасні споруди, містичні місця. Все це підкорює з першого погляду та не дає залишити країну без пам'ятних фотографій та чудових враження.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТ МІСТИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ІРЛАНДІЇ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Процес розробки туру включає кілька етапів. Спочатку вибираються пункти маршруту, які потім ієрархізуються. Потім визначаються точки початку і закінчення маршруту. Після цього розробляється схема маршруту та проводиться його оптимізація. Розробка схеми маршруту і програмного забезпечення є паралельними процесами, які нерозривно пов'язані. Розрахунок вартості туру здійснюється на основі організаційно-технічних заходів, проведених для пошуку партнерів та укладення з ними угод.

Початок містичного туру “Загадкова Ірландія” у Дубліні, 7 ночей. Вартість подорожі на 1 особу при 2-місному розміщенні: 1095€

Таблиця 2.1.

Маршрут пересування

Дублін – скеля Кешел	2 год 50 хв
скеля Кешел – Лімерик	2 год
Лімерик – “Кільце Керрі”	1 год 25 хв
“Кільце Керрі” – замок Банратті	1 год 45 хв
замок Банратті – кручі Мохер	25 хв
кручі Моер – Голуей	50 хв
Голуей – п-ів Коннемара	1 год 25 год
п-ів Коннемара – абатство Кайлмор	10 хв
абатство Кайлмор – гори Віклоу	4 год
гори Віклоу – долина Глендалох	20 хв
долина Глендалох – Кілкені	1 год 25 хв
Кілкені – Дублін.	1 год 20 хв

Джерело: розроблено автором

День 1

Прибуття в Дублін. Трансфер в готель. Вільний час. Для бажаючих – ввечері є можливість відвідати Дублін і один з пабів.

Дублін є офіційною, економічною та культурною столицею Ірландії. Місто розташоване на узбережжі затоки Ірландського моря, в гирлі річки Ліффі, яка розділяє місто на південну та північну частини. Довгий час столиця Ірландії була недооцінена мандрівниками. Однак останнім часом інтерес туристів значно зріс.

Щороку сюди приїжджають тисячі відвідувачів, щоб ознайомитися з визначними пам'ятками Дубліна, помилуватися його красою, самобутньою архітектурою і дізнатися про його багатовікове минуле.

Ночівля в готелі в Дубліні.

День 2

Сніданок.

Оглядова та автобусна екскурсія по Дубліну з ліцензованим гідом.

Дублін - столиця Ірландії, місто-графство з багатьма пам'ятниками. Місто відоме своєю захоплюючою історією, оригінальною затишною атмосферою, дощовою погодою та блискучими ірландськими пабами.

Під час екскурсії ви маєте змогу відвідати старий центр міста, Трініті-коледж з його унікальним рукописом Келлської книги, а також Дублінський замок та найбільший собор в Ірландії, Святого Патріка, який мав зв'язок з видатним письменником і сатириком Джонатаном Свіфтом, автором відомого твору "Мандри Гуллівера".

Дублінський замок був побудований в 13 столітті, ймовірно, на місці поселення вікінгів. Будівля розташована там, де Дублінські річки Подле та Ліффі утворюють чорне озеро — ірландською «dabh linn», від якого місто Дублін отримало свою назву.

У вашому вільному часі в Дубліні ви можете відвідати Національну картинну галерею та Національний музей Ірландії, які мають безкоштовний вхід.

Також ви можете захотіти відвідати виставковий центр пивоварні Guinness, що є найпопулярнішим туристичним об'єктом Ірландії. Там ви зможете ознайомитись з ірландським пивом та процесом його приготування за ціною від 26 євро, включаючи пінту Guinness у панорамному барі.

Також рекомендується відвідати музей "Dublinia", який реконструює середньовічний Дублін епохи вікінгів.

Ночівля в готелі в Дубліні.

День 3

Сніданок, виселення з готелю.

Відвідайте сади маєтку Пауерс Корт (вхідний квиток 11,50 євро) – сімейної резиденції, відомої своїми чудовими садами та безперервним парком (вони посідають 3 місце в десятці найкращих садів світу за версією журналу National Geographic), а також Найкрасивіший в Ірландії вид на високий водоспад 121 метр (вхідний квиток - 6,5 євро).

Над містечком Кашел у центральній Ірландії є камінь. На його крутих схилах збереглися руїни колись великої столиці, якою правили королі Мюнстера. Існує давня легенда про те, що святий Патрік навернув тут короля Кірка III у християнство сотні років тому.

Rock of Cashel, також відомий як Склея Кашел, є комплексом, що поєднує собор і замок, де святий Патрік хрестив верховних королів Ірландії. В 10 столітті саме тут відбулася коронація Брайана Бору, який в подальшому став королем Мюнстера і потім Верховним королем Ірландії. За вхід на територію потрібно сплатити 6 євро.

Ніч у готелі в Лімеріку.

День 4

Сніданок.

Відвідати екскурсію найвідомішим мальовничим маршрутом Ірландії навколо півострова Айвера, відомого як Кільце Керрі.

Це, безсумнівно, одне з найчарівніших місць в Ірландії. Красиві гори та прибережні краєвиди – постійні супутники майже будь-якого маршруту.

Неможливо заперечити, що це одне з найчарівніших місць в Ірландії. Впечатляючі гори та захоплюючі краєвиди прибережжя супроводжують майже кожен маршрут.

Кільце Керрі є справжньою перлиною Ірландії - це живописний та надзвичайно популярний маршрут протяжністю близько 179 км через графство Керрі. Маршрут заслуговує на увагу завдяки численним палацам, старовинним замкам, озерам, церквам і пасовищам, які розташовані вздовж нього. Ця краса завжди контрастує з бурхливим і неспокійним Атлантичним океаном.

