

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**“РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ПІЗНАВАЛЬНОГО
ТУРИЗМУ В ХОРВАТІЇ”**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконав:

студент IV курсу 412 групи
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Міжнародний туризм»
Коваль Валентин Ігорович

Керівник: доктор географічних наук,
професор
Король Олександр Дмитрович

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри №__
від «_» ____202_ р.

Зав. кафедри ____д. геогр. н., професор Король О. Д.

Чернівці - 2026

АНОТАЦІЯ

В роботі розкрито теоретичні основи пізнавального туризму та особливості розробки пізнавальних турів. Проаналізовано туристичні ресурси Хорватії, екскурсійні об'єкти та існуючі туристичні пропозиції. Розроблено пізнавальний тур «Казка про море, гори та історію» з визначенням маршруту, програми, технологічної карти, калькуляції вартості та заходів просування. З'ясовано, що Хорватія має значний потенціал для створення конкурентоспроможного пізнавального туру для українського туристичного ринку.

Ключові слова: пізнавальний туризм, пізнавальний тур, Хорватія, Далмація, туристичний маршрут, екскурсійні об'єкти, просування туру, туристичний продукт.

ABSTRACT

The paper reveals the theoretical foundations of cognitive tourism and the features of designing cognitive tours. The tourism resources of Croatia, excursion objects and existing tourism offers are analyzed. A cognitive tour “A Tale of the Sea, Mountains and History” is developed with a defined route, program, technological map, cost calculation and promotion measures. It is determined that Croatia has significant potential for creating a competitive cognitive tour for the Ukrainian tourism market.

Keywords: cognitive tourism, cognitive tour, Croatia, Dalmatia, tourist route, excursion objects, tour promotion, tourist product.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Коваль В. І.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ABSTRACT	2
ЗМІСТ	3
ВСТУП	4
1. ТЕОРИТЕКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	8
1.1. Поняття пізнавального туру та екскурсій, класифікації	8
1.2. Екскурсійні об'єкти як ресурси пізнавального туризму	11
1.3. Методика розробки пізнавальних турів	15
2. ХОРВАТІЯ, ЇЇ РЕСУРСИ ТА ПІЗНАВАЛЬНІ ТУРИ ХОРВАТІЇ	20
2.1. Екскурсійні об'єкти Хорватії	20
2.2. Пізнавальні тури по Хорватії	30
3. РОЗРОБКА ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ПО ХОРВАТІЇ	36
3.1. Маршрут пізнавального туру по Хорватії	36
3.2. Програма пізнавального туру по Хорватії	39
3.3. Технологічна карта та калькуляція вартості пізнавального туру по Хорватії	44
4. РЕКЛАМА ТА ПРОСУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ПО ХОРВАТІЇ	51
4.1. Маркетингове просування пізнавального туру по Хорватії	51
4.2. Позиціонування та канали просування пізнавального туру по Хорватії	54
4.3. Основні канали просування пізнавального туру по Хорватії	58
4.4. Медіаплан рекламної кампанії та розподіл рекламного бюджету	60
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	75

ВСТУП

Актуальність теми. Пізнавальний туризм сьогодні є одним із найбільш динамічних напрямків світової туристичної індустрії. Туристичні подорожі з метою пізнання культурно-історичної спадщини, архітектурних пам'яток, природних ландшафтів набувають все більшої популярності серед різних категорій населення. Особливо зростає інтерес до автентичних туристичних дестинацій, які зберегли свою унікальність та самобутність в умовах глобалізації світової економіки.

Хорватія як туристична дестинація демонструє значний потенціал для розвитку пізнавального туризму. Країна поєднує багату історико-культурну спадщину, представлену численними об'єктами різних історичних епох, унікальні природні ландшафти та розвинену туристичну інфраструктуру. Сім об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, середньовічні міста, відмінно збережені архітектурні комплекси римської доби, національні парки та природні резервати створюють потужний ресурсний потенціал для організації різноманітних пізнавальних турів.

Вивчення досвіду розвитку пізнавального туризму в Хорватії набуває особливої актуальності в контексті пошуку ефективних моделей відновлення та розбудови туристичної галузі України в післявоєнний період. Хорватія, яка пройшла складний шлях відновлення туристичної індустрії після військового конфлікту 1990-х років, демонструє успішний приклад стратегічного планування та системної розбудови пізнавального туризму як одного з напрямків диверсифікації туристичного продукту країни.

Розробка нових туристичних продуктів, зокрема пізнавальних турів, є одним із ключових напрямків інноваційного розвитку туристичної галузі. В умовах зростаючої конкуренції на міжнародному туристичному ринку саме якісно розроблені, насичені та диверсифіковані пізнавальні маршрути стають факторами конкурентоспроможності туристичних дестинацій та окремих туристичних підприємств. Методологія розробки пізнавальних турів як наукова

проблема потребує ґрунтового теоретичного осмислення та практичного вдосконалення.

Додаткової актуальності темі дослідження надає трансформація туристичного попиту в постпандемічний період, що характеризується зростанням інтересу до менш відомих туристичних дестинацій, індивідуалізацією подорожей, пошуком автентичного досвіду та зростанням значення освітньої складової туризму. Ці тенденції створюють сприятливі умови для розвитку пізнавального туризму в Хорватії та розробки нових туристичних продуктів, орієнтованих на задоволення зростаючого попиту на змістовні туристичні подорожі з елементами освіти та саморозвитку.

В українському контексті дослідження пізнавальних турів Хорватією має практичну цінність для туристичних підприємств, що розширюють географію своїх туристичних пропозицій, а також для освітніх закладів туристичного профілю, які потребують сучасних методичних розробок у сфері проектування та організації пізнавальних турів. Розробка конкретного туристичного продукту – пізнавального туру Хорватією – дозволяє перевести теоретичні напрацювання в практичну площину та запропонувати готове рішення для впровадження туристичними підприємствами.

Мета і завдання дослідження.: є теоретичне обґрунтування та практична розробка пізнавального туру територією Хорватії на основі аналізу туристичного потенціалу країни та методологічних засад проектування пізнавальних турів.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- Дослідити теоретико-методологічні основи пізнавального туризму, охарактеризувати поняття пізнавального туру та його класифікаційні особливості.
- Проаналізувати методику розробки пізнавальних турів та визначити основні етапи їх проектування.
- Вивчити екскурсійні об'єкти Хорватії як ресурсний потенціал для розвитку пізнавального туризму в країні.

- Здійснити аналіз існуючих пізнавальних турів Хорватією та виявити їхні особливості.
- Розробити пізнавальний тур територією Хорватії з визначенням маршруту, програми, технологічної карти та калькуляції його вартості та просування туру.

Об'єкт дослідження: пізнавальний туризм як вид туристичної діяльності.

Предмет дослідження: методологічні та практичні аспекти розробки пізнавального туру територією Хорватії.

Практичне значення роботи. Розроблений пізнавальний тур "Казка про море, гори та історію" може бути впроваджений у діяльність туристичних підприємств України. Матеріали роботи можуть використовуватися в навчальному процесі закладів освіти туристичного профілю при вивченні дисциплін, пов'язаних з організацією туристичної діяльності та розробкою турів. Методичні підходи до розробки пізнавального туру можуть бути адаптовані туристичними підприємствами для проектування власних туристичних маршрутів.

Теоретичне значення роботи. Результати дослідження поглиблюють теоретичні уявлення про сутність пізнавального туризму, класифікацію пізнавальних турів та методику їх розробки. Систематизовано інформацію про екскурсійні об'єкти Хорватії та їх туристичний потенціал. Уточнено методологічні підходи до розробки пізнавальних турів з урахуванням специфіки туристичної дестинації.

Гіпотеза дослідження. Комплексна розробка пізнавального туру територією Хорватії з урахуванням туристичного потенціалу країни та сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку дозволить створити конкурентоспроможний туристичний продукт, що має комерційні перспективи на українському туристичному ринку.

Новизна роботи. Вперше розроблено комплексний пізнавальний тур "Казка про море, гори та історію", що охоплює основні туристичні центри Далмації та включає відвідування як широковідомих, так і менш популярних, але аттрактивних туристичних об'єктів. Удосконалено методичні підходи до

розробки пізнавальних турів в умовах постпандемічного розвитку туристичного ринку. Набули подальшого розвитку теоретичні положення щодо класифікації пізнавальних турів та аналізу їх ресурсного забезпечення.

Методи дослідження. В процесі написання курсової роботи була використана система загальнонаукових та спеціальних емпіричних і теоретичних методів дослідження. Для дослідження теоретичних аспектів пізнавального туризму застосовано методи аналізу та синтезу, узагальнення та систематизації. При вивченні екскурсійних об'єктів Хорватії використано метод класифікації та типологізації. Для аналізу існуючих пізнавальних турів застосовано метод порівняння. При розробці авторського туру використано методи моделювання та проектування. Також використовувалися такі емпіричні методи, як опис, порівняння та узагальнення.

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

1. ТЕОРИТЕКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття пізнавального туру та екскурсій, класифікації

Пізнавальний туризм є однією з найпоширеніших форм туристичної діяльності, спрямованою на ознайомлення туристів з культурно-історичними, архітектурними, етнографічними та природними пам'ятками. Згідно з визначенням, запропонованим у навчальному посібнику "Рекреаційно-туристичні ресурси України з основами туристичного ресурсознавства", пізнавальний туризм – це "подорож з метою ознайомлення з культурно-історичними пам'ятками, унікальними природними об'єктами та явищами". Пізнавальний тур як основний продукт культурно-пізнавального туризму являє собою комплекс послуг, що забезпечують реалізацію мети подорожі, пов'язаної з відвідуванням та ознайомленням з культурними цінностями, розширенням світогляду туриста. В науковому дослідженні Міщерякова зазначається, що пізнавальний тур – це "попередньо спланований маршрут, який включає відвідування культурно-історичних, архітектурних, природних пам'яток з метою задоволення духовних потреб і пізнавальних інтересів туристів" [19, с. 8].

Екскурсія, будучи невід'ємною складовою пізнавального туру, має своє специфічне визначення. Методично це трактується як "цілеспрямований та запланований показ визначних місць, пам'яток історії та культури, який будується на аналізі об'єктів, що знаходяться перед очима екскурсантів, а також розповіді про події, пов'язані з ними". Екскурсії характеризуються наявністю кваліфікованого супроводу (екскурсовода), чітко визначеним маршрутом та регламентованим часом проведення. Класифікація пізнавальних турів здійснюється за різними критеріями. За змістом виділяють історичні, архітектурні, етнографічні, літературні, мистецтвознавчі, релігійні та комплексні тури. Історичні тури передбачають відвідування об'єктів, пов'язаних з певними історичними подіями чи епохами. Архітектурні включають ознайомлення з видатними спорудами різних стилів та періодів. Етнографічні

тури спрямовані на вивчення побуту, традицій, ремесел певного народу. Літературні пов'язані з місцями, що мають відношення до життя та творчості письменників. Мистецтвознавчі включають відвідування музеїв, галерей, виставок [23, с. 63].

За тривалістю пізнавальні тури поділяють на короткострокові (1-3 дні), середньострокові (4-7 днів) та довгострокові (понад 7 днів). Короткострокові тури часто реалізуються у форматі екскурсій вихідного дня та міських оглядових екскурсій. Середньострокові тури дозволяють більш глибоко ознайомитись з культурною спадщиною регіону. Довгострокові тури зазвичай охоплюють декілька регіонів або країн, що дозволяє отримати комплексне уявлення про їхню культуру та історію. За способом пересування виділяють пішохідні, транспортні та комбіновані пізнавальні тури. Пішохідні тури передбачають огляд об'єктів, розташованих у пішій доступності один від одного, зазвичай у межах одного населеного пункту. Транспортні тури реалізуються з використанням різних видів транспорту (автобус, потяг, теплохід) та характеризуються значною протяжністю маршруту. Комбіновані тури поєднують пішохідні екскурсії з транспортними переїздами [19, с. 12].

За формою організації пізнавальні тури поділяються на індивідуальні та групові. Індивідуальні тури розробляються з урахуванням побажань конкретного туриста або малої групи туристів (сім'ї, друзів) та передбачають більшу гнучкість у виборі об'єктів та часу їх відвідування. Групові тури орієнтовані на обслуговування туристичних груп та характеризуються фіксованою програмою та маршрутом. В контексті системи класифікації пізнавальних турів, згідно з дослідженням Паньків та Сагайдак, виділяються також тури за географічним охопленням: локальні (в межах одного населеного пункту), регіональні (в межах певного регіону), національні (в межах однієї країни) та міжнародні (з відвідуванням декількох країн). Ця класифікація дозволяє структурувати пізнавальні тури за територіальним принципом та визначити специфіку їх організації. Специфічним різновидом пізнавальних турів є тематичні тури, присвячені певній події, явищу чи особистості. До них відносяться фестивальні тури, які передбачають відвідування культурних,

мистецьких, гастрономічних фестивалів; тури, пов'язані з відзначенням історичних подій; тури, присвячені видатним діячам культури, науки, політики. Такі тури мають чітко визначену тематичну спрямованість та специфічну програму [16, с. 41].

З розвитком інформаційних технологій все більшої популярності набувають віртуальні пізнавальні тури, які дозволяють "відвідувати" культурно-історичні об'єкти дистанційно. Гончарук у своєму дослідженні визначає віртуальний тур як "послідовність декількох об'єднаних панорамних фотографій, між якими можна переміщатися, використовуючи спеціальні переходи, що створює ефект присутності". Віртуальні тури стали особливо актуальними в умовах пандемії та воєнного стану, коли фізичне відвідування багатьох об'єктів стало неможливим або обмеженим. Особливу категорію пізнавальних турів становлять навчальні тури, які, за визначенням Братівник, "поєднують пізнавальну мету з освітніми завданнями та спрямовані на підвищення рівня знань, умінь та навичок у певній галузі". Навчальні тури часто організовуються для учнів та студентів, проте можуть бути розраховані і на інші категорії туристів, зацікавлених у поглибленому вивченні певної теми. Вони характеризуються наявністю лекцій, практичних занять, майстер-класів у програмі туру. Значний внесок у розвиток теорії пізнавального туризму здійснив Єрмаков, який запропонував класифікацію пізнавальних турів за рівнем інтерактивності: пасивні (споглядальні) та активні (інтерактивні). Пасивні тури передбачають традиційний формат екскурсійного обслуговування, коли туристи виступають як слухачі та глядачі. Інтерактивні тури включають активну участь туристів у різноманітних заходах: історичних реконструкціях, майстер-класах, квестах, що значно підвищує емоційну залученість та ефективність пізнання [11, с. 29].

За ступенем самотійності туристів під час поїздки пізнавальні тури поділяються на тури з повним супроводом гіда-екскурсовода, тури з частковим супроводом та тури для самотійного ознайомлення з об'єктами (з використанням путівників, аудіогідів, мобільних додатків). Кожен з цих форматів має свої переваги та недоліки та обирається залежно від побажань

туристів, їх досвіду та специфіки об'єктів, що відвідуються. За цільовою аудиторією можна виділити пізнавальні тури для школярів, студентів, дорослих, людей похилого віку, сімейні тури. Кожна категорія має свої особливості в організації, тривалості, змісті та методиці проведення екскурсій. Наприклад, тури для школярів зазвичай мають виразну освітню спрямованість, адаптовані до вікових особливостей дітей та узгоджені з шкільною програмою. Тури для людей похилого віку передбачають помірне фізичне навантаження, комфортні умови та ґрунтовну інформаційну складову.

1.2. Екскурсійні об'єкти як ресурси пізнавального туризму

Екскурсійні об'єкти становлять матеріальну основу пізнавального туризму та визначають привабливість туристичних маршрутів. Згідно з визначенням, наведеним у посібнику "Спеціалізований туризм", екскурсійний об'єкт – це "предмет або явище, яке містить інформаційний потенціал і може викликати інтерес у туристів та екскурсантів, розкриваючи матеріальні та духовні цінності суспільства". Екскурсійні об'єкти формують туристичні ресурси території та впливають на формування туристичних потоків. Класифікація екскурсійних об'єктів здійснюється за різними критеріями. За змістом виділяють історичні, археологічні, архітектурні, етнографічні, природні, техногенні об'єкти. Історичні об'єкти пов'язані з певними історичними подіями або особистостями. Археологічні об'єкти представлені розкопками давніх поселень, могильників, залишками матеріальної культури. Архітектурні об'єкти включають споруди різних епох та стилів. Етнографічні об'єкти відображають побут, ремесла, традиції певного народу. Природні об'єкти представлені унікальними ландшафтами, геологічними утвореннями, водоймами, заповідниками. Техногенні об'єкти включають промислові підприємства, інженерні споруди, транспортні системи [9, с. 45].

За функціональним призначенням екскурсійні об'єкти поділяються на культові (церкви, монастирі, мечеті), цивільні (палаці, садиби, адміністративні будівлі), військові (фортеці, укріплення, меморіали), виробничі (фабрики, заводи, майстерні), меморіальні (пам'ятники, пам'ятні місця) (див. Рис. 1.2.1 та

1.2.2). Кожна категорія об'єктів має свої специфічні особливості та потребує відповідного підходу до включення в екскурсійний маршрут. Особливу роль у формуванні ресурсного потенціалу пізнавального туризму відіграють об'єкти, включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Як зазначає Мелько, ці об'єкти мають "виняткову універсальну цінність" та підлягають особливій охороні. В Україні до таких об'єктів належать: Собор Святої Софії та прилеглі монастирські споруди в Києві, історичний центр Львова, резиденція митрополитів Буковини і Далмації у Чернівцях, дерев'яні церкви карпатського регіону та інші. Включення об'єкта до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО значно підвищує його статус та туристичну привабливість, сприяє збільшенню туристичних потоків. Для оцінки екскурсійних об'єктів як ресурсів пізнавального туризму використовують різноманітні методики. Алешугіна пропонує систему критеріїв, яка включає: інформаційну насиченість об'єкта, його збереженість, атрактивність (здатність привертати увагу), доступність для відвідування, підготовленість об'єкта для показу, місцезнаходження об'єкта відносно інших екскурсійних об'єктів. Комплексна оцінка за цими критеріями дозволяє визначити туристичний потенціал об'єкта та можливості його включення до екскурсійних маршрутів [1, с. 112].

