

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ В НІДЕРЛАНДИ

Здобувачки Віолета ОРЕЛ
Керівники Олександр КАМУШКОВ
Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____ Олена МЕЛІХ
(підпис)

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
(ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ)

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Віолета ОРЕЛ

1. Тема роботи «Розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди»

Затверджена наказом академії від 03.11.2021 наказ № 921-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 16.06.2022

3. Вихідні дані роботи довідкова література, електронні ресурси.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

4.1. Теоретичні основи шопінг-туризму та міжнародний досвід.

4.2. Аналіз торговельних закладів та ресурсів Нідерландів.

4.3. Розробка та просування туру «За покупками у Нідерланди»

5. Перелік графічного матеріалу

Презентація до кваліфікаційної роботи (22 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022	06.06.2022

7. Дата видачі завдання 11.02.2022

Керівники _____ Олександр КАМУШКОВ
 _____ Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА
 Завдання прийняла до виконання _____ Віолета ОРЕЛ

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Отримання теми для дипломної роботи	03.11.2021
2.	Затвердження плану дипломної роботи	11.02.2022
3.	Розділ 1	12.03.2022
4.	Розділ 2	10.04.2022
5.	Розділ 3	20.04.2022
6.	Формування висновку, списку використаних джерел, додатків	10.05.2022
7.	Здача закінченої дипломної роботи	15.05.2022
8.	Розробка презентації	05.06.2022

Здобувачка _____ Віолета ОРЕЛ
 Керівники _____ Олександр КАМУШКОА
 _____ Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 91 сторінки, 8 таблиць, 11 рисунків, список літератури з 36 найменувань, 4 додаток.

Метою виконання роботи є ознайомлення читачів з поняттям «шопінг-туру», його вартістю, послугами, перевагами, видами, етапами розробки, а також повідомити читачу про найпопулярніші шопінг-тури Європи, а саме про Нідерланди.

Об'єктом аналізу, узагальнень та дослідження виступають шопінг-тури до Нідерландів, а також особливості шопінгу в різних містах країни.

Завданням роботи передбачено ознайомлення з особливостями поняття «шопінг-туру», визначити їх види, дослідити переваги та недоліки таких турів, сформулювати етапи їх розробки, а також охарактеризувати особливості шопінг-турів у Нідерландах.

За результатами виконаної роботи сформульовані відповідні висновки та пропозиції. А саме, дослідження шопінг-турів показало, що всі бажаючі, які хочуть обрати такий тип туру, повинні детально ознайомитися зі всіма особливостями, характеристиками, плюсами і мінусами таких турів, ознайомитися з особливостями шопінг-турів в тій чи іншій країні. Так як в моїй роботі ми знайомилися ближче з шопінг-турами до Нідерландів, то можемо зробити висновок, що даний вид туризму користується великою популярністю серед туристів. Також, хочу окреслити декілька пропозицій щодо шопінг-туру в Нідерланди: 1. Визначтеся, що ви хочете відвідати: великий магазин в торговому центрі чи блошиний ринок. 2. Дізнайтеся, де в країні сконцентровано найкращі великі чи маленькі (враховуючи ваші вподання) магазини та ринки. 3. Уточніть графік роботи і т.д.

Одержані результати можуть бути використанні при майбутньому дослідженні шопінг-турів, а саме до Нідерландів.

Рік захисту роботи 2022.

Annotation to the bachelor's thesis

The article contains of 91 pages, 8 tables, 11 figures, a list of references consists of 36 items, 4 appendix.

The aim of the work is to acquaint readers with the concept of "shopping tour", its cost, services, benefits, types, stages of development, as well as to inform the reader about the most popular shopping tours in Europe, namely the Netherlands.

The object of analysis, generalizations and research are shopping tours to the Netherlands, as well as the peculiarities of shopping in different cities of the country.

The task of the work is to get acquainted with the features of the concept of "shopping tour", identify their types, explore the advantages and disadvantages of such tours, formulate stages of their development, as well as describe the features of shopping tours in the Netherlands.