На маршруті можна знайти цікаві місця, такі як містечко Кеерсівен (Cairsiven), де знаходиться старовинна католицька церква, що носить ім'я національного героя Ірландії - Деніела О'Коннелла; кам'яна фортеця Стеге, побудована в 3-4 століттях; Вотервіль (Waterville), місто, яке було улюбленою місцевістю Чарлі Чапліна, тут можна насолодитися прогулянкою по пляжу.

Під час подорожі маршрутом "Кільце Керрі" ви дійдете до національного парку Кілларні, де зможете насолодитися захоплюючою красою великих озер та водоспаду Торк. Ви також зможете відвідати масток Макросс і випробувати катання на конях. В парку є можливість придбати сувеніри.

Частину маршруту проходить через рибальські села та навіть окремі піщані пляжі, де ви зможете насолодитися атмосферою моря. Якщо під час подорожі ви захочете змінити обстановку та відпочити від пейзажу, відвідайте один із пабів і спробуйте смачне ірландське пиво з шипучими шарами.

Ніч у готелі в Лімеріку.

День 5

Сніданок, виселення з готелю. Переїзд в парк Банратті.

Оглядова екскурсія замком і народним парком Банратті (Banratty Castle and Folk Park). (вхід 16 євро). Замок Банратті зберігся майже в первісному вигляді з 15

століття.

Замок має драматичну та криваву історію з інтер'єрами 15-16-го століть і є однією з небагатьох будівель того періоду, які повністю збереглися.

Поруч з парком Фолк є старе ірландське село 19-го століття з будівлями, привезеними з усієї Ірландії. Є будинок лікаря, школа, ломбард, бар, продуктовий магазин, пошта та ін. Відвідування замку та села дозволить вам поринути в атмосферу двох найцікавіших періодів історії країни.

Екскурсія по парку з його історичними пейзажами та красивою сільською місцевістю, яка чітко демонструє ремесла та повсякденне життя Ірландії у 18-19 століттях.

Додержуючись маршруту , прямуємо до Moher Cliffs які є одним із природних чудес Ірландії (вхід 10 євро), розташовані у графстві Клер.

Ірландські скелі, які стали знаменитими, сформувалися близько 6 тисяч років тому, ще до нашої ери. Вони були свідками прибуття перших поселенців, які оселилися в цих місцях десятки років тому - скіфів, англійців, шотландців, датчан. З вершини, що піднімається на висоту 200 метрів, відкривається захоплюючий вид на Атлантичний океан.

Самотня кам'яна вежа О'Браєна гордо височіє на скелях. Він був споруджений у 1835 році Корнеліусом О'Брайеном, нащадком ірландського короля Брайана Боро, щоб справити враження на дам, які його відвідували, панорамою з оглядової вежі. Деякі сцени з фільму «Гаррі Поттер і Напівкровний принц» були зняті біля скель Мохер.

Прогулюючись вузькими вуличками колишнього міста-фортеці, яке тепер стало культурним центром Західної Ірландії, ви буде оточені яскравими виступами вуличних музикантів. Відчуєте бадьору атмосферу та грайливий дух цього міста, що завжди повністю захоплює своїх відвідувачів.

Ніч у готелі в Голуеї.

День 6

Сніданок, виселення з готелю.

Відвідування мальовничого півострова Коннемара з його пагорбами, покритими зеленим листом і хмарами, що розповзаються, виглядає майже чарівним. Світло постійно змінює настрій і колорит пейзажу.

Відвідаємо абатство і замок Кайлмор - вражаючий замковий комплекс. Абатство Кайлмор - перлина графства Мейо. У 1864 році Мітчелл Генрі, власник маєтку Кайлмор, побудував для своєї дружини заміський замок на березі гірського озера. Пізніше в парку біля будинку була споруджена каплиця в пам'ять про леді Мітчелл. Нині настоятель живе тихим життям бенедиктинського монастиря. Ніч у готелі в Дубліні.

День 7

Сніданок. Вільний день.

Пропонуємо факультативну екскурсію «Гори Віклоу – долина Глендалох – місто Кілкенні» (50 євро).

Графство Віклоу, відоме як «Сад Ірландії», розташоване серед зелених пагорбів, усіяних маленькими водоспадами, водоспадами та блискучими озерами. Відвідайте Глендалоу – льодовикову «долину двох озер», відому своїм чернечим поселенням 6 століття (вхідний квиток 4 євро). Ви також побачите «злиття двох вод», два озера Блессінгтона.

Глендало (Glendalough) — давнє християнське чернече поселення. Стародавній монастир збережений на крутих схилах Глендалоу, в густо лісистій «долині двох озер». У 6 столітті Сент-Кевін заснував тут громаду, яка неодноразово відбивала набіги вікінгів і продовжувала процвітати протягом 6 століть.

А далі по маршруту прямуємо до Кілкенні та відвідаємо замок Кілкенні (вхід 12 євро), величний замок 12-го століття, побудований Вільямом Маршалом, графом Пембрук. За протягом шести століть, починаючи з XIV століття, замок Кілкенні служив головною резиденцією впливового і могутнього роду Батлер

(Орманді). Особливою пишнотою замку є його Довга галерея, яка була створена для зберігання картинної колекції Батлерів. В даний час тут можна знайти чудову колекцію мистецтва та багату бібліотеку. Навколо замку розташований великолепний сад з фонтанами.

Крім замку, у місті Кілкенні є багато цікавих місць для відвідування. Серед них: собор Святого Каніса в готичному стилі (St. Canice Cathedral), міський музей, розташований у старовинному будинку багатой купецької родини, будинок Рота, Чорне абатство та собор Святої Марії. Також варто відвідати кафедральний собор, мерію та абатство Святого Франциска.

Ніч у готелі в Дубліні.

