

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет економіки і менеджменту**  
**Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

**МЕХАНІЗМИ РОЗРОБЛЕННЯ**  
**КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ**

Кваліфікаційна робота (проект)  
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка IV курсу  
спеціальності: 242. Туризм  
освітньо-професійної  
програми «Туризм»  
Реуцька Анастасія Олександрівна

Керівник: доц. Макієнко О. А.  
Рецензент: доц. Ковальов В. В.

Херсон – 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи розробки туристичного продукту ....</b>	<b>6</b>
1.1. Розробка ідеї туристичного продукту .....	6
1.2. Пошук та відбір партнерів і постачальників послуг .....	9
1.3. Формування основного та додаткового комплексів послуг .....	12
1.4. Експериментальна перевірка готового туристичного продукту ..	16
<b>РОЗДІЛ 2. Технологія діяльності туристичного підприємства при формуванні культурно-пізнавального туру</b> .....	<b>19</b>
2.1. Загальна характеристика туру за його спрямуванням .....	19
2.2. Вибір пунктів, розробка схеми і програми маршруту .....	22
2.3. Програмне забезпечення туру відповідно до його тематики .....	30
2.4. Розрахунок вартості туру .....	31
2.5. Підготовка інформаційно-методичного забезпечення туру .....	35
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>39</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>41</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	
Додаток А. Графічна схема маршруту туру .....	45
Додаток Б. Технологічна карта туристичної подорожі .....	46
Додаток В. Заявка на замовлення туристичного обслуговування .....	50

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Наш край має високий рівень спроможності для презентації світові своїх унікальних природних багатств, самобутньої історії, культури, народних звичаїв і традицій, гостинної зустрічі туристів, які подорожують таврійською землею. Розташована на перехресті доріг і часів, Херсонська область привертає увагу любителів старовини своєю багатою історичною спадщиною.

Херсонщина володіє величезним потенціалом туристичної галузі, який належним чином ще нереалізований. Цьому, між іншим, сприяє безініціативність громад, відсутність досвіду туристичної діяльності, низька якість сервісу. А ще відсутність системного підходу до розвитку туристичної інфраструктури, недостатнє залучення різних видів ресурсів до розробки туристичного продукту.

Туризм на Херсонщині може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, створення нових робочих місць, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення. Тільки пропорційний розвиток усіх компонентів туристичної діяльності забезпечить загальний збалансований розвиток регіону.

У цьому відношенні важливим є досвід розроблення туристичних продуктів, якій би спирався на наукові засади сучасного туризмознавства. Впровадження наукових підходів до формування мережі туристично-екскурсійних маршрутів, створення інноваційних турів – актуальне завдання туристичної галузі Херсонщини.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розкриття науково-практичних засад проектування продукту в сфері культурно-пізнавального туризму.

### **Завдання кваліфікаційної роботи:**

1) охарактеризувати основні етапи формування туристичного продукту;

- 2) розкрити процес розробки ідеї туру;
- 3) визначити шляхи виявлення та відбору постачальників послуг;
- 4) висвітлити механізми формування комплексів основних та додаткових послуг;
- 5) з'ясувати умови, яких слід дотримуватись під час експериментальної перевірки готового турпродукту;
- 6) продемонструвати особливості технології діяльності туристичного підприємства при формуванні конкретного культурно-пізнавального туру;
- 7) створити культурно-пізнавальний тур «Історична слава Херсонщини» на основі використання сучасних методів проектування та розробки туристичного продукту.

**Об'єктом дослідження** є культурно-пізнавальний туризм як різновид туристичної діяльності.

**Предметом дослідження** є механізм розроблення культурно-пізнавального туру в роботі сучасного туристичного підприємства.

При вивченні теми були використані наступні **методи дослідження**:

- аналіз інформаційної бази проблеми (метод наукового аналізу);
- узагальнення і синтез отриманих даних (метод наукового синтезу та узагальнення);
- методи опису та порівняння;
- статистичний метод;
- економіко-математичні методи тощо.

**Практичне значення роботи.** Отримані в ході дослідження результати можуть бути використані при складанні мережі маршрутів культурно-пізнавального туризму в регіоні, формуванні інноваційного туристичного продукту в роботі туристичних фірм та організацій. Зокрема, готовим до комерційної реалізації є створений автором тур «Історична слава Херсонщини».

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів та дев'яти підрозділів, висновку, списку використаних джерел (37 найменувань), трьох додатків. Загальний обсяг роботи складає 51 сторінку.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

#### 1.1. Розробка ідеї туристичного продукту

У Законі України «Про туризм» туристичний продукт визначений як комплекс туристичних послуг, необхідний для задоволення потреб туриста, який подорожує [1, с. 57].

Туристичний продукт об'єднує в собі не менше двох послуг, а саме перевезення та розміщення і пропонується до реалізації за визначеною туристичним агенством ціною. Турпродукт містить такі послуги:

- транспортні,
- готельні,
- медичні,
- послуги з організації відвідування об'єктів культури, відпочинку та розваг,
- реалізації сувенірної продукції.

У туризмі формування і споживання продукту відбувається роздільно. Тобто турист, купуючи у туристичної фірми туристичний продукт, оплачує право на його отримання під час його подорожі. Таке юридичне визначення туристичного продукту. Коли говорять про зміст турпродукту, також мають на увазі його фізичні і вартісні властивості, якості, характеристики [18, с. 125].

Створення нового туристичного продукту проходить через певні етапи (рис.1.1).

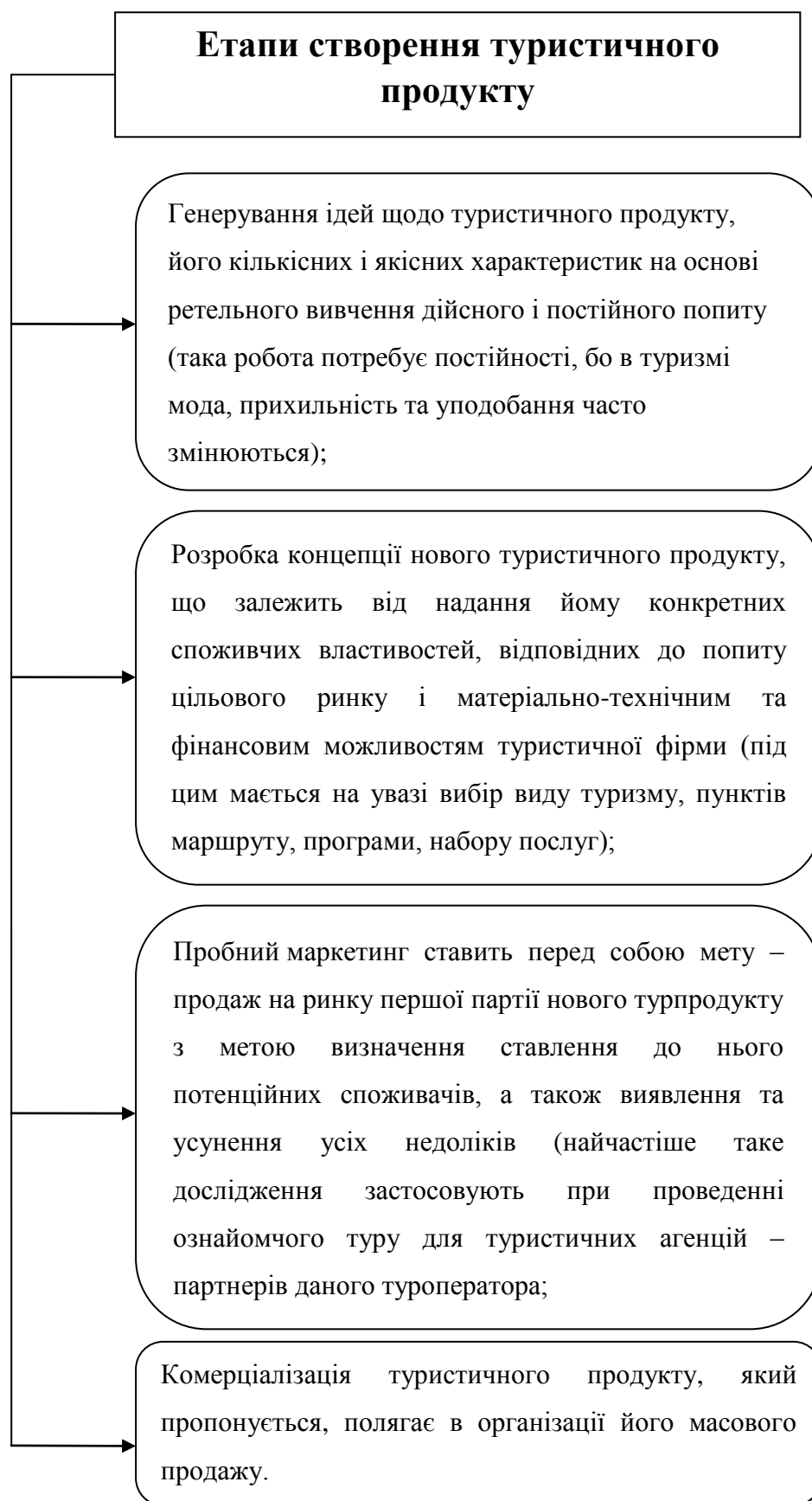


Рис. 1.1. Етапи створення туристичного продукту

При розробці ідеї турпродукту використовують такі методи:

1. «Мозковий штурм» – цілеспрямований процес генерування нових ідей для формування їхнього максимального широкого кола з подальшим аналізом і відбором найперспективніших;

2. Спостереження – знайомство з діяльністю інших туроператорів за можливістю часткового або повного запозичення ідеї, які адаптуються під місцеві умови;

3. Особистий ринковий досвід туроператора, знання ринку, уміння прогнозувати та передбачувати;

4. Ризики, тобто можливість настання непередбачуваної події (матеріальні, трудові, фінансові, втрата часу, спеціальні види витрат). Відносно господарської діяльності туроператора ризик – загроза того, що підприємство зазнає збитків у вигляді додаткових витрат або отримує доходи нижче тих, на які воно розраховувало (наприклад, відсутність снігу взимку, дощові опади влітку);

5. Оцінка платоспроможності потенційних туристів [30, с. 73].

