

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ МІСТИЧНИХ ТУРІВ

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка IV курсу 461 групи
спеціальності: 242. Туризм і рекреація
освітньо-професійної програми «Туризм»
Крамарчук Марина Миколаївна

Керівник: к. і. н., доц. Макієнко О.А.

Рецензент: Данів О. А., директор
ТОВ «Новелтревел»

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ.....	5
1.1. Сутність та ознаки містичного туризму	5
1.2. Класифікація містичних турів	9
1.3. Характеристика ресурсної бази містичного туризму.....	13
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІСТИЧНИХ ТУРІВ.....	19
2.1. Специфіка цільової аудиторії містичного туризму.....	19
2.2. Організаційне забезпечення містичних турів.....	24
2.3. Етапи створення містичних турів.	30
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРУ «ТАЄМНИЧИЙ ДУХ КИЄВА. МІСТИЧНИЙ УЇКЕНД».....	344
3.1. Аналіз ресурсного забезпечення туру.....	344
3.2. Розробка маршруту та програми обслуговування.....	39
3.3. Фінансово-економічне обґрунтування туру	46
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	522
Додаток	566

ВСТУП

Актуальність теми. Індустрія туризму – одна з прогресуючих сфер людської діяльності. Сфера туризму стала частиною повсякденного життя для третини населення та є невід’ємною частиною економіки для багатьох країн світу. Розробка нових турів і вдосконалення вже існуючих туристичних продуктів є основою для подальшого розвитку туристичної сфери.

У світовій практиці містичний туризм є новим туристичним напрямком. Його концепція є маловивчена в наукових джерелах, тому дослідження містичного туризму є актуальним. Враховуючи великий туристичний потенціал, наявність великої кількості «містичних» місць та об’єктів, зацікавленість людей в нестандартних видах відпочинку, можна підкреслити, що створення містичних турів в результаті буде мати позитивний ефект. Створення містичних турів покращить асортимент туристичної пропозиції та сприятиме підвищенню туристичного іміджу країни.

Значна кількість об’єктів містичного туризму знаходиться в занедбаному та недоглянутому стані. Реконструкція цих об’єктів, включення їх в туристичні маршрути допоможе не тільки отримати економічний ефект від туристичної діяльності, а й зберегти національну ідентичність та культурну спадщину, що наразі є актуальним завданням.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей організації та формування містичних турів.

Завдання дослідження:

1. Охарактеризувати сутність, ознаки й особливості містичного туризму.
2. Визначити різновиди містичного туризму.
3. Описати ресурсну базу містичного туризму.
4. З’ясувати особливості цільової аудиторії містичних турів.
5. Визначити специфіку організації містичних турів.
6. Проаналізувати ресурсне забезпечення туру.

7. Розробити маршрут та програму туру «Таємничий дух Києва. Містичний уїкенд».

8. Здійснити фінансово-економічне обґрунтування містичного туру.

Об'єкт дослідження – туристичний продукт у сфері містичного туризму.

Предмет дослідження – механізми формування, організації і реалізації містичних турів.

Методи дослідження.

1. Вивчення інформаційних джерел, наукових статей, підручників, веб-ресурсів для розуміння основних концепцій містичного туризму, механізму організації та формування турів.

2. Аналіз та синтез зібраної інформації з метою визначення перспективи, переваг та недоліків туристичних маршрутів, формування уявлення про потенційну цільову аудиторію та конкурентну спроможність.

3. Узагальнення та опис концепції туру, прокладення маршруту, підбір цікавих туристичних атракцій на основі зібраної інформації.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості формування комерційної пропозиції для суб'єктів підприємницької діяльності, що сприятиме розвитку туристичної індустрії, економічному зростанню дестинацій, збереженню культурно-історичної та природної спадщини.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів з дев'ятьма підрозділами, висновку, списку використаних джерел (48 найменувань), додатку. Загальний обсяг роботи – 56 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та ознаки містичного туризму.

Туризм залишається однією з найприбутковіших галузей економіки. Для свого подальшого розвитку сфера туризму вимагає впровадження інноваційних продуктів. Для того, щоб забезпечити сталий розвиток туристичної сфери, спеціалісти залучають нові, незвичні види туризму. Містичний туризм розглядають як інноваційний напрямок, оскільки він пропонує нестандартний підхід до подорожей. Потреба у створенні нових туристичних продуктів привела до ідеї використовувати містичні переживання людини для формування відповідної туристичної пропозиції.

Містика (від грец. таємничий) – 1. Віра в існування надприродних, таємничих сил та в здатність людини вступати в безпосередні відносини з ними. 2. Схильність до віри в таємниче й надприродне. 3. Щось загадкове, не пояснюване.

Поняття «містика» у тлумачному словнику визначається як «релігійно-ідеалістичні погляди», що визнають існування надприродних сил і можливість спілкуватись з ними [45].

Містичний туризм – це подорож до місць аномалій з метою отримання гострих відчуттів та непересічних вражень. Він пов'язаний з відвідуванням місць, що пов'язані з містичними явищами, паранормальною активністю, локацій, де за легендами «живуть» привиди, навідуються інопланетяни тощо. А також це подорожі з метою отримання сили шляхом проведення медитацій, йоги, ритуалів, церемоній, обрядів та спеціальних подій [1].

На сьогоднішній день містичний туризм доцільно розглядати як підвид «темного туризму». Термін «Dark Tourism» вперше з'явився в

журналі «International Journal of Heritage Studies» в 1996 році. Однак популярності цей вид туризму набув лише після випуску книги «Dark Tourism (2001)», авторами якої є британські професори Джон Леннон і Малькольм Фоулі. Темний туризм визначають як туризм, що передбачає подорожі до місць, історично пов'язаних зі смертю та трагедією [8, с. 94-97].

Оскільки концепція темного туризму має розмиті межі, часто перетинається з іншими видами туризму, науковці не можуть дійти до загальної згоди щодо класифікації темного туризму. Темний туризм досліджували як вітчизняні, так і іноземні вчені. Над факторним аналізом та перспективами розвитку працювали: Паньків Н.М., Романова А., Мирний С. Можливості розвитку темного туризму в своїй роботі розглядає Заставецький Т. Дослідження щодо класифікації темного туризму належить Іванову А.М. Він пропонує поділяти темний туризм на чотири види: туризм катастроф, містичний туризм, туризм смерті, некропольний (кладовищний) туризм. Дослідник Темний Ю.В. в межах темного туризму виділяє туризм катастроф, містичний туризм, туризм кладовищ та туризм смерті [40, с. 92-99].

Узагальнюючи праці зазначених авторів, класифікуємо темний туризм за його видами:

- Туризм катастроф – подорож до місць природних, техногенних катастроф або місць людської недбалості (Чорнобиль, Бхопальська трагедія).
- Танатотуризм – відвідування місць, що пов'язані з трагедіями, стратою чи смертю великої кількості людей (в'язниця Алькатрас, музей Голокосту).
- Містичний туризм – подорож до місць з аномалією або паранормальною активністю (Озеро Лох-Несс, Підгорецький замок).
- Некропольний туризм – відвідування кладовищ, одиничних чи масових поховань (Личаківський цвинтар, Байкове кладовище) (рис.1.1).



Рис. 1.1. Види темного туризму [40].

Деякі науковці схиляються думки, що містичний туризм це різновид темного туризм, так як містичні тури орієнтовані на специфічні, моторошні місця. Однак інші заперечують цю думку і наполягають на тому, що містичний туризм виходить за рамки темного туризму. Науковець Пітер Гогенгауз, автор книги «Atlas of Dark Destinations», вважає, що в більшості випадків містичний туризм «побудований» на людської вірі та забобонах, а не на основі реальних фактів. Хоча темний і містичний туризм мають спільний взаємозв'язок, пробуджують в туриста гострі емоції, відчуття хвилювання чи страху, фокусуються вони на різні аспекти. Темний туризм пов'язаний з історіями катастроф, лих, трагедій, що ґрунтуються на основі реальних подій та не мають зв'язку з містиккою. В той час як містичний туризм включає в собі подорож до місць, що пов'язані з аномаліями, легендами, незвичними подіями, що не мають жодного підтвердження і опираються лише на довіру туриста.

Темний туризм і містичний туризм мають спільний інтерес до загадкових аспектів історії. Однак містичний туризм фокусує свою увагу суто на духовні аспекти, в той час як темний туризм направлений на відвідування місць з трагічним минулим. Обоє види туризму надають можливість туристам досліджувати історичні події, але з різним нахилом на загадкові чи темні елементи. Не дивлячись на це, чіткої грані між темним і містичним туризмом на сьогоднішній день не існує, так як часто ці форми перетинаються.

Окрім темного туризму, містичний туризм має тісний взаємозв'язок з культурно-історичним, езотеричним та релігійним туризмом. Тісний зв'язок між цими видами туризму зумовлений через збіг туристичних об'єктів, а також цілями подорожі. Об'єктами містичного туризму, зазвичай, є пам'ятки культурно-історичної спадщини, що несуть в собі історичну цінність. Але якщо розглядати ці об'єкти в рамках містичного туризму, вони не тільки мають значимість як культурно-історичні пам'ятки, а в першу чергу пов'язані з паранормальною активністю, аномальними подіями чи загадковими фактами. Туристичними атракціями містичного туризму можуть бути також і культові місця, релігійні центри (храми, церкви, синагоги тощо). Існує немало святих місць, де спостерігались аномалії, які не піддаються поясненням. А саме тіні, загадкові звуки, мироточення ікон, поява світлових ефектів чи надприродних істот. Подорож до святих або культових місць, з метою вивчення й пізнання невідомого, відноситься саме до напрямку містичного туризму. В той час як відвідування святих місць з метою духовного відновлення, участі в релігійних обрядах, молитві є частиною релігійного туризму. Теж саме стосується й езотеричного туризму, що є найбільш подібним до містичного, так як обидва види направлені на духовні аспекти, загадкові явища, відвідування місць сили в пошуках глибокого сенсу. Туристичними об'єктами цих двох напрямків є місця або предмети сили та енергії (піраміди, кургани, мегалітичні споруди, пам'ятки зниклих цивілізацій), культові споруди, обряди, містерії, духовні практики тощо.

Отже, містичний туризм – вид подорожей, що зосереджений на відвідуванні туристами місць, пов'язаних з паранормальними явищами, легендами, міфами, духовними та езотеристичними практиками. Головною ознакою таких подорожей є надприродний або містичний аспект, який дарує туристам унікальний туристичний досвід, наповнений загадками й таємницями, уявлення якого виходить за межі реального. Містичний туризм має прямий взаємозв'язок з темним туризмом, а також є максимально подібним до культурно-історичного, езотеричного та релігійного туризму. Однак поступово він формується як самостійний вид туризму.

1.2. Класифікація містичних турів.

Основним продуктом споживання ринку туристичних послуг є тур, який спрямований на задоволення потреб і бажань туристів.

Тур – це комплекс туристичних послуг, що представлені у вигляді конкретної програми, метою якої є здійснення подорожі згідно з потребами й побажаннями клієнтів [15]. Тури організуються туристичними підприємствами. Цей процес включає в собі організацію руху туристів за попередньо сформованим маршрутом у місця, де туристам надаються послуги, що відповідають умовам туру.