День 8

Сніданок, звільнення номерів до 12-00.

У вільний час ви можете насолодитися останніми моментами у цьому чудовому місті, відвідати цікаві місця або насолодитися місцевою культурою та гастрономією. Після цього вам доступний трансфер до аеропорту для зручного від'їзду.

2.2. Заходи та інструменти просування містичного туру територією Ірландії на ринку України

У зв'язку з глобалізацією світової економіки та зростанням конкуренції між виробниками та постачальниками послуг з різних країн, виникла потреба в ефективному маркетинговому управлінні для привернення необхідних ресурсів. Оскільки отримання конкурентних переваг у сфері виробництва стає все складніше, все більше підприємств звертають увагу на сферу послуг, особливо туристичні послуги. Туризм став однією з найдинамічніших галузей світової економіки, а кількість учасників світового туристичного ринку постійно зростає.

Розробка ефективної стратегії просування туристичних продуктів, зокрема

містичних турів по території України, є однією з ключових задач, яка потребує уваги менеджерів з маркетингу туристичних підприємств в Україні. У сучасних умовах лише якісні продукти, доступні ціни та розвинута туристична інфраструктура недостатні для досягнення стійких конкурентних переваг на ринку. Вирішення цієї проблеми неможливе без проведення маркетингових досліджень, на основі яких будуть обрані оптимальні інструменти просування туристичних продуктів для конкретних цільових груп споживачів з різних країн.

Туристична галузь в Україні активно розвивається і має значний потенціал для стати одним із ведучих секторів, що сприятиме подальшому економічному зростанню в країні. Незважаючи на досягнення останніх років і постійне зростання кількості іноземних туристів, що відвідують Україну, потенціал внутрішнього туристичного ринку в сфері в'їзного туризму залишається недостатньо реалізованим[20].

Для досягнення успіху в маркетингових заходах на туристичному ринку, особливо для іноземних відвідувачів, важливо обрати інноваційну стратегію просування туристичних продуктів. Основною метою цього дослідження є вивчення оптимальних підходів до формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів у сфері в'їзного туризму в Україні[20].

Для аналізу проблем і перспектив розвитку міжнародного туризму України, використано універсальний та поширений у всьому світі метод SWOT-аналізу. SWOT – це абревіатура, що означає: Strengths – сильні сторони, Weaknesses –слабкі сторони, Opportunities – сприятливі можливості, Threats – загрози [20]. За допомогою SWOT-аналізу легше з'ясувати обставини, за яких розвивається міжнародний туризм України. Я збалансувала вплив внутрішніх сильних іслабких рис із впливом зовнішніх сприятливих можливостей і загроз (табл. 2.2).Після визначення всіх критеріїв SWOT-аналізу я попарно порівняли усі сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози міжнародного туризму України[20].

Таблиця 2.2.

SWOT-аналіз міжнародного туризму в Україні

Слабкі сторони	Сильні сторони
1. Низький рівень якості інфраструктури; 2. Нестабільний рівень сервісу; 3. Висока вартість обслуговування, зокрема у періоди підвищеної відвідуваності країни іноземцями; 4. Нестабільна політична ситуація та війна в Україні; 5. Знецінення громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, свого туристичного потенціалу; 6. Низький рівень обізнаності про туристичні ресурси країни серед іноземців; 7. Держава недостатньо просуває туристичний бренд країни; 8. Недосконалість законодавства в області туризму.	1. Сприятливе географічне розташування (географічний центр Європи); 2. Різноманітність ландшафтів і природних зон; 3. Багата історична спадщина; 4. Наявність офіційного туристичного бренду країни; 5. Відкритість країни до міжнародного співробітництва; 6. Безвізовий режим із ЄС; 7. Унікальний етнічний колорит та культури як окремих регіонів, так і країни в цілому; 8. Унікальна та відома у світі кухня.
Загрози	Можливості
1. Посилення повномасштабного вторгнення Російської Федерації . 2. Можливість виникнення конфліктів з іноземцями на ґрунті низького рівня толерантності серед громадян України; 3. Загроза виникнення технологічних катастроф; 4. Підвищення рівню виникнення епідемій; 5. Підвищення рівню тероризму у світі; 6. Високий рівень еміграції; 7. Погане ставлення іноземців до населення, у результаті низького іміджу країни; 8. Енергетична залежність України від країн-сусідів.	1. Міжнародне співробітництво у сприянні подоланню військового конфлікту на сході України; 2. Прийняття України у члени ЄС; 3. Інвестування у туристичну галузь України; 4. Розвинення західних готельних мереж; 5. Навчання персоналу за кордоном; 6. Європейське населення змінить своє ставлення до населення України як до дешевої робочої сили; 7. Використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг; 8. Використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази.

Джерело: розроблено автором за даними [20].

Для оцінки я використовувала шкалу оцінок 1, 0, та -1, де оцінка 1 – це позитивний ефект при поєднанні двох факторів, оцінка 0 – відсутність або незначний ефект та оцінка -1 – це негативний ефект (табл. 2.2). Сума балів від порівняння сильних сторін та можливостей дорівнює 32, сума балів від порівняння слабких сторін та можливостей дорівнює 13, що у сумі дає 45.