У процесі розробки ідеї турпродукту необхідно проаналізувати та визначити власні можливості туроператора. Це відбувається завдяки аналізу таких складових:

1. Відповідності ідеї очікуванням споживачів;
2. Визначення можливостей ринку;
3. Оцінці конкуруючих програм;
4. Оцінці внутрішніх можливостей туроператора;
5. Визначення можливостей пошуку та відбору постачальників туристичних послуг для реалізації ідеї.

Слід чітко визначити елементи, які формують основу розроблення туристичного продукту:

- визначення цільового призначення;
- складання туристичного маршруту;
- пошук засобів пересування (транспортні послуги);



- планування комплексу основних послуг на маршруті – розміщення, харчування, перевезення, страхування тощо;
- планування програми перебування, що визначає мету подорожі (екскурсії, розваги, інші послуги);
- з'ясування тривалості перебування;
- встановлення й коригування ціни майбутнього туристичного продукту (на основі конфіденційних тарифів, що надані постачальниками послуг, з орієнтацією на ціни конкурентів) [33, с. 20].

Фактори, які враховуються при розробці ідеї турпродукту:

- регулярність подорожей (щоденно, один раз на тиждень, щомісяця, двічі на місяць тощо);
- тривалість перебування;
- залежність від піків попиту, сезонність;
- залежність від кліматичних умов;
- залежність від зайнятості населення (час канікул і відпусток, святкових днів тощо);
- залежність від часу проведення громадських заходів (характерно для ділових турів).

Отже, було розглянуто основні елементи, які потрібно брати до уваги для того, щоб правильно вибрати туристичний маршрут, сформулювати програму перебування туристів на цьому маршруті, презентувати турпродукт на ринку, а також впливати на умови його просування, реалізації та на організацію надання туристичних послуг. Згідно завдання були визначені основні етапи формування туристичного продукту та розкрито процес розробки ідеї туру.

## **1.2. Пошук та відбір партнерів і постачальників послуг**

У задоволенні потреб туристів під час туристичних подорожей беруть участь багато різних організацій та підприємств.

Постачальники туристичних послуг – фізичні або юридичні особи, як комплектують турпродукт або здійснюють посередницьку діяльність у наданні конкретних послуг, до них відносять організації, що займаються турагентською чи туроператорською діяльністю (рис. 1.2.).

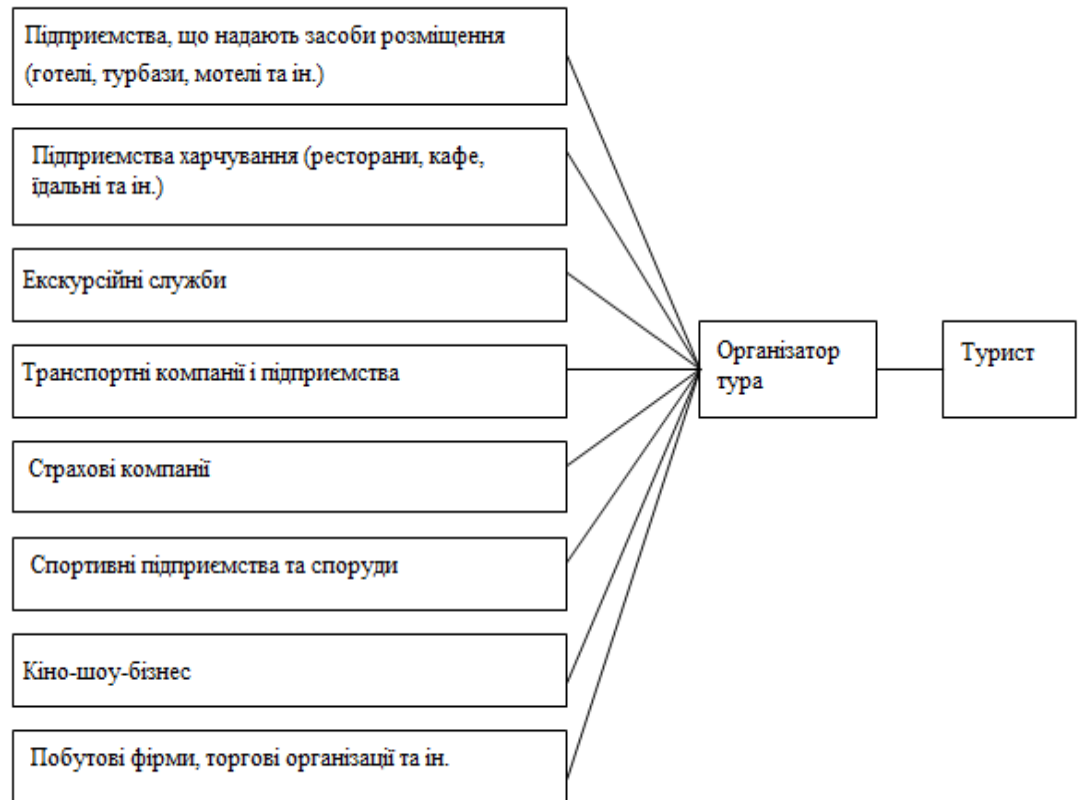


Рис. 1.2. Постачальники туристичних послуг

При роботі з постачальниками послуг необхідно:

- бути уважним до якості послуг, котрі надаються постачальником, а також до репутації підприємства серед інших партнерів по туристичному ринку;
- слідкувати за дотриманням відповідності рівня і типу готелів, харчування, транспортних послуг тому соціальному сегменту споживачів та виду туризму, на який орієнтований конкретний тур;
- мати кваліфікований підхід до складання всієї документації щодо співпраці, тому що надалі це впливає на авторитет туристичної

організації. Адже відповідальна перед клієнтом туристична фірма.

➤ здійснювати пошук постачальників, котрий полягає в тому, щоб з великого числа туристичних підприємств, вибрати лише тих, які мають інтерес до співпраці. Для їх пошуку можливо користуватися інтернет-ресурсами, довідниками та іншими комунікаційними засобами.

Встановити контакти з партнерами можливо під час спеціалізованих виставок, ярмарок тощо.

У момент вибору постачальників в транспортному та готельному обслуговуванні треба пам'ятати про небажаність роботи лише з одним партнером. Тобто, якщо у регіоні подорожі будуть наявні декілька готелів і перевізників, це значно розширить вибір і буде слугувати альтернативою під час конфліктних ситуацій.

Підбираючи постачальників послуг, враховують соціальний інтерес, вид туризму, зміст програми обслуговування, а також сегмент споживачів (віковий, економічний, соціальний план).

Важливу роль мають їх професійні якості та репутації. Також важливо звертати увагу на досвід роботи та стаж постачальника, на наявність ліцензії та відповідності заявленої якості послуг, на тарифи та склад споживачів. Дуже влучно буде поцікавитися, які існують зв'язки з іншими туроператорами.

Українське законодавство і міжнародне туристичне право покладають на туроператора серйозну відповідальність за надання всіх передбачених туром та договором з туристом послуг, незалежно від того чи надаються ці послуги самим туроператором або третьою стороною. Тому необхідно бути відповідальним під час вибору постачальників послуг [31, с. 90].

Отже, ми детально розглянули постачальників послуг та розкрили шляхи виявлення та відбору постачальників послуг.

### 1.3. Формування основного та додаткового комплексів послуг

Основним продуктом у діяльності туристичних організацій є тур, тобто подорож, яка має встановлені пункти маршруту у відповідні терміни з комплексом гарантованих послуг, а саме екскурсії, рекреація, транспорт, розміщення та харчування.

Туристичні послуги поділяють на основні і додаткові. Основні включені в договір і сплачені споживачем, а додаткові оплачуються в момент споживання під час туру або в місці перебування (рис. 1.3).

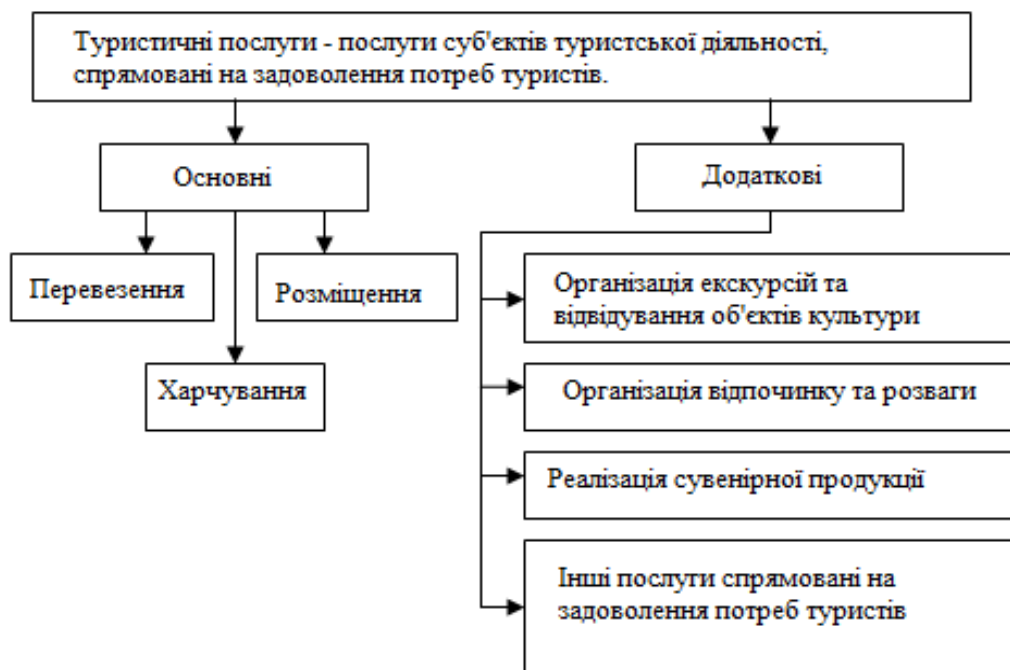


Рис. 1.3. Види туристичних послуг.