According to the results of the work, the relevant conclusions and proposals are formulated. Namely, the study of shopping tours showed that all those who want to choose this type of tour should get acquainted in detail with all the features, characteristics, pros and cons of such tours, get acquainted with the features of shopping tours in a country. Since in our work we got acquainted with shopping tours to the Netherlands, we can conclude that this type of tourism is very popular among tourists. Also, we would like to outline some suggestions for a shopping tour to the Netherlands: 1. Decide what you want to visit: a large store in the mall or a flea market. 2. Find out where the best big or small (depending on your preferences) stores and markets are located in the country. 3. Specify the work schedule, etc.

The results obtained can be used in future research shopping tours, namely to the Netherlands.

Year of work defense 2022.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ШОПІНГ-ТУРИЗМУ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД.....	10
1.1. Суть та значення шопінг-туризму	10
1.2. Географія шопінг-турів.....	14
1.3. Особливості організації шопінг-туризму.....	20
Висновки до 1 розділу	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ТА РЕСУРСІВ НІДЕРЛАНДІВ.....	29
2.1 Туристична привабливість Нідерландів.....	29
2.2 Загальна характеристика Нідерландів, як туристичного центру для шопінгу.....	37
2.3 Найкращі магазини та шопінг-центри Нідерландів.....	39
2.4. Туристичні формальності.....	46
Висновки до 2 розділу.....	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ТУРУ «ЗА ПОКУПКАМИ У НІДЕРЛАНДИ».....	53
3.1 Маршрут туру та технологічна картка	53
3.2 Програма шоп-екскурсій Амстердамом.....	59
3.3 Програма шоп-екскурсій торговими центрами країни.....	64
3.4 Розрахунок вартості туру.....	66
Висновки до 3 розділу.....	70
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТКИ.....	77

ВСТУП

Актуальність дослідження. В даний час у науковій сфері туризм прийнято вважати комплексною соціально-економічною системою. Туризм є окремою галуззю економіки невиробничої сфери, різноманітні фірми та компанії якої покривають потреби туристів у матеріальних та нематеріальних послугах, ключове завдання якого полягає в гарантуванні для тієї чи іншої людини раціонального та повноцінного відпочинку. Туризм по праву можна вважати фундаментальною базою економіки досить великої кількості розвинених країн і регіонів всього світу. На сьогоднішній день туризм модифікувався в індустрію міжнародного масштабу, оскільки в розрізі доходів він посідає третє місце серед основних експортних галузей економіки, поступаючись виключно нафтовидобутку та автомобілебудування.

Туризм допомагає поринути в культуру, історію країн та познайомитися з їх культурною спадщиною. І на відміну від впливу на економіку багатьох держав, міжнародний туризм впливає на їхнє соціальне, культурне та екологічне середовище.

Сьогодні кожен має змогу відвідати будь-який куточок планети. Навіть маловідомі невеличкі країни користуються популярністю серед туристів. Подорожі – це завжди нові емоції та відчуття. Це означає бачити нові місця, куштувати нові страви, насолоджуватися природою, побачити своїми очима те, про що лиш можна було прочитати у журналах.

Шопінг – не менш розповсюджене явище, ніж туризм, а більш цікавішим він стає коли ці два компоненти поєднуються. Тому, шопінг-туризм сьогодні є досить актуальним серед любителів подорожей, він дозволяє не лише ознайомитися з країною та її добробутом, а й відвідати іноземні крамниці, торгові центри, брендові магазини, тощо.

Напевно, це явище пов'язане з феноменом пристрасті до покупок. З появою достатку товарів на прилавках магазинів безліч жінок (а іноді й

чоловіків) просто втрачають контроль над собою та скуповують усе, що потрібно і не потрібно.

Існує безліч країн, які туристи прагнуть відвідати за для здійснення покупок, Нідерланди – не виключення. До Голландії їдуть не за гучними лейблами, а за емоціями та враженнями. Тому і шопінг у Нідерландах — зовсім не те, що у Франції чи, скажімо, в Італії. Замість пафосних бутиків на туристів чекають мальовничі сувенірні лавки, жваві барахолки та старовинні ремісничі квартали, сповнені чарівних дрібничок.

Науковий підхід до розвитку даної проблеми розглядається в роботах учених: В. М. Аньшина, В. С. Новікова, М. М. Малахової, Д. С. Ушакова, Л. С. Александрової, І. Т. Балабанова, А. А. Дагаєва, В. Ю. Колесова, Н. Г. Кузнецова, А. М. Клеймьонов. Тим не менше, у наукових працях цих вчених недостатньо повно розкритте питання організації шопінг турів.