Таблиця 2.3

Оцінка факторів SWOT-аналізу

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8		
O1	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3
O2	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	0	-1	-1	1	0	-1	0	8
O3	1	1	1	0	1	1	1	1	7	1	1	0	-1	0	1	1	-1	2	9
O4	1	1	0	0	1	1	1	1	6	-1	0	0	-1	0	0	0	0	-2	4
O5	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	3	5
O6	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
O7	0	0	0	1	1	1	0	0	3	1	1	1	0	0	1	1	0	5	8
O8	0	0	1	0	1	1	0	0	3	1	1	1	0	0	0	0	1	4	7
	3	3	3	4	7	6	3	3	32	4	5	2	-2	-1	3	2	-1	13	
T1	0	0	0	-1	-1	0	-1	0	-3	0	0	0	-1	0	-1	-1	0	-3	-6
T2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-7	0	0	-1	-1	0	-1	-1	0	-4	-11
T3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	-1	-1
T4	0	0	0	0	0	-1	0	0	-1	-1	0	0	-1	0	0	0	0	-2	-3
T5	0	0	-1	0	0	-1	0	0	-3	-1	0	0	-1	0	0	0	0	-2	-5
T6	0	0	0	0	-1	0	-1	0	-2	0	0	0	-1	-1	0	0	0	-2	-4
T7	0	0	-1	-1	0	0	0	0	-2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-6	-8
T8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-1	-1	-3	-3	-3	-3	-3	0	-18	-3	-1	-2	-7	-2	-3	-2	0	-20	
	2	2	0	1	4	3	0	3		1	4	0	-6	-3	0	0	-1		

Джерело : розроблено автором за даними [20].

Результати попарного порівняння сильних сторін, слабких сторін та загроз вказують на потенціал для ефективного розвитку міжнародного туризму в Україні. Відповідно до аналізу, сильні сторони компенсують негативні ефекти слабких сторін та загроз, що створює гарні можливості для країни.

Це означає, що Україна може скористатися своїми сильними сторонами, використовуючи їх як переваги для залучення міжнародних туристів. Проте, важливо також враховувати слабкі сторони та загрози, і працювати над їхнім вдосконаленням та мінімізацією.

Враховуючи ці результати, можна сказати, що Україна має потенціал для розвитку туризму і може використати цей потенціал, впроваджуючи ефективні маркетингові стратегії та просуваючи свої унікальні туристичні продукти серед різних цільових груп.

Згідно аналізу, найсильнішими сторонами нашої країни, а саме тими, що зберегли високий показник під впливом як можливостей, так і загроз, є:

1. відкритість країни до міжнародного співробітництва (сумарний показник 4);
2. безвізовий режим із ЄС (сумарний показник 3);
3. унікальна та відома у світі кухня (сумарний показник 3).

Найслабшими сторонами, а саме тими, чия слабкість була посилена впливом загроз, або не була виправлена впливом можливостей, є:

1. нестабільна політична ситуація та війна на сході України (сумарний показник -6);
2. знецінення громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, свого туристичного потенціалу (сумарний показник -3);
3. недосконалість законодавства в області туризму (сумарний показник -1).

Можливостями, які б принесли розвитку міжнародного туризму нашої країни максимальну користь, а саме задіяли б сильні сторони нашої країни а також

виплавили слабкі сторони, є:

1. інвестування у туристичну галузь України (сумарний показник 9);
2. прийняття України у члени ЄС (сумарний показник 8);
3. використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг (сумарний показник 8);
4. використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази (сумарний показник 7).

Найнебезпечнішими загрозами, які можуть знищити користь від сильних сторін та посилити слабкі сторони, є:

1. можливість виникнення конфліктів з іноземцями на ґрунті низького рівня толерантності серед громадян України (сумарний показник -11);
2. погане ставлення до населення у результаті низького іміджу країни (сумарний показник -8);
3. збільшення агресії з боку російської федерації – повномасштабне вторгнення на територію України (сумарний показник -6).

У нашій країні існують ключові переваги, які витримали вплив різних можливостей та загроз і продовжують залишатись сильними:

- Активне залучення до міжнародного співробітництва, що характеризується відкритістю країни.
- Безвізовий режим з країнами Європейського Союзу, що є вагомим перевагою.
- Унікальна та всесвітньо відома кухня, яка є однією з наших сильних сторін. У нашій країні існують недоліки, які стали ще більш помітними через вплив загроз або відсутність вирішення їх за допомогою можливостей. Основними слабкими сторонами є:
- Нестабільна політична ситуація та конфлікт на території України, що впливає на загальну ситуацію у країні.
- Втрата громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, недостатнє використання туристичного потенціалу.

- Недосконалість законодавства в сфері туризму, що створює проблеми у цій галузі.

Для досягнення максимальних переваг у розвитку міжнародного туризму нашої країни та ефективного використання сильних сторін і вирішення проблем слабких сторін ми можемо скористатися наступними можливостями:

- Залучення інвестицій до туристичної галузі України для її подальшого розвитку.
- Прийняття України в ряди Європейського Союзу, що відкриє нові перспективи для міжнародного туризму.
- Використання світового досвіду та співробітництва для дослідження,
- організації та ефективного управління ринком туристичних послуг.

Найбільш серйозними загрозами, які можуть негативно позначитися на сильних сторонах та підсилити слабкі сторони, є наступні:

- Ризик виникнення конфліктів з іноземцями на основі низького рівня толерантності серед громадян України.
- Негативне ставлення до населення внаслідок поганого іміджу країни.
- Збільшення агресії з боку Російської Федерації.

Передусім, я хотіла б звернути увагу на найпроблематичніші аспекти в нашій країні, оскільки без їх вирішення подальший розвиток міжнародного туризму в Україні стане майже неможливим.

Найоптимальнішим сценарієм для розвитку нашої країни та туризму був би, насамперед, сценарій, що передбачає припинення збройних конфліктів в Україні.

Довіра до джерел масової інформації та держави в цілому тісно пов'язана з іншою слабкою стороною країни - невдоволенням громадян своєю культурною спадщиною і, як наслідок, обмеженим туристичним потенціалом. Телебачення поширює пропагандистську інформацію про досягнення країни, тоді як у Інтернеті громадяни можуть знайти набагато більше позитивної або негативної інформації про нашу країну, і часто декілька різних джерел можуть представляти протилежну інформацію про одну подію.