Туристичним пакетом називають обов'язковий, тобто основний комплекс послуг, який міститься в турі (рис. 1.4). Він об'єднує в собі чотири елементи:

- туристичний центр;
- транспорт;
- послуги розміщення;
- трансфер.

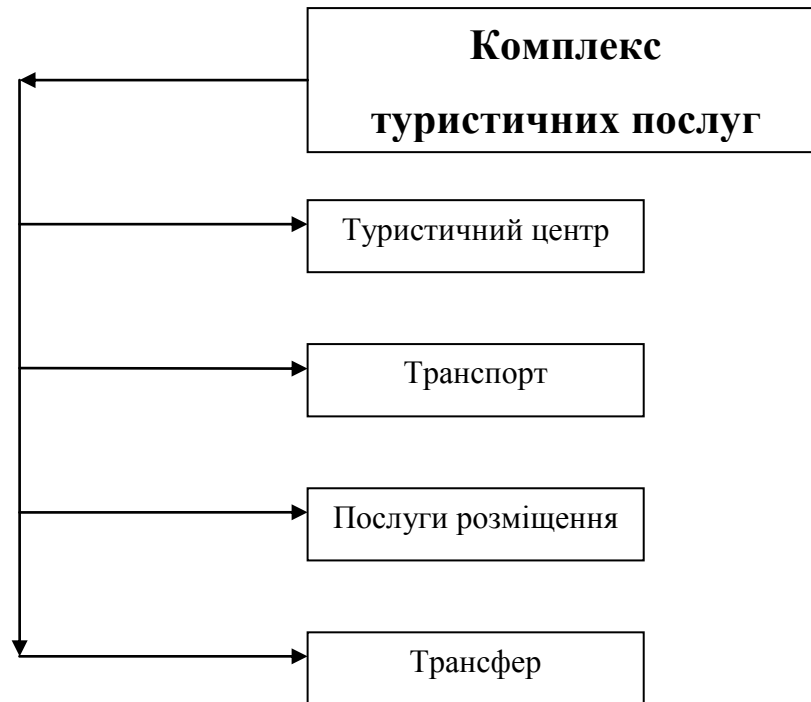


Рис. 1.4. Комплекс туристичних послуг

Формування основного і додаткового комплексів послуг – дії щодо комплектації туристичних послуг на основі законтрагованих послуг партнерів і постачальників [25, с. 12].

Основою для формування комплексу туристичних послуг є короткий опис-набір вимог, виявлених унаслідок дослідження ринку, узгоджених із замовником послуги, врахованих можливостей виконавців послуг.

Послуги, що пропонуються потенційним туристам, згідно діючих стандартів (ГОСТ 28681-95), повинні відповідати таким вимогам:

- обов’язкові вимоги – це безпека життя й здоров’я, збереження майна туристів і екскурсантів, охорона довкілля;
- рекомендовані вимоги – це відповідність призначенню, точність і своєчасність виконання своїх обов’язків, комплексність, етичність обслуговуючого персоналу, комфортність, естетичність, ергономічність (відповідність фізіологічним і психологічним

можливостям туристів).

Послуги готелів повинні відповідати вимогам державних стандартів (ДСТУ 4268:2003). Залежно від типу засобу розміщення враховується перелік асортименту послуг. Спеціалізовані засоби розміщення надають додаткові послуги відповідно до їх спеціалізації (ДСТУ 4269:2003).

Набір послуг, що включають до туристичного продукту, залежить від планів (ДСТУ 4527:2006) і класів туристичного обслуговування.

План (Hotel Food Plan) – одна з характеристик комплексу послуг, що стосується розміщення й харчування [18, с. 97].

Плани туристичного обслуговування:

– FB (Full Board) – повний пансіон; тариф, до якого включено ціну послуг із тимчасового розміщення та не менше як триразове харчування (сніданок, обід і вечеря).

– HB (Half Board) – напівпансіон; тариф, до якого включено вартість послуг із тимчасового розміщення та дворазове харчування на вибір – сніданок, обід або вечеря.

– BB (Bed and Breakfast) – сніданок і ліжко; тариф, до якого включено вартість послуг із тимчасового розміщення та сніданку.

– OA (Only Accommodation) – тільки номер, без харчування. Тариф включає вартість послуг із розміщення.

– AL (All Inclusive) – усе включено; тариф, до якого включено вартість послуг із тимчасового розміщення, харчування й напоїв, а також користування всіма іншими певними зручностями та послугами в засобах розміщення [26, с. 20].

Стандартні класи обслуговування: VIP, люкс, перший, туристичний. Також використовують додатково такі класи: «люкс-апартамент», «шкільний» та «кемпінг».

Клас VIP – послуги найвищого рівня якості. Це розміщення в готелях категорії п'ять зірок або не категорійних готелях в номерах

категорії «люкс-апартамент». Харчування – відмінна кухня, великий вибір страв. Повний пансіон та переліт першим класом, трансфер (зустріч та проводи з підносом багажу, також індивідуальні перевезення автотранспортом класу люкс, індивідуальні послуги гіда-екскурсовода.

«Люкс-апартамент» – розміщення в готелях класу три або п'ять зірок. Різні умови харчування в ресторанах «вищої» та «люкс» категорії. Також трансфер (зустріч-проводи) з піднесенням багажу в необмеженій кількості та переліт першим чи бізнес-класом.

Клас «люкс» – одно чи двомісне розміщення в двокімнатному номері категорії напівлюкс та люкс. Готелі – три або п'ять зірок з харчуванням у ресторанах вищої та люкс категорії. Трансфер з піднесенням багажу згідно встановлених умов, а також переліт першим або бізнес-класом.

Перший клас – це одно чи двомісне розміщення в готелі, який має три або чотири зірки, номери мають усі зручності. Харчування в кафе або ресторанах першої чи вищої категорії на умовах, котрі зазначені в угоді на обслуговування. Трансфер з піднесенням багажу згідно угоди.

Туристичний клас – це дво- або чотирьохмісне розміщення в готелях, котрі мають дві або три зірки, в номерах обмежені зручності. Харчування в кафе або ресторанах першої категорії згідно з умовами подорожі. Переліт здійснюється економічним класом, допускаються групові перевезення. Трансфер та піднесення багажу при домовленості. Таке обслуговування найчастіше використовується при організації масових подорожей.

Шкільний або здешевлений клас – розміщення в готелях, які мають одну або дві зірки, хостелах або гуртожитках. Програма обслуговування містить в собі мінімум послуг. Харчування може не надаватися. Перельоти здійснюються чартерними авіарейсами. Перевезення можливі на громадському транспорті. Це найдешевший варіант обслуговування. Цей клас використовують студенти та

малозабезпечені туристи.

Кемпінг-клас буває повний , а саме розміщення в будинку, бунгало або наметі, а також – неповний, надання місця під власний намет [5, с. 143].

Реалізуючи поставлене завдання були висвітленні механізми формування комплексів основних та додаткових послуг. Також детально розглянуті класи обслуговування туристів.

#### **1.4. Експериментальна перевірка готового туристичного продукту**

Експериментальна перевірка туру полягає в оцінці розробленого турпродукту та його експериментального провадження на туристичний ринок для того, щоб визначити його конкурентоспроможність з іншими туристичними продуктами, а також здатність приносити прибуток.

Для експериментальної оцінки розробленої послуги або турпродукту потрібно дотримуватись трьох умов:

- розробка туру або послуги повинна включати експериментальний заїзд;
- повинна бути презентація, реклама та інформація, тобто ознайомлення потенційних клієнтів з послугою;
- час для відстеження популярності послуги або тур продукту, а саме відгуки споживачів, заявки туристів тощо.

Зважаючи на те, що якісні параметри більшої кількості послуг не мають фізичного виміру, для того, щоб надати їм кількісний характер логічно використати оцінку в балах. Така оцінка розділяється за певними параметрами:

- рівень досягнення мети поїздки, ставлення місцевого населення та якість екскурсійної програми,;
- рівень обслуговування під час розміщення;



- рівень культурного розвитку ресторанного обслуговування та якість харчування;
- відносини між членами групи, а також з обслуговуючим персоналом (психологічна атмосфера);
- швидкість і зручність транспортного забезпечення;
- інші параметри.

Результати оцінки туристичного продукту або туру мають використовувати для поліпшення параметрів. Але також не слід забувати, що рівень якості послуг продукту є лише умовою реалізації його на ринку.

Експериментальне впровадження нового туристичного продукту може здійснюватися у чотирьох формах – рекламні тури та стаді-тури (інформаційні), пробні продажі та акційні пропозиції з використанням пільгових цін [31, с. 30].

Рекламні тури мають призначення інформувати цільову аудиторію про існування нового турпродукту, демонструвати його споживчі властивості та конкурентні переваги.

Рекламні тури проводять для представників ЗМІ, авторитетних груп споживачів, а також туристичних агентів, які будуть здійснювати продаж цього туру.

Програма рекламного туру включає огляд до 5 готелів за день, декілька екскурсій, а також час самостійного знайомства з країною.

Стаді-тури (інфотури) – це подорожі, які організовує туристичний оператор. Вони спрямовані на формування уявлення про новий туристичний продукт у робітників відділу продажів самої організації та представників туристичних агентств. Також передбачають відвідування семінарів, конференцій та виставок тощо.

Метою інфотурів є популяризація подорожі та зростання продажів у даному напрямку.

Спираючись на результати експериментальної перевірки

турпродукту, агенція приймає остаточне рішення про впровадження його на ринок або ж «зняття з виробництва».

Пробні продажі – реалізація продукту з використанням пільгових цін для невеликих груп туристів до сезону масової реалізації.