Рис. 1.2.1



Рис. 1.2.2



(Рис. 1.2.1, Рис. 1.2.2 - Різновид екскурсійних об'єктів по світу)

Носа у своєму дослідженні історико-культурних об'єктів Закарпаття підкреслює значення автентичності та унікальності екскурсійних об'єктів для формування туристичної привабливості регіону. Унікальні об'єкти, які не мають аналогів в інших регіонах, стають магнітами для туристів та формують туристичний імідж території. До таких об'єктів у Закарпатті відносяться

середньовічні замки (Ужгородський, Мукачівський, Невицький), дерев'яні церкви, унікальні природні утворення. Історико-культурні об'єкти як ресурси пізнавального туризму потребують системного підходу до їх збереження, реставрації та музеєфікації. Шевченко зазначає, що належний стан об'єктів є необхідною умовою їх ефективного використання в туристичній діяльності. Проблема збереження історико-культурної спадщини стає особливо актуальною в умовах військових дій, коли існує реальна загроза фізичного знищення об'єктів. У цьому контексті особливого значення набуває документування об'єктів, створення їх цифрових копій, що дозволяє зберегти інформацію про них для майбутніх поколінь. Природні об'єкти як ресурси пізнавального туризму мають свою специфіку. Вони охоплюють унікальні ландшафти, геологічні утворення, водойми, заповідники. Використання природних об'єктів у пізнавальному туризмі повинно здійснюватися з дотриманням принципів сталого розвитку та екологічної безпеки. Шевченко підкреслює необхідність регулювання туристичного навантаження на природні об'єкти для запобігання їх деградації [22, с. 77].

Музеї та виставкові комплекси становлять особливу категорію екскурсійних об'єктів. Вони виконують функції збереження, дослідження та популяризації історико-культурної спадщини. Мельник і Батиченко виділяють різні типи музеїв, які використовуються в пізнавальному туризмі: історичні, художні, етнографічні, природничі, технічні, літературні, музеї-заповідники, музеї під відкритим небом. Кожен тип музею має свою специфіку організації експозиції та екскурсійного обслуговування. В останні роки спостерігається тенденція до актуалізації нетрадиційних екскурсійних об'єктів, таких як промислові підприємства, технопарки, наукові лабораторії, гастрономічні заклади. Омельницька зазначає, що гастрономічні об'єкти (див. Рис. 1.2.3 та 1.2.4) (ресторани, виноробні, сироварні, пивоварні) стають все більш популярними серед туристів, оскільки дозволяють не лише пізнати місцеву культуру харчування, але й безпосередньо взяти участь у процесі приготування страв. Такі об'єкти забезпечують інтерактивність та емоційну залученість туристів. Сакральні об'єкти (церкви, собори, монастирі, святі місця) займають

особливе місце в системі ресурсів пізнавального туризму. Вони поєднують архітектурну, історичну та духовну цінність. Використання сакральних об'єктів у туристичній діяльності потребує особливого підходу, оскільки для віруючих ці об'єкти мають насамперед релігійне значення. Тому при проведенні екскурсій необхідно дотримуватися певних норм поведінки та правил, встановлених релігійною громадою [20, с. 48].

Рис. 1.2.3



Рис. 1.2.4



(Рис. 1.2.3, Рис. 1.2.4 - Різновиди гастрономічних екскурсій)

Архітектурні об'єкти як туристичні ресурси представлені різноманітними спорудами: палацами, садибами, громадськими будівлями, фортифікаційними спорудами. Вони відображають особливості певної епохи, стилю, будівельних традицій. В Україні особливий інтерес для туристів становлять замки та палаці, які збереглися з різних історичних періодів. Носа підкреслює, що архітектурна спадщина формує своєрідний "портрет" міста чи регіону, його візуальну ідентичність. Місця, пов'язані з історичними подіями або видатними особистостями, становлять особливу категорію екскурсійних об'єктів. До них відносяться поля битв, місця підписання важливих документів, будинки, де проживали відомі діячі, тощо. Такі об'єкти часто не мають яскраво виражених зовнішніх ознак, проте несуть значний інформаційний потенціал та потребують кваліфікованого супроводу екскурсовода для розкриття їх історичної цінності [23, с. 65].

Фестивалі, ярмарки, народні свята також можуть розглядатися як ресурси пізнавального туризму. Вони дозволяють туристам познайомитися з живою культурою, традиціями, ремеслами певного регіону. Мальська визначає фестивальний туризм як "подорожі з метою відвідування подій культурного, мистецького, етнографічного, спортивного характеру". Фестивалі як екскурсійні об'єкти мають тимчасовий характер, проте регулярно повторюються, що дозволяє включати їх до туристичних маршрутів. В умовах цифровізації та розвитку інформаційних технологій все більшого значення набувають віртуальні екскурсійні об'єкти. Вони представлені цифровими моделями реальних об'єктів, 3D-реконструкціями зруйнованих пам'яток, віртуальними експозиціями музеїв. Гончарук зазначає, що віртуальні екскурсійні об'єкти мають ряд переваг: доступність незалежно від місцезнаходження туриста, можливість відвідування об'єктів, які фізично не існують або закриті для відвідування, відсутність часових та просторових обмежень [8, с. 32]. Водночас віртуальні об'єкти не можуть повністю замінити емоційного впливу реальних пам'яток.

1.3. Методика розробки пізнавальних турів

Розробка пізнавальних турів є складним багатоетапним процесом, який потребує комплексного підходу та врахування багатьох факторів. Єрмаков і Сарнавський визначають методику розробки турів як "систему науково обґрунтованих методів, прийомів і засобів, що застосовуються у певній послідовності для створення туристичного продукту". Ефективність розробки туру значною мірою залежить від дотримання методологічних принципів та алгоритмів. Першим етапом розробки пізнавального туру є визначення його мети та завдань. Мета туру формулюється з урахуванням пізнавальних інтересів потенційних туристів та ресурсних можливостей території. Вона може бути спрямована на ознайомлення з історико-культурною спадщиною регіону, вивчення архітектурних стилів, дослідження традицій та звичаїв місцевого

населення тощо. Завдання туру конкретизують мету та визначають основні аспекти, які будуть розкриті під час подорожі [5, с. 89].

Наступним етапом є ґрунтовне дослідження туристичних ресурсів території, на якій планується проведення туру. Цей етап передбачає збір інформації про екскурсійні об'єкти, їх стан, доступність, режим роботи, вартість відвідування. Міщеряков підкреслює необхідність особистого відвідування об'єктів розробником туру для оцінки їх стану та можливостей включення до маршруту. На цьому етапі також здійснюється аналіз інфраструктури території: транспортної доступності, наявності закладів розміщення та харчування, їх відповідності потребам туристів. Визначення цільової аудиторії туру є третім етапом його розробки. Братівник зазначає, що характеристики потенційних туристів (вік, рівень освіти, професійна приналежність, фізичні можливості, пізнавальні інтереси) значною мірою впливають на зміст туру, тривалість переїздів, інтенсивність екскурсійної програми, рівень комфорту, тематичну спрямованість [13, с. 32]. Наприклад, тури для школярів мають бути адаптовані до їхніх вікових особливостей та узгоджені з навчальною програмою, тури для людей похилого віку потребують помірного фізичного навантаження та комфортних умов, тури для професійних груп мають включати об'єкти, що відповідають їхнім професійним інтересам.

Розробка маршруту є одним з найвідповідальніших етапів створення пізнавального туру. Маршрут як просторово-часова організація туру передбачає визначення послідовності відвідування об'єктів, тривалості переїздів та зупинок, місць розміщення та харчування. При розробці маршруту необхідно враховувати логічність та послідовність відвідування об'єктів, оптимальність транспортних зв'язків між ними, можливості для відпочинку туристів. Стахорська рекомендує будувати маршрут за хронологічним, тематичним або просторовим принципом, залежно від специфіки туру. П'ятим етапом розробки пізнавального туру є визначення програми туру, яка включає детальний поденний план подорожі з зазначенням часу відвідування об'єктів, тривалості екскурсій, переїздів, харчування, відпочинку. Програма туру повинна бути збалансованою, уникати перевантаження туристів надмірною кількістю об'єктів

та інформації, передбачати час для самостійного знайомства з місцевістю. Єрмаков і Сарнавський підкреслюють необхідність дотримання оптимального співвідношення екскурсійної та дозвіллевої складових програми туру [11, с. 18].

Розрахунок вартості туру є необхідним етапом його розробки. Вартість туру включає прямі витрати (транспортне обслуговування, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування, вхідні квитки) та непрямі витрати (страхування, адміністративні витрати, витрати на маркетинг, прибуток туроператора). Розрахунок вартості дозволяє визначити цінову категорію туру та його позиціонування на ринку. Стахорська зазначає, що вартість туру повинна бути конкурентоспроможною та відповідати якості послуг, що надаються. Підготовка інформаційно-методичного забезпечення туру передбачає розробку текстів екскурсій, підбір ілюстративного матеріалу, створення технологічних карт маршруту, інформаційних листків для туристів. Ця робота потребує ґрунтовного вивчення історичних, краєзнавчих, культурологічних матеріалів, консультацій з фахівцями. Міщеряков підкреслює, що якість інформаційно-методичного забезпечення значною мірою визначає пізнавальну цінність туру [19, с. 23].

Проведення пробного туру (тестування маршруту) є восьмим етапом розробки пізнавального туру. Цей етап дозволяє перевірити логістику маршруту, оцінити часові витрати на переїзди та екскурсії, виявити можливі проблеми та недоліки, внести необхідні корективи до програми туру. Пробний тур проводиться за участю фахівців туристичної сфери, які можуть надати професійну оцінку якості туру. Формування пакету документів для реалізації туру включає підготовку договорів з постачальниками послуг (транспортними компаніями, готелями, закладами харчування, екскурсійними бюро), розробку договору з туристом, формування паспорта маршруту, страхових документів. Цей етап є необхідним для юридичного забезпечення туристичної діяльності та захисту прав як туроператора, так і туристів. Маркетингове забезпечення туру передбачає розробку стратегії його просування на ринку, створення рекламних матеріалів, визначення каналів збуту. Пригара і Журило зазначають, що ефективний маркетинг є "необхідною умовою комерційного успіху

туристичного продукту" [25, с. 168]. Особливу увагу слід приділяти розробці унікальної торгової пропозиції туру, яка вирізнятиме його серед аналогічних продуктів конкурентів.

Технологічна карта екскурсії є обов'язковим документом для організації пізнавального туру. Згідно з Міщераковим, вона містить детальний опис послідовності дій екскурсовода: маршрут руху, місця зупинок, об'єкти показу, час огляду кожного об'єкта, методичні прийоми показу та розповіді. Технологічна карта забезпечує стандартизацію екскурсійного обслуговування та дозволяє різним екскурсоводам проводити екскурсію за однаковою схемою, зберігаючи її якість. На етапі розробки пізнавального туру особлива увага приділяється забезпеченню безпеки туристів. Курепін та Іваненко зазначають, що розробник туру повинен передбачити потенційні ризики та небезпеки на маршруті, розробити інструкції з техніки безпеки для туристів, забезпечити наявність необхідних засобів першої допомоги, систем комунікації в екстрених ситуаціях [14, с. 37]. В умовах військового стану особливого значення набуває оцінка безпекової ситуації в регіоні проведення туру, наявність укриттів, можливість швидкої евакуації туристів.

Проектування пізнавальних турів для особливих категорій туристів (дітей, людей з інвалідністю, іноземців) має свою специфіку. Для дитячих груп необхідно адаптувати інформацію до вікових особливостей сприйняття, забезпечити активні форми пізнання, передбачити додаткові заходи безпеки. Для людей з інвалідністю потрібно врахувати доступність об'єктів, наявність спеціальних пристосувань, можливість альтернативних форм сприйняття інформації. Для іноземних туристів необхідно забезпечити переклад екскурсійних матеріалів, врахувати культурні особливості та інтереси відвідувачів з різних країн. Визначення сезонності функціонування туру є значущим аспектом його розробки. Деякі пізнавальні тури можуть проводитися цілорічно, інші – лише в певні сезони або під час проведення фестивалів, ярмарків, святкувань. При розробці сезонних турів необхідно передбачити альтернативні варіанти програми на випадок несприятливих погодних умов. Білоус, Грицишин та Мункачій підкреслюють, що фестивальні тури потребують

особливого підходу до планування, оскільки прив'язані до конкретних дат проведення заходів [3, с. 53].

Інноваційний підхід до розробки пізнавальних турів передбачає впровадження нових технологій та методик. Шейкіна зазначає, що сучасні пізнавальні тури все частіше включають елементи інтерактивності: квести, майстер-класи, реконструкції історичних подій, використання аудіогідів, мобільних додатків, доповненої реальності. Такі інновації підвищують емоційну залученість туристів, роблять процес пізнання більш динамічним та ефективним.

2. ХОРВАТІЯ, ЇЇ РЕСУРСИ ТА ПІЗНАВАЛЬНІ ТУРИ ХОРВАТІЇ

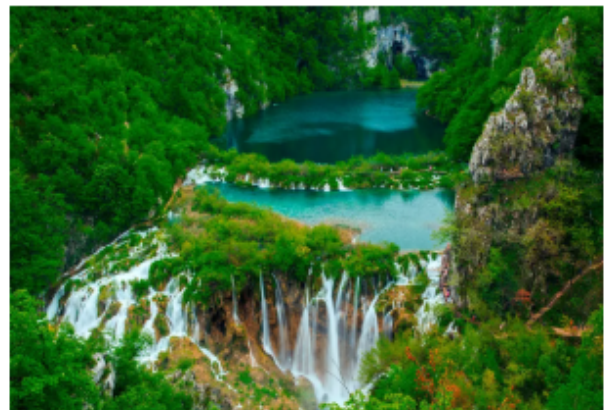
2.1. Екскурсійні об'єкти Хорватії

Хорватія вирізняється надзвичайно багатою та різноманітною природною спадщиною, яка становить потужний ресурсний потенціал для розвитку пізнавального туризму. Адріатичне узбережжя (див. Рис. 2.1.1) простягається на 1777 км та налічує понад 1200 островів, що формують унікальний архіпелаг з численними бухтами, затоками та півостровами. Ця частина країни характеризується типовим середземноморським кліматом з теплим сухим літом та м'якою вологою зимою, що сприяє розвитку специфічної флори та фауни. Національні парки Хорватії представляють собою найцінніші природні території країни, що перебувають під особливою охороною держави. Найвідомішим серед них є Національний парк Плітвіцькі озера (див. Рис. 2.1.2), який включено до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Він займає площу 29685 га та складається з 16 каскадних озер, з'єднаних водоспадами. Озера розташовані на різних висотах та відрізняються за кольором води - від бірюзового до смарагдового, що зумовлено різним вмістом мінералів та мікроорганізмів [9, с. 169].

Рис. 2.1.1



Рис. 2.1.2



(Рис. 2.1.1. Адріатичне узбережжя) (Рис. 2.1.2. Національний парк Плітвіцькі озера)

Національний парк Крка, розташований у центральній Далмації, славиться каскадом із семи водоспадів на річці Крка. Найбільший з них - Скрадінський бук - досягає висоти 45 м. На території парку зростає понад 860 видів рослин, з яких 18 є ендемічними. Фауна парку налічує 222 види птахів, що робить його привабливим місцем для орнітологічного туризму. Парк є

чудовим прикладом карстового ландшафту, характерного для динарського регіону. Гора Дінара є найвищою вершиною Хорватії (1831 м) та дала назву цілій гірській системі Динарських Альп. Вона розташована на кордоні з Боснією і Герцеговиною та представляє собою типовий карстовий масив з численними печерами, воронками та підземними річками. Дінара є популярним місцем для гірського туризму, скелелазіння та екологічних екскурсій. Флора гори налічує понад 750 видів рослин, з яких 55 є ендемічними [9, с. 171].

Національний парк Млет охоплює північно-західну частину острова Млет та включає два соляні озера - Велике та Мале, з'єднані з морем вузьким каналом. На Великому озері розташований острівець Святої Марії з бенедиктинським монастирем XII століття, що є унікальним поєднанням природної та історико-культурної спадщини. Ліси парку складаються переважно з алепської сосни та середземноморського дуба, що створює особливий мікроклімат. Національний парк Північний Велебіт охоплює найвищу частину гірського масиву Велебіт та характеризується різноманітністю карстових форм рельєфу. Найбільш вражаючим карстовим утворенням є Хайдучкі та Рожанські кукі - скелясті вершини з чудернацькими формами, що нагадують лабіринт. Рослинний світ парку налічує понад 1500 видів, серед яких багато ендемічних та реліктових. Національний парк Бріуни складається з групи островів в Істрії та вирізняється поєднанням природних та історико-культурних цінностей. На території парку знаходяться залишки римських вілл, візантійських фортець, об'єкти доісторичної доби. Природне середовище представлене середземноморськими лісами, луками та різноманітним тваринним світом, який включає види, привезені сюди з різних частин світу [13, с. 25].

Адріатичне узбережжя Хорватії характеризується різноманітністю пляжів - від піщаних до галькових, що надає можливості для різних форм пляжного відпочинку. Найвідомішим пляжем є Золотий Ріг на острові Брач, який має форму вузького півострова, що змінює свою форму залежно від напрямку вітру та течії. Цей пляж у 2009 році було визнано одним з найкрасивіших у світі. Острови Хорватії є унікальними природними екосистемами з високим рівнем біорізноманіття. Кожен острів має свої особливості: Хвар (див. Рис. 2.1.3)

славиться лавандовими полями, Корчула (див. Рис. 2.1.4) - густими сосновими лісами, Паг - місячними ландшафтами. На багатьох островах збереглися середземноморські макії - чагарникові зарості, типові для цього регіону, які складаються з ароматичних рослин: розмарину, шавлії, лаванди. Блакитна печера на острові Бішево є унікальним природним явищем. В певні години дня сонячне світло проникає через підводний отвір та відбивається від білого дна, створюючи неймовірне блакитне свічення всередині печери. Це явище приваблює тисячі туристів щороку [13, с. 27]. Печера доступна лише з моря, що додає особливості під час її відвідування.