У той самий час громадяни України спостерігають за діяльністю

антикорупційної служби та доповідями про затриманих корупціонерів, але вони також усвідомлюють, що найбільш впливові корупціонери залишаються безкарними.

Держава вкладає зусилля в реабілітацію туристичних пам'яток, які піддаються руйнуванню, і виділяє кошти на їх реконструкцію, але з часом, у більшості випадків, з'являються повідомлення в ЗМІ про те, що ці кошти були розкрадені.

Кожне дорожньо-транспортне пригода (ДТП), в якій бере участь особа з достатком, обов'язково триватиме більше декількох місяців і завершиться безкарністю для винуватця, і мешканці нашої країни це розуміють. Нова поліція країни, яка була розрекламована, має обмежені повноваження, і в більшості випадків на неї не можна розраховувати для захисту.

Все це разом призводить до того, що населення переконане, що ніхто в країні не має захисту, нічому неможна вірити, а громадян ніхто не поважає. Культура і спадщина України відходять на задній план, коли населення турбується про власне виживання, і це призводить до знецінення спадщини.

З іншого боку, останнім часом з'явилась тенденція до національного підйому після початку війни у 2014 році та повномасштабного вторгнення у 2022 році. Серед громадян України все більше зростає цінність їх українського походження, вони стають більш активними у використанні української мови у повсякденному житті і прагнуть підтримки національної свідомості.

Проте, варто зазначити, що національна свідомість не пов'язана безпосередньо з довірою до держави, а скоріше заснована на бажанні громадян України брати участь у прийнятті рішень, що стосуються країни.

Дійсно, загрози, пов'язані з низьким рівнем толерантності та негативним ставленням громадян до інших культур і спільнот, можуть значно ускладнити розвиток міжнародного туризму в Україні. Це може вплинути на сприйняття та безпеку іноземних відвідувачів, а також створити негативний імідж країни.

Для подолання цієї проблеми важливо проводити освітні та інформаційні

кампанії, спрямовані на підвищення рівня толерантності та культурного розуміння серед громадян України.

Також важливо забезпечити належний рівень безпеки та захисту прав іноземних відвідувачів, що включає розробку ефективних механізмів звітування про випадки нетерпимості та прийняття відповідних заходів.

Створення толерантного середовища та позитивного іміджу України як відкритої та гостинної країни будуть сприяти привабливості туристичного напрямку і сприяти розвитку міжнародного туризму.

Серед студентської спільноти можна помітити певну кількість осіб з расистськими установками, а також небагато неформалів, які прибули до нашої країни з туристичними метою, і можуть потрапити у конфліктну ситуацію з місцевим населенням.

Фактор толерантності також пов'язаний з негативним ставленням до українського населення внаслідок низького іміджу країни. Українці сприймаються в Європі як люди з низьким рівнем достатку та як дешева робоча сила. Це пояснюється поганим економічним становищем країни та змушеністю українців шукати роботу за кордоном, зокрема в Європі, де вони отримують низьку заробітну плату, яка для України вважається середньою, та проживають у неприйнятних для європейських стандартів умовах.

Одна з останніх небезпечних загроз, що перебуває на останньому місці в списку, полягає у можливості подальшого зростання військових дій на території України через збільшення агресії з боку Російської Федерації. Воєнний конфлікт не сприяє розвитку міжнародного туризму, а загострення воєнних дій тільки поглиблює негативний вплив.

Так, відкритість країни до міжнародного співробітництва дійсно може бути сильною стороною, яка сприяє вирішенню проблем і вдосконаленню законодавства в туристичній галузі. Це відкриває можливості для усвідомлення досвіду інших країн та впровадження передових практик.

Запровадження партнерських відносин з міжнародними готельними ланцюгами та організаціями також може сприяти підвищенню якості обслуговування в туристичній галузі. Це може включати надання сучасних технологій, професійну підготовку персоналу та створення комфортних умов для іноземних відвідувачів.

Загалом, використання сильних сторін країни, таких як відкритість до міжнародного співробітництва, може допомогти збалансувати вплив загроз та зменшити негативні наслідки. Продовження розвитку цих сильних сторін та вдосконалення слабких моментів допоможе створити привабливе середовище для міжнародних туристів і сприятиме розвитку міжнародного туризму в Україні.

Також, багато громадян України, що масово виїжджають у Європу після введення безвізового режиму, ввозять з собою "інформаційний капітал". Конкретно, українці поширюють інформацію про ситуацію в нашій країні та воєнні дії, про які в Європі майже нічого не відомо. Деякі європейці вважають, що війна в Україні - це не серйозна ситуація, а деякі навіть бачать її як можливість для воєнної реконструкції та приваблення туристів, не усвідомлюючи, наскільки це неприйнятно для нас.

Ще однією сильною стороною нашої країни є унікальна та всесвітньо відома кухня. Вона залишається смачною в будь-яких обставинах і є екзотикою для іноземців.

Максимальну користь для розвитку міжнародного туризму в нашій країні можна отримати шляхом інвестування в туристичну галузь України. Проте, це можливо лише за умови активного просування туристичного бренду України та наших туристичних ресурсів. Крім того, вступ України до Європейського Союзу відкриє нові можливості для співробітництва, використання світового досвіду у дослідженні, організації та управлінні ринком туристичних послуг, а також удосконалення законодавчої бази.

Аналізуючи останні тенденції в'їзного та виїзного туризму України, що були

розглянуті в попередніх розділах, можна зазначити, що країнами-лідерами в цих напрямках є ті ж самі країни, а саме наші сусіди.