Акційні пропозиції з використанням пільгових цін, знижок також застосовуються завчасно за певний термін до початку активного сезону.

Отже, були з'ясовані три головні умови під час проведення експериментальної перевірки готового турпродукту.

Узагальнюючи розділ можна сказати, що повністю розкритті теоретичні основи розробки туристичного продукту.

Діяльність туристичного підприємства при формуванні конкретного туристичного продукту має чіткий алгоритм побудови. Технології його формування передбачають реалізацію наступних етапів: створення ідеї туристичного продукту, розробка та перевірка концепції туристичного продукту, розробка стратегій маркетингу нового туристичного продукту, економічний аналіз, формування туристичного продукту в його остаточному вигляді (розробка маршруту та програми перебування), випробовування турпродукту в різних ринкових умовах, комерціалізація туристичного продукту. Всі ці етапи є важливими складовими організації культурно-пізнавального туру.

## РОЗДІЛ 2

### ТЕХНОЛОГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ

#### 2.1. Загальна характеристика туру за його спрямуванням

Тур – набір туристичних послуг з конкретними термінами виконання, що реалізовується оптовому або роздрібному споживачеві. У проектуванні туристичної подорожі тур має значення проектувального модуля.

Всі подорожі в туризмі поділяються за такими критеріями: цілі поїздки, засоби пересування і розміщення, тривалість, склад групи, основні принципи формування ціни туристичної подорожі.

Найбільш популярними і масовими є культурно-пізнавальні тури. Основна мета цих подорожей – ознайомлення з визначними пам'ятками: пам'ятниками історії, архітектури, мистецтва, а також етнічними особливостями та сучасним життям народу країни – об'єкта подорожі.

У зарубіжній літературі культурно-пізнавальний туризм має такі інтерпретації:

1. Ідеальна арена для дослідження природи культурного споживання.
2. Споживання туристами мистецтва, художньої спадщини, фольклору та цілого ряду інших проявів культури.

Культурно-пізнавальний туризм виступає основою для наукових досліджень культури, а також способом долучення до культури. У розробку концепції культурно-пізнавального туризму значний внесок зробив професор М. Драгічевіч-Шешич, запропонувавши його класифікацію (рис. 2.1.) [3].

Група	Види
Історичні подорожі	мандрівки в історію подорожі-реконструкції історичних подій релігійні подорожі вивчення історичного періоду
Географічні подорожі	комплексні спеціалізовані
Художні подорожі	поїздки, що вживаються з метою вивчення якого-небудь напрямку в мистецтві і т.д.

Рис. 2.1. Класифікація культурно-пізнавального туризму  
(за М. Драгічевіч-Шешичем)

Враховуючи існуючу кон'юнктуру на ринку туристичних послуг, вважаємо за доцільне запропонувати проєкт культурно-пізнавального туру, який може задовільнити існуючий попит на відповідний продукт.

Назва проєктованого туру – «Історична слава Херсонщини».

Мета туру – відвідування місцевості для ознайомлення з пам'ятками історії і культури регіону.

Завдання – виховати повагу, терпимість до вивчення надбань народів та ознайомлення із традиціями та звичаями з пізнавальною метою.

Характеристика запропонованого туру:

- за мотивацією: культурно-пізнавальний;
- за організаційними засадами: інклюзив-тур;

- за формою організації: організований;
- за сезонністю: сезонний;
- за терміном подорожування: середньостроковий;
- за класом обслуговування: перший клас;
- за набором послуг: ліжко/сніданок;
- тип маршруту: кільцевий;
- засоби долання маршруту: транспортні, пішохідні;
- види транспорту, що використовуються під час подорожі: автобусний.

Тур «Історична слава Херсонщини» розрахований на відвідування нашого краю в найбільш привабливий період року (з квітня по червень) і пропонує зануритися в неповторну атмосферу культурної історії Херсонської області, ознайомитися з історичною спадщиною регіону.

Цільова аудиторія турпродукту – група людей молодого та середнього віку.

Для туристичної подорожі було обрано наступний маршрут: Херсон – Дар’ївка – Тягинка – Бургунка – Отрадокам’янка – Казацьке – Веселе – Берислав – Зміївка – Червоний Маяк – Республіканець.

Графічну схему маршруту пропонованого туру розміщено в додатку А.

Тур «Історична слава Херсонщини», тривалістю 4 дні / 3 ночі, розрахований на групу з 16 чоловік. Вартість туру – 4348,08 грн. Тур включає в себе розміщення в 3\*\*\* готелі «Optima» з проживанням у 2-місних номерах з усіма умовами, харчування в готелі «тільки сніданок». А також відвідування 14 екскурсійних об’єктів.

Отже, культурно-пізнавальний туризм має характеристики та властивості, які спроможні привернути увагу значної більшості туристів. Продукт у сфері культурно-пізнавального туризму має широку цільову аудиторію, завжди користується попитом на ринку туристичних послуг. Тому в роботі пропонується проєкт культурно-пізнавального туру.

## 2.2. Вибір пунктів та розробка схеми і програми маршруту

Маршрут відіграє велику роль у наданні туру необхідної привабливості, задоволенні бажань та інтересів туристів. Для того, щоб обрати пункти нового маршруту потрібно, перш за все, враховувати цілі поїздки туристів на ту чи іншу територію. Тому для пізнавальних турів обираються місця з найбільш цікавими туристичними об'єктами, наприклад, історичними та культурними пам'ятками, скульптурними монументами, музеями тощо.

Пунктами маршруту, розробленого в даній роботі туру, є міста Херсон, Берислав та села Дар'ївка, Тягинка, Бургунка, Одрадокам'янка, Казацьке і Веселе, Зміївка, Червоний Маяк, Республіканець, які володіють великою кількістю історико-культурних пам'яток.

Перший пункт маршруту – місто Херсон. Терени сучасного міста Херсона був заселений ще з дохристиянських часів. На місці, де знаходилася Херсонська фортеця, а зараз один із центральних парків, було знайдено скіфське поховання IV – III ст. до н. е. Видатна пам'ятка XVIII століття Свято-Катеринівський собор у Херсоні – православний храм у нашому місті, усипальниця князя Григорія Олександровича Потьомкіна. Кам'яний собор з дзвіницею зведений за проектом видатного архітектора Івана Старова з блідо-жовтого інгулецького вапняку, в стилі російського класицизму в 1782-1786 рр. на території колишньої Херсонської фортеці. Названий на честь Святої Катерини.

Цікавим туристичним об'єктом є меморіал Слави. Відкриття всього меморіального комплексу відбулося в 1988 році. До комплексу входять могила невідомого солдата, вічний вогонь, алегорична скульптура Слави і Перемоги, скульптури солдата і матроса, шість меморіальних панно, розміщених по обидва боки сходів, що ведуть до набережної Дніпра. Меморіал Слави увічніює пам'ять про всіх солдатів, хоробрих воїнів Херсонщини, які загинули в роки Великої Вітчизняної

війни. Вже понад 30 років біля могили невідомого солдата проводяться численні міські свята, конкурси, урочисті заходи. Жителі та гості міста Херсона приходять до Вічного вогню помилуватися чудовими краєвидами Дніпровських плавнів, що відкриваються з майданчиків меморіального комплексу [7, 6].

Наступний пункт маршруту – село Дар'ївка Білозерського району. Назва походить від слова «дарувати». Дар'ївка заснована 20 липня 1780 року графом Федором Савелійович Комстадіусом, нащадком відомого з другої половини XV століття шведського роду. Родоначальник – васал короля Еріка XII – заснував тоді місто Комстадт. Федір Савелійович успадкував дворянське звання. Його син Август Федорович Комстадіус (1777-1859) – предводитель херсонського повітового дворянства, в 1821-1828 роках – губернатор Херсонської губернії, а в 1822 році одночасно і катеринославський губернатор. І не випадково, адже його дружина Авдотья Василівна Синельникова була онукою першого будівельника і губернатора Катеринослава (Дніпра) Івана Максимовича Синельникова, похованого під стінами Катеринівського собору в Херсоні [28].

Наступний пункт маршруту – село Тягинка Бериславського р-ну. Село на правому березі Дніпра, між Херсоном і Бериславом. На початку XV ст. це був литовський форпост в Нижньому Подніпров'ї. Після переходу цих земель під контроль Османської імперії турки звели тут фортецю Тягин, яка стала частиною системи укріплень на північних кордонах держави. У 1492 р. під Тягином відбувся перший в історії бій українських козаків з турками, який прийнято вважати бойовим хрещенням і початком існування запорізького козацтва [14]. На збереженому у берега Дніпра валу встановлений ефектний пам'ятник "Козацька слава" на честь 500-річчя українського козацтва. Також в селі встановлено пам'ятник гетьману Б. Хмельницькому (1992 р.). Зберігся старий залізний міст XIX ст., що послужив декорацією при зйомках одного з епізодів фільму "Невловимі месники" [9].

Наступний пункт маршруту – село Бургунка. Надзвичайно живописна місцевість навколо села та кам'яна балка згадуються навіть інженером Бопланом. Тут існував брід, яким користувалися кримські татари, здійснюючи свої набіги. Місцевість надзвичайно зручна для переправи, але у місцевих жителів не збереглося інформації про брід.

Зліва від траси Херсон – Берислав після 46 км можна побачити кам'яний трипролітний арковий міст Катерининського тракту через Бургунську балку, споруджений у римському стилі спеціально для забезпечення візиту Катерини II в Крим в 1787 р. [11].

Черговий пункт маршруту – село Одрадокам'янка, центр сільської Ради. Розташована в 15 км на південь від районного центру і в 2 км від залізничної станції Козацьке. Населення – 2371 чоловік. Сільраді підпорядковане село Миколаївка.