Рис. 2.1.3



Рис. 2.1.4



(Рис. 2.1.3. о. Хвар) (Рис. 2.1.4. о. Корчула)

Природний парк Біоково являє собою гірський масив, який круто обривається до Адріатичного моря, створюючи драматичні пейзажі. Парк відомий своїм біорізноманіттям: тут зростає понад 1500 видів рослин, з яких 72 є ендемічними. Фауна включає рідкісних представників, таких як дикі кози та коні. У 2020 році в парку було відкрито відому атракцію - Skywalk Biokovo, скляну платформу, що "зависає" над прірвою. Острів Паг відомий своїми незвичайними "місячними" ландшафтами, які утворилися внаслідок постійних вітрів та мінімальної кількості рослинності. Північно-східне узбережжя острова майже повністю позбавлене рослинності через сильну бору - холодний північно-східний вітер, що дме з материка. Ці умови сприяли формуванню унікальних солончаків, які використовуються для видобутку солі з античних часів. Національний парк Рісњак розташований у внутрішній частині країни та охоплює гірський масив Рісњак. Парк характеризується поєднанням альпійських та динарських природних особливостей, що зумовлює різноманітність флори та

фауни. Територія парку включає карстове плато Велика Капела з численними воронками, печерами та підземними річками [13, с. 29]. Парк є місцем проживання великих хижаків: ведмедів, вовків та рисей.

Природний парк Копачкі Ріт розташований у східній частині Хорватії, в межиріччі Дунаю та Драви, та є одним з найбільших водно-болотних угідь Європи. Парк являє собою мозаїку з озер, боліт, вологих лісів та очеретяних заростей, що створює ідеальні умови для птахів: тут зафіксовано понад 290 видів. Це одне з небагатьох місць у Європі, де можна спостерігати за орланами-білохвостами в природному середовищі. Адріатичне море біля берегів Хорватії характеризується чистотою та прозорістю води, що сприяє розвитку підводного туризму. Морська флора та фауна налічує близько 7000 видів, серед яких є рідкісні та ендемічні. Особливу цінність представляють коралові рифи, підводні печери та затонулі античні кораблі, які є об'єктами дайвінг-туризму. Морські національні парки, такі як Корнати та Бріуни, забезпечують збереження морського біорізноманіття. Культурно-історична спадщина Хорватії формувалася під впливом різних цивілізацій та культур: іллірійської, грецької, римської, візантійської, венеціанської, османської, австро-угорської. Це зумовило надзвичайне різноманіття історичних пам'яток, що представляють різні епохи та стилі. Багата культурно-історична спадщина робить Хорватію привабливим напрямком для пізнавального туризму [9, с. 168].

Історичний центр Спліта з Палацом Діоклетіана (див. Рис. 2.1.5) (305 р. н.е.) є одним з найбільш збережених римських будівель у світі та внесений до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Палац був побудований як резиденція імператора Діоклетіана після його відставки та займає площу близько 38000 кв.м. Унікальність комплексу полягає в тому, що він не є музеєм у традиційному розумінні - в стінах давньоримського палацу продовжують жити люди, розміщуються крамниці, ресторани, готелі. Старе місто Дубровника (див. Рис. 2.1.5), оточене потужними оборонними мурами, є перлиною середньовічної архітектури та також входить до переліку об'єктів ЮНЕСКО. Місто було центром Дубровницької Республіки, яка успішно конкурувала з Венецією. Головна вулиця Страдун вимощена мармуром та з обох боків обрамлена

будівлями в стилі бароко. Міські мури довжиною 1940 м та висотою до 25 м досі залишаються одними з найкраще збережених фортифікаційних споруд середньовічної Європи [28, с. 45].

Рис. 2.1.5



Рис. 2.1.6



(Рис. 2.1.5. Палац Діоклетіана) (Рис. 2.1.6. м. Дубровник)

Історичне місто Трогір, розташоване на невеликому острові між материком та островом Чіово, являє собою чудовий приклад середньовічного містобудування. Місто зберегло свою оригінальну вуличну мережу з романськими, готичними, ренесансними та бароковими будівлями. Кафедральний собор Святого Лаврентія з порталом роботи майстра Радована (1240 р.) вважається одним з найкращих зразків романської скульптури в Хорватії. Задар, одне з найстаріших міст на узбережжі Адріатики, має багату історичну спадщину, що охоплює період від римських часів до сьогодення. Римський форум, побудований за часів імператора Августа, є найбільшим на східному узбережжі Адріатики. Церква Святого Доната (9 ст.) - це унікальна кругла будівля, що є символом міста та одним з найкращих прикладів візантійської архітектури в Далмації. Сучасною пам'яткою є Морський орган - архітектурна споруда, що створює музику завдяки силі хвиль. Пула славиться своїм римським амфітеатром, який є одним з найбільш збережених у світі. Амфітеатр, побудований у 1 столітті н.е., вміщував до 23000 глядачів та використовувався для гладіаторських боїв та інших видовищ. Сьогодні арена служить місцем проведення концертів, фестивалів та інших культурних заходів. Місто також зберігає інші римські пам'ятки: Тріумфальну арку Сергіїв, Храм Августа, залишки міських мурів [33, с. 45].

Євфразієва базиліка в Поречі, побудована у 6 столітті за часів візантійського імператора Юстиніана, є видатним прикладом ранньовізантійського мистецтва та архітектури. Особливу цінність представляють мозаїки апсиди, які вважаються одними з найкращих зразків візантійського мозаїчного мистецтва за межами Константинополя та Равенни. Комплекс включає атриум, баптистерій та єпископський палац і входить до списку ЮНЕСКО. Фортеця Нехай в місті Сень є чудовим прикладом ренесансної фортифікаційної архітектури. Побудована в 16 столітті для захисту від османських нападів, вона має форму неправильного п'ятикутника з потужними бастіонами. Фортеця служила базою для ускоків - біженців з територій, захоплених османами, які згодом стали відомими піратами та каперами на службі Габсбургів. Собор Святого Якова в Шибенику є унікальною будівлею, побудованою повністю з каменю без використання цегли чи дерев'яних конструкцій. Будівництво тривало з 1431 по 1536 рік під керівництвом декількох архітекторів, найвідомішим з яких був Юрай Далматинець. Собор поєднує готичний та ренесансний стилі та славиться своїм скульптурним оздобленням, зокрема 71 кам'яною головою, що прикрашають зовнішній фриз апсиди [24, с. 40].

Монастир Хумац на острові Брач є найстарішим музеєм на далматинських островах, заснованим у 1882 році. Його колекція включає археологічні знахідки з доісторичних часів, грецькі та римські артефакти, а також середньовічні хорватські рукописи. Особливу цінність представляє Брацька плита - камінь з написом глаголицею, що датується 11-12 століттями та є одним з найстаріших пам'яток хорватської писемності. Етнографічний музей Істрії, розташований у середньовічному замку Паціно, представляє традиційну культуру, побут та ремесла Істрійського півострова. Експозиція включає предмети повсякденного вжитку, традиційний одяг, знаряддя праці, музичні інструменти. Особлива увага приділяється традиційним ремеслам: виготовленню оливкової олії, виноробству, бджільництву, гончарству. Фольклорна спадщина Хорватії є надзвичайно багатого та різноманітною. Різні регіони країни зберігають свої унікальні традиції, танці, пісні, народні костюми. Сінський Алка - лицарський турнір, що

проводиться щороку в місті Сінь з 1715 року, включений до Списку нематеріальної спадщини ЮНЕСКО. Учасники турніру на повному скаку намагаються потрапити списом у металеве кільце, підвішене на мотузці [16, с. 43].

Музей Міміра у Загребі присвячений хорватському релігійному мистецтву та містить колекцію ікон, дерев'яних скульптур, металевих виробів, текстилю з періоду з 14 по 19 століття. Музей названий на честь майстра золотих справ Міміра, персонажа з скандинавської міфології, що символізує мудрість та мистецьку майстерність. Колекція включає понад 5000 експонатів та є однією з найбільших у Європі. Меморіальний центр Ніколи Тесли у Смілянах, на місці народження видатного винахідника, представляє життя та наукову спадщину Тесли. Експозиція включає моделі його винаходів, особисті речі, фотографії, документи. Центр проводить наукові конференції, семінари та освітні програми, спрямовані на популяризацію науки та технологій серед молоді. Багата гастрономічна спадщина Хорватії є важливим елементом культурного туризму. Кожен регіон країни має свої кулінарні традиції, що формувалися під впливом сусідніх культур. Далматинська кухня з її оливковою олією, морепродуктами, травами; істрійська з трюфелями та прошутто; континентальна з гуляшем та штруделями - всі вони відображають історію та географію регіонів. Знайомство з традиційною кухнею здійснюється через відвідування автентичних ресторанів, винних доріг, кулінарних фестивалів [22, с. 17].

Архітектурна спадщина Хорватії є надзвичайно різноманітною та відображає всі основні європейські стилі, від античності до модерну, з регіональними особливостями та впливами. Найдавніші архітектурні пам'ятки представлені античними спорудами римського періоду, що збереглися у містах Пула, Спліт, Задар, Салона. Найвідомішим римським архітектурним комплексом є Палац Діоклетіана у Спліті, який поєднує функції імператорської резиденції та військового табору. Середньовічна архітектура Хорватії представлена як релігійними, так і світськими будівлями. Церква Святого Хреста в Ніні (9 ст.) вважається найменшим кафедральним собором у світі та є яскравим прикладом дороманської архітектури. Церква Святого Доната в Задарі

(9 ст.) з її круглою формою та центральним розташуванням купола стала символом міста. Острівні монастирі, такі як бенедиктинський монастир на острові Святої Марії в національному парку Млет, є унікальними архітектурними комплексами, що гармонійно поєднуються з навколишнім ландшафтом [28, с. 38].

Романський стиль в архітектурі Хорватії найкраще представлений у прибережних містах Далмації, що перебували під впливом італійських, особливо венеціанських, будівельних традицій. Собор Святого Лаврентія в Трогірі (13 ст.) є найбільш завершеним прикладом романської базиліки на всьому Адріатичному узбережжі. Його західний портал, створений майстром Радованом, вважається одним з найвідоміших зразків романської скульптури. Собор Святого Анастасія в Задарі (12-13 ст.) також є видатним прикладом романської архітектури з характерним фасадом, оздобленим аркадами. Готична архітектура в Хорватії розвивалася переважно в континентальній частині країни, що перебувала під впливом Центральної Європи. Собор Святого Марка в Загребі (13-15 ст.) з його характерним дахом, укритим кольоровою черепицею, що утворює герби Хорватії та Загреба, є найбільш впізнаваною будівлею столиці. Францисканський монастир у Дубровнику (14 ст.) з його клуатром та аптекою, що функціонує з 1317 року, є найстарішою діючою аптекою Європи [28, с. 39].

Ренесансна архітектура найяскравіше представлена в Дубровнику, який в 15-16 століттях був потужним торговельним центром та конкурентом Венеції. Палац Спонца (16 ст.) з його гармонійними пропорціями та елегантними аркадами, Княжий Палац (15 ст.) з готично-ренесансними елементами, численні палаци патриціїв демонструють високий рівень архітектурної думки того часу. Шибенський собор Святого Якова (15-16 ст.) є унікальним прикладом переходу від готики до ренесансу та славиться своєю конструкцією, що складається виключно з кам'яних блоків без використання будь-яких скріплюючих матеріалів. Бароковий стиль в архітектурі Хорватії проявився переважно в 17-18 століттях, особливо в континентальній частині країни, що входила до складу Габсбурзької монархії. Церква Святої Катерини в Загребі (17 ст.) є одним з

найраніших барокових храмів Хорватії. Палац Водник-Войкович у Загребі (18 ст.) є прикладом міського палацу в стилі бароко. Особливу категорію барокових споруд становлять фортифікаційні комплекси, побудовані для захисту від османської експансії, такі як зірчаста фортеця в Карловаці [28, с. 40].

Класицизм в архітектурі Хорватії представлений переважно громадськими будівлями та палацами першої половини 19 століття. Палац Сьорч у Дубровнику є яскравим прикладом класицистичної архітектури з симетричним фасадом та витонченими деталями. Будівля Хорватського національного театру в Загребі (1895) поєднує елементи неоренесансу та необароко і є центральною спорудою площі маршала Тіто. Модерн та сецесія на початку 20 століття залишили помітний слід в архітектурі хорватських міст. Будинок Каллина в Загребі (1904), спроектований Віктором Ковачичем, є найкращим прикладом сецесії в Хорватії. Мавританський павільйон у Загребському ботанічному саду (1891-1892) поєднує елементи мавританського стилю з техніками модерну. Будівля Істрійського парламенту в Поречі (1907) демонструє впливи віденської сецесії [28, с. 43].

Сучасна архітектура Хорватії поєднує інноваційні підходи з повагою до історичного середовища. Музей сучасного мистецтва в Загребі (2009), спроектований Ігором Франічем, з його динамічною формою та вдалою інтеграцією в міський ландшафт, є одним з найбільш знакових проєктів останніх років. Міст доктора Франьо Туджмана в Дубровнику (2002) з його елегантним асиметричним пілоном та вантовою конструкцією став новим символом міста. Оборонні споруди становлять окрему категорію архітектурної спадщини Хорватії. Стіни Дубровника, що оточують Старе місто по периметру довжиною 1940 м, з вежами, бастіонами та фортами, є найбільш збереженою оборонною системою середньовічної Європи. Фортеця Клія (16 ст.) поблизу Спліта займає стратегічне положення на гірському перевалі та відіграла значну роль у захисті регіону від османської експансії. Фортеця Ловрієнац в Дубровнику, розташована на скелі висотою 37 м над морем, відома як "Гібралтар Дубровника" [28, с. 44].

Палаці аристократів та патриціїв є цінними зразками житлової архітектури різних епох. Палац Дворац Пейачевич у Нашице (18-19 ст.) є прикладом бароково-класицистичного палацового комплексу з великим парком. Палац Дюрковіч у Вараждині (18 ст.) демонструє елегантність барокової архітектури з багатим скульптурним оздобленням. Палац Мілія в Дубровнику (16 ст.) є прикладом ренесансного міського палацу з внутрішнім двориком та лоджією. Індустріальна архітектура 19-початку 20 століть представлена фабричними комплексами, залізничними вокзалами, мостами. Залізничний вокзал у Загребі (1892) з його неоренесансним фасадом є одним з найкрасивіших вокзалів Європи. Старий портовий склад у Рієці (1906) був перетворений на культурний центр та є прикладом успішної адаптації промислової спадщини для нових функцій. Міст Зринських у Загребі (1892) з чавунною конструкцією і декоративними елементами є зразком промислової естетики кінця 19 століття [28, с. 46].

Сакральна архітектура Хорватії включає не лише католицькі храми, але й православні церкви, синагоги, мечеті, що відображає релігійне різноманіття країни. Загребський собор Вознесіння Пресвятої Діви Марії та святих Стефана і Ладислава (13-20 ст.) зазнавав численних перебудов і сьогодні є величною неоготичною спорудою з двома шпилями висотою 108 м. Православна церква Святого Миколая в Карловаці (1787) побудована в класицистичному стилі з елементами бароко. Сараєвська синагога в Дубровнику (15 ст.) є однією з найстаріших сефардських синагог Європи. Архітектура островів має свої особливості, зумовлені ізоляваністю, обмеженістю ресурсів та специфічним мікрокліматом. Традиційні кам'яні будинки з високими димарями та вузькими вікнами пристосовані до суворих умов життя на відкритому морю. Характерною рисою острівної архітектури є компактність забудови з вузькими вуличками, що захищають від сонця та вітру. Міста Хвар, Корчула, Старий Град демонструють гармонійне поєднання різних архітектурних стилів, які формувалися протягом століть під впливом Венеції. Народна архітектура Хорватії відрізняється великою різноманітністю, що відображає географічні, кліматичні та культурні особливості різних регіонів. В Істрії типовими є кам'яні

будинки з зовнішніми сходами та балконами-лоджіями. В Славонії переважають дерев'яні будинки з багатим різьбленим декором. У гірських районах характерні масивні дерев'яні будівлі з високими дахами для захисту від снігу. Острівна народна архітектура представлена компактними кам'яними будинками з плоскими дахами та цистернами для збору дощової води [28, с. 47].

2.2. Пізнавальні тури по Хорватії

Пізнавальні тури Хорватією відрізняються значним різноманіттям маршрутів, тематичних спрямувань та форматів. Згідно з визначенням, запропонованим у роботі Грухіної, "пізнавальний тур по Хорватії – це комплекс послуг, спрямований на ознайомлення туристів з культурно-історичною, природною та архітектурною спадщиною країни, що пропонується за заздалегідь запланованим маршрутом із визначеним терміном і програмою відвідування об'єктів". Такі тури дозволяють туристам отримати системні знання про країну та її регіональні особливості. Тематична спрямованість пізнавальних турів Хорватією охоплює широкий спектр інтересів. Історико-культурні тури зосереджуються на знайомстві з різними історичними періодами: античним (з відвідуванням римських пам'яток у Пулі, Спліті, Салоні), середньовічним (з акцентом на романську та готичну архітектуру в Задарі, Трогірі, Шибенику), ренесансним (з фокусом на архітектуру Дубровника). Археологічні тури включають відвідування розкопок іллірійських та римських поселень. Етнографічні тури знайомлять з традиційною культурою, ремеслами, фольклором різних регіонів [24, с. 52].