На підставі другого розділу можна зробити висновок, що розвиток екскурсійної діяльності є комплексним питанням, яке потребує значної інформації щодо ресурсного забезпечення, розвитку матеріально-технічної бази туризму, ситуації з попитом і пропозицією, співпраця з учасниками ринку на відповідних ринках України.

Методи просування туристичного продукту на ринку України:

1. Розробка детального маркетингового плану для туристичної дестинації є важливим кроком для повного розкриття потенціалу даної дестинації та створення ефективної стратегії її просування з використанням відповідних інструментів. Маркетинговий план є основою для проведення всіх маркетингових заходів. Він надає структурований план дій, де визначаються цілі, цільові групи, конкурентний аналіз, бюджет та інструменти просування. Цей план забезпечує координацію та ефективність маркетингових зусиль компанії.

Креативна маркетингова ідея може виникнути на основі маркетингового плану і виявляється у новаторських рішеннях та ідеях для досягнення маркетингових цілей. Вона доповнює план, створюючи інтересні та ефективні способи залучення клієнтів. Усі разом, маркетингове планування та креативна маркетингова ідея взаємопов'язані і сприяють успішному розвитку туристичного бізнесу.

2. На практиці все більш поширеним стає використання авторитетних осіб в Інтернеті для просування туристичних продуктів. Туристичні блогери, ютубери та популярні особистості на Instagram залучаються до співпраці як засіб просування своїх туристичних продуктів. Фактично, ці особистості будують свій персональний бренд у мережі, навколо якого збирається велика кількість фоловерів. Думки та оцінки цих осіб часто є вирішальними для сотень, тисяч або навіть мільйонів читачів або глядачів. Наприклад, готель може запропонувати

відомому ютуберу безкоштовне перебування в розкішному номері в обмін на створення короткого відеоролика про переваги готелю та його навколишній території, який буде опублікований на його популярному YouTube каналі.

3. Щоб задовольнити потреби туристів, важливо розмістити інформативний та добре ілюстрований путівник про обрану DESTINATION в Інтернеті. Туристи є основою індустрії туризму, тому всі маркетингові зусилля повинні бути спрямовані на їхні потреби та вимоги. Багато іноземних відвідувачів, які приїжджають в Україну вперше, мають обмежені знання про країну, тому на сайті туристичної компанії буде дуже корисним професійно створений та доступний путівник.

В путівнику слід надати туристам багато ідей для дозвілля та огляду, а також уся корисну інформацію, що описує переваги конкретної DESTINATION або регіону. Цікавою ідеєю буде включити розділ у путівнику під назвою "Місцеві порадають", де розповідається про рекомендації місцевих жителів щодо ресторанів та визначних пам'яток архітектури. Путівник також можна надрукувати та розповсюджувати безкоштовно в офісі компанії, на туристичних виставках, ярмарках та інших подіях.

4. Використання клієнтського контенту про продукт або DESTINATION та його просування в Інтернеті. Багато туристів, перед тим як почати свою подорож, активно шукають в Інтернеті відгуки та історії інших туристів, особливо зі своєї країни, щоб дізнатися про їхній досвід відвідування певної DESTINATION. Реальні приклади з життя та подорожей інших мандрівників, які вже випробували певний продукт або відвідали конкретну локацію, мають велике значення для багатьох туристів. Такі туристи часто добровільно поширюють інформацію про DESTINATION на різних онлайн ресурсах. Якщо компанія планує використовувати контент, створений клієнтами, на власному веб-сайті, важливо отримати згоду від клієнтів на таке використання.

2.3. Економічне обґрунтування туру “Загадкова Ірландія”

Ціна туру відображає економічну сторону діяльності суб'єкта господарювання та відображає його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається від собівартості до ринкової ціни реалізації. Ці коливання відображають попит на цей круглий продукт.

Попит на тури залежить від різних факторів, таких як сезонність (літо, зима, позасезоння), конкретні потреби та вподобання клієнтів, а також географічні особливості. Ціна туру визначається класом обслуговування, тривалістю та сезоном подорожі, типом та формою туру. Вона також залежить від ринкової ситуації і обраної маркетингової стратегії, включаючи рекламу та канали збуту.

Розрахунок вартості туру представлені в таблиці. Вартість програми кожного разу розраховується індивідуально в залежності від терміну перебування, наявності вільних номерів і побажань мандрівника, оскільки кожен номер має свою ціну в готелях, які пропонуються туристам.

Обчислимо середні витрати.

Вартість цієї поїздки для 14 осіб склала 594652,22 грн ($1095 \cdot 38,7901 \cdot 14$) з проживанням, харчуванням та заходами за програмою.

Вартість туру «Містична Ірландія» на 1 людину (8 днів/7 ночей) становить – 42475,16 гривень.

Вартість туру на 14 людей становить – 594652,22 гривень.

В табл. 2.4 наведено калькуляцію туру.

Основними показниками, що характеризують витрати туристичних фірм на організацію туру є:

- вартість авіаквитків;
- вартість проживання в готелі;
- вартість оглядової екскурсії;
- вартість послуг гід-перекладача.

Таблиця 2.4

Калькуляція туру “Загадкова Ірландія”

Складові затрат	Витрати компанії на тур		Вид витрат
Кількість осіб	14 осіб	1 особа	
Переліт: Київ - Дублін - Київ	84000	6000	Перемінний
Переїзд в середині країни	56000	4000	Перемінний
Трансфер від готелів до аеропортів та навпаки	46200	3300	Постійний
Розміщенні в готелі та харчування	275452,22	19675,16	Постійний
Розваги	56000	4000	Перемінний
Послуги гіда	42000	3000	Постійний
Оглядові екскурсії	35000	2500	Постійний
Разом	594652,22	42475,16	

Джерело: розроблено автором

Найбільші затрати можемо побачити у розміщенні в готелі та харчування, які складають 275452,22 грн. Також великі затрати на переліт Київ - Дублін – Київ - 84000 грн. Найменші затрати складають на оглядові екскурсії – 35000 грн.