Одрадокам'янка заснована в 1782 році як приватновласницьке село. Основні напрямки сучасного господарства – виноградарство і виноробство. Вирощуються озима пшениця, кукурудза, соняшник. Тут є середня школа, будинок культури з залом на 450 місць, 2 бібліотеки з книжковим фондом 20,6 тис. примірників, амбулаторія (11 медпрацівників, в т. Ч. 3 лікарів), дитячий сад на 160 місць, 5 магазинів, ощадкаса, відділення зв'язку, АТС на 100 номерів. На честь полеглих воїнів-односельчан у Одрадокам'янці в 1967 р. споруджено пам'ятник.

Наступний пункт маршруту – село Козацьке. Село знаходиться там, де закінчується дамба Каховської ГЕС (протилегний берег від Нової Каховки). Колись тут знаходилась садиба князя Петра Трубецького (1858-1911 рр.).

До наших днів збереглася огорожа, господарські будівлі, руїни палацу, льохи і склад 1897 р. та флігель 1884 р. (стиль псевдоготики). Головною дорогою до садиби була річка Дніпро, саме тому фасад та центральні ворота були направлені до річки.

На території садиби знаходився великий кінний завод та численні



виноградники, закладені в 1896 р. за порадою князя Лева Голіцина. В 2008 р. вирішено відновити маєток [28].

Для того, щоб потрапити до садиби потрібно повернути направо перед дамбою ГЕС. Територія охороняється та має високий залізний паркан, тому, щоб туди потрапити, потрібно попередньою домовлятися [12].

Зліва перед дамбою ГЕС і поруч з селом Козацьке розташувалось село Веселе, в якому збереглася середньовічна вежа та головний корпус винзаводу П.М. Трубецького (1908-1909 рр.). Ймовірно, що вежа була зведена ще за часів князювання Вітовта (поч. XV ст.) в характерному стилі оборонної архітектури Великого князівства Литовського і контролювала південну частину острова Тавань. В 80-ті рр. XIX ст. побудовано четвертий ярус вежі зі стрілочними вікнами у псевдоготичному стилі. Стіни башти мають товщину 2 м.

Неподалік від башти знаходиться винзавод, заснований у 1898 р. – нині ВАТ ім. князя П. М. Трубецького. Завод було створено на базі винних погребів, які були закладені князем Петром Трубецьким, вони вміщали до 180 тисяч відер вина.

Вина, котрі вироблялися у маєтку Трубецького, завоювали Гран-Прі на Всесвітній виставці у Парижі 1900 р. та першу Всеросійську премію в 1902 р. В 1903 р. першу Всеросійську премію отримало безпосередньо виноградарське господарство [14].

Наступний пункт на маршруті – Берислав. Місто розташоване на річці Дніпро на правому березі від Каховського водосховища та має районне значення в Херсонській області. Здавна на цьому місці сходилися торгівельні шляхи.

На околицях міста було знайдено та розкопано залишки культових і великих кам'яних споруд скіфо-сарматського поселення перших віків нашої ери та було виявлено предмети, що характерні для черняхівської культури.

У місті збереглися залишки фортечних мурів XV – XVI ст. У 1996 р. на місці фортеці Кизи-Кермен встановлено пам'ятний знак на честь її здобуття козаками у 1695 р. – дзвін та меморіальний хрест на честь формування Чорноморського (Кубанського) козацького війська в 1784-87 рр. (орієнтир – парк та автостанція). Крім того, у Бериславі можна оглянути унікальну пам'ятку дерев'яного культового зодчества запорозьких козаків – Введенську церкву 1726 р., яка була побудована без єдиного цвяха [17].

Черговий пункт маршруту – село Зміївка Бериславського району. Зміївку називають маленькою Європою на півдні України. Історія цього села дуже незвичайна. Зміївка розташувалася на місці чотирьох сіл, а саме: Старошведське, Шлянгендорф, Мюльгаузендорф і Кльостердорф. Тут співіснують 15 національностей, безпосередньо шведи та фіни, українці та німці, євреї та поляки, білоруси та молдовани. В селі є три храми – протестантський, православний і греко-католицький [19].

Головною пам'яткою наступного пункту маршруту – села Червоний Маяк – є Свято-Григоріївський (Бизюківський) оборонний монастир, який входив у п'ятірку найбагатших монастирів Російської імперії. Сьогодні можемо побачити тільки залишку палацового комплексу та печери-катакомби, що мають підземну церкву, а також красу Каховського моря.

Монастир з'явився в 1781 році як Григоріївське подвір'я Софронівської пустині, а з 1803 року вже функціонував саме як монастир. У роки радянської влади монастир закрили та зруйнували запорізьку церкву святого Григорія (збудована в 1782 році), а також Вознесенський собор (збудований у 1894 році) та дзвіницю початку XX ст.

До сьогоднішнього дня на великій території монастиря знаходяться руїни Вознесенського собору, від яких збереглася вівтарна арка та цокольна частина. Також залишились стіни з вежами 1817 р.,

котрі були побудовані на кошти зібрані на Кубані у чорноморських козаків, а також печерні келії XVIII ст., видовбані в товщі берегової скелі [21].

Останній пункт маршруту – село Республіканець. У межах села збереглися залишки Кам'янської Січі – адміністративного та військового центру запорозького козацтва. Січ перебувала в гирлі річки Кам'янки на правому березі Дніпра. Заснована була запорізькими козаками після зруйнування царськими військами Чортомлицької Січі, діяла в 1709-1711 роках, відроджена з 1728 до 1734 роки після тимчасового перебування Січі у володінні Кримського ханства біля міста Олешки (1711-1728 рр.).

Відомо, що Кам'янська Січ була укріплена валом і ровом. В Січі перебували похідна церква, курені, кількість яких майже дорівнювала їх кількості на Чортомлицької Січі. На Кам'янській Січі було передмістя з ремісничими майстернями (серед них – кузня і майстерня зброї) і шинками. Практикувалися лиття кольорових металів, виготовлення заліза на основі сиродутного процесу, обробка кістки, гончарне виробництво посуду, кахлів, козацьких люльок.

Існування на кордонах імперії ворожої Москві козацької фортеці турбувало російський уряд, і в 1711 р. за наказом царя Петра I Кам'янська Січ була зруйнована. Після розгрому запорожці заснували Олешківську Січ, а в 1728 р. знову осіли в Кам'янці, де до перенесення на р. Підпільну ще сім років перебувала Січ.

Збереглося кладовище запорізьких козаків з кам'яним хрестом над похованням соратника гетьманів Івана Мазепи та Пилипа Орлика кошового отамана Костя Гордієнка [28, с. 25].

На основі вибору вказаних пунктів було розроблено відповідну схему маршруту (додаток Б) та програму туру з зазначенням транспортного обслуговування.

Програма триденного туру «Історична слава Херсонщини»:

## День 1

8:00 год.

Зустріч групи з представником турфірми біля готелю м. Херсона.

9:00 — 10:30 год.

Поселення в готелі. Сніданок у готелі.

11:00 — 13:00 год.

Пішохідна екскурсія до Свято-Катеринівського собору та Меморіалу Слави на березі річки Дніпро.

13:10 — 14:10 год.

Обід (здійснюється за власні кошти).

14:30 — 17:00 год.

Автобусна поїздка до села Дар'ївка та Тягинка: історія заснування Дар'ївки, відвідування меморіалу 500-річчя українського козацтва і старого залізного мосту XIX ст. Автобусна поїздка до села Бургунка: зупинка біля Катеринівського мосту.

18:00 — 18:30 год.

Повернення до готелю

19:00 — 20:00 год.

Вечеря у готелі. Вільний час. Ночівля.

## День 2

8:00 — 9:00 год.

Сніданок у готелі.

9:00 — 13:00

Автобусна поїздка до сіл Одрадокам'янка, Козацьке та Веселе: відвідування винзаводу, екскурсія по маєтку князя Трубецького.

13:00 — 14:00 год.

Обід (здійснюється за власні кошти).

14:00 — 17:00 год.

Автобусна поїздка до села Зміївка: зупинка біля будівлі лютеранської кірхи.

17:00 — 19:00 год.

Повернення до готелю. Вільний час.

19:00 — 20:00 год.

Вечеря у кафе (здійснюється за власні кошти). Вільний час.

Ночівля.

### День 3

8:00 — 9:00 год.

Сніданок у готелі.

09:00 — 13:00 год.

Автобусна екскурсія до міста Берислав: зупинка біля залишків фортечних мурів 15-17 ст. та церкви Введення в храм Пресвятої Богородиці 1726 р.

Автобусна екскурсія до села Червоний Маяк: екскурсія по Григоріє-Бізюковому монастирю.

13:00 — 14:00 год.

Обід (здійснюється за власні кошти).

14:00 — 17:00 год.

Автобусна екскурсія до села Республіканець: екскурсія по Кам'янській Січі.

17:00 — 19:00 год.

Повернення до готелю. Вільний час.

19:00 — 20:00 год.

Вечеря у кафе (здійснюється за власні кошти). Вільний час.

Ночівля.

### День 4

8:00 — 9:00 год.

Звільнення номерів. Виїзд в аеропорт.

Отже, було продемонстровано особливості технології діяльності туристичного підприємства при формуванні конкретного культурно-пізнавального туру. Було обрано пункти маршруту, розроблена графічна

схема і програма маршруту з вибором транспортного обслуговування.

### **2.3. Програмне забезпечення туру**

Програма обслуговування – це перелік послуг, котрі надаються подорожуючим відповідно до потреб та тематики туру, котрий завчасно оплачений та розписаний за часом проведення.

Під час складання програми обслуговування туристів зазвичай використовують такий підхід:

1. Під час укладання договору між туристичним оператором та турагенцією програма обслуговування складається, узгоджується та затверджується сторонами у вигляді списку, без розписування по конкретним дням. Це зумовлено тим, що завчасно дуже важко визначити певні дати проведення спектаклів, екскурсій, концертів та роботи музеїв і т. ін.

2. Безпосередньо перед заїздом, приблизно за три дні (за домовленістю), фірми додатково узгоджують вже конкретну програму обслуговування по днях із зазначенням найменування готелю, в якому туристи будуть проживати. Індивідуальний турист отримує програму в агентстві одночасно з отриманням путівки або ваучера [34, с. 76].