Метою дослідження є вивчення теоретичних засад шопінг-туризму, дослідження розробки та їх просування.

Задля досягнення поставленої мети слід виконати ряд завдань:

- розкрити сутність та значення шопінг-туризму;
- проаналізувати географію шопінг-турів;
- проаналізувати особливості організації шопінг-турів;
- розглянути туристичну привабливість Нідерландів;
- охарактеризувати Нідерланди, як туристичний центр для шопінгу;
- проаналізувати найкращі магазини та торгові центри Нідерландів;
- дослідити туристичні формальності;
- розробити шопінг-тур у Нідерланди.

Об'єктом дослідження виступає особливості, розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди (було розроблено тур «За Покупками у Нідерланди»).

Предметом дослідження є виявлення особливостей в розробці шопінг-туру в Нідерланди.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових і спеціальних методів, зумовлених метою й особливостями досліджуваної проблеми. У роботі використані діалектичний метод пізнання та системний підхід. Також використовуються загальнонаукові методи абстракції, аналізу та синтезу.

Апробація результатів наукового дослідження. Окремі положення наукового дослідження було включено та апробовано на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України». Тези на тему «Розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди», 18 травня 2022 р. – було взято до публікації у секції «Інноваційні підходи у сфері туризму та готельно-ресторанної справи» збірнику – с.274. – Львівський національний університет природокористування.

Інформаційна база дослідження складається з літератури, яка описує особливості організації турів, офіційний веб-сторінок країни Нідерландів, торгових центрів, магазинів, статичних даних та інтернет ресурсів.

Наукова новизна дослідження – полягає у висвітленні ресурсного потенціалу Нідерландів для розвитку шопінг-туризму.

Практична значущість результатів дослідження – на основі отриманих даних створено унікальний тур «За Покупками у Нідерланди».

Структура та обсяг роботи. Робота викладена на 91 сторінках, складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ШОПІНГ-ТУРИЗМУ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

1.1. Суть та значення шопінг-туризму

Шопінг – тури, – явище не нове. Шопінг виступає метою та засобом подорожі. Шопінг – це ціла філософія: ви прощаєтеся з грошима, але робите це не з важкими думками, а з усмішкою та легким серцем.

Шопінг тури (тури за покупками) – це унікальна можливість поєднати приємне та корисне під час відпочинку. Найголовніше – шопінг тур не позбавить туриста решти переваг відпочинку – екскурсії, пляжного відпочинку, чи інші розваги будуть також доступні в залежності від обраної країни [1]. Тим не менш, основний час турист зможе витратити на відвідування магазинів та бутиків, оновити свій гардероб та поринути у світ моди та стильних речей.

Зараз багато туристичних фірм пропонують спеціальні шоп-тури, у вартість яких входить організація поїздок по найзначніших і найвигідніших місцях розпродажів. Крім якісних та недорогих речей, ви напевно привезете масу спогадів про країну перебування. Італія, Німеччина, Великобританія та інші країни, які традиційно відвідують велика кількість шопперів, цікаві і для звичайного туризму, адже в кожній з них є що подивитися і де відпочити.

Ціна турпакету включає: переліт, трансфери, страховку, проживання в готелі та, що найголовніше, поїздки в торгові центри, на склади та фабрики у супроводі гіда, який допоможе туристам робити покупки. Щоб правильно зорієнтуватися на місцевості, необхідно чітко сформулювати, що саме вас цікавить – які речі та яких марок [2].

Гід враховує побажання кожного члена групи та складає план розвезення за певними торговими точками (багато турфірм так давно займаються шоп-турами, що чудово вивчили, куди і навіщо потрібно везти людей). Відповідно

і готелі підбираються неподалік складських терміналів або фабрик. На склад можна потрапити лише у складі групи, за спеціальним дозволом та у супроводі представника турфірми. Скільки днів ви займатиметеся шопінгом, залежить виключно від вашого бажання.

Щоб поїздка була успішною, варто до її початку прочитати якомога більше інформації про місця та терміни проведення розпродажів у країні, а також можливі ціни та знижки.