На підставі другого розділу можна зробити висновок, що розвиток екскурсійної діяльності є комплексним питанням, яке потребує значної інформації щодо ресурсного забезпечення, розвитку матеріально-технічної бази туризму, ситуації з попитом і пропозицією. співпраця з учасниками ринку на відповідних ринках.

ВИСНОВКИ

Містичний туризм - це одна з форм "темного" туризму, що включає відвідування місць або історичних пам'яток, пов'язаних з переказами про привидів, зустрічами з інопланетними істотами або місцями, де спостерігаються містичні явища. Це також включає подорожі з метою знаходження духовної сили через медитацію, йогу, спеціальні події, церемонії або ритуали.

Рекреаційно-туристичний потенціал Ірландії це історико-культурні пам'ятки та рекреаційні ресурси. Прибережні ландшафти надають широкі можливості для відпочинку на воді: яхтинг, морська рибалка, літнє купання. На рівнинах Ірландії туристи організовують піші та велосипедні туристичні походи. Територія цієї країни багата на історико-культурні пам'ятки: середньовічні фортеці, замки, монастирі, собори, а також дольмени - доісторичні кам'яні споруди. Головний туристичний центр - Дублін.

Маршрут подорожі наступний:

Дублін – скеля Кешел – Лімерик – “Кільце Керрі” – замок Банратті – кручі Моер – Голуей – п-ів Коннемара – абатство Кайлмор – гори Віклоу – долина Глендалох – Кілкені – Дублін

Вартість цієї поїздки для 14 осіб склала 594652,22 грн з проживанням, харчуванням та заходами за програмою.

Вартість туру «Містична Ірландія» на 1 людину становить – 42475,16 гривень. На підставі другого розділу можна зробити висновок, що розвиток екскурсійної діяльності є комплексним питанням, яке потребує значної інформації щодо ресурсного забезпечення, розвитку матеріально-технічної бази туризму, ситуації з попитом і пропозицією. співпраця з учасниками ринку на відповідних ринках.

Враховуючи сучасні проблеми українського туристичного ринку, зокрема недоліки інфраструктури, недостатню відповідність ціни і якості туристичних

продуктів, низький рівень кваліфікації персоналу та проблеми, пов'язані з військовим конфліктом на нашій території, ми зрозуміли, що для успішного вирішення цих питань менеджерам українських туристичних підприємств необхідно приділити більше уваги плануванню та проведенню ефективних заходів для стимулювання в'їзного туризму до України.

В результаті проведених нами досліджень було виявлено, що в умовах сучасного вітчизняного туристичного ринку маркетингові стратегії просування туристичних продуктів для іноземних відвідувачів повинні базуватися на інноваційних підходах. Традиційні методи, такі як реклама та PR, не завжди досягають очікуваних результатів. Шляхом ретельного планування, організації та практичної реалізації інноваційних програм просування ми можемо значно збільшити потік в'їзного туризму до нашої країни.

Отже, для ефективного просування вітчизняних туристичних продуктів серед іноземних громадян необхідно розробити детальний маркетинговий план для кожної туристичної дестинації в Україні і створити інформаційні матеріали, які будуть доступні в Інтернеті, такі як інформативні буклети або відеоролики. Краще всього використовувати обидва формати. Для ефективного просування вітчизняних туристичних продуктів варто залучати авторитетних осіб з різних країн, таких як блогери, ютубери, інстаграмери та інші, і широко поширювати в мережі контент, що містить актуальний досвід туристів з інших країн, які вже відвідали різні дестинації в Україні.

Крім того, важливо, щоб програми просування враховували особливості окремих цільових груп іноземних туристів, такі як демографічні, культурні, економічні та поведінкові характеристики. Зважаючи на те, що багато з наших інноваційних підходів пов'язані з онлайн-комунікаціями, всі ресурси та розміщена на них інформація для туристів повинні бути оптимізовані для перегляду на мобільних пристроях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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.
2. Арайс О., Сологуб Ю. Темний туризм // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті : матеріали 80-ї міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів (м. Київ, 10–11 квітня 2014 р.) Київ : НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 482–483
3. Бордун О.Ю., Деркач У.В. Теоретичні та практичні засади дослідження похмурого туризму України. Географія та туризм. Серія: Географія рекреації та туризму: теоретичні та практичні питання. 2017. Вип. 30. С. 66
4. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVI Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2022. – 312 с.
5. Дульцева І.І., Матушкіна М.В. Мотивація діяльності підприємців системою взаємодії в соціальному підприємництві. Науковий вісник БДФЕУ. Економічні науки. 2015. № 28. С. 90–94
6. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. Київ:Знання, 2013. - 197 с.
7. 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.
8. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 224 с.
9. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч.посіб. - К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2003. - 156 с.

10. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
11. Як змінився внутрішній туризм в Україні? URL:
<https://zaporizhzhia.city/news/lideri-vnutrisnogoturizmu-v-ukrainys>
12. Drachyk Y.Z., Dultseva I.I. World experience to create competitive advantages in tourism on the principles of social entrepreneurship. International Journal of Economics and Society. Memphis, U.S., 2015. № 1. С. 227–230.
13. Sardak S., Dzhyndzhoian V., Samoilenko A. Global innovations in tourism. Innovative Marketing. 2016. № 3. С. 45–50.
14. Замки Ірландії URL:<https://prostovisa.com/ua/blog/kurorty/zamki-irlandii/>
15. Основна інформація про Дублін
URL:<https://tripmydream.com/ireland/dublin/info>
16. Короткі факти про Глендалох
URL:<https://www.wikiwand.com/uk/%D0%93%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D1%85>
17. Аббатство Кайлмор
URL:<https://uk.theplanetworld.com/12805-kylemore-abbey-ireland-romantic-tragic-and-mischievous-history-of-ireland-s-most-lavish-castle>
18. Голуей – місто-свято на заході Ірландії
URL:<https://kuku.travel/country/irlandiya/goroda-irlandiya/goluej/goluej-gorod-prazdnik-na-zapadhttp://travel-world.pp.ua/9527-skel-moher-rlandya-detalna-nformacya-z-foto.html>le-irlandii/
19. 10 Кращих речей, які можна зробити разом з кільцем Керрі в Ірландії
URL:<https://uk.theplanetworld.com/9478-top-10-things-to-do-along-ireland-s-ring-of-kerry>
20. Конкурентноспроможність туристичного ринку України
URL:https://tourlib.net/statti_ukr/frolova.htm