Класифікація турів має визначне значення у розвитку містичного туризму. Вона дозволяє зрозуміти потреби й вподобання туристів, що в подальшому допоможе розробити ефективну маркетингову стратегію, зробити туристичну галузь більш стійкою та привабливою. Структуризація забезпечує раціональний розвиток містичного туризму, що в наслідку принесе користь як для туристичної фірми, так і для клієнтів. Одним з найоптимальніших підходів систематизації містичних турів є класифікація за тематичною ознакою. Містичні тури характеризуються за декількома тематичними напрямками в залежності від об'єктів містифікації. Поділ на тематичні напрямки допоможе туристам обрати те, що відповідає їх уподобанням та спроможне задовільнити

їх потреби. Туристи можуть орієнтуватися на тему, яка їх цікавить та детально досліджувати її. В свою чергу спеціалістам сфери туризму такий розподіл допоможе визначити цільову аудиторію, розвивати навички, фокусуючись на конкретний напрям. Це надасть змогу ефективно просунути тур і привернути увагу потенційних споживачів. Даний тематичний підхід до класифікації допоможе підібрати найбільш відповідний тур для певного контингенту клієнтів. Поділ містичних турів за тематичними напрямками представлений в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Класифікація містичних турів за напрямками

Примарний напрямок	Подорож місцями, що відомі своїми історіями про нечисту силу, привидів, міфічних істот. Атракції пов'язані з явищами полтергейсту та іншими загадковими явищами. Участь в екскурсіях, ігрових квестах, місцевих святах та фестивалях.
Сакральний напрямок	Локації, що пов'язані з релігійними й духовними аспектами. Участь в релігійних обрядах, практиках, що спрямовані на духовний розвиток. Місця сили, що мають особливу енергію та зв'язок з аномальними подіями та надприродними явищами.
Уфологічний напрямок	Відвідування місць, що пов'язані із таємничими явищами, появою НЛО, доказами існування неземних цивілізацій (сліди, прилади, незвичні предмети, рисунки на полях).
Криптозоологічний напрямок	Місця, де за легендами були виявлені невідомі офіційній науці створіння (Нессі, Йетті, Чупакабра, Тасманський тигр тощо). Подорож до місць, де припускають появу невідомих істот. Відвідування музеїв чи центрів, що присвячені темі криптозоології.

Тури за примарним напрямком є найбільш популярні та розповсюджені серед туристів, що зацікавлені в містичному туризмі. Такі тури ґрунтуються на вірі в існування потойбічної сили, міфічних істот, привидів, духів тощо. Напрямок цих турів охоплює відвідування місць пов'язаних з міфами, легендами та страшними історіями. Часто «примарні» тури включають такі місця, як старовинні замки, палаци, будівлі, цвинтарі, озера, річки та інші об'єкти, що мають зв'язок з надприродними явищами. Ідея таких турів полягає в створенні унікального досвіду шляхом пізнання та розгляду вірувань та традицій. Туристичні фірми організують подорожі, що включають екскурсії по місцям, які відомі своїми загадковими легендами й історіями, музеї та виставки, присвячені містичній тематиці. Організуються події, анімаційні програми, театралізовані шоу, фестивалі, де можна зустріти акторів в костюмах привидів. Невід'ємною частиною цього напрямку стають розваги у вигляді ігор, квестів, парків розваг, присвячених містичним персонажам.

Тури за сакральним напрямком – це подорожі, що мають релігійне або духовне значення. Перелік об'єктів сакрального напрямку може бути різноманітним і безпосередньо залежить від культурно-історичних та релігійних особливостей кожного регіону. Зазвичай в тури сакрального напрямку включають об'єкти релігійного значення та місць сили, що пов'язані темою духовності, особистого розвитку та збагачення. Туристи обираючи для себе таку подорож прагнуть відчувати особливу енергетику місця, зв'язок з вищими силами, духовне посвітління. Туристичні фірми пропонують місця, де турист може здійснити свої потреби шляхом участі в духовних та релігійних практиках. Такий вид відпочинку допоможе відновити силу та енергію, знайти гармонію, поглибити вірування, а також поглибити знання, що стосуються культурних та релігійних традицій.

Тури за уфологічним напрямком – це подорожі, що організуються до місць, пов'язаних із НЛО, неземними цивілізаціями та іншими загадковими подіями. Організатори туризму пропонують різноманітні екскурсії до місць, де були виявлені невідомі об'єкти чи ставались інциденти з падінням НЛО. До

турів включають центри та музеї, присвячені уфології, де можна дізнатись більше про наукові дослідження, побачити об'єкти й матеріали, пов'язані з позаземним життям, а також взяти участь у дослідженні аномальних явищ. Для туристів, зацікавлених в цьому напрямку, пропонують відповідні експедиції. Такі тури включають не тільки відвідування місць, де були зафіксовані незвичні явища, а й можливість проводити власне дослідження, фіксувати на камеру чи звукозапис, вести дискусію з експертами чи свідками, спостерігати об'єкти в небі через спеціальні прилади.

Тури за криптозоологічним напрямком включають у себе подорожі та дослідження, що спрямовані на пошук легендарних, загадкових істот, зовнішній вигляд яких найбільш подібний на образ тварин. Організатори туризму пропонують туристам, що зацікавлені у пошуку містичних створінь, відправитись в регіони, де вони були виявлені. Зазвичай зони, де за легендами зустрічали криптозоологічні істоти є віддаленими за відстанню. Тому турфірми часто організовують тури з довготривалими експедиціями, з можливістю детально дослідити територію, знайти та «побачити» загадкову істоту на власні очі. В такі тури також включають пізнавальні екскурсії, відвідування музеїв та виставок, присвячених криптозоології, задля отримання нових емоцій та знань.

Класифікація містичних турів дозволяє більш детально вивчити й дослідити даний вид туризму, надає можливість створити унікальні туристичні продукти, які будуть відповідати вподобанням туристів. Орієнтація на окремі напрями містичного туризму дозволяє туроператорам розробляти різноманітні містичні тури, ефективно просувати свій продукт для конкретно визначеного сегменту ринку та надає перевагу на туристичному ринку. Це дозволить систематизувати послуги та зробити обслуговування більш якісним. Також класифікація допоможе розширити партнерські відносини з організаціями, які також спеціалізуються на створенні містичних турів. В свою чергу, туристи мають більше варіантів для вибору та можливість обрати тур, що відповідає їх інтересам та вподобанням. Комбінування

напрямків між собою, зробить тур більш насиченим та захоплюючим. Тур, що повністю відповідає вподобанням туриста, принесе позитивний результат для обох сторін. Турист отримає незабутні враження, захоплення, позитивні емоції та спогади. А туроператор здобуде прибуток, добру репутацію та сприятливі можливості для свого розвитку.

1.3. Характеристика ресурсної бази містичного туризму.

Ефективність туристичної діяльності напряму залежить від всього комплексу туристичних ресурсів. Ресурсна база містичного туризму є основою при створенні привабливих туристичних пакетів, що включають в собі відвідування ключових локацій та участь у містичних подіях.

Характеристика туристичних ресурсів включає в себе опис компонентів туру та їх можливості. Ці компоненти наповнюють подорож та роблять її захоплюючою, задовольняючи потреби туристів. Включення цікавих локацій надають змогу туроператорам створювати тури, що відповідають бажанням та інтересам клієнтів.

Туристичні ресурси – це сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, що задовольняють потреби туристів [38]. Ресурси в містичному туризмі є ключовими елементами у розробці унікальних туристичних програм. Вони охоплюють місця, об'єкти або елементи, що мають зв'язок з паранормальними явищами, містикою, езотерикою та загадковими подіями. Ресурсна база являє собою сукупність всіх цих елементів, привертаючи увагу туристів та стимулюючи їх бажання придбати тур.

У науковій літературі пропонується декілька підходів до класифікації туристичних ресурсів. Однією з найпоширеніших класифікацій є класифікація французького економіста П. Дефера (1972). В основу його класифікації

покладено поділ ресурсів на чотири групи: гідром, фітом, літом й антропом. Поділ цих ресурсів вказано в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Класифікація туристичних ресурсів.

Гідром	Туристичні ресурси, до складу яких входить вода: моря, річки, озера, гідроелектростанції тощо.
Фітом	Туристичні ресурси, до складу яких входить земля. Природні (ліси, гори, скелі, мальовничі панорами) та природньо-антропогенні (сади, національні парки) ресурси.
Літом	Туристичні ресурси, що створені працею людини: пам'ятки архітектури, помешкання, будівлі, музеї, споруди, тощо
Антропом	Це види людської діяльності. Елементами антропому є людина, її погляди, звичаї, життя. Сюди відносяться свята, фольклор, національні традиції та інші елементи, що відображають людську активність.

Туристичні ресурси слугують основою для формування туристичного продукту та його пропозиції. Туристичними ресурсами вважається все, що можна використовувати в конкретному районі для організації туристичної діяльності та залучення туристів [39]. Як правило, наявність природних або створених людиною об'єктів визначає формування та розвиток туристичного бізнесу в цілому. Основою використання туристичних ресурсів є інтерес та позитивні враження туристів. Аби туристичні ресурси сприяли розвитку туристичного бізнесу, важливо, щоб вони відповідали бажанням та інтересам споживачів. В свою чергу, аби туристичний ресурс задовольняв потреби туристів, необхідна певна інфраструктура та індустрія туризму, що забезпечить подорож, яка буде відповідати всім необхідним вимогам. Це призводить до збільшення туристичного потоку, тим самим приносить до регіону додаткові прибутки, стимулює економічний зріст, підвищує рівень життя місцевого населення.

У світі існує величезна кількість туристичних ресурсів на містичну тематику, яку можливо знайти практично в кожній місцевості. Найбільшу актуалізовану культурну спадщину мають такі регіони як США та країни Європи. Свою ресурсну базу вони активно залучають до розвитку туристичного бізнесу. США та ЄС мають розвинені туристичні ринки. Активний вклад, інвестування в розвиток містичного туризму позитивно відображується на економіці країн. Для цих регіонів містичний туризм став важливим джерелом доходу для держави.

Найбільший попит на містичні тури спостерігається на свято Хелловіна. Свято Хелловін є яскравим прикладом туристичного ресурсу антропому. Багато туроператорів організують спеціальні тури, екскурсії, заходи у незвичних місцях, тематичних вечірках, що призводить до збільшення попиту на подорожі та туристичні послуги. Хелловін завоював широку прихильність серед любителів жахів та містики. Через вплив американської масової культури його святкування поширено в багатьох країнах світу. Найважливішим Хелловін є в таких країнах, як США, Канада, Велика Британія, Ірландія, Австралія та Нова Зеландія, де влаштовують наймасштабніші, найгучніші вечірки та фестивалі. Тільки у Сполучених Штатах споживачі витрачають мільярди коштів, щоб його відсвяткувати. У 2022 році компанії зібрали рекордну суму готівки на Хелловін, клієнти витратили близько 10,6 мільярдів доларів. В 2023 році сума перевищила 12 мільярдів доларів. Багато економістів стверджують, що збільшення витрат, позитивно впливає на економіку регіону, призводить до зростання ВВП, що сприяє активізації економічної діяльності та зростанню кількості робочих місць. Хелловін має сезонний вплив на зайнятість. Часто робота знаходиться в спеціалізованих магазинах з костюмами, цукерками, прикрасами, сувенірами, містичними атрибутами тощо. А також в будинках з привидами, музеях та інших пам'ятках, де наймають акторів, екскурсоводів, дизайнерів та інших працівників. Це має позитивний вплив на комерційну діяльність.