Зручною послугою в шоп-турах є карго, що означає доставку вантажу до аеропорту, завдяки чому всі покупки, здійснені туристом не доведеться тягти додому на собі. Карго можна оформити прямо на складі, де зроблені покупки [3].

Люди за всіх часів купували в різних країнах, де були у своїх справах або просто подорожували, різноманітні речі, одяг та сувенірну продукцію. Але останнім часом з'явилося визначення такої поведінки – це шопінг-туризм (шопінг-туризм). У нашій країні виник він, у 90-х роках під час розбудови, коли відкрилися кордони для вільного відвідування інших країн, і люди почали їздити за різними товарами до Польщі, а потім до Греції за шубами [4]. Щоправда, стимулом для таких поїздок найчастіше була економія, а не полювання на раритетні та цінні товари. Сьогодні справа прямо протилежна: громадяни перетинають кордон, щоб купити унікальні дизайнерські речі.

В Україні шопінг-туризм почав зароджуватися, наприкінці ХХІ ст. під час перебудови, коли відкрилися кордони для вільного відвідування інших країн і люди почали виїжджати за кордон за різними товарами. У країнах Європи є цілі «торгові села» або outlet villages. Їх кількість біля 10. В них продається різноманітний якісний товар за ціною, що значно нижче в порівнянні з магазинними іноді до 70%. «Торгові села» дуже популярні як і у самих європейців, так і у туристів із-за якості товарів, широкого асортименту і величезних знижок.

Шоп-туризм - прямий наслідок досить високих внутрішніх цін в Україні на промислові товари: одяг, взуття, меблі, деякі види продуктів харчування.

Іноді головним мотивом для шопінг-туризму є не ціна, а асортимент та обставини покупки. Так, шоп-тури по шуби в Грецію, всупереч усім коливанням цін, користуються успіхом через різноманітність пропозицій та високого рівня сервісу.

В даний час шоп тури користуються великою популярністю серед підприємців, закупників товарів для магазинів, і тих, хто любить оновлювати свій гардероб. І це не дивно, адже вивозити товар із-за кордону досить вигідно. Ринки переповнені яскравими, що привертають увагу речами [5].

Найвигіднішими покупками вважаються ті, що зроблені в магазинах duty-free [6], розташованих на території країн Близького та Далекого Сходу. Особливо популярний дубайський магазин, куди з усього світу з'їжджаються туристи, одержимі манією покупок. Вони хапають буквально все, що потрапить під руку і в неймовірних кількостях. Отже іноді буває важко купити безмитний товар перед денними рейсами. Пасажирам нічних рейсів хвилюватися нема за що - в аеропорту Дубаї duty-free працює цілодобово, і перед вильотом можна спокійно займатися шопінгом. Асортимент і якість товарів, що продаються в магазині, не викликає сумнівів.

Європейські duty-free є досить дорогими. Серед них найбільший та авторитетний знаходиться в аеропорту Хітроу [6]. З року в рік лондонський duty-free, незважаючи на відносну дорожнечу, очолює незалежні рейтинги, складені за критерієм обсягів продажу. Найнезвичайніший duty-free – у Єгипті. У цій мусульманській країні торгівля алкоголем заборонена, але для іноземних туристів зробили виняток, щоправда, якщо громадянин, який перетинає кордон, купив щось спиртне, то в його паспорті робиться спеціальна позначка, і докупити ще ніяк не вдасться.

Головною перевагою шоп турів є те, що їх не можна вважати абсолютно діловими поїздками. Це в першу чергу туристична поїздка, а значить, на вас чекають першокласні готелі з пляжами та басейнами, бари, ресторани, нічні клуби. І головне - Ви зможете відвідати магазини та торгові центри, оновити свій гардероб високоякісними товарами та поринути у світ моди та стильних

речей. Вигода шопінгу за кордоном у тому, що до нас мода доходить із запізненням на рік-два.

Шоп-тури організуються майже всіма туристичними агентствами, та його вартість, зазвичай, у рази нижча, ніж вартість традиційних турів. Купуючи шоп-тури в Італію, Туреччину, Грецію, Англію або навіть Арабські Емірати майже за символічними цінами, кожен клієнт турагентства повинен погодитися з зобов'язанням залишити за місцем призначення певну суму [7].