ДОДАТКИ

Додаток А

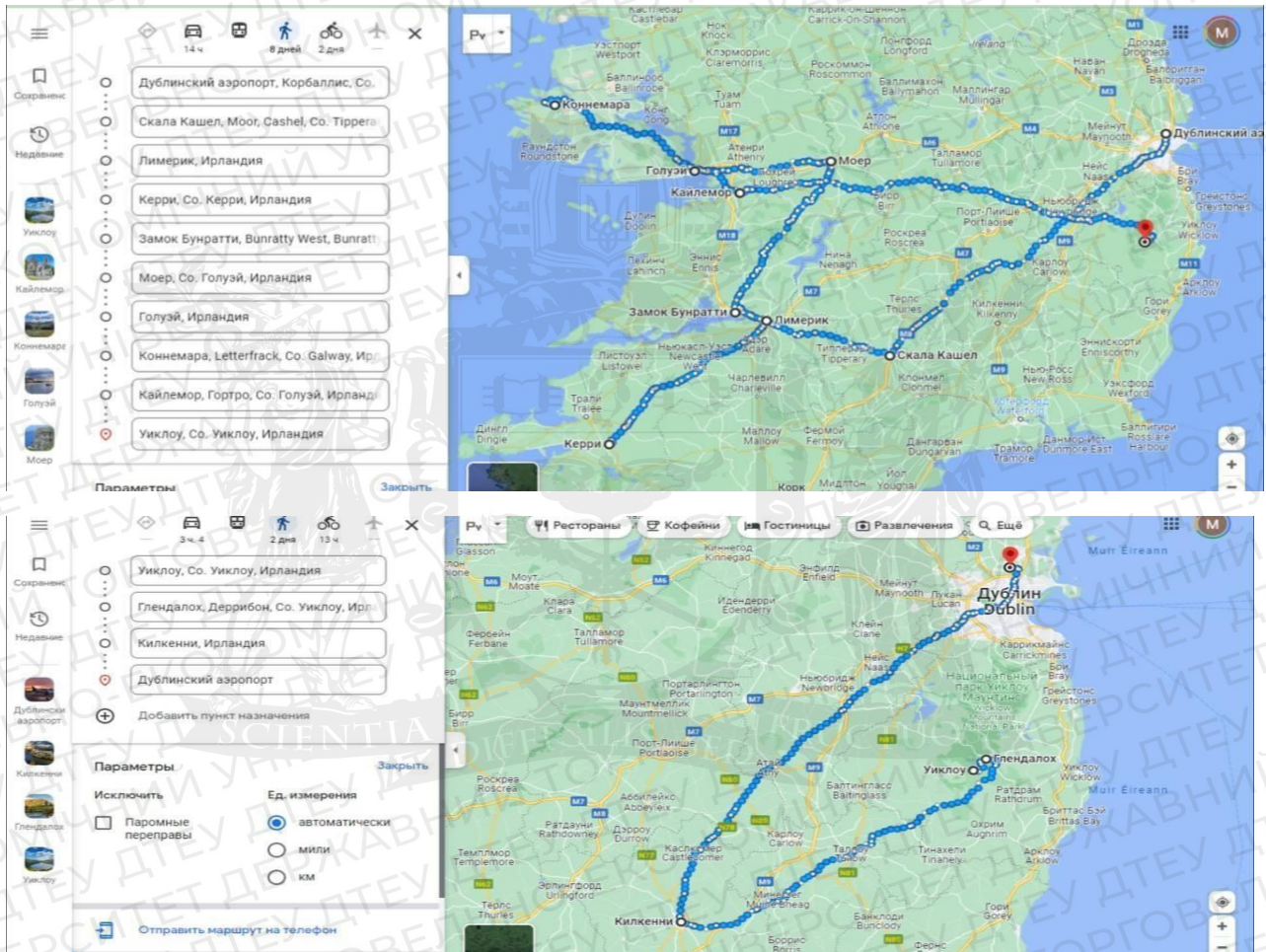


Рис . А.1. Карта маршрута тура

Джерело: складено автором за допомогою веб-сервісу Google Maps

Додаток Б
Таблиця Б

Хронологія маршруту

Точки маршруту	Шлях
Дублін – скеля Кешел	2 год 50 хв
скеля Кешел – Лімерик	2 год
Лімерик – “Кільце Керрі”	1 год 25 хв
“Кільце Керрі” – замок Банратті	1 год 45 хв
замок Банратті – кручі Мохер	25 хв
кручі Моер – Голуей	50 хв
Голуей – п-ів Коннемара	1 год 25 год
п-ів Коннемара – абатство Кайлмор	10 хв
абатство Кайлмор – гори Віклоу	4 год
гори Віклоу – долина Глендалох	20 хв
долина Глендалох – Кілкені	1 год 25 хв
Кілкені – Дублін.	1 год 20 хв

Джерело: складено автором за допомогою веб-сервісу Google Maps