Одним із успішних об'єктів містичного туризму є знаменитий замок Бран у Румунії, де за легендами жив Граф Дракула. Хоча замок не був місцем проживання Влада Дракули, але саме це місце асоціюється із легендарним образом вампіра. В 2012 році замок приніс своєму власнику 2 мільйони євро загального прибутку. І до тепер він не втрачає своєї актуальності та приносить непоганий прибуток. Щороку його відвідують близько 560 тисяч туристів. Такого визнання замок Бран набув завдяки вдалому маркетингу, шляхом популяризації через кінематограф та літературні видання. Замок Бран розташований на скелі над ущелиною та привертає увагу туристів вражаючим видом та вражаючою архітектурою. Там активно організують тематичні екскурсії, костюмовані бали, конкурси краси, проводяться ритуали, квести тощо. Замок Бран як один із об'єктів приніс значний вклад у розвиток туризму в регіоні Трансильванія. Зацікавленість туристів до цього об'єкту сприяла підняттю місцевої економіки, спонукала розвиток туристичної інфраструктури в регіоні та створенню нових робочих місць. Недалеко від замку Бран знаходиться печера жахів, магазин сувенірів, заклад харчування «Taverna Scheletelor» (таверна скелетів), де лунає трагічна музика, а інтер'єр оформлений у «вампірському» стилі. Розвиток туристичної інфраструктури робить регіон ще більш привабливим для відвідування туристами. Популярність цієї пам'ятки привернула увагу до культурно-історичного значення регіону, що може привертати інвестиції до регіону і подальшого розвитку інфраструктури. Містичні тури в Трансильванію є досить популярними в світі, завдяки своїм визначним локаціям та об'єктам. Більшість українських туроператорів, такі як Adriatic Travel, Танго Тревел, Аккорд-тур, Join Up та ін. туристичні компанії, активно використовують цей регіон для формування турів [1].

Україна теж має величезний потенціал у розвитку містичного туризму. В кожній області країни налічуються десятки об'єктів, пов'язаних із містикою, духовністю чи аномаліями. Найбільш багатий на містичні ресурси захід України. Лише Закарпатська область налічує 12 середньовічних замків, кожен

з яких має власну містичну історію про привидів. Багато об'єктів знаходиться й в місті Львів, такі як: підземелля Єзуїтського костелу, Підгорецький замок, Олеський замок, Золочівський замок, Домініканський собор та інші. Окрім цього, в західній частині України є чимало «місць сили». Одним із таких є Озеро Несамовите, що розташоване в Івано-Франківській області, яке відоме моторошними легендами про утоплеників. Не менш привабливими туристичними ресурсами України є Замкова Гора (м. Київ), пам'ятка Кам'яна Могила (Запорізька обл.), Жевахова гора (м. Одеса), Актівський каньйон (Миколаївська обл.), Долина привидів (АР Крим) та багато інших.

Україна також славиться своєю культурою, народними традиціями й фольклором. Одне з наймістичніших українських свят є Велесова ніч, що відзначається у ніч проти 1 листопада. Свято наслідує слов'янські язичницькі обряди та вважається слов'янським аналогом Хелловіну. На Велесову ніч прийнято прикрашати будинки фруктами й квітами. Атрибутом свята є розпалене багаття через яке за традиціями потрібно перестрибнути. Для очищення душі і тіла практикується ходіння по розпеченому вугіллю. Перед початком ночі прийнято вечеряти та символічно частувати померлих родичів. Ще одним із обрядів є ворожіння на каштанах, «ліхтарі Джека» чи попелу з печі [16].

Важливим для українців є свято Івана Купала, що відзначають з початком літа, зазвичай в ніч на 7 липня. Святкування Івана Купала є частиною українських традицій та має глибокі історичні корені. Свято включає в собі різноманітні ритуали, обряди, які можуть зацікавити туристів, які зацікавлені міфологією, етнічною культурою та традиціями. Головним символом свята є багаття, через яке перестрибують, щоб очиститись від негативу та здобути нову силу. Святу Івана Купала приписується магічна сила. Вважається, що вода в цей день має цілющі властивості, а квіти та трави мають магічні властивості [31].

Цікавим містичним святом є Вальпургієва ніч, що є більш поширеним в Центральній та Західній Європі, ніж в Україні. Відзначається свято в ніч проти

1 травня. Вважається, що в цей день нечиста сила вільно переміщається по землі, а відьми літають на мітлах, влаштовуючи шабаш. У Вальпургієву ніч водять хороводи, палять багаття, проводять обряди й ритуали, збирають цілющі трави, гадають тощо [3].

Наявність різноманітних туристичних ресурсів є важливою для розвитку національного туризму України. Містичні свята можуть відігравати важливу роль, як туристичні атракції, що привертають увагу місцевих та іноземних туристів. Поєднання розважальних заходів з національними традиціями, ритуалами, культурою здатне привернути увагу туристів до культурної спадщини регіону. Створення й популяризація містичних турів збільшить потік туристів, що призведе до розвитку економіки регіону, створенню нових робочих місць, розбудови місцевої інфраструктури. Залучення туристів може стимулювати збереження національної свідомості, природних та культурно-історичних пам'яток. Аналіз наявних туристичних ресурсів допомагає зрозуміти попит на об'єкти містичного туризму, визначити потенційні місця, що мають перспективу використовуватись для приваблення туристів, залучати нові туристичні ресурси та регіони для розвитку містичного туризму.

РОЗДІЛ 2.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІСТИЧНИХ ТУРІВ

2.1. Специфіка цільової аудиторії містичного туризму.

На сьогоднішній день туристи надають перевагу новим, незвичним видам відпочинку. Містичний туризм як «нетиповий» вид з кожним роком набирає популярність. Містичні тури наповнені багатьма атракціями, які викликають у туристів гострі враження. Попит на містичні тури зростає серед тих, хто шукає нове, унікальне й непередбачуване. Споживачі містичних турів зацікавлені у відвідуванні таємничих місць, а сам попит визначається за зростанням інтересу до загадкового з бажанням досліджувати місця, що пов'язані з аномаліями, таємницями чи легендами. Зростання попиту може відбуватися через популяризацією подій, місць, що мають загадкову репутацію, а також розвитком містичних маршрутів.

У концепції туристського попиту центральне місце займає споживач, чий бажання і передбачається реалізовувати, тому особлива увага припадає саме на відвідувачів. Покупці туристичних послуг мають різні смаки, бажання, можливості, в результаті чого спостерігається неоднаковий попит. Для того, щоб згрупувати широкі групи споживачів, варто застосувати метод сегментації цільової аудиторії, який допоможе знайти найбільше споживачів на конкретний туристичний продукт.

Сегментація цільової аудиторії – це розподіл аудиторії на окремі групи з однаковими інтересами. Сегментація відбувається різними способами: за місцем постійного проживання, за віком, бюджетом, способом життя та іншими ознаками, що допомагають у просуванні туристичного продукту [46].

Існує безліч способів сегментації аудиторії, один з найпопулярніших є метод Філіпа Котлера. Він дозволяє розділити аудиторію на сегменти починаючи від геолокації і закінчуючи віросповіданням (рис 2.1).

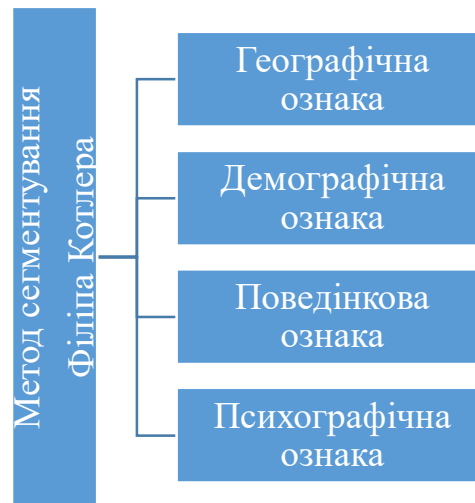


Рис. 2.1. Метод сегментування Філіпа Котлера [33].

Сегментація за географічною ознакою дозволяє проаналізувати регіони, області й міста з урахуванням інтересів жителів. Скористаємось web-сервісом Google Trends, щоб визначити аудиторію країн, що зацікавлена в містичному туризмі. За даними сервісу Google Trends запит «Dark tourism» за останній рік одержав популярність в таких країнах як: Маврикій (100%), Сінгапур, Філіппіни (30 %), Австрія (28 %), Словенія (21 %), Ірландія (19 %), Велика Британія, Греція (18 %), Австралія (16%), Малайзія (14 %), Данія (13 %), Нова Зеландія, Португалія (12 %), Канада (11 %). Найменшою популярністю серед топ-40 країн користуються Японія, Туреччина, Бразилія, Аргентина (1%). Україна не входить в цей перелік, так як частота пошукових запитів є низькою. За цією аналітикою можна помітити, що найбільшу зацікавленість до темного туризму проявляють жителі Європи, Австралії, Південної й Північної Америки, південно-східна частина Азії та декілька країн Африки. Тому одним з найоптимальніших варіантів для мешканців цих країн будуть темні або містичні тури, спрямовані на унікальні історичні чи культурні аспекти.

Сегментація за демографічною ознакою полягає в поділі клієнтів за статтю, віком, сімейним станом, професійною діяльністю чи рівнем доходу. В містичному туризмі зацікавлені обидві статі, люди з різним сімейним положенням та професією. Зазвичай в містичні подорожі відправляються дослідники, вчені, історики, археологи, філософи з метою дослідження й пізнання. Також прихильники чи практики езотерики й духовності з метою

одержання нового досвіду, духовного розвитку. Творчі особистості – режисери, артисти, фотографи – з метою отримання творчого натхнення тощо.

Найпопулярнішим способом групування є сегментація за віковим параметром туристів. Зазвичай, споживачі містичних турів молоді люди віком від 18 до 30 років. Переважно люди цієї категорії віддають перевагу активному відпочинку. Молодь прагне від подорожі отримати гострі емоції, яскраві враження, стати учасником незабутніх пригод. Для них підходить відпочинок, що включає в собі різні види фізичної активності, а саме: квести, тематичні екскурсії, участь в місцевих ритуалах, піші походи, участь в експедиціях, використання адвентурних активностей в містичному туризмі.

Люди середнього віку від 30 до 50 років, надають перевагу більш-менш спокійному відпочинку. Найкращим вибором для них стане тур з більш поглибленим зануренням в історію, культурні традиції, звичаї, але не менш цікавою й насиченою програмою. В порівнянні з попередньою категорією, більш цінують власний комфорт. Для туристів цієї групи підходять тематичні екскурсії, містичні фестивалі, заходи, експедиції з гідами, відвідування старовинних місць, пов'язаних з міфами чи легендами.

Для людей старшого віку 50 років і більше найоптимальнішим варіантом будуть тури, де містичні аспекти комбінуються з комфортним відпочинком. А саме тематичні екскурсії з використанням транспорту, відвідування музеїв, галерей, місць сил, святилищ, круїзи до містичних локацій.

При сегментації турів є важлива орієнтація на рівень доходів споживачів. Для того, щоб забезпечити клієнтам відповідний рівень послуг за доступною ціною, туроператори враховують фінансові можливості потенційних туристів.

Високий рівень доходу. Для аудиторії з високим рівнем прибутку можуть бути спроектовані приватні експедиції, індивідуальні дослідження, екскурсії, археологічні розкопки, підібрані елітні заклади розміщення чи харчування з максимальним рівнем зручності та комфорту.