Географічна локалізація пізнавальних турів охоплює різні регіони Хорватії, кожен з яких має своє унікальне поєднання природних та історико-культурних пам'яток. Тури Далмацією зосереджуються на відвідуванні прибережних міст (Спліт, Трогир, Шибеник, Задар, Дубровник) з їхньою середземноморською архітектурою та багатою історією. Тури Істрією включають знайомство з римськими пам'ятками Пули, середньовічними містечками Мотовун, Гроджнjan, а також з національним парком Бріуни. Тури Центральною Хорватією охоплюють столицю Загреб, барокові міста Вараждин,

Карловаць, а також національний парк Плітвіцькі озера. Тривалість пізнавальних турів варіюється від одноденних екскурсій до багатоденних подорожей, що дозволяє підібрати оптимальний варіант залежно від наявного часу та бюджету. Одноденні тури зазвичай охоплюють один або кілька близько розташованих об'єктів і орієнтовані на туристів, що відпочивають на узбережжі. Дводенні тури дозволяють більш детально ознайомитися з певним регіоном. Тижневі тури забезпечують комплексне уявлення про країну з відвідуванням основних пам'яток. Двотижневі тури пропонують глибоке занурення в історію, культуру та природу Хорватії з відвідуванням як популярних, так і маловідомих об'єктів [13, с. 53].

Транспортне забезпечення пізнавальних турів включає різні види переміщення: автобусні, автомобільні, комбіновані (з використанням поромів для відвідування островів або поїздів для подорожі континентальною частиною країни). Лозовщик зазначає, що "специфіка географічного положення Хорватії з її витягнутою вздовж узбережжя формою та численними островами зумовлює необхідність комбінування різних видів транспорту для забезпечення ефективного пересування туристів". Найбільш поширеними є автобусні тури, оскільки вони забезпечують оптимальне співвідношення комфорту, мобільності та вартості. Сезонність пізнавальних турів по Хорватії визначається кліматичними умовами та туристичними потоками. Найбільша кількість пізнавальних турів пропонується у квітні-травні та вересні-жовтні, коли температура повітря є комфортною для тривалих екскурсій, а туристичні об'єкти менш перевантажені відвідувачами порівняно з високим літнім сезоном. Зимові пізнавальні тури менш поширені та зосереджуються переважно на міському туризмі (Загреб, Рієка, Вараждин) або пов'язані з різдвяними та новорічними заходами [28, с. 58].

Пізнавальні тури, орієнтовані на об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО, користуються особливою популярністю серед туристів. Мелько підкреслює, що "включення об'єкта до Списку Світової спадщини ЮНЕСКО значно підвищує його статус та привабливість для туристів, що шукають гарантовано цінних культурних та природних пам'яток". Хорватія має десять об'єктів у цьому

списку, сім з яких представляють культурну спадщину (Старе місто Дубровника, Історичний комплекс Спліта з Палацом Діоклетіана, Старе місто Трогіра, Кафедральний собор Святого Якова в Шибенику, Стечки - середньовічні надгробки, Венеціанські оборонні споруди 16-17 століть, Старе місто Задара) та три природні об'єкти (Плітвіцькі озера, давні букові ліси Карпат та інших регіонів Європи, Фагус сильватіка). Гастрономічні пізнавальні тури стають все більш популярними завдяки багатій кулінарній спадщині Хорватії. Привалова розробила гастрономічний тур, який "поєднує відвідування історичних об'єктів з дегустацією традиційних страв та напоїв регіонів, що дозволяє туристам отримати комплексне уявлення про культуру країни через її кухню" [24, с. 23]. Такі тури включають відвідування виноробень в Істрії та на півострові Пельєшац, оливкових ферм на Брачі та Хварі, устричних ферм у Малому Стоні, сироварень на Пагу, а також участь у кулінарних майстер-класах та відвідування традиційних ресторанів у різних регіонах.

Екологічні пізнавальні тури спрямовані на знайомство з природною спадщиною Хорватії та формування екологічної свідомості туристів. Вони охоплюють відвідування національних парків (див. Рис. 2.2.1) (Плітвіцькі озера, Крка, Корнати, Млет, Північний Велебіт, Рісњак, Пакленіца, Бріуни) та природних парків (див. Рис. 2.2.2) (Біоково, Копачкі Ріт, Лоньско Поле). У програму таких турів включаються піші прогулянки екологічними стежками, спостереження за птахами, відвідування центрів реабілітації диких тварин, знайомство з роботою природоохоронних організацій. Тури, орієнтовані на культурні події та фестивалі, приурочені до конкретних заходів у календарі культурного життя Хорватії. Найпопулярнішими є тури на Дубровницькі літні ігри (липень-серпень) - один з найстаріших європейських фестивалів, що проводиться з 1950 року та включає театральні вистави, концерти, виставки в історичних локаціях міста. Також користуються попитом тури на фестиваль Спліт Сплендід (липень-серпень), Пульський кінофестиваль (липень), Фестиваль Св. Донатуса в Задарі (липень-серпень), Фольклорний фестиваль у Загребі (липень) [16, с. 46].

Рис. 2.2.1



Рис. 2.2.2



(Рис 2.2.1. Національні парки Хорватії) (Рис. 2.2.2 Природні парки Хорватії)

Морські пізнавальні тури пропонують відвідування прибережних міст та островів Хорватії за допомогою круїзних суден, вітрильних яхт або традиційних дерев'яних кораблів. Такі тури дозволяють поєднати пізнавальну складову з відпочинком на морі. Морський маршрут зазвичай включає відвідування Дубровника, Корчули, Хвара, Брача, Спліта, Шибеника, Задара з екскурсіями в кожному місті зупинки. Особливою популярністю користуються тижневі круїзи на невеликих суднах, що вміщують 20-40 пасажирів, які забезпечують камерну атмосферу та можливість заходу в невеликі бухти. Тематичні пізнавальні тури, пов'язані з кінематографом, набули популярності після зйомок у Хорватії серіалу "Гра престолів" та інших відомих фільмів. Міщеряков зазначає, що "фільми та серіали, зняті в мальовничих локаціях, стають потужним інструментом просування туристичних напрямків, формуючи особливий сегмент кінотуризму" [19, с. 32]. Тури "По місцях зйомок Гри престолів" включають відвідування локацій у Дубровнику (Королівська Гавань), Спліті (Меєрин), на островах Локрум (Кварт) та Кліс (Меєрин), де проводилися зйомки серіалу.

Освітні пізнавальні тури розробляються спеціально для школярів та студентів з урахуванням їхніх навчальних програм та пізнавальних інтересів. Братівник розробила методологію створення таких турів, яка передбачає "інтеграцію освітніх елементів у туристичну програму через інтерактивні форми подачі інформації, що підвищує її засвоєння та формує стійкий інтерес до предмету вивчення". Освітні тури часто включають відвідування музеїв з інтерактивними експозиціями, участь у реконструкціях історичних подій,

майстер-класи з традиційних ремесел, зустрічі з місцевими фахівцями. Пізнавальні тури, орієнтовані на інклюзивний туризм, розробляються з урахуванням потреб людей з обмеженими можливостями. Такі тури передбачають доступність об'єктів відвідування, спеціально обладнаний транспорт, наявність кваліфікованих супроводжуючих. Богатирьова зазначає, що "розвиток інклюзивного туризму є показником соціальної відповідальності туристичної галузі та рівня розвитку туристичної інфраструктури країни" [4, с. 92]. В Хорватії пізнавальні тури для людей з обмеженими можливостями найбільш розвинені в Істрії та Загребі, де значна кількість об'єктів обладнана для доступу людей з інвалідністю.

Віртуальні пізнавальні тури Хорватією набули особливої популярності в умовах пандемії COVID-19 та продовжують розвиватися як окремий напрямок туристичної діяльності. Гончарук визначає віртуальний пізнавальний тур як "послідовність панорамних зображень об'єктів, об'єднаних єдиним інтерфейсом та доповнених текстовою, аудіо та відеоінформацією, що створює ефект присутності та дозволяє дистанційно ознайомитися з туристичними пам'ятками" [8, с. 27]. Такі тури дозволяють віртуально відвідати основні пам'ятки Хорватії: палац Діоклетіана у Спліті, Старе місто Дубровника, Плітвіцькі озера, собор у Шибенику та інші об'єкти.

Табл 2.2.1. Приклади турів по Хорватії

№	Назва туру	Класифікація за видом	Тривалість	Ціна
1	8 Day Dalmatia Tour	Екскурсійно-пляжний тур, індивідуальний/малий груповий тур	8 днів	від 1 853 €
2	Croatian Coastal Cruising - Split to Dubrovnik (Aurora)	Морський круїз узбережжям Далмації	8 днів	від 1 684 €

3	Croatian Coastal Cruising: Dubrovnik to Split (Aurora)	Морський відпочинково-екскурсійний тур, круїз,	8 днів	від 1 649 €
4	Croatia Sailing Adventure: Split to Dubrovnik	Вітрильний пригодницько-морський тур,	8 днів	від 1 101 €
5	Premium Split to Dubrovnik	Преміум-тур, культурно-пізнавальний тур,	8 днів	від 2 850 €

Проаналізувавши 5 турів до Хорватії, Далмації, можна зробити висновок, що тури вартістю від 1000 євро найчастіше належать до більш якісного та насиченого сегмента туристичних послуг. У таких турах переважають морські круїзи, вітрильні подорожі, преміум-маршрути та комбіновані екскурсійно-пляжні програми. Основними містами та локаціями є Спліт, Дубровник, острови Хвар, Корчула, Млет, а також інші частини узбережжя Далмації. Це свідчить про те, що регіон орієнтований не тільки на пляжний відпочинок, а й на активне знайомство з природою, історією та культурою Хорватії. [33] [34].

3. РОЗРОБКА ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ПО ХОРВАТІЇ

3.1. Розробка пізнавального туру по Хорватії

Маршрут пізнавального туру "Казка про море, гори та історію" (див. Рис. 3.1.1. на 37 стр) (див. Рис. 3.1.2. на 38 стр) розроблено з урахуванням географічних особливостей Хорватії, розташування основних туристичних об'єктів та транспортної доступності. Як зазначає Міщеряков, "раціонально спланований маршрут повинен забезпечувати оптимальне співвідношення часу на дорогу та на пізнавальну діяльність, уникати надмірних переїздів та забезпечувати поступове знайомство з об'єктами за певною логікою". Розроблений маршрут має лінійно-радіальну структуру з елементами кільцевого маршруту, що дозволяє ефективно використовувати час та транспортні ресурси. Початковим пунктом маршруту визначено місто Чернівці, що зумовлено наявністю потенційної клієнтської бази в регіоні та зручним транспортним сполученням з країнами Європи. Маршрут проходить через контрольно-пропускний пункт "Лужанка", далі через територію Угорщини до Хорватії. Такий варіант суходільного перетину кордону обрано з огляду на відсутність прямого авіасполучення між Україною та Хорватією в умовах воєнного стану [11, с. 17]. Перший пункт перебування в Хорватії - місто Задар, що дозволяє туристам після тривалого переїзду відпочити на узбережжі Адріатичного моря.

Основна частина маршруту охоплює ключові туристичні центри Далмації: Задар, Спліт, Макарську, острови Брач, Хвар, Корчулу та Млет, завершуючись у Дубровнику. Такий вибір обумовлений тим, що, за словами Грухіної, "Далмація є регіоном з найвищою концентрацією об'єктів історико-культурної спадщини Хорватії, поєднаних з мальовничими природними ландшафтами та розвиненою туристичною інфраструктурою". Маршрут також включає відвідування гори Дінара, що дозволяє урізноманітнити програму знайомством з гірськими ландшафтами Хорватії. Відстань між пунктами маршруту розрахована таким чином, щоб забезпечити комфортний час переїзду, який не перевищує 3-4 години на день. Загальна протяжність маршруту становить 3957 км, з яких 780

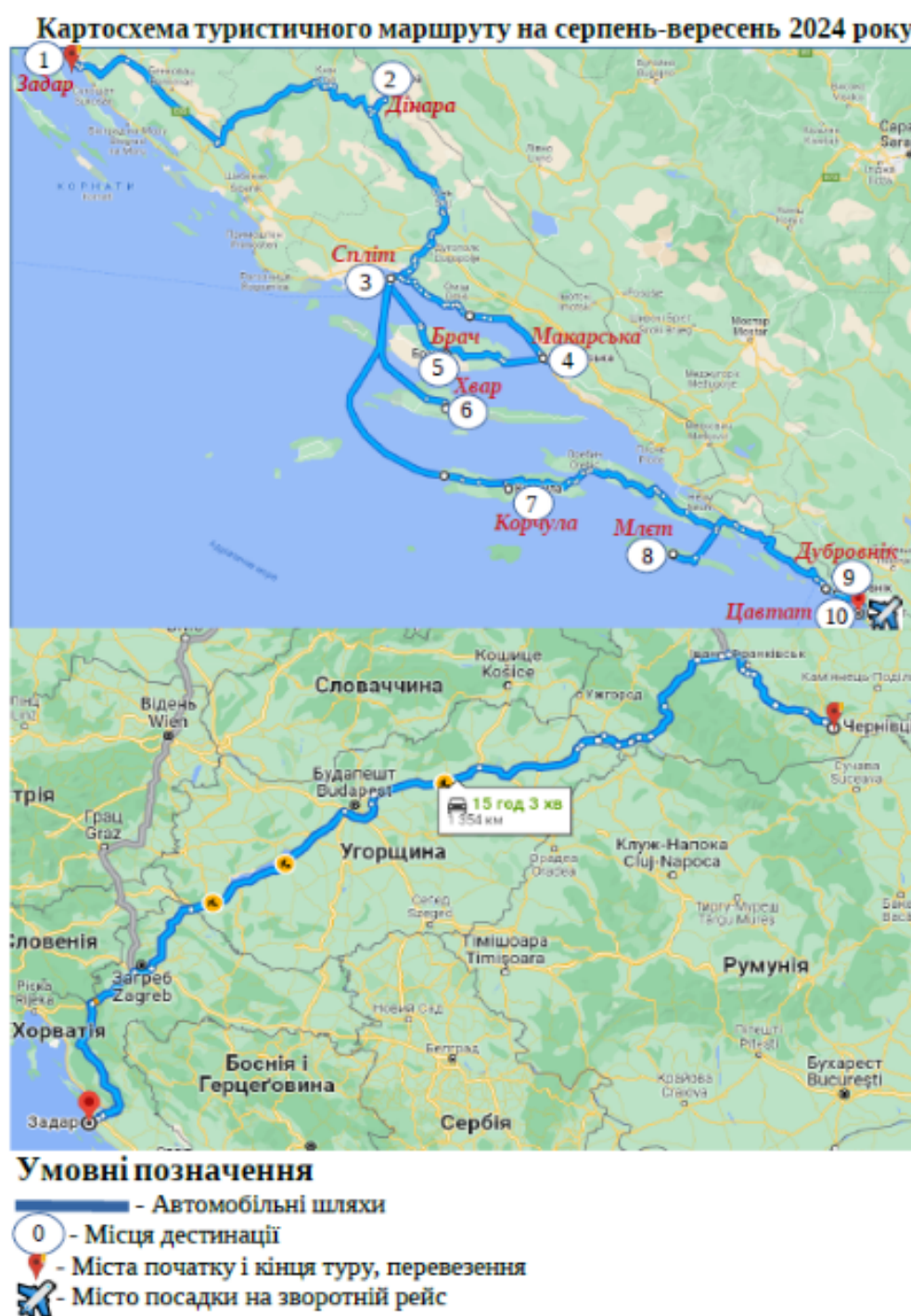
км припадає на переїзди між пунктами всередині Хорватії [документ 4, с. 1]. Такий розподіл дозволяє мінімізувати транспортну втому туристів та забезпечити більше часу для пізнавальної діяльності. Використання морського транспорту (поромів) для відвідування островів є не лише необхідністю, але й додатковим атрактивним елементом, що дозволяє насолодитися морськими краєвидами.

Зворотній шлях з Хорватії до України здійснюється іншим маршрутом: з Дубровника літаком через Рим до Сучави (Румунія), а далі автобусом до Чернівців. Таке рішення дозволяє уникнути повторення тривалого суходільного переїзду та оптимізувати час повернення. Привалова зазначає, що "комбінування різних видів транспорту в пізнавальному турі дозволяє не лише оптимізувати часові та фінансові витрати, але й збагатити враження туристів від подорожі". Використання авіаперельоту на зворотному шляху також дозволяє краще збалансувати тривалість туру та забезпечити комфортне повернення туристів. При розробці маршруту враховано також сезонність функціонування окремих туристичних об'єктів та кліматичні особливості регіонів. Тур запланований на серпень-вересень, що, за словами Черней, є "оптимальним періодом для відвідування Далмації, коли спадає літня спека, море залишається теплим, а туристичні потоки зменшуються порівняно з піковим сезоном" [28, с. 43]. Цей період також дозволяє насолодитися традиційними фестивалями та культурними подіями, що проводяться в Хорватії наприкінці літа - початку осені.