Спираючись на даний підхід була розроблена програма обслуговування туру «Історична слава Херсонщини», яка включає розклад рейсів прибуття і від'їзду туристів за розробленим маршрутом (додаток А).

Вона виглядає наступним чином, для заїзду першої групи туристів з 20.05.20 по 23.05.20 рр.:

«Історична слава Херсонщини» – пізнавальний тур, чотири дні, термін проведення туру з 20 по 23 травня. Розміщення в готелі «ОРТІМА» (м. Херсон). Харчування – сніданок у ресторані при готелі (шведський стіл).

Програма обслуговування:

1-й день: Прибуття до Херсону. Трансфер в готель «ОРТІМА». Розміщення. Сніданок. Екскурсія «Свято-Катеринівський собор та Меморіал Слави» – 2 години. Повернення. Обід. Автобусна поїздка до села Дар'ївка та Тягинка: екскурсія «Історія заснування Дар'ївки. Меморіал 500-річчя українського козацтва і старий залізний міст XIX ст.». Автобусна поїздка до села Бургунка: екскурсія до Катеринівського мосту – 2,5 години. Повернення. Вечеря. Ніч у готелі.

2-й день: Сніданок. Автобусна поїздка до села Одрадокам'янка, Козацька та Веселе: екскурсія до винзаводу, екскурсія «Маєток князя Трубецького» – 4 години. Обід. Автобусна поїздка до села Зміївка: екскурсія біля будівлі лютеранської кірхи – 3 години. Повернення. Вільний час. Вечеря. Ночівля.

3-й день: Сніданок. Автобусна поїздка до міста Берислав: екскурсія біля залишків фортечних мурів 15-17 ст., відвідування церкви Введення в храм Пресвятої Богородиці 1726 р. Автобусна поїздка до села Червоний Маяк: екскурсія до Григоріє-Бізюкового монастиря – 4 години. Обід. Автобусна поїздка до села Республіканець: екскурсія «Кам'янська Січ» – 3 години. Повернення. Вечеря. Вільний час.

Від'їзд вранці на 4-й день – проводи туристів в аеропорт на автобусі до ранкового рейсу. Така програма обслуговування є оптимальною, оскільки відповідає тематиці розробленого туру.

В даному підрозділі було розрито сутність програмного забезпечення турпродукту та складена програма обслуговування туру «Історична слава Херсонщини».

#### **2.4. Розрахунок вартості туру**

На ціноутворення в туристичному бізнесі впливає характер попиту, а також розвиненість туристичного ринку, місце, яке займає на

ньому фірма, оцінка певного середовища, маркетингова стратегія тощо.

Ціна відтворює економічний бік самої діяльності суб'єкта господарювання та показує комерційну політику на ринку туристичних послуг. Вона коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ціна туру також напряму залежить від класу обслуговування, терміну та сезонності, її виду та форми. На неї впливає кон'юнктура ринку та характер маркетингової стратегії, характер угод туроператора з туристичними агенціями. При цьому туроператор може бути оптовим продавцем, який надалі не контролює цінову політику туристичного агентства з реалізації своїх турів (тобто туристичний агент оплачує вартість турів, яку визначив туроператор та встановлює свою ринкову ціну під час реалізації), або залишає за собою право контролювати цінову політику і надавати турагенту певні знижки як оптовому покупцеві відповідного туристичного пакету(тоді турагент повинен дотримуватись роздрібною ціни, яка визначена туроператором, а його прибуток є різницею між оптовою та роздрібною ціною турів) [1, с. 10].

Калькуляція або розрахунок вартості туру створюється шляхом підсумовуванням собівартості кожної окремої послуги й нормативно закладеного відсотка прибутку. Спробуємо відобразити складові собівартості туристичного продукту в розрахунку на одного туриста в таблиці 2.1.

*Таблиця 2.1.*

**Розрахунок собівартості туру «Історична слава Херсонщини»**

№	Назва послуги	Вартість за одиницю (грн.)	Кількість (од., діб)	Загальна вартість (грн.)
1.	Проживання: - 2-місний номер (ВВ – сніданок)	750	3	2250



<i>Продовження табл. 2.1.</i>				
2.	Харчування: - сніданок включений у вартість проживання	—	—	—
3.	Проїзд:	100	3	300
4.	Екскурсійна програма:			
4.1.	Екскурсія «Свято- Катеринівський собор та меморіал Слави»	45	1	45
4.2.	Екскурсія «Історія заснування с. Тягинка. Меморіал 500-річчя українського козацтва і старий залізний міст початку ХХ ст.»	32	1	32
4.3.	Екскурсія до Катеринівського мосту	15	1	15
4.4.	Екскурсія до винзаводу	45	1	45
4.5.	Екскурсія «Маєток князя Трубецького»	30	1	30
4.6.	Екскурсія до будівлі лютеранської кірхи	25	1	25
4.7.	Екскурсія у Бериславі біля фортечних мурів XV – XVII ст. та відвідування Введенської церкви 1726 р.	45,5	1	45,5

Продовження табл. 2.1.				
4.8.	Екскурсія по Григоріє-Бізюковому монастирю	32	1	32
4.9.	Екскурсія «Кам'янська Січ»	50	1	50
4.10.	Страховання:	50	3	150
Собівартість туру:				3019,5

Для формування відповідної комерційної пропозиції потенційним реалізаторам вказаного туристичного продукту необхідно здійснити розрахунок ціни туру для одного учасника.

Методом ціноутворення було обрано методи «витрати-плюс», сутність якого полягає в додаванні на витрати певного відсотка з метою отримання прибутку після покриття витрат на створення продукту і його представлення на ринку.

Ціна туру в розрахунку на одного туриста у цьому разі визначається за формулою:

$$Ц = \frac{(Vi + П) \times 1,2}{Чт}$$

де Ц – ціна туру в розрахунку на одного туриста, грн.;

Vi – вартість послуг, які входять до туру, грн.;

П – прибуток (маржа) туристичної фірми, грн.;

1,2 – коефіцієнт, що враховує податок на додану вартість з маржинального доходу.

Чт – чисельність туристів у групі, осіб.

Отже, згідно формули, маємо:  $(3019,5 + 603,9) \times 1,2 = 4348,08$ .

Ціна туру на 1 чоловіка становить 4348,08 грн.

У вартість туру включено розміщення в готелі вибраної категорії,

сніданок, екскурсійну програму, транспортне обслуговування та страхування. Додатково оплачується: вартість проїзду до Херсона і назад, харчування за межами готелю (обід і вечеря).

Можна сказати, що враховуючи всі нюанси ціноутворення були зроблені оптимальні розрахунки собівартості послуг запропонованого туру та ціни туру на одну людину.

## **2.5. Підготовка інформаційно-методичного забезпечення туру**

Створений туроператором тур повинен мати обов'язкове інформаційно-методичне забезпечення у туристичній агенції. Таке забезпечення має на увазі підготовку спеціальної технологічної документації, яка повинна повністю описати сам туристичний продукт, процеси його виробництва та послуги, що надаються туристам. Це, насамперед, необхідно для того, щоб робота співробітників фірми була чітка, оперативна та гнучка, а також щоб мати можливість постійного контролю за туром, його виконанням і для роботи над його вдосконаленням.

Туристичний продукт та його технологічна документація мають відповідати нормативним вимогам, які спрямовані на захист прав споживачів. Вони контролюються під час проведення сертифікації туристської продукції [36].

Інформаційно-методичне забезпечення туру обов'язково повинно включати:

1. Технологічну карту туристичної подорожі за конкретним маршрутом – це документ, який стисло надає необхідні для роботи відомості і дані по туру (додаток Б).

2. Графік завантаження туристичної організації групами туристів на певний час, що відображає реальну картину завантаження туристських агенств за конкретним маршрутом, дозволяє стежити та

контролювати.

3. Інформаційний листок до путівки туру, що містить розділи інформації (обов'язкової та додаткової) за маршрутом, яка призначена для споживачів, і є головним додатком до туристичної путівки або ваучеру.

4. Ваучер – документ, котрий підтверджує статус особи чи групи осіб як туристів та забезпечує надання туристові або групі всіх сплачених послуг.

5. Лист бронювання – це точне замовлення туриста або особи, котра уповноважена представляти групу туристів, туроператору для того, щоб сформуванати туристичний продукт.

6. Бланки договорів з клієнтами на придбання туру, які складаються турагентами на базі типового договору про купівлю-продаж (додаток В).

7. Договори з постачальниками послуг.

8. Калькуляція або розрахунок вартості туру, яка здійснюється методом підсумовуванням собівартості кожної послуги та нормативно закладеного відсотка прибутку, який зазвичай становить для туроператора 15-25% від собівартості.

9. Опис маршруту, який складається для зручності роботи менеджерів, гідів, екскурсоводів, а також є додатком до договору з турагентом для включення в текст інформаційного листка до путівки.

10. Графік руху за маршрутом, що складається в формі таблиці із зазначенням дат і часу прибуття та відправлення по кожному пункту маршруту.

11. Карта-схема маршруту, що складається для лінійних і кільцевих маршрутів з метою наочності шляху туру (додаток А).

12. Текст інформації (для автобусних турів).

13. Опис технологічних особливостей туру – це пам'ятка, котра вміщує в собі терміни подачі заявок на бронювання місць в готелі,

харчування, транспорт, екскурсії, квитки, а також є нагадуванням про терміни та правила оформлення страховок та віз.

14. Тексти пам'яток для туристів, які складаються в особливих випадках (організація спеціалізованих турів: пригодницьких або спортивних чи у разі направлення туристів в ендемічні країни).

15. Довідкові матеріали по маршруту – це різноманітні буклети та довідники, розклад руху транспорту, адреси готелів, роботи музеїв та шляхи проїзду до них, а також інші матеріали, котрі висвітлюють особливості маршруту.