Середній рівень доходу. Для туристів зі середнім прибутком підходять групові експедиції, екскурсії, відвідування музеїв, участь у фестивалях, подіях на містичну тематику тощо. Розваги цієї категорії є менш затратними, ніж попередньої. Заклади розміщення й харчування є комфортними, але більш бюджетними.

Низький рівень доходу. Для людей з низьким рівнем доходу будуть актуальними відвідування старовинних місць, містичних атракцій, участь у фестивалях, виставках, ярмарках, пішохідних екскурсіях та інших розвагах, що є бюджетними або безкоштовними. Заклади розміщення й харчування є бюджетними та поступаються в комфорті закладам з попередніх категорій.

Сегментація за поведінковою ознакою полягає у розподіленні клієнтів в залежності від їх знань, ставлення до покупки, реакції на продукт. Поведінкова ознака є одним із способів, що ґрунтується на основі активності споживачів, взаємодії з продуктом, їх способу життя чи інтересів. Для того, щоб класифікувати туристів за цією ознакою, потрібно враховувати декілька особливостей:

- класифікація туристів за частотою подорожей: розподілити туристів на тих, хто подорожує регулярно, у разі визначних подій чи відпустки, рідко або ніколи не подорожує;

- тип турів: визначити, в якому напрямку найбільш зацікавлений кожен сегмент туристів;

- поведінка туристів під час подорожі: дослідити, що туристи відвідують під час подорожей чи беруть участь у місцевих заходах, ритуалах, обрядах чи відвідують пам'ятки. Які активності їх найбільше цікавлять чи отримують бажані враження від подорожі;

- реакція на маркетингові матеріали: вивчити реакцію аудиторії на маркетингові матеріали, що використовує компанія для просування містичного туру. Важливо зрозуміти, які саме маркетингові ресурси сприяють залученню нових клієнтів. Який рекламний засіб здатний найбільш зацікавити потенційних споживачів для подальшого просування туру.

Цей метод передбачає аналіз звичок клієнтів перед придбанням туру, а також поведінку туриста під час проведення подорожі. Поведінкова ознака допоможе зрозуміти, як клієнти взаємодіють з послугами, яке їх ставлення в цілому до туристичного продукту. Сегментування за цією ознакою допоможе пристосувати пропозиції так, аби вони відповідали потребам клієнтів та приносили стабільний прибуток.

Сегментація за психографічною ознакою базується на психологічних та особистісних характеристиках туристів. За думкою Філіпа Котлера, основними психографічними ознаками є цінності, інтереси, думки та особисті переконання туристів. Сегментування за психографічною ознакою вказує на аспекти особистості, які впливають на рішення клієнтів під час придбання містичного туру, їх уподобання щодо подорожей. Особлива увага також приділяється мотивації та ступеню захоплення. На основі психографічних аспектів можна детальніше дізнатися, які мотивації спонукають туристів до придбання подорожі. Мотивації за психографічною ознакою можна поділити на чотири типи:

- зацікавленість: туристи цієї категорії найбільш зацікавлені в містиці та шукають подорожі з метою розгадування містичних аспектів, дослідження та вивчення таємничих сторін. Містичний тур спрямований на створення захоплюючого досвіду. Загадкові тури поглиблюють знання, надають можливість стати учасником пригод, дослідити містичні аспекти світу;

- емоції: турист прагне від туру отримати емоційні враження, атмосферу таємничості. Ця група схильна до покупки турів, які роблять акцент саме на отриманні «унікальних» вражень. Містичний тур надає туристу емоційний досвід. Елементи невідомого викликають у туристів захоплення, позитивні емоції, здивування або страх. Тур доставляє учаснику задоволення та захват від подорожі;

- духовне зростання: головною мотивацією є духовне вдосконалення, саморозвиток через містичні подорожі. Містичний тур слугує для саморозвитку, духовного розвитку особистості, самопізнання. Взаємодія з

традиціями, обрядами, духовної сили святих місць, допомагає підвищити свій духовний розвиток, знайти гармонію, розширити свідомість й пізнати себе;

- культурно-історична спадщина: туристи цієї категорії проявляють інтерес до історії, культури, традицій. Вони бажають відвідати визначні пам'ятки, що пов'язані з містичними заходами, елементами тощо. Тур надає змогу відвідати видатні пам'ятки, місця, стати учасником місцевих заходів, насолодитися красою природи чи архітектури. А також розширити свої знання, що пов'язані з фольклором, історією, легендами чи міфами.

Психографічна ознака дозволяє детальніше дослідити цільову аудиторію, визначити основні мотивації туристів на основі їх уподобань, що дозволяє налаштувати маркетингові стратегії так, аби турпродукти краще відповідали потребам та бажанням клієнтів.

Кожна ознака має свої переваги і може бути використана для сегментування аудиторії містичного туризму. Використання цих ознак може бути ефективним підходом, оскільки кожна з цих ознак надає додаткову інформацію про туриста, що надає змогу ефективніше просувати свій тур, удосконалювати його або створювати нові тури. Сегментування цільової аудиторії дозволяє точніше визначити групи клієнтів, що зацікавлені в містичному туризмі, зосередитися на їх потребах, вимогах й вподобаннях. Це допомагає створити ефективні маркетингові стратегії, що здатні привернути увагу цільової аудиторії. Сегментування дозволяє взаємодіяти з клієнтами більш ефективно, відповідаючи на їх індивідуальні потреби. Збільшиться лояльність клієнтів, підвищення конкурентоспроможності та поліпшення якості продукту в цілому.

2.2. Організаційне забезпечення містичних турів.

Формування туру є складним процесом, який потребує ретельного планування. Для того, щоб забезпечити комфортний та успішний відпочинок для туристів, необхідно узгодити різні елементи подорожі та забезпечити їх

своєчасне та ефективне здійснення. Організаційне забезпечення турів полягає в сукупності методів та засобів, що спрямоване на планування, координацію процесів та виконання всіх аспектів подорожі. Для забезпечення подорожі, що здатна задовільнити потреби й бажання туристів, при плануванні та організації подорожі, необхідно:

- спланувати та розробити детальну концепцію туру;
- створити програму обслуговування: наповнити тур необхідними послугами (переміщення, розміщення, харчування, бронювання екскурсій, розважальних заходів тощо), визначити порядок їх виконання;
- гарантувати безпеку туристів, застережити про можливі ризики, оформити страхові угоди;
- подбати про підготовку персоналу, що супроводжують туристів під час туру;
- обрати маркетингову стратегію;
- реалізувати проведення подорожі.

Перший крок у плануванні туру є вибір дестинації (місця призначення туристів). Цей аспект є найважливіший, так як він визначає загальний характер і напрямок подорожі. Вибір дестинації має вплив на всі подальші етапи планування, такі як визначення маршруту туру, бронювання проживання, харчування та вибір розважальних та інших послуг, що забезпечують повноцінність туру.

Сучасний Оксфордський словник за редакцією С. Медліка трактує поняття дестинації, як країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локації туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації визначних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг та інших послуг.

Вибір дестинацій залежить насамперед від мотивації туриста. У містичному туризмі це конкретне місце або область, що привертають увагу туристів своєю містичною атмосферою або іншими аспектами, що пов'язані з духовним чи загадковим виміром. Правильний вибір дестинації гарантує

відповідність уподобанням та потребам клієнта, тим самим забезпечує найкращий туристичний досвід від організованої подорожі. На основі DESTИНАЦІЙ та наявних в них туристичних ресурсів, складається маршрут і програма туру, які враховують унікальні особливості та цікаві атракції місця, до якого запланована подорож.

Після розробки маршруту та програми туру необхідно організувати всі аспекти майбутньої подорожі. Для успішної реалізації туру застосовуються логістичні процеси. Логістика в туризмі розглядається як наука про планування, контроль та управління операціями, що здійснюються під час формування туру, доведення готової продукції до споживача, а також у процесі передачі, зберігання й оброблення інформації [16].

Логістика при формуванні туру охоплює організацію транспорту, розміщення, харчування та інших необхідних послуг задля забезпечення комфортного відпочинку туристів. Завданнями логістики під час формування туру є вибір транспортного засобу, бронювання готелів або іншого місця перебування, організація проходження маршруту, організація розважальних заходів, надання консультацій та інших необхідних послуг. Також керування непередбачуваними випадками, які можуть статися під час подорожі. Вона забезпечує ефективне використання ресурсів, допомагає оптимізувати витрати та час, реалізувати відпочинок, який здатний задовільнити потреби споживачів. Вона включає функціональні сфери, кожна з яких виконує відповідні завдання туристичного підприємства. До цієї системи входять: транспортування, проживання, харчування, інформаційна підтримка та інші послуги.

Система транспортування включає в собі планування тематичних маршрутів, забезпечення туру комфортним транспортним засобом та перевезень туристів між локаціями. Можливе використання транспорту на містичну тематику: старовинні та ретро-автомобілі, тематично оформлені карети, човни тощо. Транспортні засоби можуть бути прикрашені павутинням, свічками, черепами, ляльками, магічними атрибутами тощо.

Організація розміщення є обов'язковою частиною при формуванні туру. Вона полягає в забезпеченні місць для тимчасового проживання туристів під час подорожі. Аби додати загадкову атмосферу туру, туроператори обирають засоби розміщення, що пов'язані з аномальними явищами або розташовані поруч з таким місцем, готелі в старовинних будівлях чи прикрашених містичними декораціями. Проживання в котеджах в лісовій зоні, гірських регіонах, старовинних містах, селах, що пов'язані з аномаліями, легендами, загадковими історіями.

В програму туру мають бути включені відвідування закладів харчування. Ці заклади можуть бути підібрані за тематикою туру. Туроператори можуть організувати бенкет чи вечерю в замках, старовинних будівлях, закладах, що оформлені в містичному стилі та інших об'єктах пов'язаних з містикою. Для туристів може бути представлено спеціальне тематичне меню, подача страв, напоїв з містичними назвами або мають «жахливий» вигляд (страви у вигляді мозку, кровавих пальців, павутиння, монстрів, містичних персонажів тощо.) Участь в екскурсіях чи імпровізованих шоу: дегустація страв та напоїв, чаювання з «привидами», «відьмами», «вампірами» та іншими інтерактивними персонажами.

Ключовою складовою туристичної індустрії є також організація розважальних послуг і екскурсій. Вона полягає у наданні туристам різноманітних розважальних заходів, які формують загальне враження від подорожі. В містичному туризмі це можуть бути тематичні екскурсії, відвідування загадкових місць, музеїв, парків розваг, вечірок на містичну тематику, квест-кімнат та інших розваг. Послуги розваг наповнюють подорож, надають незабутні враження та емоції, що прагнуть отримати туристи, придбавши містичний тур.

Надзвичайно важливими є підготовка документації: віз, дозволів, страхових угод, медичних довідок та інших документів у разі необхідності. Важливим є проведення інформаційних сесій щодо безпеки туристів під час подорожі. Оскільки містичний туризм часто пов'язаний з відвідуванням

віддалених чи навіть небезпечних місць. Історія нараховує немалу кількість смертей чи травм через неякісну організацію екскурсій чи недобросовісної роботи супроводжуючого персоналу. Для того, щоб уникнути цього, необхідно визначити можливі ризики і прийняти необхідні заходи задля безпеки:

- укладання страхових угод, що полягає у захисті під час подорожі, покриття медичних витрат, надання компенсації у разі травм, втрати або пошкодження багажу;

- забезпечення туристів інформацією щодо безпеки, з правилами поведінки під час екстрених ситуацій;

- забезпечення можливості зв'язку з екстреними службами, надання медичної допомоги у разі необхідності;

- забезпечення необхідним обладнанням та екіпіруванням, надання рекомендацій щодо їх використання;

- вибір безпечних маршрутів під час формування туру, аналіз потенційних ризиків під час подорожі;

- набір кваліфікаційних гідів та організаторів, що володіють необхідною інформацією та навичками у разі небезпеки;

- наявність запасного плану у разі виникнення непередбачуваних ситуацій.