Безпека туристів на маршруті забезпечується завдяки його проходженню територіями з розвиненою туристичною інфраструктурою та високим рівнем громадської безпеки. Курепін та Іваненко підкреслюють, що "Хорватія як член Європейського Союзу має високі стандарти безпеки туристів, розвинену систему медичного обслуговування та рятувальних служб". Маршрут також розроблено з урахуванням транспортної доступності та наявності альтернативних шляхів сполучення на випадок непередбачуваних обставин. Екологічність маршруту забезпечується через відвідування природоохоронних територій (національних парків, природних резерватів) з дотриманням

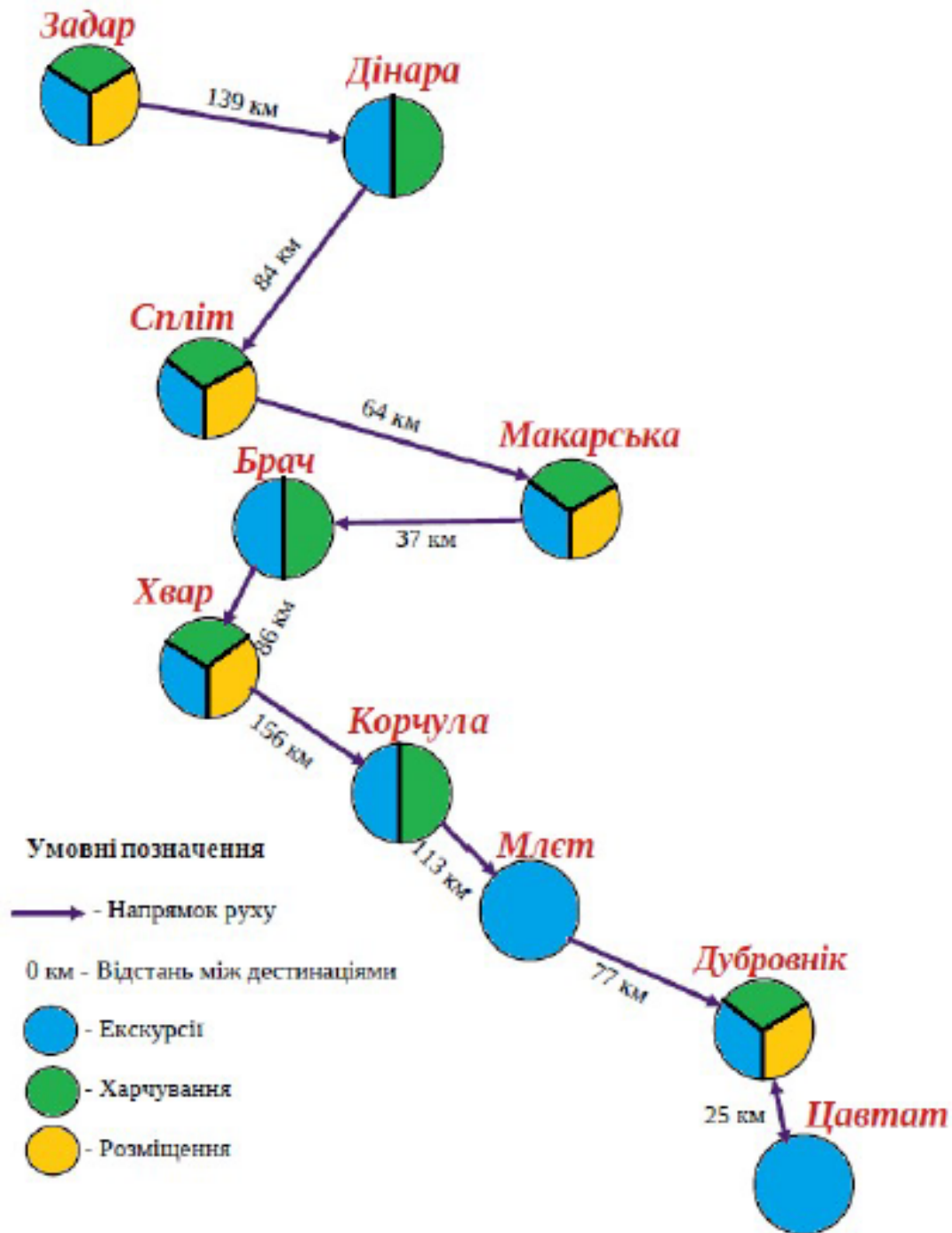
установлених правил та обмежень. Шевченко зазначає, що "розвиток екологічно відповідального туризму є одним з пріоритетів туристичної політики Хорватії, що передбачає мінімізацію негативного впливу туристичної діяльності на природне середовище" [29, с. 77]. Маршрут розроблено таким чином, щоб рівномірно розподілити туристичне навантаження між популярними та менш відомими об'єктами.

Рис. 3.1.1



(Рис. 3.1.1. Картосхема туристичного маршруту)

Схема маршруту туристичних груп на серпень-вересень 2024 року



(Рис. 3.1.2. Схема маршруту туристичних груп)

3.2. Програма пізнавального туру по Хорватії

Програма туру "Казка про море, гори та історію" (див. ДОДАТОК А) розрахована на 11 днів/10 ночей та включає відвідування основних природних, історико-культурних та архітектурних пам'яток Далмації. Як зазначає Стахорська, "оптимальна тривалість пізнавального туру повинна забезпечувати повноцінне знайомство з туристичними об'єктами без перенасичення інформацією та фізичної перевтоми туристів". Розроблена програма передбачає

збалансоване поєднання екскурсійної діяльності, відпочинку та вільного часу, що дозволяє туристам найбільш ефективно засвоїти отриману інформацію та отримати позитивні враження від подорожі. Перший день туру присвячений переїзду з Чернівців до Задара. Програма дня включає ранній збір групи (04:40), виїзд з Чернівців (05:00), перетин українсько-угорського кордону (13:00) та переїзд територією Угорщини та Хорватії до Задара з санітарними зупинками. Прибуття до Задара заплановане на 22:00, після чого відбувається поселення та вечерея в готелі "El Mirador Rooms". Такий режим першого дня обумовлений значною відстанню між початковим та кінцевим пунктами та необхідністю проходження прикордонних формальностей.

Другий день туру присвячений знайомству з Задаром - одним з найдавніших міст на узбережжі Адріатики. Програма дня включає сніданок у готелі (08:00-09:00), оглядову автобусну екскурсію містом (09:00-12:00), обід у ресторані середземноморської кухні (12:00-13:00), купання та відпочинок на пляжі "Beach Maestrala" (15:00-18:00), візит до римського форуму (18:00-20:00) та повернення до готелю на вечерю (20:00-22:00). Така програма дозволяє ознайомитися з основними історичними та архітектурними пам'ятками міста, що представляють різні епохи - від античності до сучасності та відпочити після тривалої дороги.

Третій день туру поєднує пляжний відпочинок у Задарі з переїздом до підніжжя гори Дінара та далі до Спліта. Програма дня включає сніданок та виселення з готелю (08:00-09:00), відпочинок на пляжі "Kolovare Beach" (09:00-12:30), переїзд до гори Дінара (12:30-14:30), обід у кафе (14:30-15:30), екскурсію на квадроциклах горою Дінара (14:30-19:30), переїзд до Спліта (19:30-21:00), поселення та вечерю в готелі "Adriatic Queen apartments" (21:00-23:00). Таке поєднання пляжного відпочинку з активною екскурсією в горах забезпечує різноманітність вражень та фізичну активність після тривалого переїзду попереднього дня.

Четвертий день туру присвячений знайомству зі Сплітом - другим за величиною містом Хорватії та одним з найбільш історично значущих центрів Далмації. Програма дня включає сніданок у готелі (08:00-09:00), оглядову

пішохідну екскурсію містом (09:00-12:00), обід у ресторані (12:00-13:00), екскурсію палацом Діоклетіана (13:00-16:00), екскурсію з дегустацією вин та їжі (16:00-20:00), повернення до готелю на вечерю (20:00-22:00). Особлива увага приділяється палацу Діоклетіана - унікальній архітектурній пам'ятці римської доби, що входить до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

П'ятий день туру передбачає продовження знайомства зі Сплітом, поєднуючи пляжний відпочинок з екскурсійною програмою. План дня включає сніданок у готелі (08:00-09:00), відпочинок на пляжі "Бачвіце" (09:00-13:00), обід у ресторані (13:00-14:00), оглядову пішохідну екскурсію набережною Ріва та Пагорб Мар'ян (14:00-16:00), вільний час та повернення до готелю, на вечерю (17:00-22:00). Такий режим дня дозволяє туристам відпочити після насиченої екскурсійної програми попереднього дня та побачити місто з різних ракурсів.

Шостий день туру присвячений переїзду до Макарьської та знайомству з природним парком Біоково. Програма дня включає сніданок та виселення з готелю (09:00-11:00), переїзд до Макарьської (11:00-12:30), поселення та обід у готелі "Apartments Agava" (12:30-14:00), екскурсію природним парком Біоково з відвідуванням оглядового майданчика Skywalk (14:00-18:00), відпочинок на пляжі "Makarska Beach" (18:00-20:00) повернення до готелю на вечерю (20:00-22:00). Екскурсія природним парком Біоково дозволяє туристам познайомитися з гірськими ландшафтами Хорватії та насолодитися панорамними видами на Адріатичне море та острови.

Сьомий день туру передбачає переїзд до островів Брач та Хвар - одних з найбільш мальовничих островів Адріатичного архіпелагу. Програма дня включає сніданок та виселення з готелю (08:00-09:00), переїзд на поромі до острова Брач, міста Бол (09:00-11:00), відвідування знаменитого пляжу "Золотий ріг" (11:00-14:00), обід у ресторані хорватської кухні (14:00-15:00), переїзд на поромі до острова Хвар (15:00-17:00), оглядову пішохідну екскурсію Старим містом Хвар (17:00-20:00), поселення та вечерю в готелі "Hotel Villa Džamonja" (20:00-22:00). Така організація дня дозволяє туристам познайомитися з двома різними островами за один день, оцінити їхню природну та архітектурну своєрідність.

Восьмий день туру присвячений переїзду до острова Корчула та далі до Дубровника. Програма дня включає сніданок та виселення з готелю (08:00-09:00), переїзд на поромі до острова Корчула (09:00-13:00), обід у ресторані (13:00-14:00), оглядову пішохідну екскурсію "Culture and History" Старим містом Корчули (14:00-16:30), екскурсію на виноробню "Bire winery" з дегустацією місцевих вин (16:30-18:00), переїзд на поромі до материка та далі автобусом до Дубровника (18:00-20:30), поселення і вечерю в готелі "Villa Kate Dadic" (20:30-22:00). Програма дня збалансовано поєднує знайомство з історичною спадщиною Корчули та її гастрономічними традиціями, завершуючись прибуттям до "перлини Адріатики" - Дубровника.

Дев'ятий день туру присвячений знайомству з Дубровником - найбільш відомим туристичним центром Хорватії, включеним до Списку світової спадщини ЮНЕСКО. Програма дня включає сніданок у готелі (08:00-09:00), оглядову автобусну екскурсію Дубровником (09:00-12:00), обід у панорамному ресторані (12:00-13:00), екскурсію з гідом на байдарках вздовж історичних міських мурів з морського боку (13:00-16:00), вільний час (16:00-17:00), оглядову пішохідну екскурсію "Old Town & City Walls" з відвідуванням знаменитих міських укріплень (17:00-20:00), вечерю в ресторані готелю (20:00-22:00). Такий розподіл активностей дозволяє побачити місто як з суші, так і з моря, а також детально ознайомитися з його унікальною архітектурою та історією.

Десятий день туру поєднує пляжний відпочинок у Дубровнику з екскурсією до сусіднього міста Цавтат. Програма дня включає сніданок у готелі (09:00-10:00), відвідування пляжу "Lapad Beach" (10:00-14:00), обід у ресторані (14:00-15:00), переїзд та оглядову пішохідну екскурсію містом Цавтат (15:00-20:00), повернення до готелю на вечерю (20:00-22:00). Такий режим дня дозволяє туристам відпочити перед завершенням туру та познайомитися з менш відомим, але не менш цікавим містом Цавтат, яке зберегло автентичну атмосферу далматинського прибережного поселення.

Одинадцятий, заключний день туру присвячений поверненню в Україну. Програма дня включає ранній сніданок та виселення з готелю (05:30-06:30),

переїзд до аеропорту Дубровника (06:30-07:00), реєстрацію на рейс та проходження необхідних формальностей (07:00-09:00), переліт з Дубровника до Рима (09:00-10:20), пересадку на рейс до Сучави (10:20-14:35), переліт з Рима до Сучави (14:35-18:00), виїзд з Сучави до КПП "Сірет" (18:30-19:30), перетин кордону (21:30), трансфер до Чернівців (21:30-22:30). Такий маршрут повернення з використанням авіатранспорту значно скорочує час у дорозі порівняно з суходільним переїздом.

Програма туру передбачає розміщення туристів у готелях рівня 3-4 зірки, що забезпечують комфортне проживання та якісне харчування. Єрмаков і Сарнавський зазначають, що "для пізнавальних турів оптимальним є розміщення в готелях середньої цінової категорії, розташованих поблизу основних туристичних об'єктів, що дозволяє мінімізувати час на переміщення та максимізувати час на пізнавальну діяльність". Готелі, обрані для розміщення групи ("El Mirador Rooms" у Задарі, "Adriatic Queen apartments" у Спліті, "Apartments Agava" у Макарьській, "Hotel Villa Džamonja" на Хварі, "Villa Kate Dadić" у Дубровнику), відповідають цим критеріям та забезпечують необхідний рівень комфорту. Харчування протягом туру організовано за системою "сніданок та вечеря в готелі, обід під час екскурсійної програми". Це дозволяє ефективно використовувати денний час для пізнавальної діяльності та забезпечити туристів збалансованим харчуванням. Для обідів обрано заклади, що пропонують традиційну хорватську кухню різних регіонів, що дозволяє туристам познайомитися з гастрономічною спадщиною країни. Рівень закладів варіюється від середнього (\$\$) до преміального (\$\$\$), що дозволяє урізноманітнити гастрономічні враження.

Екскурсійна програма туру включає різноманітні форми пізнавальної діяльності: оглядові автобусні та пішохідні екскурсії, відвідування музеїв та архітектурних пам'яток, екскурсії на специфічних видах транспорту (квадроцикли, байдарки), дегустації. Міщеряков підкреслює, що "різноманітність форм пізнавальної діяльності стимулює інтерес туристів, запобігає втомі від одноманітності та забезпечує більш глибоке засвоєння інформації". Екскурсії проводяться кваліфікованими гідами, що володіють

українською або російською мовами, що забезпечує комфортне сприйняття інформації туристами. Технологічна карта туру "Казка про море, гори та історію" є основним документом, що регламентує його організацію та проведення. За визначенням Стахорської, "технологічна карта туру - це документ, що визначає зміст програми, умови виконання та вимоги до якості туристичних послуг". Розроблена технологічна карта містить всю необхідну інформацію для операційного управління туром та взаємодії з партнерами.

3.3. Технологічна карта та калькуляція вартості пізнавального туру по Хорватії

Маршрут туру, зазначений у технологічній карті, (див. Рис. 3.3.1 на 47 стр) включає послідовність пунктів: Чернівці - КПП "Лужанка" - Задар - Дінара - Спліт - Макарська - Брач - Хвар - Корчула - Млет - Дубровнік - Цавтат - аеропорт Дубровника - Сучава - Чернівці. Для кожного переїзду вказано вид транспорту, що використовується: автобус, паром або літак. Загальна протяжність маршруту складає 3957 км, з яких 780 км припадає на переміщення в межах Хорватії. Основні показники маршруту, зафіксовані в технологічній карті, включають: вид маршруту (пізнавально-екскурсійний), тип маршруту (лінійний з радіальним відгалуженням), категорію складності (звичайна), протяжність маршруту, тривалість подорожі (11 днів/10 ночей), кількість туроднів обслуговування (495), кількість туристичних груп (3), кількість туристів у групі (15). Ці показники є базовими для розрахунку вартості туру та організації логістики.

Графік заїзду туристичних груп на 2024 рік, представлений у технологічній карті, передбачає три заїзди: 20.08.2024 - 30.08.2024, 04.09.2024 - 14.09.2024, 16.09.2024 - 26.09.2024. Такий графік дозволяє охопити період серпень-вересень, який, за визначенням Купріянової, є "оптимальним для відвідування узбережжя Адріатики з погляду співвідношення кліматичних умов, завантаженості туристичних об'єктів та цінової політики готелів" [13, с. 47]. Загальна кількість туристів, що планується обслужити за ці три заїзди, складає 45 осіб.

Технологічна карта також містить програму туру з детальним поденним розкладом, що включає час виїзду/прибуття, розміщення, харчування, екскурсійні заходи. Для кожного дня вказано точний час початку та завершення кожного елементу програми, що дозволяє чітко координувати діяльність усіх служб, задіяних в обслуговуванні туристів. Наприклад, для першого дня туру розписано: зустріч групи (04:40), виїзд з Чернівців (05:00-11:00), перетин кордону (13:00), переїзд до Задара (13:00-22:00), поселення та вечеря в готелі (22:00-22:30). Схема маршруту туристичних груп, що є складовою технологічної карти, візуально представляє послідовність пунктів маршруту з зазначенням відстаней між ними. Використання графічного зображення маршруту з умовними позначеннями дозволяє наочно представити просторову організацію туру та логіку переміщення групи. На схемі позначено основні пункти маршруту (Задар, Дінара, Спліт, Макарська, Брач, Хвар, Корчула, Млет, Дубровнік, Цавтат) та відстані між ними в кілометрах.

Картосхема туристичного маршруту, включена до технологічної карти, представляє маршрут на географічній карті з позначенням автомобільних шляхів, місць дестинацій, міст початку і кінця туру. Використання картосхеми дозволяє врахувати особливості рельєфу, дорожньої мережі, розташування населених пунктів при плануванні маршруту. На картосхемі чітко видно лінійно-радіальну структуру маршруту з відгалуженнями для відвідування островів. Інформація про транспортне обслуговування, представлена в технологічній карті, включає види транспорту, що використовуються на різних ділянках маршруту (автобус, паром, літак), тривалість переїздів, відстані. Особливу увагу приділено паромним переправам між материком та островами, з зазначенням часу відправлення та прибуття поромів. Курепін та Іваненко зазначають, що "для маршрутів, що передбачають комбінування різних видів транспорту, чітке планування пересадок та узгодження розкладів є критично ресурс для запобігання збоїв у реалізації програми туру" [14, с. 51].