Тривалість шоп-турів зазвичай становить 4-6 днів, є економ-варіанти - 2 дні. Звісно, за кілька днів перебування у чужій країні нічого, крім покупок, не встигнути. Тому ті туристи, які хочуть не тільки «попрацювати», а й відпочити, віддають перевагу тривалішим поїздкам. Організатори шоп-турів часто роблять «вікна» у щільному розкладі, щоб дати мандрівникам можливість побачити не лише магазини та торгові бази, але також оглянути місцеві визначні пам'ятки, відпочити на пляжі, відвідати якийсь цікавий захід.

Останнім часом дуже популярним стає шопінг зі стилістом [8]. Люди готові приїжджати з інших міст, щоб відправитися за покупками зі стилістами, щоб мати стильний вигляд. Такі відвідувачі не мають наміру купувати фірмові чи рекламні товари. Їхня мета — купити модний одяг. Крім того, шопінг-тур може включати поїздку для закупівлі товарів оптом, якщо поїздка триває більше 24 годин і мандрівник зупиняється в готелі і таким чином користується послугами ресторану.

Як і всі види туризму, шопінг-туризм поділяється на два види виїзний і внутрішній. Крім того, запланована відстань для поїздок по магазинах різниться: короткі та дальні за кордоном. Шопінг-туризм може існувати в чистому вигляді, коли метою відвідувача є просто придбання товарів, у поєднанні з іншими видами туризму - дозвіллевим, пізнавальним, діловим тощо. [8,3]. Класифікація шопінг-турів представлена у табл.1.1

Таблиця 1.1

Класифікація шопінг-турів

За кількістю учасників:	- групові - індивідуальні
по наявності зобов'язань	- із зобов'язаннями - без зобов'язань
по типу клієнтів	- комерсанти - клієнти

Розроблено на основі [9]

В шоп-туризмі виділяють наступні різновиди, зокрема [10]:

- традиційний шоп-туризм (коли поїздка не прив'язується до певної дати, оскільки здійснюється в регіон, де завжди можна зробити вигідну покупку);
- шопінг, приурочений до періодів розпродажів, сезонних знижок або виходам нових колекцій одягу (такі поїздки нерідко здійснюються в ті регіони, де можна придбати дорогі ексклюзивні речі за зниженими цінами);
- поїздки вихідного дня (вони не змушують туриста вносити зміни в робочий графік і зазвичай практикуються в прилеглих регіонах).

Зазвичай шоп-тури в країни Європи та східному напрямку організовуються таким чином, щоб дати клієнтам можливість потрапити на сезонні розпродажі. Розпродаж товару є на складах, їх терміни відповідають звичайним магазинним: липень-серпень — літні, грудень-січень — зимові. Одне «але»: саме в цей час особливо високі ціни на готелі та переліт.

На сьогоднішній день шопінг-туризм дуже популярний, коли вирушають за певними придбаннями покупок у ті чи інші країни. Причому такий шопінг-туризм може бути найрізноманітнішим як для забезпечених людей, так і для туристів середнього достатку та молоді.

1.2. Географія шопінг-турів

Ось тут, власне, і починається найголовніше. Одне з найважливіших питань – не «як поїхати?», а «куди поїхати?», і не кожен може швидко і не

роздумуючи його вирішити. Власне, швидко і не потрібно вирішувати, слід ретельно зважити всі «за» і «проти», скласти список товарів, що цікавлять, уявити, чим ще хотілося б зайнятися, крім прогулянок по магазинах. І вже залежно від цього обрати країну, яка може повною мірою задовольнити усі запити та побажання.

У загальносвітовому рейтингу популярності шопінг-напрямоків лідирують Лас-Вегас, Париж, Нью-Йорк, Мілан і Майамі. Для кожного з цих міст характерні певні групи товарів, заради купівлі яких і відбуваються подорожі. Разом з тим, шоп-поїздки в більшість міст здійснюються з метою покупки недорогого брендового одягу. Лас-Вегас, що посідає перше місце, славиться шикарними бутиками відомих торгових марок, де за статистикою здійснюють покупки 69% приїжджих в цей центр ігрової індустрії. Париж і Мілан є світовими столицями моди і туди також їдуть за покупками любителі стильного одягу і взуття зі всього світу. А в Токіо, яке замикає десятку найпопулярніших столиць шопінгу, нерідко їдуть для покупки ультрасучасної техніки або застарілої (з погляду японців), зате дуже дешевою електроніки [11].