Організаційне забезпечення передбачає підготовку кваліфікованого персоналу, що супроводжує туристів протягом подорожі. Підготовка гідів та екскурсоводів включає організацію навчання, яке стосується вивчення історії, культури, легенд, розвитку комунікаційних навичок та правильної взаємодії з учасниками туру. Гід або екскурсовод також можуть бути задіяні в управлінні групою учасників туру. Управління включає в себе керування групою під час активностей туру, забезпечення дисципліни, безпеки та комфорту учасників. Якщо з певних причин екскурсовод чи гід не можуть взяти на себе відповідальність за управління групою туристів, його заміняє досвідчений асистент, що супроводжує групу під час здійснення подорожі.

Важливим етапом є просування туру. Від організації робіт з просування туристичного продукту, залежить успіх функціонування підприємства. Просування туристичного продукту – це комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристичного продукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, організація туристичних інформаційних центрів з продажу турпродукту, видання каталогів, буклетів тощо) [41]. Для просування містичного туру можна використати декілька інструментів, а саме:

- створення веб-сайтів або сторінок в соціальних мережах на тему містичного туризму. Розробка цікавого опису, постування фотографій, відео, загадкових історій, цікавих матеріалів з подорожей, екскурсій, розважальних заходів. Можливість ознайомлення з деталями туру та бронювання онлайн;
- важливим елементом маркетингової стратегії може бути співпраця з іншими підприємствами. Партнери, з якими співпрацює туроператор, можуть розмістити рекламу туру на своїх веб-сайтах, соціальних мережах або приміщеннях. У клієнтів це викличе довіру, зацікавленість та додасть туру авторитет;
- організація промоційних заходів, таких як виставки, відкриті екскурсії, містичні інсталяції, розіграші, конкурси, ігри, квести, допоможе привернути увагу, зацікавити учасників у містичному туризмі та залучити клієнтів до придбання туру;
- цільова реклама. Потрібні рекламні стратегії, спрямовані на залучення цільової аудиторії містичного туризму. Для цього туроператори використовують різноманітні канали просування, такі як: соціальні мережі, оголошення в Google Ads, туристичні портали, реклама на відео-платформах, банери.

Просування допомагає досягти цілей, що спрямовані на залучення та утримання клієнтів. Залучення нових клієнтів сприяє розширенню аудиторії, тим самим призводить до збільшення кількості бронювань туру, збільшення прибутків і розвитку бізнесу.

Отже, організаційне забезпечення турів включає в собі комплекс дій та процесів, що забезпечують комфортну та безпечну подорож для туристів. Організаційне забезпечення триває протягом усієї подорожі. Від початку резервуються необхідні послуги у вибраній дестинації за конкретно прокладеним маршрутом. Тур включає такі послуги, як транспортування, розміщення, харчування, розважальні програми, екскурсії та інші допоміжні послуги, що наповнюють програму туру. Для успішної реалізації послуг в моменті планування подорожі укладаються угоди з партнерами, збирається та оформлюється документація учасників, надається необхідна інформація щодо майбутньої подорожі, а також проводиться інструктаж з безпеки туристів. На будь-якому етапі подорожі турист має право скористатись підтримкою та консультацією від туристичної фірми. Організатори подорожі під час виконання туру зобов'язані надавати інформаційну підтримку, допомогу та поради в непередбачуваних ситуаціях у разі виникнення такої потреби у туристів.

2.3. Етапи створення містичних турів.

Важливим етапом в діяльності туроператора є створення привабливого туристичного продукту, який здатний задовільнити потреби споживачів та відповідати їх вимогам. Серед великої кількості пропозицій турів на ринку, важливо створити тур, який здатний привернути увагу туристів своїми унікальними особливостями, такими як цікаві об'єкти, місця, різноманітні активності, комфортні умови та якісний сервіс. Створення привабливого містичного туру ґрунтується на підборі загадкових та таємничих місць, пов'язаних з паранормальними явищами, міфами та легендами, до яких туристи проявляють зацікавленість. Привабливий містичний тур збагачує кругозір туриста, створює атмосферу загадковості та інтриги, здатний пробудити сильні враження та гострі емоції, занурити туриста в інший вимір. Створення такого продукту здатне забезпечити конкурентні переваги на

туристичному ринку, відкриває нові можливості, що є вигідним для розвитку бізнесу.

Створення будь-якого турпродукту відбувається в декілька етапів:

1. Пошук ідей щодо нового турпродукту.

На вступному етапі створення нового турпродукту проводиться комплексне маркетингове дослідження ринку, вивчаються чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на попит, а саме:

- дослідження структури ринку, аналіз економічних, політичних, соціальних чинників тощо, виявлення можливостей та ризиків;
- визначення спонукальних факторів у виборі того чи іншого туру, зокрема стать, вік, сімейний стан, національність, освіта, сфера діяльності тощо;
- загальний аналіз діяльності конкурентів, можливість перейняття їх досвіду;
- аналіз зовнішнього й внутрішнього середовища компанії, визначення її сильних та слабких сторін.

Дослідження ринку надає змогу виявити конкурентні переваги, адаптуватися до змін ринку, створити привабливий та конкурентоспроможний турпродукт.

2. Розробка концепції нового туристичного продукту.

На другому етапі визначається головна ідея туру, його задум, формується тур за обраною тематикою (містичний тур), що орієнтований на різний контингент споживачів, обирається найвигідніший сезон для реалізації туру, розробляється програма туру та структура туристичного продукту. Визначається тип маршруту (лінійний, радіальний, лінійно-радіальний, кільцевий) і ресурсне забезпечення на маршруті (природні, антропогенні, природньо-антропогенні ресурси та туристична інфраструктура). На основі обраних найцікавіших таємничих локацій та об'єктів, формується детальний план подій та активностей на маршруті.

3. Пошук та відбір ділових партнерів.

Після формуванні ідеї туру туроператори приступають до пошуку партнерів та постачальників послуг. Налагодження контактів є одним із основних напрямків взаємодії туристичного підприємства. Туроператори співпрацюють з закладами розміщення, харчування, транспортними і страховими компаніями, фінансовими організаціями, розважальними, туристичними підприємствами тощо. Взаємовигідне співробітництво формує якісний та конкурентоспроможний продукт на туристичному ринку.

4. Формування програми туру та оформлення документації.

Етап передбачає проектування пакету туристичних послуг. Результатом цього проектування є документаційне оформлення: технологічна карта туристичної подорожі, графік завантаження туристичного підприємства, інформаційний листок до туристичної путівки, програма туру, картосхема маршруту та інші. Документація є ключовою складовою при розробці програмного забезпечення туру. Вона містить упорядковану інформацію щодо реалізації туру, надає уявлення стосовно майбутньої подорожі. На підставі підписаної угоди документально затверджується співпраця між туроператором та постачальниками послуг.

5. Ціноутворення.

Наступним етапом після підписання договорів є встановлення цін на туристичний продукт. Ціна впливає на загальне сприйняття туристичного продукту споживачами. На її встановлення впливає низка чинників: попит на продукти, місце туристичного оператора на ринку, кон'юнктура ринку та обрана маркетингова стратегія. Ціна туру також залежить від виду подорожі, тривалості, сезону та класу обслуговування. Ціни туристичних фірм вказані в прайс-листах, де зазначається інформація на весь сезон, з можливістю внесення правок, у разі змін умов туристичних послуг.

6. Підготовка персоналу.

На цьому етапі проходить навчання й підвищення класифікації кадрів. За необхідністю проводиться додатковий набір спеціалістів та якісна підготовка до роботи за новим напрямком. Персонал детально вивчає особливості туру,

його складові, наявність додаткових послуг тощо. Крім цього, детально вивчає особливості країни до якої сформовано тур, їх культуру, традиції, режими перебування іноземних туристів тощо.

7. Експериментальна перевірка туру.

На цьому етапі проводиться перевірка туру в реальних умовах. Етап включає проведення рекламних компаній, інформаційних подій, навчальних поїздок для персоналу. Тур пропонується невеликій групі споживачів з метою визначити якість розробленого продукту, визначити переваги туру та відкоригувати недоліки, у разі їх виявлення.

8. Впровадження туру на ринок.

Після випробування туру в реальних умовах та його вдосконалення, тур активно просувається на туристичний ринок. Туроператор приступає до просування туру, проводить рекламні компанії у засобах масової інформації, соціальних мережах, оголошеннях, туристичних виставках, ярмарках тощо [41].

Застосування поетапних кроків під час формування турів, відіграє важливу роль у створенні успішної й якісної подорожі. Етапи дозволяють ретельно спланувати кожний аспект туру, ключовими з яких є прокладення маршруту та створення програми туру. Планування гарантує оптимальне використання туристичних ресурсів, грамотний розподіл фінансів та економію часу. Поетапний підхід допомагає забезпечити безпеку учасників під час проведення туру, шляхом виявлення потенційних ризиків та прийняттю профілактичних рішень задля їх уникнення. Крім того, дозволяє підготувати супроводжуючий персонал, забезпечуючи їх знаннями й навичками, які конкретно стосуються містичної тематики. Співпраця, поступний підхід до планування робить майбутню подорож більш цікавою та захоплюючою для туристів, що в результаті забезпечує успішні продажі турів та буде позитивну репутацію для турфірми.

РОЗДІЛ 3.

ПРОЄКТУВАННЯ ТУРУ

«ТАЄМНИЧИЙ ДУХ КИЄВА. МІСТИЧНИЙ УЇКЕНД»

3.1. Аналіз ресурсного забезпечення туру.

Київ є однією з найдавніших столиць Європи. Це місто з багатим історичним минулим і безліччю визначних пам'яток. Київ становить інтерес для туристів та вважається одним з найцікавіших напрямків Східної Європи. Він буквально переповнений цікавими місцями, які варто відвідати – старовинні будови, центральні площі, історичні вулиці, пам'ятники, собори, музеї тощо. Розроблений тур надає змогу побачити велику кількість об'єктів самому центрі міста, таких як: Києво-Печерську Лавру, Маріїнський палац, Верховну Раду, Бесарабський ринок, Софіївський собор, набережну Дніпра та багато іншого. Центр Києва є улюбленими місцем для прогулянок киян та гостей міста, так як є не тільки привабливим, а й багатий на цікаві історії, а також має розвинену туристичну інфраструктуру. З давнини тут зберіглося чимало таємничих та загадкових місць. Місця, оповиті містикою й легендами, завжди приваблюють людей, а прогулянки стають цікавою пригодою. Є в столиці і особливі локації, які, згідно з легендами, приваблюють відьом, чаклунів та потойбічні сили.