Інформація про екскурсійне обслуговування, наведена в технологічній карті, включає перелік екскурсій з зазначенням їх тривалості, маршруту, об'єктів відвідування. Для кожної екскурсії вказано тип (автобусна, пішохідна,

комбінована) та тематичну спрямованість. Наприклад, для другого дня туру заплановано оглядово-автобусну екскурсію по Задару (09:00-12:00), екскурсію Церквою Святого Доната (15:00-18:00), екскурсію римським форумом (18:00-20:00).

Інформація про розміщення туристів, представлена в технологічній карті, включає назви готелів, їх адреси, категорії номерів, тип харчування. Для кожного готелю вказано час заїзду та виїзду групи, кількість ночей проживання. Наприклад, у Задарі група розміщується в готелі "El Mirador Rooms" на 2 ночі, у Спліті - в готелі "Adriatic Queen apartments" на 3 ночі, у Макарській - в готелі "Apartments Agava" на 1 ніч, на Хварі - в готелі "Hotel Villa Dzamonja" на 1 ніч, у Дубровнику - в готелі "Villa Kate Dadic" на 3 ночі.

Інформація про організацію харчування туристів, наведена в технологічній карті, включає режим харчування (сніданок, обід, вечеря), місця харчування (ресторан готелю, ресторан під час екскурсійної програми), час приймання їжі. Для кожного прийому їжі вказано назву закладу та його цінову категорію. Наприклад, обід другого дня туру заплановано в ресторані середземноморської кухні "Konoba Dalmacija-Tavern" категорії \$\$\$ з 12:00 до 13:00.

Технологічна карта

Чернівці(Переїзд)-КПП “Лужанка”(Переїзд)-Задар(Переїзд)-Дінара(Переїзд)-Спліт(Переїзд)-Макарська(Паром)-Брач(Паром)-Хвар(Паром)-Корчула(Паром)-Млет(Паром)-Дубровнік(Переїзд)-Цавтат(Переїзд)-Дубровник аеропорт(Переліт)-Сучава(переїзд)-Чернівці.

1. Основні показники маршруту

- Вид маршруту - пішважно-екскурсійний
- Тип маршруту - лінійний з радіальним відгалуженням
- Категорія складності - звичайна
- Протяжність маршруту:
Загальна протяжність - 3957 км.
Протяжність в середині маршруту - 780 км.
- Тривалість подорожі - 11 днів / 10 ночей
- Кількість туро днів обслуговування: $15 \cdot 11 \cdot 3 = 495$
- Кількість туристичних груп: 3
- Кількість туристів у групі: 15, 15, 15
- Початок обслуговування на маршруті першої групи - 20.08.2025
- Початок обслуговування на маршруті другої групи - 04.09.2025
- Початок обслуговування на маршруті третьої групи - 16.09.2025
- Закінчення обслуговування останньої групи - 26.09.2025
- Вартість путівки - 1650 €

2. Графік заїзду туристичних груп на 2023 рік

Місяць	Кількість туристів на місяць:	Графік туристичних груп:	Кількість туристичних груп:
Серпень	15	20.08 - 30.08	1
Вересень	30	04.09 - 14.09 16.09 - 26.09	2

(Рис. 3.3.1. Технологічна карта)

Калькуляція вартості туру (див. Табл. 3.3.2 на 49 стр.) є фінансовим обґрунтуванням його рентабельності та конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг. Єрмаков і Сарнавський визначають калькуляцію вартості туру як "розрахунок собівартості туристичного продукту з урахуванням усіх прямих та непрямих витрат, а також закладеного прибутку туристичного підприємства" [10, с. 47]. Розроблена калькуляція туру "Казка про море, гори та

історію" включає всі необхідні статті витрат та ґрунтується на реальних ринкових цінах 2024 року.

Загальна вартість туру, згідно з розробленою калькуляцією, становить **1696 євро на одну особу**. Ця сума включає всі необхідні елементи туристичного обслуговування: транспортне та екскурсійне обслуговування, розміщення, харчування, страхування, а також прибуток туристичної фірми та комісійну винагороду агентам. Гладун зазначає, що "оптимальне співвідношення ціни та якості є одним з ключових факторів конкурентоспроможності туристичного продукту на сучасному ринку". Витрати на проживання, включені до калькуляції, становлять 175 євро на одну особу за весь період туру [документ 7, с. 1]. Ця сума розрахована з урахуванням вартості проживання в двомісних номерах (DBL, TWIN) та одномісних номерах (SGL) з режимом харчування "сніданок" (BB) у готелях 3-4 зірки у різних пунктах маршруту. Розподіл проживання на 10 ночей (2 ночі в Задарі, 3 ночі в Спліті, 1 ніч у Макарській, 1 ніч на Хварі, 3 ночі в Дубровнику) дозволяє оптимізувати витрати та забезпечити комфортні умови для туристів.

Витрати на додаткове харчування, згідно з калькуляцією, складають 117 євро на одну особу. Ця сума включає обіди в ресторанах під час екскурсійної програми та додаткові послуги харчування, що не входять до базового обслуговування в готелях. При розрахунку витрат на харчування враховано різні цінові категорії закладів, що дозволяє урізноманітнити гастрономічні враження туристів при збереженні розумного бюджету. Витрати на екскурсійне обслуговування, відповідно до калькуляції, становлять 130 євро на одну особу. Ця сума включає оплату послуг гідів, вартість входних квитків до музеїв, архітектурних пам'яток, природних парків, а також спеціалізовані екскурсії (на квадроциклах по горі Дінара, на байдарках у Дубровнику, екскурсії з дегустацією вин). Паньків і Сагайдак підкреслюють, що "якісне екскурсійне обслуговування є основою пізнавального туру та визначає його освітню та емоційну цінність для туристів" [23, с. 65].

Витрати на автобусне обслуговування, включені до калькуляції, складають 263 євро на одну особу. Ця сума розрахована з урахуванням вартості

оренди комфортабельного автобуса для групи з 15 осіб, витрат на паливо, оплати послуг водіїв, паркувальних зборів, поромних переправ для автобуса. Значна сума цієї статті витрат обумовлена великою протяжністю маршруту (3957 км) та необхідністю забезпечення комфортного пересування групи.

Витрати на авіапереліт, згідно з калькуляцією, становлять 77 євро на одну особу. Ця сума включає вартість квитків на рейси Дубровник-Рим та Рим-Сучава економічним класом, включаючи аеропортові збори та перевезення 20 кг багажу. Відносно невисока вартість авіаперельоту обумовлена тим, що використовується лише на зворотному шляху для економії часу, а також вибором оптимальних тарифів та маршрутів.

Вартість страхування туристів, включена до калькуляції, складає 15 євро на одну особу. Ця сума забезпечує базове медичне страхування та страхування від нещасних випадків на весь період туру. Зарубіна, Сіра та Демчук зазначають, що "страхування є обов'язковим елементом туристичного продукту, що забезпечує фінансовий захист туриста та туроператора в разі настання страхових випадків" [11, с. 9].

Витрати на супроводжуючого групи, згідно з калькуляцією, становлять 361 євро. Ця сума розподіляється між усіма учасниками туру та включає вартість проживання, харчування, транспортного та екскурсійного обслуговування для керівника групи. Наявність професійного супроводжуючого є необхідною умовою забезпечення якісного обслуговування туристів та оперативного вирішення організаційних питань під час туру.

Банківські витрати, включені до калькуляції, складають 12 євро на одну особу (1% від загальної суми). Ця стаття витрат пов'язана з необхідністю проведення міжнародних платежів для розрахунків з постачальниками послуг у Хорватії та інших країнах. Використання банківських послуг для міжнародних розрахунків є невід'ємною частиною організації закордонних турів.

Комісійна винагорода агентам, відповідно до калькуляції, становить 170 євро на одну особу (15% від загальної суми). Ця стаття витрат пов'язана з необхідністю залучення туристичних агентств для реалізації туру кінцевим споживачам. Розмір комісійної винагороди відповідає середньоринковим

показникам та забезпечує зацікавленість агентств у просуванні даного туристичного продукту.

Непередбачувані витрати, включені до калькуляції, складають 57 євро на одну особу (5% від загальної суми). Ця стаття витрат передбачає резерв на випадок виникнення непередбачуваних ситуацій, таких як зміна вартості послуг постачальників, коливання курсів валют, непередбачені витрати під час туру. Наявність такого резерву забезпечує фінансову стабільність проекту та можливість оперативного реагування на зміни зовнішнього середовища.

Плановий прибуток туристичної фірми, згідно з калькуляцією, становить 228 євро на одну особу (20% від загальної суми). Цей показник відповідає середньоринковій нормі прибутковості в туристичній галузі та забезпечує економічну доцільність реалізації туру для туроператора. Носирєв і Якименко-Терещенко зазначають, що "оптимальний рівень рентабельності туристичного продукту повинен забезпечувати не лише покриття поточних витрат, але й можливість розвитку підприємства та підвищення якості обслуговування" [21, с. 37].

Податок: ПДВ, згідно з калькуляцією, становить 46 євро на одну особу - (20% маржі туроператора). При калькуляції вартості виїзного туру застосовується ПДВ у розмірі 20%, який нараховується на винагороду туроператора, а не на повну вартість туру.

Таким чином, розроблений пізнавальний тур "Казка про море, гори та історію" є збалансованим туристичним продуктом, що забезпечує оптимальне співвідношення ціни та якості. Калькуляція вартості туру враховує всі необхідні статті витрат та забезпечує достатній рівень рентабельності для туристичного підприємства. Вартість туру є конкурентоспроможною порівняно з аналогічними пропозиціями на ринку пізнавальних турів Хорватією.

Таблиця 3.3.2

№	Статті витрат	Для однієї особи
1	Обслуговування: Готель: <i>DBL, TWIN, SGL i BB</i> Додаткове харчування Екскурсії	175 € 105 € 130 €
2	Проїзд (автобусний)	263 €
3	Авіапереліт	77
4	Віза	-
5	Вартість для супроводжуючого	361 €
6	Страховання	15 €
7	Розрахунки з банком (1%)	12 €
8	Комісійним агентам (15%)	170 €
9	Непередбачувані витрати в т.ч менеджерські (5%)	57 €
10	Плановий прибуток для туристичної фірми (20%)	228 €
	Податок: ПДВ - (20% маржі туроператора)	46 €
11	Вартість туру (євро)	1696 €

(Табл. 3.3.2. Калькуляція туру)

4. РЕКЛАМА ТА ПРОСУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРУ ПО ХОРВАТІЇ

4.1. Маркетингове просування пізнавального туру по Хорватії

Реклама та просування є необхідною умовою успішної реалізації пізнавального туру «Казка про море, гори та історію», оскільки навіть якісно розроблений туристичний продукт потребує чіткого представлення на ринку. У попередніх підрозділах було визначено маршрут, програму та калькуляцію вартості туру. Відповідно, завданням даного підрозділу є обґрунтування практичних можливостей просування туру серед потенційних споживачів, вибір ефективних каналів комунікації та формування рекламних повідомлень, які підкреслюють головні переваги маршруту. Просування туру повинно не лише інформувати туристів про наявність пропозиції, а й формувати емоційний інтерес до подорожі, показувати її пізнавальну, культурну та рекреаційну цінність. Особливо важливо, щоб рекламна кампанія створювала у потенційного туриста відчуття довіри до організатора та впевненості у продуманості кожного етапу маршруту. Саме через правильно підібрані повідомлення можна показати, що подорож має не випадковий, а цілісний характер і поєднує відпочинок із пізнанням країни.

Пізнавальний тур по Хорватії належить до туристичних продуктів середнього та вищого цінового сегмента, оскільки його орієнтовна вартість становить 1696 євро на одну особу. Така ціна потребує особливо уважного підходу до рекламної стратегії, адже потенційний турист перед купівлею дорогого туру зазвичай порівнює декілька пропозицій, аналізує маршрут, умови проживання, транспорт, безпеку та репутацію організатора. Тому реклама повинна бути змістовною, візуально привабливою та переконливою. Вона має доводити, що тур не є звичайним пляжним відпочинком, а поєднує знайомство з містами Далмації, островами, природними парками, історичними пам'ятками та місцевою культурою. У рекламних матеріалах доцільно окремо пояснювати, що вартість туру формується не лише за рахунок проживання і транспорту, а й за рахунок насиченої екскурсійної програми та якісної організації маршруту. Такий підхід

допоможе зменшити сумніви покупця щодо ціни та підкреслити реальну цінність пропозиції.

У сучасних умовах маркетингове забезпечення туристичного продукту повинно будуватися на поєднанні онлайн- та офлайн-каналів. Онлайн-просування дозволяє швидко охопити велику аудиторію, налаштувати рекламу за віком, інтересами та місцем проживання, а також оперативно отримати зворотний зв'язок. Офлайн-реклама має інше завдання: вона підвищує довіру, створює відчуття реальності пропозиції та працює з тими споживачами, які не завжди активно шукають тури в інтернеті. Як зазначають Пригара та Журило, ефективна стратегія просування міжнародного продукту повинна враховувати сегментування ринку, потреби конкретної аудиторії та особливості комунікації з нею [25, с. 168]. Для туру по Хорватії це означає необхідність виділення кількох груп потенційних туристів і підбір окремих рекламних акцентів для кожної з них. Цифрові інструменти доцільно використовувати для показу фото, відео, коротких описів маршруту та відгуків, адже саме візуальний контент найкраще передає атмосферу подорожі. Офлайн-заходи, своєю чергою, можуть включати консультації в туристичному офісі, буклети, презентації туру та особисте спілкування з менеджером.

Основною цільовою аудиторією туру можуть бути дорослі туристи віком від 25 до 55 років, які мають стабільний дохід, цікавляться культурою Європи, природними ландшафтами, історичними містами та морським відпочинком. Додатковими сегментами можуть виступати молоді пари, невеликі компанії друзів, туристи з досвідом подорожей Європою, а також мешканці Чернівецької області та сусідніх регіонів, для яких зручним є початок маршруту з м. Чернівці. Окрему увагу варто приділити студентам старших курсів, викладачам, працівникам туристичної сфери та людям, які обирають не масовий готельний відпочинок, а насичену програму з екскурсіями та активними елементами. Для кожної з цих груп необхідно підбирати різні мотиви у рекламному повідомленні: для молодих пар - романтику та яскраві враження, для дорослих туристів - комфорт і безпеку, для активних мандрівників - насиченість

маршруту. Завдяки цьому реклама буде точнішою, а сам тур сприйматиметься не як загальна пропозиція для всіх, а як продуманий продукт для конкретних потреб туристів.

4.2. Позиціонування та канали просування пізнавального туру по Хорватії

Позиціонування туру доцільно будувати навколо ідеї «Хорватія за 11 днів: море, гори, острови та історія Далмації». Такий підхід одразу розкриває головний зміст продукту та відрізняє його від звичайних пляжних пропозицій. Унікальна торгова пропозиція туру полягає в тому, що турист за одну подорож знайомиться з кількома різними образами Хорватії: античними та середньовічними містами, островами Адріатики, природними ландшафтами, пляжним відпочинком і активними екскурсіями. Саме така різноманітність формує цінність туру та дає підстави позиціонувати його як комплексний пізнавальний продукт, а не як стандартний відпочинок біля моря. У рекламному зверненні варто підкреслювати, що турист не витрачає час на самостійне планування маршруту, пошук транспорту, житла та екскурсій, оскільки всі основні організаційні питання вже продумані. Завдяки цьому тур можна представити як зручну, насичену й безпечну подорож для тих, хто хоче побачити Хорватію ширше, ніж лише через відпочинок на узбережжі.

Першим та найважливішим каналом просування туру повинні стати соціальні мережі. Для українського ринку найбільш доцільними є Instagram, Facebook, TikTok та YouTube Shorts. Instagram варто використовувати для візуального представлення маршруту: короткі відео, фото островів, старих вулиць Дубровника, пляжу Золотий Ріг, вечірнього Спліта, панорам Біоково та морських переправ. Facebook доцільний для детальніших дописів, оголошень у туристичних групах, запуску реклами на аудиторію 30-55 років і публікації відгуків клієнтів. TikTok та короткі відео YouTube можуть використовуватися для емоційного охоплення молодшої аудиторії, особливо через формати «топ-5 місць туру», «скільки коштує подорож до Хорватії», «що побачити в Далмації за 11 днів». Важливо, щоб у різних соціальних мережах матеріали не дублювалися

повністю, а були адаптовані під формат кожної платформи. Наприклад, для Instagram доцільні естетичні фото й короткі сторіс, для Facebook - детальні пояснення маршруту, а для TikTok - динамічні відео з акцентом на емоції та враження.

Контент у соціальних мережах повинен бути не випадковим, а системним. До старту продажів туру доцільно запланувати серію публікацій: презентаційний пост про маршрут, окремі пости про Задар, Спліт, Хвар, Дубровник, відео з морськими локаціями, допис про безпеку та організацію поїздки, пояснення вартості туру та переваг групового формату. Важливо не перевантажувати пости складними термінами. Турист має швидко зрозуміти, що входить у тур, чим він цікавий і чому варто бронювати його завчасно. У текстах рекламних повідомлень потрібно використовувати прості, але переконливі формулювання: «11 днів у Хорватії без самостійної організації», «Далмація: море, острови та стародавні міста», «готовий маршрут з Чернівців до Дубровника». Для кращого результату доцільно скласти контент-план щонайменше на 3-4 тижні до початку активного продажу туру. Це дозволить поступово формувати інтерес до поїздки, відповідати на запитання аудиторії та підводити потенційних туристів до рішення про бронювання.

Другим важливим напрямом є створення окремої сторінки туру на сайті туристичного підприємства. Сайт повинен виконувати функцію основного джерела детальної інформації та точки продажу. На сторінці туру необхідно розмістити назву, короткий опис, маршрут по днях, карту або схему пересування, перелік включених послуг, ціну, фотогалерею, умови бронювання, правила оплати, інформацію про страховку, контакти менеджера та кнопку швидкого звернення через Viber, Telegram або форму заявки. Сторінка повинна бути адаптована для мобільних пристроїв, оскільки значна частина туристів переглядає туристичні пропозиції саме зі смартфона. Крім того, інформація на сайті має бути подана структуровано, щоб користувач міг швидко знайти відповідь на основні питання: що входить у вартість, який маршрут, які умови проживання та як забронювати місце. Важливим елементом також є наявність

якісних фотографій, оскільки саме вони часто формують перше враження про туристичний продукт.