В силу географічного положення, шоп-туризм України доречніший до країн Європи і Близького Сходу, оскільки поїздка в Маймі за модним одягом себе попросту не окупить. Серед європейських країн найпопулярнішими місцями для шопінгу є Румунія, Греція, Франція, Іспанія та Італія. Наприклад, малозабезпечені люди в Чернівцях та інших західних частинах України часто їдуть до Румунії, щоб купити дешевші споживчі товари та навіть продукти.

Греція відома дешевими хутряними виробами, а Франція – світовими брендами одягу та взуття. Італія - справжня Мекка для любителів моди. Тут можна безкоштовно придбати оригінальний одяг від Armani, Versace, Valentino тощо. Особливою популярністю користуються поїздки під час сезонних знижок. Серед країн Близького Сходу беззаперечним лідером є Туреччина. Тут можна купити дешеве взуття, одяг, шкіряні вироби, килимки та багато іншого з великими знижками. Останнім часом подорожі по

магазинах в ОАЕ стають все більш популярними. Столиця штату Дубай є вільною економічною зоною з дуже низькими ввізними митами. У результаті майже все імпортоване набагато дешевше, ніж Україна чи ЄС. Особливо вигідно купувати електроніку, ювелірні вироби, тканини, хутра, годинники і, звичайно, місцеві сувеніри.

Шоп тури до Туреччини. Туреччина є однією з найбільш затребуваних у плані шоп-туризму країн. Ціни тут низькі в порівнянні з більшістю інших країн, що пропонують товар такої ж якості, але набагато дорожчі. Різноманітність будь-яких виробів, починаючи від брендового одягу, закінчуючи чудовими турецькими килимами та вишуканими ювелірними виробами, доступна кожному, хто вирішить купити шоп-тур до Туреччини [12].

Туреччина славиться своїми ринками, де на кожного покупця знайдеться свій товар. Чого тільки нема на турецьких ринках. Тут можна придбати незвичайні сувеніри, оригінальні прикраси з дорогоцінних металів та каміння, товари зі шкіри (одяг, сумки, взуття, головні убори), вироби з хутра, включаючи натуральні вироблені шкури, спортивні товари, посудні набори на будь-який смак, дитячі іграшки, різну техніку. Але головним чином, купуючи шоп-тур до Туреччини, іноземні туристи бажають вирушити на турецькі ринки за якісним та оригінальним одягом, який, звичайно, продається і у нас, але із серйозною націнкою. Зрозуміло, у Туреччині є не лише ринки, а й магазини, супермаркети та бутики з фірмовими товарами, у тому числі й європейських виробників.

Шоп тури до Греції. Часто ще називають «шуб турами», і цим усе сказано. На сьогоднішній день грецьке місто Касторья загальновізнане як центр з виробництва та продажу хутряних виробів. Хутряне виробництво тут має стародавнє коріння, а багатовікові традиції передаються з покоління до покоління. Тут працює круглий рік найбільший у Європі ярмарок із продажу виробів з хутра, а у травні проводиться міжнародна щорічна виставка хутряних пальто [13]. Природно, що тут ви зможете придбати хутряні вироби

значно дешевше, ніж у українських магазинах, та й купити підробку тут неможливо. Щоправда, є одне "але". За законом із Греції без оформлення додаткових паперів можна вивозити не більше трьох шуб на людину. Тому за шубами вигідно їздити у компанії.

Крім цього, тут можна придбати різноманітні сувеніри, якісне взуття та сумки та ювелірні вироби ручної роботи та багато інших цікавих речей.

Шоп тури до Китаю. Популярні серед українців, тому що це визнаний у всьому світі центр виробництва. Найвідоміші місця шопінгу – це пекінські ринки: Шовковий, Перлинний та Ябаолу. Одяг, взуття, прикраси з каміння та перлів, предмети мистецтва – все це можна купити на ринках. Якщо ж відвідування ринків вас не влаштовує, то в Пекіні існує безліч торгових центрів, що пропонують найрізноманітніший товар за доступними цінами [14].