Лиса гора. Це одне із самих відомих містичних місць Києва. Згідно з повір'ями, в кінці квітня на Вальпургієву тут збирається шабаш відьом. Місце отримало «дурну славу» ще з середини 13 століття через масові вбивства та казні, що відбувались на цій території. Зараз це місце приваблює молодь та любителів містики завдяки своїй енергетиці та таємничій аурі. За легендами, ще місце стає ще більш моторошним вночі, через активізацію нечистої сили. Також на території Лисої гори можна побачити визначну природню пам'ятку – дуб-відун, висотою 20 метрів та віком більше 300 років, біля якого в давнину

проводились ритуали та жертвоприношення. І дотепер старовинний дуб не залишається без уваги людей з надприродними можливостями [23].

Замкова гора. Це місце є одним з найулюбленіших місць киян, так як звідси відкривається мальовничий краєвид на Андріївський узвіз, Поділ і Дніпро. Тут зберіглися залишки найстарішого кладовища Києва – Фролівського жіночого монастиря, що було створено на початку 19 століття. Замкова гора одна із п'яти «лисих гір». За легендами тут поховані відьми, монахині, примари котрих до сих пір блукають по вершині. Ще одна легенда про чаклуна-перевертня, що приходить з Ірпінського лісу в образі вовка разом зі своїми побратимами двічі на рік [23].

Будинок Сулими. В самому центрі Києва знаходиться маєток Якіма Сулими. Маєток почали споруджувати в 30-х роках 19 століття. Палац налічував 37 кімнат, а також ще 10, що розташовувались у флігелях. Маєток спускався терасами по схилах Гвинтової гори до Бессарабської площі. Планувалось створення фруктового саду та виноградника, однак власнику маєтку не судилось дожити до кінця будівництва. Тоді його володіння перейшли у спадок його дружині. Незабаром вона вдруге вийшла заміж за генерала Ловцова. Після цього в палаці почалися дивні речі, тут чути гучний сміх, стогони, а у вікнах не раз помічати дивну білу постать. Подейкували, що це душа Якіма Сулими, що не змогла пробачити зраду дружини. Провівши рік в палаці, генерал раптово помер. У 1866 році тут було збудовано церкву Олександра Невського, після побудови якої привид Якіма Сулими зник. Але з'явилась інша невидима сила. У 1896 тут сталася масштабна пожежа, місцеві переконували, що знову бачили білу постать Якіма Сулими в полум'ї [20].

Музей Булгакова. Дім під містичним номером 13, що пов'язаний з кількістю прожитих в ньому років письменника Михайла Булгакова, наразі є літературно-меморіальним музеєм. Музей відомий своїми містичними історіями про привидів чоловіка і жінки, яких не раз помічали очевидці, їх ще називають «Майстер і Маргарита» на честь містичного роману Булгакова. Тут

також «мешкає» домовий, що не полюбляє ремонти, кіт Бегемот, а також два безіменних привиди. Один з привидів є світлий та має роги, другий є темний та не має ріжок [24].

Замок Річарда Левове Серце. Одна із найзагадковіших споруд Києва. Говорять, що споруда з'явилась на Андріївському узвозі незаконно. Поміщик Орлов відібрав план на збудування будівлі у пітерського архітектора, збудувавши дім на ділянці, яка не була викуплена у міста. Орлова було вбито. Добудовою споруди зайнялась його дружина. Коли будівництво добігало кінця, будинок раптово спалахнув. Існує легенда, що там поселилась нечиста сила і привиди. Все через лякаючи звуки, що лунають в пічних та вентиляційних трубах. Через це Замок Річарда ще називають «дім, що плаче» [37].

Містичний трикутник. Історія про містичний трикутник в самому центрі Києва з'явилась не так давно. Український письменник Олесь Ільченко, автор книги «Місто з химерами 2009», під час її написання помітив містичний трикутник на карті Києва. Він зазначає, що цей трикутник утворюється трьома шедеврами столичної архітектури, на фасадах з яких знаходяться химери та демони: Будинком з котами (Прибутковий будинок Ягимовського, або замок Коція), що розташований на Гоголівській, 22, Будинком з горгулею на Житомирській, 8а та Будинком з химерами В. Городецького вул. Банкова, 10, що є вершиною цього трикутника [20].

а) Будинок з котами: споруда має форму літери «Т» і велике різноманіття фігурок кішок на фасаді. Існує легенда, що коти захищають мешканців від злих намірів чорта, що зображений згори будівлі.

б) Будинок з горгулею: на фасаді будинку знаходиться загадкова скульптура горгулі, походження якої залишається таємницею. За однією із версій її створив архітектор будинку Михайло Бобрусов, в якого були фінанси лише на створення однієї скульптури. За другою версією її створив господар будинку, що захоплювався містикою. Квартира, що розташована біля горгулі

ніколи не здавалася іншим, аби власник мав змогу там проводити свої спиритичні сеанси [37].

в) Будинок з химерами: найлегендарніша архітектурна споруда прикрашена мисливськими й міфологічними мініатюрами. Оздоблення полягає в красі мініатюр, що характеризують підводний та наземний світи. Будівля прикрашена мініатюрами тварин: орлами, слонами, крокодилами, левами, ящірками, міфічними морськими чудовиськами та багатьма іншими створіннями. Замість волосся кожна мініатюра має фантастичні квіти, листя й ланцюги. Внутрішнє оздоблення не поступається зовнішньому екстер'єру. Всередині будинок прикрашений розписами, ліпнинами й різьбленими прикрасами. На стінах можна побачити мисливські атрибути, екзотичні квіти, рослини, водорості, фрукти, черепи могутніх оленів та лосів. На вході відвідувачів лякає спрут, а в центрі знаходиться світильник-торшер у вигляді двох величезних риб [19].

Існує вірування, що через сили демонічних істот, послаблюється вплив християнської святині Софії Київської, що розташована в центрі цього трикутника. Під час комуністичної влади храм був зачинений і до сих пір не відбулося повноцінне відкриття православного храму.

Байкове кладовище. Цвинтар є одним з найстаріших на території Києва. Заснований у 1834 році, названий на честь героя російсько-турецької війни Сергія Байкова. Ховали тут людей почали близько 200 років тому назад, поховання тут відбуваються і до сьогоднішнього дня. Наразі кладовище налічує безліч поховань, старовинних склепів – справжніх шедеврів архітектури, що обзавелись безліччю таємничих історій. Тут в будь-який час та пору року панує абсолютна тиша. Подейкують, що і до сьогоднішнього дня кладовище охороняють привиди [20].

Дім вдови, що плаче. За легендою тут жило подружжя Груня й Товій Апштейни. Після смерті чоловіка дружині було важко впоратися з втратою. Через сум і відчай вона почала розмовляти з привидом коханого. На фасаді будинку можна побачити скульптуру з її зображенням, яку вона попросила

зробити перед своєю смертю, аби покійний чоловік знав, що вона його не забула. Її лик залишився і до сьогодні, коли йде дощ, по її щоках течуть сльози. Місцеві кажуть, що інколи тут чують, як закохані шепочуть між собою [20].

Будинок Головоштамту. Будівля розташована в самому центрі та є одним із символів Києва. Це місце має безліч загадкових історій. Воно оповите таємничими історіями, які ніхто не зможе пояснити. На початку 20 століття, будівля належала мішанці Ользі Дьяконової. Господарка будинку періодично проводила спиритичні сеанси, після чого почались відбуватися незвичні речі. Внаслідок цього їй довелося звертатися за допомогою до священників і навіть поліції. Поліція зафіксувала досить моторошні речі, а саме літання столових приборів, речей та інших предметів. У 1989 році тут сталась трагедія. Під час обвалення будівлі загинуло тринадцять людей. Ця жахлива подія дала ще більше підстав для розмов, що тут водиться нечиста сила [26].

Окрім визначних пам'яток, в Києві також можливо знайти безліч магазинів, сувенірних лавок, що пропонують величезну кількість містичної атрибутики: езотеричний магазин «Саттва», магазини «Містична гірлянда», «Містична гірлянда на Подолі», «Планета езотерики», езотеричний магазин «7 небес», магазин «Ведьмин Котел» та інші. В крамницях турист знайде для себе багато цікавого: карти таро, магичні свічки, прикраси, етнічний одяг, різноманітні ритуальні атрибути, ловці снів, статуетки, книжки з гадання.

Цікавим місцем для туристів буде відьма-бар «Лиса Гора». Кухня цього бару – це суміш української та європейської кухні з поєднанням таємних рецептів відьом з усього світу. Тут можна замовити «овочі з пекла», «тапаси ворожки», «шаманські вареники та інші страви, приготовлені по традиціям старовинних обрядів. Також заклад пропонує і велике різноманіття напоїв, від кави до ексклюзивних магичних настоянок. Стабільно тут проводяться фестивалі, свята, практики на очищення, ворожіння на картах, кавовій гушці, конференції з езотериками. Бар облаштований і маленькою крамничкою, де є можливість придбати магичні свічки, колоди карт таро, тематичні футболки та інші цікаві речі [2].

Ресурсна база містичного туру включає в себе різноманітну кількість цікавих об'єктів. Охоплює в себе багато архітектурних та природних пам'яток, що сповнені загадками та легендами. Окрім містичних ресурсів, тур надає змогу туристам оглянути головні пам'ятки столиці та знакові місця, познайомитись з тисячолітньою історією міста та його символами. Місто має розвинену туристичну інфраструктуру, що робить подорож більш зручною та комфортною.

3.2. Розробка маршруту та програми обслуговування.

Київ – сучасне українське місто з багатою культурно-історичною спадщиною, яке привертає увагу мільйонів туристів зі всього світу. Тур містичними місцями буде вдалою ідеєю для тих, хто хоче зазирнути крізь призму історії славного міста та його загадкового минулого. Поєднання давньої історії з сучасними розвагами надасть можливість туристам відкрити нові аспекти минулого, культури і насолодитись комфортним відпочинком. Такий тур може стати цікавим для широкого кола людей, забезпечити новий туристопотік та принести додаткові фінансові надходження туристичним підприємствам.

Пропонуємо споживачам проєкт нового містичного туру ««Таємничий дух Києва. Містичний уїкенд»».

Мета містичного туру:

- познайомити учасників з місцевою культурою, історією і традиціями;
- надати можливість відчувати містичну енергетику, отримати нові емоції й враження;
- забезпечити учасникам цікавий і захоплюючий туристичний досвід;
- сприяти розвитку туристичної індустрії міста та країни.

Основні завдання туру:

1. Ознайомлення з визначними пам'ятками міста, заглиблення в історію та культуру;

2. Відвідування містичних об'єктів, місць сил зі екскурсійним супроводженням;

3. Набуття захоплюючого досвіду шляхом участі в іграх, квестах, ритуалах, магічних практиках.

Загальна характеристика туру:

- 1) Маршрут туру: м. Херсон – м. Кропивницький – м. Черкаси – м. Київ – м. Умань – м. Одеса – м. Херсон.
- 2) Тип туру: тур вихідного дня.
- 3) Тривалість: 3 дні
- 4) Вид пересування: автобусно-пішохідний
- 5) Вид транспортного засобу: орендований автобус
- 6) Вікова категорія: 16+
- 7) Кількість туристів: 16 осіб
- 8) Термін проведення: квітень - листопад

Характеристика маршруту туру «Таємничий дух Києва. Містичний уїкенд»:

1) Пункти маршруту: м. Херсон – м. Кропивницький – м. Черкаси – м. Київ – м. Умань – м. Одеса – м. Херсон.

Графічне зображення маршруту представлено в додатку.

2) Тип туристичного маршруту: кільцевий, автобусно-пішохідний.