16. Варіанти рекламних буклетів, призначених для туристів з метою ознайомлення, інформування та реклами наявних подорожей. туроператора з подорожей. Можуть мати форму листівок, буклетів і каталогів.

Вказана документація має відповідати вимогам чинного законодавства щодо організації туристичних подорожей. Вона комплектується в «папку туру» або маршруту для забезпечення безперебійної роботи туроператора в даній місцевості, дотримання принципу «гнучкості» туристичного продукту, щоб кожен робітник фірми зміг з легкістю і кваліфіковано замінити відсутнього з яких-небудь причин менеджера напрямку [36].

Створення конкурентоспроможного туристичного продукту в сфері культурно-пізнавального туризму є результатом діяльності розробки туру, яка містить визначення мети і завдань туру, цільової аудиторії та ринкової ніші, пошук місцевих ресурсів та умов для його створення, проектування маршруту та програми туру, налагодження партнерських відносин із виробниками відповідних послуг, а також з'ясування економічних показників туру, його просування та комерційна реалізація тощо.

У даній роботі створено культурно-пізнавальний тур «Історична слава Херсонщини» на основі використання сучасних методів

проектування та розробки туристичного продукту. Запропонований тур є оптимальним засобом презентації історичної спадщини та культурних традицій нашого краю.

Маршрут туру «Історична слава Херсонщини» пролягає історичними населеними пунктами правобережної Херсонщини (м. Херсон, м. Берислав, с. Тягинка, с. Одрадокам'янка, с. Веселе, с. Козацьке, с. Зміївка, с. Республіканець та ін.). Його програма є досить збалансованою, максимально враховує наявні ресурсні та інфраструктурні можливості регіону. У результаті проведеного дослідження було визначено економічно обґрунтовану ціну 3-денного туру в розрахунку на одного учасника – 4348,08 грн. Вона дозволить організаторам культурно-пізнавального туру вийти на достатній рівень прибутковості.

Тур «Історична слава Херсонщини» може бути запропонований для комерційного використання суб'єктам туристичного бізнесу.

## ВИСНОВКИ

Згідно з поставленою метою та завданнями у роботі було проаналізовано науково-практичні засади проектування туристичного продукту в сфері культурно-пізнавального туризму та розкрито технології діяльності туристичного підприємства при формуванні конкретного культурно-пізнавального туру.

Головним змістом діяльності турфірм є створення турпродукту, його просування й продаж на ринку та організація споживання. Діяльність туристичного підприємства при формуванні конкретного туристичного продукту має чіткий алгоритм побудови.

Технології формування та реалізації турпродукту передбачають реалізацію наступних етапів: створення ідеї туристичного продукту, розробка та перевірка концепції туристичного продукту, розробка стратегій маркетингу нового туристичного продукту, економічний аналіз, формування туристичного продукту в його остаточному вигляді (розробка маршруту та програми перебування), випробовування турпродукту в різних ринкових умовах, комерційна реалізація. Всі ці етапи є важливими складовими організації культурно-пізнавального туру.

У даній роботі на основі використання сучасних методів проектування та розробки туристичного продукту запропоновано культурно-пізнавальний тур «Історична слава Херсонщини». У процесі виконання роботи були чітко визначені та реалізовані елементи технології розроблення туристичного продукту:

- визначено мету і завдання, його цільову аудиторію;
- створено концепцію культурно-пізнавального туру;
- обрано пункти та складено схему туристичного маршруту;
- сплановано комплекс послуг на маршруті – розміщення, харчування, перевезення, страхування, екскурсійного супроводу тощо;

– складено програму перебування, що дозволяє реалізувати мету і завдання подорожі (екскурсії, розваги, інші послуги);

– розраховано собівартість послуг запропонованого туру, оптимальної ціни туру на одну людину (на основі конфіденційних тарифів, що надані постачальниками послуг, з орієнтацією на ціни конкурентів)

– розроблено основні документи інформаційно-методичного забезпечення туру.

Запропонований 3-денний тур «Історична слава Херсонщини» є зручним засобом презентації історичної спадщини та культурних традицій нашого краю. Його маршрут пролягає історичними населеними пунктами правобережної Херсонщини (м. Херсон, м. Берислав, с. Тягинка, с. Одрадокам'янка, с. Веселе, с. Козацьке, с. Зміївка, с. Республіканець та ін.). Перевагою туру є оптимальне поєднання насиченої екскурсійної програми та вільного часу туристів.

Програма туру є досить збалансованою, розрахованою для цільового сегменту туристів, максимально враховує наявні ресурсні та інфраструктурні можливості регіону. У результаті проведеного дослідження було визначено економічно обгрунтовану ціну 3-денного туру в розрахунку на одного учасника – 4348,08 грн. Вона дозволить організаторам культурно-пізнавального туру вийти на достатній рівень прибутковості.

Отже, культурно-пізнавальний тур «Історична слава Херсонщини» є конкурентоспроможним, його маршрут і програма перебування з різноманіттям екскурсій і розваг робить тур насиченим і привабливим,

Тур «Історична слава Херсонщини» може бути запропонований для комерційного використання суб'єктам туристичного бізнесу.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонов. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.
2. Волков Ю.Ф. Введення в готельний та туристичний бізнес. – Ростов на /Д: Фенікс, 2003. – 352 с.
3. Любіцева О. О. Методика розробки туру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_mrt3.htm](http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt3.htm)
4. Готель Оптима Херсон (Optima Kherson) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gohotels.com.ua/uk/hotel?cid=343347>
5. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух, передмова В.М. Литвина. – К. : Видавничий Дім "Слово", 2006. – 372 с.
6. Тайни Свято-Екатерининського собора [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://artkavun.kherson.ua/taunyi-svyato-ekaterininskogo-sobora.htm>
7. Достопримечательности Херсона: Мемориал Славы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine.ui.ua/dostoprimechatelnostiukrainy/dostoprimechatelnosti-khersona/sight751>
8. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: [монографія] / М. Борушак. – Л. : ІРД НАН України, 2006. – 288 с.
9. Тягинка 2015 – фотографии (фото), отзывы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doroga.ua/Pages/InhabitedLocality.aspx?InhabitedLocalityID=2843>
10. Туристично-краєзнавчі дослідження. Матеріали III Всеукр. наук.-практичної конференції "Туризм в Україні: економіка і культура". – К.: ФП України, Ін-т туризму, 1998, – Ч. I-II.

11. Мандрівка Україною. Бургунка [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.travelua.com.ua/xersonshhina/berislavskij/burgunka.html>
12. Мандрівка Україною: Козацьке [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.travelua.com.ua/xersonshhina/novokahovskij/kozacke.html>
13. Лук'янова Л.Г. Освіта в туризмі: навч.-метод. посіб. / Л.Г. Лук'янова. К. : Вища шк., 2008. – 719 с.
14. Макієнко О. А. Актуальні проблеми туристичного освоєння козацької спадщини на Херсонщині // Запорозькі Кам'янська й Олешківська січі та Кримське ханство в культурно-історичній спадщині України: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Херсон, 18-19 квітня 2019 р. Херсон, 2019. С. 61-69.
15. Мандрівка Україною: Веселе [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.travelua.com.ua/xersonshhina/novokahovskij/vesele.html>
16. Барбарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг: навч. посіб. / В.К. Барбарицька, О.Ю. Малиновська. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
17. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
18. Мандрівка Україною: Берислав [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.travelua.com.ua/xersonshhina/berislavskij/berislav.html>
19. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
20. Мандрівка Україною: Зміївка [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.travelua.com.ua/xersonshhina/berislavskij/zmi%D1%97vka.ht>