Для залучення туристів через пошукові системи доцільно використовувати SEO-оптимізацію та контекстну рекламу. У назві та тексті сторінки варто застосовувати пошукові запити, які можуть вводити потенційні клієнти: «тур до Хорватії з України», «пізнавальний тур Хорватія», «тур Хорватія Далмація», «тур Спліт Дубровник», «відпочинок у Хорватії з екскурсіями». Контекстну рекламу доцільно запускати за запитами, пов'язаними з турами до Хорватії, Далмації, Дубровника та Спліта. Перевагою такого каналу є те, що він працює з аудиторією, яка вже має сформований інтерес до напрямку та самостійно шукає інформацію про подорож. У рекламних оголошеннях бажано одразу вказувати основні переваги: тривалість 11 днів, виїзд з Чернівців, поєднання екскурсій і морського відпочинку, а також відвідування кількох міст та островів. Це допоможе відсіяти випадкову аудиторію і залучити саме тих користувачів, які справді зацікавлені у насиченому пізнавальному турі.

Окрему роль у просуванні туру відіграють туристичні агентства та партнерські продажі. Оскільки в калькуляції вартості туру передбачено комісійну винагороду агентам, цей канал уже закладений у фінансову модель туристичного продукту. Туроператору доцільно підготувати для агентств готовий пакет рекламних матеріалів: коротку презентацію туру, опис маршруту, фото, умови бронювання, відповіді на типові запитання туристів, цінові умови та шаблони постів для соціальних мереж. Це спростить роботу агентів і підвищить їхню зацікавленість у продажу саме цього туру. Як зазначає Стахорська, реалізація туристичного продукту потребує не лише розробки маршруту, а й організаційного забезпечення співпраці з партнерами [27]. Також доцільно провести короткий онлайн-брифінг для агентів, де пояснити особливості маршруту, цільову аудиторію та головні аргументи для продажу. Якщо агент добре розумітиме переваги туру, він зможе переконливіше представити його клієнту та швидше відповісти на можливі заперечення.

Для підвищення довіри до туру доцільно використовувати контент, який демонструє реальність маршруту та прозорість організації. Це можуть бути короткі відеопрезентації менеджера, відповіді на питання туристів, публікації про документи для виїзду, страхування, умови повернення коштів, транспорт, проживання та харчування. В умовах воєнного стану та обмеженого авіасполучення особливо важливо пояснювати логістику початку й завершення подорожі: виїзд з Чернівців автобусом, перетин кордону через КПП «Лужанка», маршрут до Хорватії та повернення через Дубровник, Рим, Сучаву і Чернівці. Така деталізація зменшує невизначеність і підвищує готовність туриста залишити заявку. Додатково можна підготувати блок «питання-відповіді», де коротко пояснити найважливіші умови участі в турі, порядок оплати, необхідні документи та можливі зміни в маршруті. Відкрита комунікація створює відчуття надійності та допомагає туристу сприймати тур як реальну, організовану й безпечну пропозицію.

Таблиця 4.4.1

Сегмент аудиторії	Потреби туристів	Рекламний акцент
Молоді пари та друзі 25-35 років	Яскраві враження, фото, море, острови, активності, неформальна атмосфера	Показати маршрут як подорож з красивими локаціями: Спліт, Хвар, Брач, Дубровник, море та вечірні прогулянки
Дорослі туристи 35-55 років	Комфорт, безпека, продумана програма, якісні екскурсії, відпочинок без складної організації	Підкреслити організованість туру, супровід групи, проживання, харчування, страховку та чітку програму
Любителі історії та культури	Палац Діоклетіана, Дубровник, Задар, старі міста, архітектура Далмації	Представити тур як культурно-пізнавальну подорож з відвідуванням історичних центрів
Туристи, які люблять природу	Гори, острови, природні парки, пляжі, морські краєвиди	Наголосити на поєднанні Адріатичного моря, Біоково, Дінари, Брача, Хвара, Корчули та Млета
Мешканці Чернівців та області	Зручний старт маршруту, групова поїздка, відсутність потреби самостійно планувати логістику	Показати перевагу виїзду з Чернівців та повної організації подорожі туроператором

Джерело: складено автором.

4.3. Основні канали просування пізнавального туру по Хорватії

Білборди, сітілайти та друкована реклама не повинні розглядатися як головний канал продажу, однак вони можуть ефективно підтримати загальну рекламну кампанію. Для туру, який починається з Чернівців, доцільно розміщувати зовнішню рекламу в місцях з високою прохідністю: поблизу торговельних центрів, автовокзалу, університетів, туристичних агентств, центральних вулиць міста. Повідомлення на білборді має бути максимально коротким: «Хорватія: море, острови та Дубровник за 11 днів», «Пізнавальний тур з Чернівців до Далмації», «Бронювання туру до Хорватії - вже відкрито». На макеті варто використовувати якісне фото Дубровника або островів, вказати стартову ціну, тривалість, дату виїзду та контакти.

Друковані матеріали доцільно використовувати у вигляді буклетів, флаєрів та коротких інформаційних листівок. Їх можна розміщувати в офісах туристичних агентств, закладах освіти, кав'ярнях, готелях, культурних центрах, на туристичних виставках та локальних подіях. Буклет повинен містити маршрут по днях, короткий опис головних локацій, ціну, включені послуги, умови бронювання та QR-код на сторінку туру. QR-код є важливим елементом, оскільки переводить офлайн-аудиторію в онлайн-простір, де турист може переглянути повну програму, фото та залишити заявку.

Важливим інструментом просування є співпраця з мікроблогерами та локальними лідерами думок. Для даного туру не обов'язково залучати блогерів з мільйонною аудиторією, адже їхні послуги можуть бути дорогими. Практичнішим буде формат співпраці з регіональними блогерами, фотографами, тревел-сторінками, студентськими медіа та людьми, які мають довіру аудиторії у Чернівцях або Західній Україні. Вони можуть зробити анонс туру, відео про маршрут, добірку «чому варто поїхати до Хорватії», а також провести спільний розіграш знижки або консультації. Такий інструмент допомагає зробити тур ближчим і зрозумілішим для потенційного клієнта.

Доцільно також використовувати інструменти прямого маркетингу: email-розсилки, Viber- та Telegram-повідомлення для клієнтів, які раніше купували тури або цікавилися відпочинком у Європі. Повідомлення мають бути персоналізованими та не надто частими, щоб не викликати негативної реакції. Наприклад, перший лист може містити презентацію маршруту, другий - детальну програму та фото, третій - нагадування про обмежену кількість місць у групі. Особливо ефективним може бути акцент на ранньому бронюванні, оскільки для виїзного туру важливо заздалегідь сформувати групу, забронювати готелі та транспорт.

Для просування пізнавального туру важливо використовувати не тільки пряму рекламу, а й інформаційний контент. Пости освітнього характеру можуть розповідати про історію Дубровника, палац Діоклетіана у Спліті, особливості острова Хвар, природний парк Біоково, хорватську кухню, правила поведінки у Хорватії та переваги групового туру. Такий контент формує довіру до туроператора як до експерта, а не лише продавця. Крім того, пізнавальні публікації відповідають сутності самого туру, адже основна мотивація туриста полягає у бажанні побачити й зрозуміти нову країну.

З огляду на сучасні тенденції туристичного ринку, до рекламної кампанії варто включити елементи цифрових інновацій. Шейкіна зазначає, що інновації у туризмі підвищують залученість туристів і допомагають краще представити туристичний продукт [32]. Для даного туру можна створити короткий віртуальний маршрут у вигляді інтерактивної карти, де користувач натискає на міста маршруту і бачить фото, опис та коротке відео. Також доцільно розробити електронний PDF-буклет, який менеджер може швидко надсилати клієнтам у месенджері. Для молодшої аудиторії ефективним буде формат «маршрут у сторіз», де кожен день туру подається окремим слайдом із фото та коротким поясненням.

Канал просування	Форма реклами	Очікуваний результат
Instagram та Facebook	Пости, сторіз, відео Reels, таргетована реклама, добірки фото з маршруту	Формування інтересу до туру, збір заявок, перехід на сайт або месенджер
TikTok та YouTube Shorts	Короткі емоційні відео про Далмацію, острови, Дубровник, Хвар, Спліт	Охоплення молодшої аудиторії та створення вірусного інтересу до маршруту
Сайт туроператора	Окрема сторінка туру з програмою, ціною, умовами та кнопкою бронювання	Надання повної інформації та перетворення зацікавленого користувача на клієнта
Google Ads та SEO	Контекстна реклама і просування за пошуковими запитами про тури до Хорватії	Залучення туристів, які вже шукають подорож до Хорватії
Туристичні агентства	Передача рекламних матеріалів, презентацій та комісійних умов агентам	Розширення каналів продажу та вихід на клієнтів партнерських агентств
Білборди та сітілайти	Коротке візуальне оголошення у Чернівцях біля транспортних вузлів і ТЦ	Підвищення впізнаваності туру та підтримка онлайн-реклами
Email, Viber, Telegram	Розсилки по базі клієнтів, повідомлення про старт продажів, нагадування про бронювання	Повернення старих клієнтів та стимулювання раннього бронювання

Джерело: складено автором.

4.4. Медіаплан рекламної кампанії та розподіл рекламного бюджету

Орієнтовний медіаплан рекламної кампанії туру «Казка про море, гори та історію» доцільно формувати на період не менше двох місяців до дати виїзду. Такий строк є оптимальним, оскільки тур має порівняно високу вартість, передбачає перетин державного кордону, проживання, транспортні послуги, групову логістику та попереднє бронювання місць. Потенційному туристу потрібен час, щоб порівняти пропозиції, погодити відпустку, підготувати документи, здійснити оплату та прийняти остаточне рішення про участь у поїздки.

Медіаплан повинен бути поділений на чіткі етапи: підготовчий, інформаційний, активний рекламний, етап продажів і завершальний етап перед виїздом. На кожному етапі використовуються різні канали комунікації та різні рекламні повідомлення. Спочатку аудиторію потрібно зацікавити напрямком, потім детально пояснити зміст туру, після цього активно збирати заявки, а на

завершальному етапі працювати з тими клієнтами, які ще сумніваються або відклали бронювання.

Ранній старт рекламної кампанії також дає туроператору можливість перевірити попит і вчасно змінити акценти просування. Якщо певний канал дає мало заявок, бюджет можна перерозподілити на ефективніші інструменти. Наприклад, якщо публікації в соціальних мережах мають хороше охоплення, але не призводять до бронювань, потрібно посилити заклики до дії, додати зрозуміші умови оплати та окремо пояснити переваги туру.

Орієнтовний медіаплан рекламної кампанії туру

Таблиця 4.4.3

Період	Етап кампанії	Основні канали	Зміст дій	Очікуваний результат
8-7 тижнів до виїзду	Підготовка	Сайт, Instagram, Facebook	Створення сторінки туру, підготовка фото, текстів, маршруту по днях, форми заявки та рекламних макетів.	Готова інформаційна база для запуску продажів.
7-6 тижнів до виїзду	Перший інтерес	Instagram, Facebook, TikTok, YouTube Shorts	Публікація анонсу туру, коротких відео про Хорватію, постів про Далмацію, море, острови та історичні міста.	Формування первинної зацікавленості аудиторії.
6-4 тижні до виїзду	Активне просування	Таргетована реклама, сайт, туристичні групи	Запуск реклами на аудиторію 25-55 років, публікація маршруту, ціни, умов бронювання та переваг групового туру.	Отримання перших заявок і консультацій.
4-3 тижні до виїзду	Партнерські продажі	Турагентства, розсилки, Facebook-групи	Передача агентам презентації туру, фото, умов продажу, шаблонів постів і відповідей на типові питання клієнтів.	Збільшення кількості каналів продажу.

3-2 тижні до виїзду	Підсилення довіри	Сайт, соціальні мережі, месенджери	Публікація роз'яснень про транспорт, страховку, документи, оплату, логістику та безпеку маршруту.	Зменшення сумнівів і збільшення кількості бронювань.
2-1 тиждень до виїзду	Фінальний набір групи	Ремаркетинг, месенджери, база клієнтів	Нагадування про обмежену кількість місць, персональні консультації, повторні повідомлення клієнтам, які залишали заявку.	Закриття вільних місць у групі.
Після завершення туру	Повторне просування	Instagram, Facebook, сайт, YouTube Shorts	Публікація фотозвіту, відео, відгуків туристів і підбірки найкращих моментів подорожі.	Підготовка основи для продажу наступних дат туру.

Такий медіаплан дозволяє просувати тур не хаотично, а послідовно. На початку кампанії головна увага приділяється формуванню інтересу до Хорватії та маршруту, у середині кампанії - активному збору заявок, а наприкінці - роботі з тими туристами, які ще не прийняли остаточного рішення. Завдяки цьому рекламна кампанія не обмежується одноразовим оголошенням, а поступово підводить клієнта до бронювання.

Рекламний бюджет повинен бути реалістичним і відповідати очікуваній кількості туристів у групі. Для даного туру доцільно передбачити орієнтовний бюджет у розмірі 1000 євро. Основну частину коштів варто спрямувати на цифрову рекламу, оскільки вона дає можливість точно вибрати аудиторію, швидко отримувати заявки та відстежувати ефективність. Меншу частину бюджету доцільно залишити на друковані матеріали, партнерські продажі та локальне просування в Чернівцях.

Частину рекламної роботи можна виконувати без значних витрат: розміщення дописів на власних сторінках, публікації в партнерських туристичних групах,

розсилки для попередніх клієнтів, консультації в месенджерах і повторне використання вже створених фото та відео. Однак повністю відмовлятися від платної реклами недоцільно, оскільки тур має високу вартість і потребує стабільного потоку цільових звернень.

Орієнтовний розподіл рекламного бюджету туру

Таблиця 4.4.4

Канал просування	Сума, євро	Частка бюджету	Основне призначення	Очікуваний результат
Таргетована реклама в Instagram та Facebook	350	35%	Показ рекламних оголошень аудиторії 25-55 років, яка цікавиться подорожами, Хорватією, морським відпочинком і турами Європою.	Основний потік переходів, повідомлень і заявок.
Реклама в Google / пошукове просування	200	20%	Залучення користувачів, які вже шукають тури до Хорватії, Далмації, Спліта або Дубровника.	Заявки від аудиторії з готовим інтересом до напрямку.
Створення та монтаж коротких відео	150	15%	Підготовка відео для TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts про маршрут, локації й переваги туру.	Підвищення емоційної привабливості туру.
Друковані матеріали: буклети, флаєри, мініпрезентації	100	10%	Розміщення інформації в офісі, передача матеріалів агентам, використання під час консультацій.	Підтримка офлайн-продажів і довіри клієнтів.

Канал просування	Сума, євро	Частка бюджету	Основне призначення	Очікуваний результат
Партнерські публікації та робота з турагентствами	100	10%	Підготовка матеріалів для агентів, стимулювання продажів через партнерські канали.	Додаткові заявки через агентську мережу.
Ремаркетинг і повторна робота з клієнтською базою	70	7%	Повторний показ реклами людям, які вже переглядали сторінку туру або писали в месенджер.	Повернення зацікавлених клієнтів до бронювання.
Резерв бюджету на коригування кампанії	30	3%	Оперативне підсилення найефективнішого каналу або тестування додаткового оголошення.	Гнучкість у разі зміни попиту.
Разом	1000	100%	Повний бюджет рекламної кампанії перед виїздом.	Комплексне просування туру.

Запропонований бюджет є орієнтовним і може коригуватися залежно від дати виїзду, кількості місць у групі, активності конкурентів та фактичної ефективності реклами. Якщо загальна вартість рекламної кампанії становить 1000 євро, а група складається з 15 туристів, рекламне навантаження на одного туриста дорівнює приблизно 67 євро. Для туру вартістю 1696 євро це є прийнятним показником, оскільки частка рекламних витрат становить близько 4% від вартості туру на одну особу.

Такий розподіл бюджету є доцільним, оскільки найбільше коштів спрямовується на ті канали, які можна виміряти: таргетовану рекламу, пошукову рекламу та ремаркетинг. Саме ці інструменти дозволяють побачити кількість переходів, заявок, повідомлень і бронювань. Друковані матеріали та партнерські публікації виконують допоміжну функцію: вони не завжди дають миттєвий

результат, але підвищують довіру до туру та допомагають менеджеру під час консультацій.

У випадку повторних виїздів частина витрат буде зменшуватися, адже вже створені фото, відео, сторінка туру, рекламні тексти, презентація та шаблони оголошень можуть використовуватися повторно. Тому для наступних дат туру бюджет може бути меншим або більше спрямованим на ремаркетинг і роботу з уже зацікавленою аудиторією. Це робить рекламну кампанію більш економною та ефективною в довгостроковій перспективі.

Оцінювання ефективності просування повинно здійснюватися за конкретними показниками. Для соціальних мереж важливими є охоплення, кількість переходів на сайт, кількість повідомлень у месенджері, вартість заявки та кількість бронювань. Для сайту потрібно відстежувати кількість відвідувачів сторінки туру, тривалість перегляду, натискання кнопки «Залишити заявку» та джерело переходу.

Для офлайн-реклами ефективність можна оцінювати через спеціальний QR-код, окремий номер телефону або питання менеджера до клієнта: «Звідки ви дізналися про тур?». Такий підхід дозволяє після завершення рекламної кампанії визначити, які канали подали найбільше заявок і які варто посилювати в майбутньому. Якщо певний канал не дає звернень, його бюджет доцільно зменшити або змінити формат рекламного повідомлення.