3) Місця і час зупинок:

а) місто Кропивницький, Кіровоградська область, Олександрівське шосе (автозаправка «AMIC Energy») – санітарна зупинка – 20 хвилин;

б) місто Черкаси, Черкаська область, вулиця Незалежності, 117, Сміла (автозаправка «АЗК БРСМ Нафта – TURBOTA PRO ЛЮДЕЙ ТА АВТО») – санітарна зупинка – 15 хвилин;

в) місто Черкаси, Черкаська область, Умань 20352 (автозаправка «Окко») – санітарна зупинка – 15 хвилин;

г) Кіровоградська область, Бобринець, вулиця Промислова, 16 (автозаправка «АЗС Авіас Плюс») – санітарна зупинка – 15 хвилин.

4) Основні та додаткові об'єкти показу на маршруті:

Об'єкти туру представлені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Основні та додаткові об'єкти туру

<i>Назва екскурсії</i>	<i>Локація</i>	<i>Об'єкти показу</i>
Оглядова екскурсія «Київ за 180 хвилин»	Аристократичні маєтки	Кловський палац Дохідний будинок Ікскюль-Гільденбанда Шоколадний будинок Маєток мадам Уварової
	Пам'ятні історичні місця	Бесарабський ринок Університет Шевченка Будинок Вчителя Золоті ворота Михайлівська площа Майдан Незалежності Європейська площа
	Розмаїття архаїки старовинного Подолу	Річковий вокзал Вулиця Сагайдачного Контрактова Площа Києво-Могилянська академія Гостинний двір
	Старовинні храми	Києво-Печерська Лавра Володимирський собор Андріївська церква Михайлівський Золотоверхий собор Софіївський собор Церква святого Миколая на воді

Екскурсія «Таємничі стежки Андріївського узвозу» + музей	Культурно- історичні пам'ятки	Андріївська церква Пам'ятник Тарасу Шевченку Замок Річарда Левине серце Монумент Миколи гоголя Музей Булгакова
	Пам'ятки природи	Замкова гора
Екскурсія «Надприродна сила сакральних шляхів»	Культурно- історичні пам'ятки	Байкове кладовище Могила Лесі Українки Капище слов'янських богів Язичницьке Капище
	Пам'ятки природи	Лиса гора Дуб-Відун
Екскурсія «Містичний трикутник в центрі Києва»	Культурно- історичні пам'ятки	Дім плачучої вдови Будинок з химерами Маєток Якіма Сулими Будинок з котами Будинок з Горгулею

5) Протяжність маршруту туру (загальна, на окремих ділянках).

Загальна протяжність: 1 198 км

Довжина ділянок маршруту:

а) місто Херсон - місто Кропивницький, Кіровоградська область, Олександрівське шосе (автозаправка «AMIC Energy»): 245 км;

б) місто Кропивницький, Кіровоградська область, Олександрівське шосе (автозаправка «AMIC Energy») - місто Черкаси, Черкаська область, вулиця Незалежності, 117, Сміла (автозаправка «АЗК БРСМ Нафта – TURBOTA PRO ЛЮДЕЙ ТА АВТО»): 103 км;

в) місто Черкаси, Черкаська область, вулиця Незалежності, 117, Сміла (автозаправка «АЗК БРСМ Нафта – TURBOTA PRO ЛЮДЕЙ ТА АВТО») – місто Київ: 193 км

г) місто Київ - місто Черкаси, Черкаська область, Умань 20352 (автозаправка «Окко»): 216 км;

д) місто Черкаси, Черкаська область, Умань 20352 (автозаправка «Окко») - Кіровоградська область, Бобринець, вулиця Промислова, 1б (автозаправка «АЗС Авіас Плюс»): 186 км;

ж) Кіровоградська область, Бобринець, вулиця Промислова, 1б (автозаправка «АЗС Авіас Плюс») – місто Херсон: 207 км.

Протяжність екскурсій в місті Київ:

а) Оглядова екскурсія «Київ за 180 хвилин»: 15 км;

б) Екскурсія «Таємничі стежки Андріївського узвозу»: 6,8 км;

в) Екскурсія «Надприродна сила сакральних шляхів»: 20 км;

г) Екскурсія «Містичний трикутник в центрі Києва»: 6 км.

Зміст програми туру:

День 1:

1) 06:15 – 06:30.

Збір групи. Зустріч з представником турфірми біля автобусу на площі Свободи (м. Херсон).

2) 06:30 – 10:50.

Вийзд з Херсону. Дорога до міста Кропивницький. Розповідь гід-екскурсовода про зміст туру та місто Київ. Санітарка зупинка (автозаправка «AMIC Energy»).

3) 10:50 – 12:50.

Дорога до міста Черкаси. Санітарна зупинка (автозаправка «АЗК БРСМ Нафта – TURBOTA PRO ЛЮДЕЙ ТА АВТО»).

4) 12:50 – 15:40.

Дорога до міста Київ. Прибуття на місце призначення.

5) 16:00 – 19:00.

Оглядова екскурсія містом Київ.

б) 19:00 – 20:15.

Заселення в готель «Premier Hotel Rus».

Вільний час. Ночівля.

День 2:

1) 08:00 – 08:40.

Сніданок.

2) 08:40 – 09:10.

Збір групи. Виїзд на Андріївський узвіз. Прибуття.

3) 09:10 – 12:00.

Екскурсія «Таємничі стежки Андріївського узвозу».

4) 12:00 – 13:00.

Екскурсія в музей Булгакова.

5) 13:00 - 13:20.

Збір групи. Повернення в готель. Прибуття. Вільний час.

Факультативні заходи:

16:30 – 17:40.

Містичний квест між двох світів (Енігма квест).

Вільний час. Ночівля.

День 3:

1) 07:45 – 08:15.

Сніданок.

2) 08:15 – 08:45.

Збір групи. Виїзд на локацію «Байкове кладовище». Прибуття.

3) 08:45 – 10:10.

Екскурсія на Байковому кладовищі.

4) 10:10 – 10:25.

Збір групи. Виїзд на локацію історична місцевість «Лиса гора». Прибуття.

5) 10:25 – 12:30.

Екскурсія по історичній місцевості «Лиса гора».

6) 12:30 – 12:50.

Збір групи. Повернення в готель. Прибуття. Вільний час.

7) 17:40 – 18:50.

Екскурсія «Містичний трикутник в центрі Києва».

8) 18:50 – 22:00.

Вечеря. Проведення часу в закладі «Лиса гора». Вручення сувенірів: свічка «Відьмин кіт», пряник «Helloween»;

День 4:

9) 22:00 – 01:30.

Збір групи. Виїзд з Києва. Дорога до міста Черкаси. Санітарна зупинка (автозаправка «Окко»).

10) 01:30 – 04:30.

Дорога до міста Кропивницький. Санітарна зупинка (автозаправка «АЗС Авіас Плюс»).

11) 04:30 – 08:00.

Дорога до міста Херсон. Прибуття.

Розроблена програма туру є оптимальною, збалансованою і враховує ресурсні та інфраструктурні можливості дестинації, дозволяючи реалізувати цікавий туристичний досвід для туристів. Маршрут включає відвідування визначних пам'яток Києва, збагачує інтелектуальний та культурний світогляд туристів. Тур надає можливість дізнатись нову інформацію про важливі події минулого, визначних історичних постатей, насолодитись архітектурою та мистецтвом представлених пам'яток. Основна увага приділена містичним об'єктам, що відповідають основній концепції туру. Включені до туру екскурсії надають змогу побачити найтаємничіші місця столиці, пов'язаних з легендами та містичними переживаннями. Участь туристів в іграх, гаданні та інших містичних практиках, робить досвід подорожі ще більш цікавим та захоплюючим.

3.3. Фінансово-економічне обґрунтування туру.

Фінансово-економічна оцінка туристичних послуг є важливим етапом в процесі формування подорожі. Обґрунтування дозволяє зрозуміти потенційні доходи та витрати, що допомагає спланувати та реалізувати подорож з максимальним прибутком. Економічний аналіз включає в себе розрахунок витрат на послуги, що є необхідними для здійснення подорожі. Встановлення ціни на тур є важливим питанням для оптимальної діяльності туристичної фірми. Встановлена ціна впливає на загальне сприйняття туру споживачами.

На ціноутворення впливає низка чинників: наявний попит, розвиненість ринку туристичних послуг, місце туроператора на ринку та обрана маркетингова стратегія. Ціна може коливатись в залежності від сезонності, терміну, виду подорожі та класу обслуговування. Наявність послуг в турі, що задовольняють потреби туристів, мають найбільший вплив на ціну туру.

Послуги, які включені до туру «Таємничий дух Києва. Містичний уїкенд»:

- оренда комфортабельного автобуса Mercedes, що розрахований на 18 чоловік. Оренда автобусу – 50 грн/км;
- бронювання оглядової екскурсії «Київ за 180 хвилин»;
- послуги розміщення, готель «Premier Hotel Rus». Послуга включає в собі оренду восьми двомісних номерів. Сніданок в готелі представлений у вигляді шведського столу та включений у вартість туру;
- оренда екскурсійного автобусу по місту Mercedes Sprinter 316-2, що розрахований на 18 чоловік. Оренда автобусу – 300 грн/год. + 10 грн/км;
- послуги гіда-екскурсовода: керування групою – 1200 грн/день, проведення екскурсій – 450 грн/год.;
- екскурсія в музей Булгакова, вхідний білет – 100 грн.

Таблиця 3.3.

Вартість послуг

<i>Послуги</i>	<i>Вартість на одну особу/грн</i>
Оренда автобуса (2 сторони)	3 594
Оглядова екскурсія «Київ за 180 хвилин»	470
Розміщення + сніданок (2 дні)	2 720
Оренда екскурсійного автобуса	285
Послуги гіда-екскурсовода	450
Вхід в музей	100
Сувенірна продукція	300
Вартість послуг:	7 919
Прибуток організаторів туру – 10 %	792

Ціна туру в розрахунку на одного туриста визначається за формулою:

$$Ц = (Вп + П) / Чт$$

Де Ц – ціна туру в розрахунку на одного туриста, гривень;

Вп – вартість послуг та сувенірів, які входять до туру, гривень;

П – прибуток (маржа) організаторів екскурсійного туру, гривень;

Чт – чисельність туристів у групі, осіб.

Використовуючи формулу наведену вище, розраховуємо ціну проєктованого туру:

$$Ц = \frac{126\,704 + 12\,672}{16} = 8\,711$$

Ціна туру на одну особу становить 8 711 грн. Ставка оподаткування та сума податку залежатимуть від системи оподаткування, яку обрали учасники відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності.

У вартість туру входить: поїздка комфортабельним автобусом, проживання в трьох-зірковому готелі, сніданок, супровід гіда-екскурсовода протягом всієї подорожі, екскурсії згідно з програмою туру.

У вартість туру не входять: індивідуальне медичне страхування, особисті витрати та покупки.