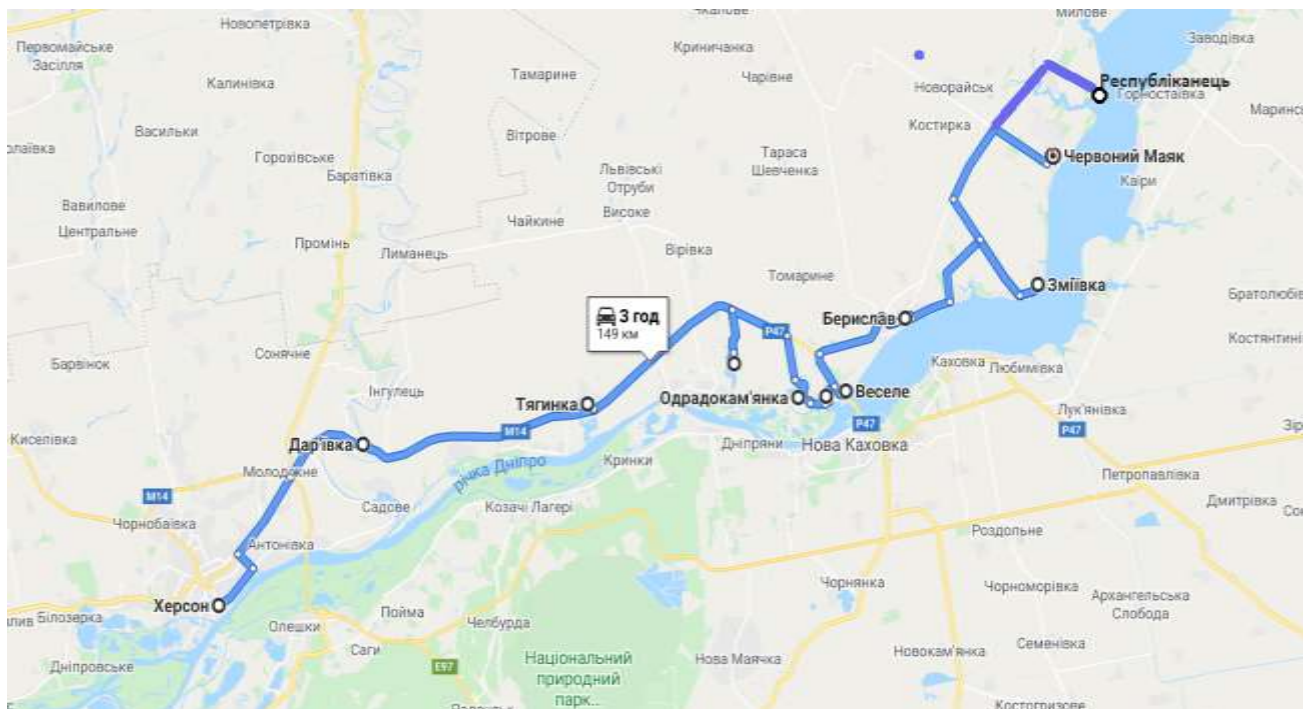
ml

21. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: [навч. посіб.] / Г.І. Михайліченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 156 с.
22. Мандрівка Україною: Червоний маяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.travelua.com.ua/xersonshhina/berislavskij/chervonijmayak.html>
23. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство: навч. посіб. / Є.В. Панкова. – К. : "Альтерпрес", 2003. – 352 с.
24. Каменская Сечь: Республиканец [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.karpatinfo.net.ua/ukraina-hersonskaya-oblast-berislavskiy-rayon-respublikanec/kamenskaya-sech-respublikanec>
25. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник (Вища освіта ХХІ ст.). – К.: Знання, 2008. – 303 с.
26. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
27. Матвієнко А.Т. Технологія та організація туристичної діяльності / А.Т. Матвієнко, В.Г. Цись. – К.: Кондор-Видавництво, 2015. – 120 с.
28. Любіцева О. О., Бабарицька В. К, Мельник О. П. Туристична сфера, готельне господарство та форми їх організації у світі. Конспект лекцій – К.: КДТЕУ, 1995.
29. Путешествие по Херсонщине. Энциклопедия-путеводитель – Херсон: Наддніпряночка, 2008 – 300 с., 1000 ил.
30. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. – К.: Ін-т туризму, 1998.
31. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К. : ЦУЛ, 2013. – 178 с.
32. Кампов Н.С. Організація туризму (Організація туристичних

- подорожей): конспект лекцій / Н. С. Кампов. – Мукачєво: МДУ, 2012.
33. Михайліченко, Г. І. Основи туризмознавства: опорний конспект лекцій / Г. І. Михайліченко. – К.: КНТЕУ, 2011. – 75 с.
34. Пангєлов Б.П. Пангєлов, Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навч. посібник / Б. П. Пангєлов. – К.: Академвидав, 2010. – 248 с.
35. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей та перевезень туристів : навч. посібник / О. О. Фастовець. – К : ФПУ, 2007. – 233 с.
36. Чагайда І.М., Грибанова С.В. Екскурсознавство: навчальний посібник. К., 2004. – 240 с.
37. Підготовка інформаційно-методичного та рекламного забезпечення туру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sport.bobrodobro.ru/19711>

## Додаток А

### Графічна схема маршруту туру



## Додаток Б

### Технологічна карта туристичної подорожі

Маршрут туру: Херсон – Дар’ївка – Тягинка – Бургунка – Одрадокам’янка – Козацьке і Веселе – Берислав – Зміївка – Червоний Маяк – Республіканець

1. Основні показники маршруту:

Вид маршруту – кільцевий, пізнавальний, автобусний

(за конфігурацією маршруту, за формою організації, за видом транспорту).

Термін подорожі (дн./ночівель) – 4 дні, 3 ночі.

Число туристів в групі – 16.

Початок обслуговування на маршруті першої групи – 1.04.2020 р.

Початок обслуговування на маршруті останньої групи – 26.06.2020 р.

Закінчення обслуговування останньої групи – 30.06.2020 р.

Вартість путівки – 4348,08 грн. (може змінюватися в залежності від обраного розміщення).

Місяць року	Кількість туристів в місяць	Графік заїзду туристських груп за датами місяця	Кількість груп в місяць
Квітень	60	1.04; 8.04; 14.04; 20.04	4
Травень	60	4.05; 12.05; 19.05; 26.05	4
Червень	60	2.06; 9.06; 17.06; 24.06	4

Адреса туристського підприємства, з якого починається подорож:

Херсон, проспект Ушакова, 43.

Проїзд до початкового туристського підприємства: трансфер.

## 2. Програма обслуговування туристів за маршрутом

Херсон – Дар’ївка – Тягинка – Бургунка – Отрадокам’янка – Козацьке і Веселе – Берислав – Зміївка – Червоний Маяк – Республіканець

Населені пункти, відстань між ними, способи пересування, час прибуття до пункту та виїзду з нього	Найменування туристських підприємств та умови розміщення	Заплановані туристські послуги	Внутрішньо маршрутні перевезення на маршруті (в місці перебування) здійснюються
<p>Херсон – Тягинка – 45 км.; автобусний; прибуття – 15:20, виїзд – 16:00</p> <p>Тягинка – Бургунка – 22 км.; автобусний; прибуття – 16:30, виїзд – 17:00</p>	<p>Розміщення в 3 *** готелі «ОРТІМА» з проживанням у 2-місних номерах з усіма зручностями (душ, телефон, міні-бар і т. д.), харчування в готелі «тільки сніданок»</p>	<p>Екскурсія «Свято-Катеринівський собор, історія заснування Дар’ївки, Меморіал Слави»; екскурсія «Меморіал 500-річчя українського козацтва і старий залізний міст ХХ ст.»; екскурсія до Катериненського мосту</p>	<p>Мікроавтобус «Мерседес»</p>
<p>Херсон – Отрадокам’янка – Козацьке – Веселе – 79 км; автобусний; прибуття – 10:00, виїзд 14:00; автобусний;</p>	<p>Розміщення в 3 *** готелі «ОРТІМА» з проживанням у 2-місних номерах з усіма</p>	<p>Екскурсія по вин-заводу; екскурсія «Маєток князя Трубецького»; Екскурсія біля будівлі лютеранської</p>	<p>Мікроавтобус «Мерседес»</p>

Веселе – Зміївка – 35 км; автобусний; прибуття – 14:30, виїзд – 17:00	зручностями (душ, телефон, міні-бар і т. д.), харчування в готелі «тільки сніданок»	кірхи	
Херсон – Берислав – 77 км.; автобусний; прибуття – 10:00, виїзд – 11:00 Берислав – Червоний Маяк – 24 км.; автобусний; прибуття – 11:20, виїзд – 14:00 Червоний Маяк – Республіканець – 21 км.; автобусний; прибуття – 14:20, виїзд – 17:00	Розміщення в 3 *** готелі «ОРТИМА» з проживанням у 2-місних номерах з усіма зручностями (душ, телефон, міні-бар і т. ін.), харчування в готелі «тільки сніданок»	Експерсія біля залишків фортечних мурів 15-17 ст. та відвідування церкви Введення в храм Пресвятої Богородиці 1726 р.; експерсія по Григоріє-Бізюковому монастирю; експерсія «Кам'янська Січ»	Мікроавтобус «Мерседес»

### 3. Короткий опис подорожі.

Тур «Історична слава Херсонщини», тривалістю 4 дні / 3 ночі, розрахований на групу в 16 осіб. Вартість туру – 4348,08 грн.

Тур включає в себе розміщення в 3\*\*\* готелі «Optima» з проживанням у 2-місних номерах з усіма умовами (душ, телефон, міні-бар і т. д.), харчування в готелі «тільки сніданок». А також відвідування 14 експерсійних об'єктів.

Тур «Історична слава Херсонщини» розрахований на відвідування



країни в найбільш привабливий період року (з квітня по червень) і пропонує зануритися в неповторну атмосферу Херсонської області, а також познайомитися з історичною спадщиною Херсонщини.

Пунктами маршруту, розробленого в даній роботі туру «Історична слава Херсонщини», є міста Херсон, Берислав та села – Дар'ївка, Тягинка, Бургунка, Одрадокам'янка, Козацьке і Веселе, Зміївка, Червоний Маяк, Республіканець, що володіють великою кількістю історичних пам'яток.

Керівник туристського підприємства, що обслуговує маршрут:

П.І.Б \_\_\_\_\_

Підпис \_\_\_\_\_

## Додаток В

### Заявка на замовлення туристичного обслуговування

Назва туру: «Історична слава Херсонщини»

Дата виїзду 20.04.2020 р., тривалість туру 4 дні, 3 ночі

Вартість туру 4348,08 грн.

Вид транспортного обслуговування: автобус

Дані туристів:

№ п/п	П.І.Б.	Дата народження	Номер закорд. паспорта
1			
2			
3			
4			

Додаткові побажання

---



---

Назва агентства (для тур. фірм)

---

П.І.Б. контактної особи:

Контактні телефони:

Фірма залишає за собою право змінювати наявні, порядок і час проведення екскурсій або замінювати їх на рівноцінні;

Автобусні послуги у вільний час не передбачені;

При групі близько 20 чоловік, поїздка відбувається на автобусі відповідної місткості (кондиціонер, телевізор, плеєр: ДВД, СД, Мп3, Мпег, та ін.)

Назва і категорія готелю: «ОРТІМА» 3 \*\*\*

Харчування:

- **ВВ (сніданок)**
- НВ (сніданок, вечеря)
- ФВ (сніданок, обід, вечеря)

Екскурсійне обслуговування:

Трансфер:

**ЗВЕРНІТЬ УВАГУ!** В разі відмови від туру, заявка має бути анульована письмово/факсом/по електронній пошті з вказаною датою.

Якщо Вам необхідний рахунок на оплату туру негайно, ставте позначку при оформленні заявки. Рахунок дійсний протягом одного банківського дня.

Надалі заявки на оформлення рахунку приймаються письмово.

Документи в повному об'ємі будуть надані до 20.04.2020 р.

Оплату туру гарантуємо.

Дата оформлення заявки: 20.03.2020 р.

П.І.Б. туриста \_\_\_\_\_

Підпис \_\_\_\_\_

П.І.Б. менеджера \_\_\_\_\_

Підпис \_\_\_\_\_