Сильним елементом просування може стати робота з відгуками після завершення першого виїзду. Реальні фото туристів, короткі відео з маршруту, коментарі учасників і добірка найкращих моментів подорожі є значно переконливіше, ніж звичайна рекламна інформація. Після повернення групи доцільно опублікувати фотозвіт, відеоролик, відгуки учасників, а також підготувати пост із відповідями на питання, які найчастіше виникали перед виїздом.

Важливо, щоб рекламні повідомлення не обіцяли туристам того, що фактично не входить у тур. Усі комунікації мають бути правдивими: ціна, тривалість, умови проживання, харчування, перелік екскурсій, додаткові витрати та правила бронювання повинні подаватися відкрито. Для виїзного туру

прозорість інформації особливо важлива, оскільки туристи оплачують значну суму та очікують чіткої організації.

Таким чином, медіаплан і розподіл рекламного бюджету повинні забезпечувати послідовне просування туру: спочатку створення інтересу, далі пояснення цінності маршруту, потім активний збір заявок і завершення набору групи. Найбільш ефективним каналом варто вважати цифрове просування, оскільки воно дозволяє точно налаштовувати аудиторію, швидко отримувати заявки та вимірювати результат. Водночас буклети, агентські продажі та локальна реклама в Чернівцях посилюють довіру до туру і підтримують онлайн-кампанію.

Отже, правильно організована рекламна кампанія дає можливість сформулювати попит на тур, пояснити його цінність, виділити серед конкурентних пропозицій і забезпечити набір групи. Для даного туристичного продукту важливо акцентувати увагу не лише на морському відпочинку, а й на пізнавальній складовій: історичних містах Далмації, островах, природних парках, культурі Хорватії та продуманій логістиці з України. Саме така стратегія просування дозволяє представити тур як змістовну, комфортну та конкурентоспроможну пропозицію на українському туристичному ринку.

ВИСНОВКИ

Пізнавальний туризм є одним із найпоширеніших видів туристичної діяльності, спрямованим на ознайомлення туристів з культурно-історичними, архітектурними, етнографічними та природними пам'ятками. Пізнавальний тур як основний продукт культурно-пізнавального туризму являє собою комплекс послуг, що забезпечують реалізацію мети подорожі, пов'язаної з відвідуванням та ознайомленням з культурними цінностями та розширенням світогляду туриста. В роботі систематизовано класифікацію пізнавальних турів за різними критеріями: змістом, тривалістю, способом пересування, формою організації, географічним охопленням, цільовою аудиторією та іншими ознаками.

Методика розробки пізнавальних турів є складним багатоетапним процесом, який потребує комплексного підходу та врахування численних факторів. Ключовими етапами цього процесу є: визначення мети та завдань туру, дослідження туристичних ресурсів території, визначення цільової аудиторії, розробка маршруту, формування програми туру, розрахунок його вартості, підготовка інформаційно-методичного забезпечення, тестування маршруту, формування пакету документів для реалізації туру та його маркетингове забезпечення. Особливу увагу в роботі приділено технологічній карті та калькуляції вартості туру як основним документам, що регламентують організацію та проведення туру.

Хорватія має значний ресурсний потенціал для розвитку пізнавального туризму, представлений різноманітними природними, культурно-історичними та архітектурними об'єктами. Особливу цінність мають сім об'єктів, включених до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: історичний комплекс Спліта з Палацом Діоклетіана, Старе місто Дубровника, Старе місто Трогіра, Кафедральний собор Святого Якова в Шибенику, Стечки - середньовічні надгробки, Венеціанські оборонні споруди 16-17 століть, Старе місто Задара. Природні ресурси країни представлені національними парками, природними парками, мальовничим узбережжям Адриатичного моря з численними островами. Різноманітна архітектурна спадщина відображає всі основні

європейські стилі, від античності до модерну, з регіональними особливостями та впливами.

Аналіз існуючих пізнавальних турів Хорватією виявив їх значне різноманіття за тематичною спрямованістю, географічною локалізацією, тривалістю, способами транспортного забезпечення та сезонністю. Особливою популярністю користуються тури, орієнтовані на об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО, гастрономічні пізнавальні тури, екологічні тури, тури, орієнтовані на культурні події та фестивалі, а також морські пізнавальні тури. Перспективними напрямками є розвиток освітніх пізнавальних турів та віртуальних пізнавальних турів, які набули особливої актуальності в умовах пандемії COVID-19.

Розроблений пізнавальний тур "Казка про море, гори та історію" є збалансованим туристичним продуктом, що забезпечує оптимальне співвідношення ціни та якості. Тур тривалістю 11 днів/10 ночей охоплює основні туристичні центри Далмації: Задар, Спліт, Макарську, острови Брач, Хвар, Корчулу та завершується в Дубровнику. Маршрут має лінійно-радіальну структуру з елементами кільцевого маршруту, що дозволяє ефективно використовувати час та транспортні ресурси. Програма туру передбачає збалансоване поєднання екскурсійної діяльності, відпочинку та вільного часу, що дозволяє туристам ефективно засвоїти отриману інформацію та отримати позитивні враження від подорожі.

Технологічна карта розробленого туру містить всю необхідну інформацію для операційного управління туром та взаємодії з партнерами: маршрут туру, основні показники маршруту, графік заїзду туристичних груп, програму туру з детальним поденним розкладом, схему маршруту, картосхему, інформацію про транспортне, екскурсійне обслуговування, розміщення та харчування туристів. Калькуляція вартості туру включає всі необхідні статті витрат та забезпечує достатній рівень рентабельності для туристичного підприємства. Загальна вартість туру, згідно з розробленою калькуляцією, становить 1650 євро на одну особу, що є конкурентоспроможним показником на ринку пізнавальних турів Хорватією.

Розроблений пізнавальний тур може бути впроваджений у діяльність туристичних підприємств України, а методичні підходи до його розробки можуть бути адаптовані для проектування інших туристичних маршрутів. Результати дослідження поглиблюють теоретичні уявлення про сутність пізнавального туризму та методику розробки пізнавальних турів, що має як практичне, так і теоретичне значення для розвитку туристичної науки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алешугіна, Н. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України з основами туристичного ресурсознавства. 2015.
2. Білоус, С. В., Грицишин, А. Т., Мункачій, І. З. Проблеми та напрями вдосконалення подієвого менеджменту в Україні. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2021. № 2-1 (103). С. 51-55.
3. Богатирьова, Г. А. Спеціалізований туризм: методичні рекомендації до вивчення дисципліни. 2019. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/1327/1/2019_MP_Bohatyryova_Specialized_tourism_bac.pdf
4. Богатирьова, Г. А. Спеціалізований туризм: навчальний посібник. 2022. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2573/1/2022_Specialized_tourism.pdf
5. Братівник, Ю. В. Технологія розробки та організації навчальних турів. 2023. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/56b53104-0fa7-4180-b084-3562a14e53a4/content>
6. Гладун, С. О. Механізм розвитку туризму. 2020. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0cf507cb-425f-4592-b5f4-9eb344fedd40/content>
7. Глушко, В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2016. № 39-40. С. 166-175.
8. Гончарук, М. І. Перспективи використання віртуальних екскурсій у туристичній індустрії України. 2021. URL: https://dspace.megu.edu.ua:8443/jspui/bitstream/123456789/2326/1/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0_242%20%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%93%D0%BE%D0%BD%D1%87%D0%B0%D1%80%D1%83%D0%B

A%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B0.pdf

9. Грухіна, Т. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичної індустрії Хорватії. 2018. URL: http://catalog.library.tnpu.edu.ua/naukovi_zapusku/mag_stydii_geografija/mag_stydii_1_2018.pdf#page=166

10. Єрмаков, В. В., Сарнавський, С. П. Методика розробки турів: методичні рекомендації. 2020. URL: <http://elcat.pnpu.edu.ua/docs/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BA%D0%B8%20%D1%82%D1%83%D1%80%D1%96%D0%B2.pdf>

11. Зарубіна, А. В., Сіра, Е. О., Демчук, Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. 2022. URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/8270/1543-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1481-1-10-20220822.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

12. Корнієнко, О. М., Кукліна, Т. С., Біленко, М. О. Туристична галузь України: стан та шляхи відновлення. 2022. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2043/1/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BD%D1%96%D1%94%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%20%D0%9C.%2C%20%D0%9A%D1%83%D0%BA%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B0%20%D0%A2.%20%D0%A1.%2C%20%D0%91%D1%96%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C.%20%D0%9E..pdf>

13. Купріянова, А. О. Досвід Хорватії у відновленні туризму та його застосування в Україні. GRAIL OF SCIENCE. 2024.

14. Курепін, В. М., Іваненко, В. С. Туризм під час воєнного стану: організація безпечного відпочинку. 2024.

15. Лозовщук, Ю. Д. Формування туристичної політики в країнах Європейського Союзу. 2024. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/15143/1/%D0%9A%D0%A0%D0%9>

C_%D0%9B%D0%BE%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D1%89%D1%83%D0%BA_2023.pdf

16. Мальська, М. П. Фестивальний туризм: теорія та практика. 2022. URL:

<https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/05/Malska-Bilous-Hrytsyshyn-Festyvalnyy-turyzm2022-book.pdf>

17. Мелько, Л. Ф. Спадщина ЮНЕСКО у туризмі: порівняльний макрорегіональний аналіз. Регіональний туризм: сучасні виклики та перспективи розвитку: колективна монографія. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2022. С. 283-330. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/monografiji/melko_0032.pdf#page=284

18. Мельник, Л. В., Батиченко, С. П. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму в Україні. 2018. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8baa3708-d5de-4df7-9d8c-1adff2579d59/content>

19. Міщеряков, С. Р. Удосконалення технології і організація культурно-пізнавальних турів. 2022. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5eaef261-1fce-4eb9-9aaf-b2b61112f107/content>

20. Носа, Б. М. Історико-культурні об'єкти Закарпаття як туристичні ресурси. 2016.

21. Носирєв, О. О., Якименко-Терещенко, Н. В. Стратегічні пріоритети туризму і готельного бізнесу в концепції сталого розвитку регіонів. 2024.

22. Омельницька, В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. Приазовський економічний вісник. 2018. № 1.1 (06). С. 15-20. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/572/1/Omelnytska_2_Sutnist_ta_klasyfikatsiia.pdf

23. Паньків, Н., Сагайдак, В. Організація культурно-пізнавального туризму. Сучасний стан та тенденції розвитку в Україні. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2022. № 310.5 (1). С. 58-71.

24. Привалова, К. 3. Розробка гастротуру до Хорватії. 2024. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10307/1/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D1%82%D1%83%D1%80.pdf>

25. Пригара, О., Журило, В. Механізм розробки стратегії сегментування міжнародних ринків. Економічний аналіз. 2020. № 30.1 (1). С. 166-182. URL: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/110957177/6565656849-libre.pdf?1706530401=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe_Procedure_of_Development_of_Internat.pdf&Expires=1746376234&Signature=YB1Zju5YUWj~NCT7TpEalIPk4rZi9ES7wrVAoGsHqGy2euLnjLURmTJy3V4tKmb-il3ttRAw7B-quWqRcBIgG4UVoP6LplmvrhLvqV8VqZ3g-QnSfko33p-vxhOGl3lmU6WTQLmXiAO3IBLM3cg4fkD4eR6SFJi9sgX44M1ed2O6lTrgQ5yoWSQ72ZeltRoI4A0KWgBMOvYL2fREGVx0hq5tKh0mrtH3mQuSPbz7Jg4WP9Yb0pXztPTL4sCrrTADTcEF8rNMw-WcCJtL3SwS78aq~3bOstvGUw27XHk2dsK96qle5TuXV3QlGG1h-CTRnh9tnUDH19K4Wj9-EEExA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

26. Рейманн, М. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. 2023. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/7566/1/%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BD%20%D0%9C.,%20%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BD%D1%83%D1%81%20%D0%9E.%D0%93,%20%D0%92%D0%B5%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%9D.%D0%A1.,%20%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BA%20%D0%92.%D0%94.,%20%D0%9F%D0%B0%D1%86%D1%8E%D0%BA%20%D0%92.%D0%A1.,%20%D0%9F%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%B3%20%D0%A5.%20%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%85%20%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%20>

%D0%B2%20%D1%83%D0%BA%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85
%20%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8.pdf

27. Стахорська, О. О. Розробка туристичного продукту туроператором. 2024.
28. Черней, Є. В. Післявоєнний розвиток туристичної сфери Хорватії: досвід для України. 2024.
29. Шевченко, Н. О. Організація туристичної діяльності в природних ландшафтах повоєнного періоду. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2023. № 1. С. 75-80.
30. Шевченко, Н. О. Цитування. 2023.
31. Шевченко, Н. Переосмислення ролі культурної спадщини в післявоєнній туристично-рекреаційній діяльності. Альманах "Культура і Сучасність". 2023. № 1.
32. Шейкіна, Д. О. Інновації у розвитку туризму. 2024.
33. Travel to Croatia - сторінка туру *8 Day Dalmatia Tour*.
34. Intrepid Travel - сторінки турів по Хорватії та Далматійському узбережжю.

Програма туру "Казка про море, гори та історію"

День	Час	Захід
ДЕНЬ 1	04:40	Зустріч групи на Центральній площі у м. Чернівці
	05:00-11:00	Виїзд з м. Чернівці до КПП "Лужанка"
	13:00	Перетин кордону
	13:00-22:00	Переїзд у м. Задар (Санаторна зупинка)
	22:00-22:30	Поселення та вечеря в готелі "El Mirador Rooms"
ДЕНЬ 2	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю
	09:00-12:00	Оглядово-автобусна екскурсія по м. Задар
	12:00-13:00	Обід в ресторані середземноморської кухні "Konoba Dalmacija-Tavern"
	15:00-18:00	Купання та відпочинок, на пляжі "Beach Maestrala"
	18:00-20:00	Екскурсія по римському форуму "Roman Ruins Pass"
	20:00-22:00	Повернення до готелю та вечеря
ДЕНЬ 3	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю та виселення
	09:00-12:30	Відпочинок на пляжі "Kolovare Beach"
	12:30-14:30	Переїзд до підніжжя гори Дінара
	14:30-15:30	Обід в кафе "Cafe bar suki"
	14:30-19:30	Екскурсія на квадроциклах по горі Дінара
	19:30-21:00	Переїзд до м. Спліт
	21:00-23:00	Заселення та вечеря в готелі "Adriatic Queen apartments"
ДЕНЬ 4	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю
	09:00-12:00	Оглядово-пішохідна екскурсія містом Спліт
	12:00-13:00	Обід в "Café & Restaurant Lvxor Split"
	13:00-16:00	Екскурсія палацом Діоклетіана
	16:00-20:00	Екскурсія з дегустацією вин та їжі
	20:00-22:00	Повернення в готель, вечеря в ресторані готелю та вільний час
ДЕНЬ 5	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю
	09:00-13:00	Відпочинок на пляжі "Бачвіце"
	13:00-14:00	Обід в ресторані "Villa Spiza"
	14:00-17:00	Оглядово-пішохідна екскурсія набережною Ріва та Пагорбом Мар'ян
	17:00-22:00	Вільний час та вечеря в ресторані готелю
ДЕНЬ 6	09:00-11:00	Сніданок в ресторані готелю та виселення
	11:00-12:30	Переїзд до міста Макарьска
	12:30-14:00	Заселення та обід в готелі "Apartments Agava"
	14:00-18:00	Екскурсія природним парком Біоково з Skywalk
	18:00-20:00	Відпочинок на пляжі "Makarska Beach"
	20:00-22:00	Повернення в готель, вечеря в ресторані готелю та вільний час
ДЕНЬ 7	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю та виселення

	09:00-11:00	Переїзд до о. Брач, місто Бол
	11:00-14:00	Відвідування пляжу "Золотий ріг"
	14:00-15:00	Обід в ресторані хорватської кухні "Mali Raj"
	15:00-17:00	Переїзд до о. Хвар, місто Хвар
	17:00-20:00	Оглядово-пішохідна екскурсія Старим містом
	20:00-22:00	Заселення та вечеря в готелі "Hotel Villa Džamonja"
ДЕНЬ 8	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю та виселення
	09:00-13:00	Переїзд до о. Корчула, місто Корчула
	13:00-14:00	Обід в ресторані "Restaurant Filippi"
	14:00-16:30	Оглядово-пішохідна екскурсія "Culture and History"
	16:30-18:00	Екскурсія на виноробню "Bire winery"
	18:00-20:30	Переїзд до міста Дубровнік
	20:30-22:00	Поселення і вечеря в готелі "Villa Kate Dadić"
ДЕНЬ 9	08:00-09:00	Сніданок в ресторані готелю
	09:00-12:00	Оглядово-автобусна екскурсія Дубровніком
	12:00-13:00	Обід в ресторані "Restaurant Panorama"
	13:00-16:00	Екскурсія з гідом на байдарках
	16:00-17:00	Вільний час
	17:00-20:00	Оглядово-пішохідна екскурсія "Old Town & City Walls"
	20:00-22:00	Вечеря в ресторані готелю та вільний час
ДЕНЬ 10	09:00-10:00	Сніданок в ресторані готелю
	10:00-14:00	Відвідування пляжу "Lapad Beach"
	14:00-15:00	Обід в ресторані "Gradska kavana Arsenal Restaurant"
	15:00-20:00	Переїзд та оглядово-пішохідна екскурсія містом Цавтат
	20:00-22:00	Повернення в готель, вечеря та нічліг
ДЕНЬ 11	05:30-06:30	Сніданок в ресторані готелю та виселення
	06:30-07:00	Переїзд до аеропорту "Дубровник"
	07:00-09:00	Реєстрація на рейс і здача багажу, проходження контролю
	09:00-10:20	Переліт "Дубровник-Рим"
	10:20-14:35	Пересадка на рейс до Сучави
	14:35-18:00	Переліт "Рим-Сучава"
	18:30-19:30	Виїзд з Сучави до КПП "Сірет"
	21:30	Перетин кордону
	21:30-22:30	Трансфер до м. Чернівці