Шоп тури до Італії. Італія – батьківщина відомих на весь світ торгових марок: Armani, Versace, Prada, Gucci, Ferre та багато інших брендів [15]. Особливо приваблює шанувальників шоп-туризму Мілан, адже саме у бутиках та магазинах Мілана можна придбати оригінальні, високоякісні та наймодніші речі за цілком пристойними цінами. Плюсом є те, що репутація міланських butikів захищає іноземців від можливості вивалити купу грошей за підробку. А ще одним плюсом є часті сезонні знижки або можливість потрапити на розпродаж з нагоди, наприклад, закриття магазину. Тоді існує можливість придбати брендові товари зі знижкою в 50 або навіть 70%, але багато, звичайно, залежить від успіху.

Об'єднані Арабські Емірати. Це незвичайна, багатолика країна з чудовими можливостями для шопінгу. Шоп тури в ОАЕ найчастіше здійснюють за виробами із золота та хутром. Вибір шуб – величезний, можна знайти товар найвищої якості. Ювелірні прикраси з діамантами приємно вражають своєю низькою ціною. Здійснюючи шопінг по ОАЕ, будьте готові до зустрічі із зазивалами, які запропонують вам свої послуги щодо вибору товарів.

Шоп-тур у Францію. Париж, це не тільки Єлисейські поля та Ейфелева вежа для туристів, це також Галерея Лафайєт для тих, хто приїхав до Парижа не лише заради того, щоб на власні очі побачити місто мрійників та романтиків, але також закупитись наймоднішим, актуальним та якісним одягом. Більше сотні butikів, зосереджених на величезній площі, приваблюють гостей міста та радують величезною різноманітністю виробів та широким ціновим діапазоном.

Прогулявшись вуличками Парижа, можна і повною мірою насолодитися п'янкою атмосферою цього старовинного прекрасного міста, і стати володарем вишуканих сувенірів, оригінальних головних уборів, екстравагантного одягу та взуття, якісної біжутерії. Також варто заглянути у фірмовий магазин Chanel і отримати величезне задоволення від придбання флакона з п'янким ароматом.

Греція як центр шопінгу туризму. Греція – країна, де можливості шопінгу в магазинах та торгових лавках справді безмежні. У кожному грецькому місті є свої торгові вулиці, зазвичай розташовані в центрі, де можна знайти butikи відомих грецьких та світових дизайнерів, всілякі магазини з одягом та взуттям широкого вжитку, величезні мережеві супермаркети та невеликі лавки, що пропонують грецькі сувеніри на будь-який смак [16]. Вважається, що в Греції можна зробити найвигідніші покупки, крім автомобілів та електроніки. Греція славиться своїми хутром, ювелірними прикрасами, виробами зі шкіри, кераміки.

Найпопулярніший з грецьких шоп-турів – це подорож до Касторії. Касторія – один з найважливіших православних центрів Греції, і місто, де можна купити відмінну шубу на 60%.

У Греції існує безліч магазинів, як великих супермаркетів, так і дрібних крамничок, де можна купити все, що потрібне. Якщо говорити про економію, то дешевше купувати товари зі знижками. Також слід торгуватися на ринках, де продають сувеніри та вироби народної творчості. Найзнаменитіший такий ринок «Монастираки» знаходиться в центрі Афін [16].

Нідерланди. У Нідерландах є великі можливості для шопінгу. Головним чином він зосереджений у столиці та головному туристичному місті – Амстердамі, однак і в інших містах можна знайти щось унікальне на блошиних ринках чи брендових бутиках. Амстердам відомий своїми торговими рядами та центрами, букіністичними та антикварними магазинами. Тут можна купити дуже міцне, якісне взуття, чудові ювелірні прикраси та ексклюзивну спідню білизну. Центром шопінгу в Амстердамі є район 9 вулиць, він починається неподалік центральної міської площі Дам [17].

Чехія. У Празі, столиці Чехії, є сенс робити покупки в магазинах найпоширеніших і знайомих брендів, особливо в пік сезону розпродажів: знижки набагато важливіші, ніж в інших частинах Європи. При підготовці екскурсійної групи головною метою є придбання одягу (сувенірів). Вона має бути орієнтована на людей з відносно обмеженим бюджетом. В іншому випадку, щоб не «спокуситися» купувати зайві речі, потрібно обмежити покупку товарів.