Отже, у процесі проектування туру було здійснено аналіз туристичної дестинації, обрано атрактивні локації та об'єкти, які дозволили визначити оптимальний маршрут, що забезпечує відвідування великої кількості цікавих місць. Програма туру розроблена з урахування інтересів туристів та організаційних можливостей виробника. Тур відповідає основній ідеї подорожі, дозволяє забезпечити цікавий туристичний досвід, є економічно обґрунтованим і готовий до комерційної експлуатації.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Містичний туризм – вид подорожей, що зосереджений на відвідуванні туристами місць, пов'язаних з паранормальними явищами, легендами, міфами, духовними та езотеристичними практиками. Головною ознакою таких подорожей є надприродний або містичний аспект, який дарує туристам унікальний туристичний досвід, наповнений загадками й таємницями, уявлення якого виходить за межі реального. Містичний туризм має прямий взаємозв'язок з темним туризмом, а також є максимально подібним до культурно-історичного, езотеричного та релігійного туризму. З'ясовано, що містичний туризм зі своїм поступовим розвитком формується як самостійний вид туризму, втрачаючи прямий взаємозв'язок з темним туризмом.

2. Виявлено, що стандартної класифікації містичного туризму не існує через різні підходи науковців. Для класифікації видів містичних турів у дослідженні був використаний тематичний підхід. Містичні тури поділені на примарний, сакральний, уфологічний та криптозоологічний напрями, що допоможе в розробці та виборі маршрутів, що максимально відповідають бажанням та інтересам туристам.

3. Проаналізовано ресурси містичного туризму, що показує їх різноманітність, значення та позитивний вплив на туристичну сферу. Наведені приклади успішних ресурсів демонструють, як містичні аспекти можуть стати ключовими факторами у залученні туристів та розвитку туристичної галузі. Аналіз ресурсної бази містичного туризму в Україні вказує, що її територія є перспективною для розвитку сектору містичного туризму.

4. У контексті вивчення цільової аудиторії містичного туризму встановлено, що попит на містичні тури зростає серед тих, хто шукає нове, унікальне й непередбачуване. Споживачі містичних турів зацікавлені у відвідуванні таємничих місць, а сам попит визначається за зростанням інтересу до загадкового з бажанням досліджувати місця, що пов'язані з

аномаліями, таємницями чи легендами. У роботі було сегментовано споживачів містичних турів методом Філіпа Котлера за географічною, демографічною, поведінковою та психографічною ознаками. Виявлені основні мотивації споживачів, що спонукають їх придбати містичний тур. Знання цільової аудиторію, розуміння їх бажань та мотивацій, дозволяє створювати привабливі та належно спрямовані пропозиції, що відповідають потребам різних груп споживачів.

5. У роботі розглянуто основні аспекти організації містичних турів, включаючи вибір цікавих локацій, підбір послуг, забезпечення безпеки, підбір персоналу та ефективної маркетингової стратегії. Проаналізовано етапи формування містичних турів, що допомагають структурувати процес планування та впровадження туру на ринок. Покрокове планування враховує всі важливі елементи, задля якісного та успішного проведення подорожей. Врахувавши фактори організації містичних турів, можна створити успішний продукт, що буде привабливим для його споживачів.

6. Для проектування авторського містичного туру «Таємничий дух Києва. Містичний уїкенд» було обрано місто Київ як туристичну дестинацію. Ресурсна база містичного туру включає різноманітну кількість цікавих об'єктів містичного туризму. Охоплює багато культурних та природних пам'яток, що сповнені загадками та легендами. Окрім власне містичних ресурсів, тур надає змогу туристам оглянути головні пам'ятки та знакові місця столиці України, познайомитись з тисячолітньою історією міста та його символами. Місто має розвинену туристичну інфраструктуру, що робить подорож більш зручною й комфортною. Автором для побудови маршруту туру були відібрані цікаві локації та об'єкти, що розкривають містичний контекст.

7. Розроблені маршрут та програма туру включають цікаві місця та активності на містичну тематику, що забезпечує різнопланове наповнення змісту подорожі. Програма туру розроблена з урахування інтересів туристів та організаційних можливостей виробника. Вона передбачає оптимальне

розподілення часу між різними активностями під час подорожі, що гарантує отримання позитивного туристичного досвіду.

8. Проектований містичний тур є економічно обґрунтованим і готовим до комерційної експлуатації. Загальна вартість туру на одну особу становить – 8 711 грн.

На основі проведеного дослідження можна дійти висновку, що розвиток містичного туризму в сучасних умовах є перспективним. Створення і впровадження містичних турів може сприяти розвитку економіки держави, розбудові туристичної інфраструктури, залученню туристів до нових DESTINATION, збереженню культурної спадщини регіонів тощо. Це підтверджує досвід використання успішних туристичних ресурсів, що мало позитивний вплив на економіку DESTINATION. Формування нових містичних турів сприяє збільшенню туристичного попиту, залучає додаткові доходи, інвестиції, привертає увагу до маловідомих місць, сприяє їх соціально-економічному та культурному розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алістратова К. Е. Містичний туризм: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні. Географія та туризм. Київ, 2014. С. 93-101.
2. Бар «Лиса гора». URL: <https://www.witchbar.com.ua/>
3. Вальпургієва ніч. URL: <https://www.unian.ua/lite/holidays/valpurgiyeva-nich-2022-data-istoriya-tradiciji-11801526.html>
4. Види турів і туристичних маршрутів: Туризм, як багатогранне суспільне явище: сутність, державне регулювання, види послуг. URL: https://studwood.net/1191454/turizm/vidi_turiv_turistichnih_marshrutiv
5. Витрати американців на Хелловін досягнуть рекордних \$10 млрд. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/770673.html>
6. Вплив туризму на економіку держави. URL: <https://skole.com.ua/uk/papers/13-turizm/34-turizm-ekonomika>
7. Геловін 2018 – самі містичні місця в Києві | РБК Україна. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/lite/dosug/10-samyh-misticheskikh-mest-kieva.podzemnaya-1540909108>
8. Гуслистий, О. С., Барило Б. Р. Темний туризм у світі. Черкаси, 2015. Том 2. С. 94-97.
9. Демонологічний туризм: у погоні за привидами. URL: <https://firtka.if.ua/blog/view/demonologichniy-turizm-u-pogoni-za-prividami102436>
10. Зарічняк Андрій, Дем'яненко Владислав. Містичний туризм: проблеми дефініції, класифікаційний статус. Івано-Франківськ, 2022. С. 12-14.
11. Заходи безпеки туристичних подорожей. URL: <https://studfile.net/preview/5720658/page:22/>
12. Коленчикова М. С. Новое направление туристской индустрии: мистический туризм. Гомель, 2011. С. 437-440.
13. Кулиняк Ігор Ярославович, Ярмола К. М., Малішевська Б. О.. Перспективи розвитку містичного туризму в Україні. Херсон, 2020. С. 53-56.

14. Культурно-пізнавальний туризм. URL: <https://studfile.net/preview/9081993/page:10/>
15. Логістика турфірми, концепція логістики турфірми. Стратегія, планування та організаційні форми логістики турфірми. URL: https://pidru4niki.com/1957041141431/logistika/logistika_turfirmi
16. Логістичний підхід в організації туристичної діяльності. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2017>
17. Маховка В. М. Об'єкти темного туризму в Україні. Полтава, 2023. С. 33-35.
18. Мистический туризм. URL: <https://oringo.com.ua/novosti/misticheskiy-turizm>
19. Містичний Київ: локації міста з магічною енергетикою. URL: <https://tykyiv.com/city/mistichnii-kiyiv-lokatsiyi-mista-z-magichnoiu-energetikoiu/>
20. Містичний Київ: ТОП-10 таємничих історій і моторошних місць. URL: <https://www.5.ua/dv/life/245714>
21. Містичний Київ: чим здивує Лиса гора. Вечірній Київ. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/45567/>
22. Містичні історії Києва Вечірній Київ. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/47876/>
23. Містичні місця в Києві – Зелений театр, Лиса гора, Замкова гора. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/kiyany/life/mistse-dlya-shabashu-ta-tsvintar-vidom-sami-mistichni-mistsya-kieva-yaki-opoviti-legendami-foto.htm#ip=1>
24. Музей Михайла Булгакова: чому це місце просякнуте містикою. URL: <https://kyiv-future.com.ua/uk/muzej-myhajla-bulgakova-chomu-cze-misce-prosyaknute-mistykoju>
25. Найпопулярніші містичні місця світу які приваблюють туристів. URL: <https://newsworld.com.ua/najpopulyarnishi-mistichni-mistsya-svitu-yaki-privablyuyut-turistiv/>

26. Обережно, полтергейсти! Що приховує будівля Головоштамту у центрі Києва. URL: <https://kiev.segodnya.ua/ua/kiev/kother/misticheskie-istorii-s-poltergeystami-hto-skryvaet-zdanie-glavpochtamta-v-centre-kieva-1588274.html>
27. Оглядова екскурсія: Київ – за 180 хвилин | Wonders of Ukraine. URL: <https://wondersholidays.com/uk/holidays/oglyadova-ekskursiya-kiyiv-za-180-hvilin/>
28. Організація турів, складання договірної плану, маркетинг туризму. URL: https://pidru4niki.com/1373112058921/turizm/organizatsiya_turiv
29. Пізнавальний туризм. URL: <https://thecity.com.ua/piznavalnij-turizm.html>
30. Сардак С.Е., Таран С.В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. Дніпропетровськ, 2018. С. 27-34.
31. Свято Івана Купала. URL: <https://authenticukraine.com.ua/blog/kupala>
32. Севериненко А.М. Стан та перспективи розвитку містичного туризму в Україні. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики. Харків, 2022. С. 176-178.
33. Сегментація аудиторії: техніки та методи. URL: <https://ideadigital.agency/blog/osnovni-metodi-segmentatsiyi-auditoriyi/>
34. Смочно Н. М. Похмурий туризм: сучасні тенденції розвитку. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання. Черкаси, 2016. С. 132-136.
35. Страшно підприємливо: бізнес-ідеї для Хеллоуїна – Blog Imena.UA. URL: <https://www.imena.ua/blog/halloween-business-ideas/>
36. Топ 7 європейських містичних напрямків, де необхідно побувати на Хелловін 2023. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2756/top-7-jevropayskix-misticnix-napryamkiv-de-neobxidno-pobuvati-na-xellovin-2023>
37. ТОП-5 містичних місць Києва. URL: <https://kyiv.depo.ua/rus/kyiv/top-5-mistichnih-mists-kieva20062015130000>
38. Туристичні ресурси. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87>

%D0%BD%D1%96_%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D0%B8

39. Туристичні ресурси, поняття та сутність. URL: https://pidru4niki.com/15660721/turizm/turistichni_resursi
40. Фастовець О. О. Темний туризм як інноваційний вид туризму в Україні. Інноваційна наука, образование, производство и транспорт. Одеса, 2021. С. 92-99.
41. Формування туристичного продукту та його просування на ринку. URL: <https://buklib.net/books/31461/>
42. Хелловін по-українськи або Велесова ніч. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2819/halloween-in-ukrainian-or-veless-night-how-our-ancestors-celebrated-the-holiday>
43. Хеловін 2022 – як святкують Хеловін в різних країнах. URL: <https://www.unian.ua/lite/holidays/helovin-2020-yak-svyatkuyut-helovin-v-riznih-krajinah11199959>
44. Що ви знаєте про «темний» туризм в Україні? URL: <https://ua-travels.in.ua/2017/09/20/temnij-turizm/>
45. Що таке містика: Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl>
46. Що таке сегментація ринку та яка її роль у маркетингу. URL: <https://sendpulse.ua/blog/what-is-market-segmentation>
47. Dark tourism. URL: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism
48. Paranormal tourism – Dark Tourism – the guide to dark travel destinations around the world. URL: <https://dark-tourism.com/index.php/destinations/categories/>

Графічне відтворення маршруту містичного-туру