Ці формальності можна обговорити з туроператором, і фінансові ліміти встановлені. Центр міста – Вацлавська площа – є місцем зустрічі та відправною точкою для огляду визначних пам'яток та покупок. Програма щотижневих поїздок включає відвідування невеликих магазинів, butikів (TEG, Pavla & Olga, Helena Fejková), ринків (Prague Market) і торгових центрів (Palladium з п'яти поверхами та наймоднішим – Nový Smíchov).

Туроператори зазвичай пропонують два тури по Чехії:

Перший маршрут – це вулиця NaPrikope. Тут розташовані магазини всіх демократичних і улюблених нами марок: Ecco, Mango, Kenvelo, Zara, Benetton, Salamander, PorcelaPlus, H & M (в Празі є ще один магазин цієї марки – на перетині Vaclavskenamesti і вулиці Jindrinska), VeroModa, Clockhouse. І мультибрендові торгові центри: NewYorker, CernaRuze, Myslbek, Slovanskydum. Змусити себе піти з цієї вулиці практично неможливо! NaPrikope бере свій початок від Вацлавській площі, яка являє собою скоріше бульвар, ніж площа.

Другий маршрут – місцева вулиця розкоші – Паризька вулиця (Parizska), побудована за образом Єлисейських Полів. Паризька веде від храму св. Миколая до Староміської площі. Тут один за іншим вишикувалися бутики: ChristianDior, HugoBoss, SalvatoreFerragamo, LouisVuitton, Hermes, Moschino, Swarovski, LaBoutiqueSuisse, Armani, Versace, Zegna, Dolce&Gabana, CalvinKlein, BrunoMagli, EscadaSport

1.3. Особливості організації шопінг-туризму

Організація шопінг-туру – це складна та кропітка робота. На етапі підготовки потрібно передбачити будь-які нюанси поїздки та врахувати усі побажання клієнта. Давно канули в Лету ті часи, коли наша людина їздила за кордон, щоб купити те, що трапиться. Кожен турист чітко розуміє свої бажання та можливості. Здійсненню бажань сприяють тематичні тури за покупками. Завдяки такій організації поїздок людина, яка бажає оновити свій літній гардероб, не виявиться там, де магазини спеціалізуються з продажу демісезонного взуття [18].

Найголовніше завдання туриста визначитися із такими питаннями: куди, коли та за чим.

Розробляючи шопінг тур слід знати, де відбуваються великі розпродажі товарів, куди за ними їхати, де найвигідніше можна придбати конкретні речі. Туристичні агенції пропонують переліт в обидва кінці, комфортне проживання та харчування туристів. У місці призначення клієнтів зустрічає гід з шопінгу, який не тільки допоможе зорієнтуватися в океані бутиків і магазинчиків, але й допоможе скласти оптимальний план проведення часу і навіть стане перекладачем. Для великих покупців можливі послуги професійних консультантів та спеціалістів з оптових закупівель.

Крім того, при організації поїздки слід звертати увагу на розпродажі, які проводяться провідними будинками моди у Європі. Для цього проводяться

короткострокові тури, коли клієнт їде за ексклюзивною покупкою. Можливе проведення індивідуального туру.

Безумовно, шоп-тур за кордон не передбачає нескінченних походів бутикам. Розпорядок дня туриста ретельно повинен сплануватися, тому для дозвілля залишається чимало часу. Хороший шопінг не забирає багато сил, а приємно проведене дозвілля робить подорож повноцінною.

Якщо місто знаходиться на узбережжі, можна насолодитись свіжим морським повітрям, провівши час на пляжі. Найбільш популярними в таких турах є екскурсії місцевими пам'ятками, парками розваг або просто околицями. Для поціновувачів історії та мистецтва можливе відвідування музеїв, виставок, галерей, також це можуть бути поїздки місцями історичних подій, відвідування старовинних замків та садиб [19].

Тур - це програма, в рамках якої реалізується мета перебування людини поза свого постійного місця проживання, створене з урахуванням індивідуальних побажань туриста і комплексу заходів щодо її реалізації на відповідному якісному рівні [20].

Формування нового туру передбачає певну концепцію його побудови, яка виражається через певні етапи (рис.1.1).

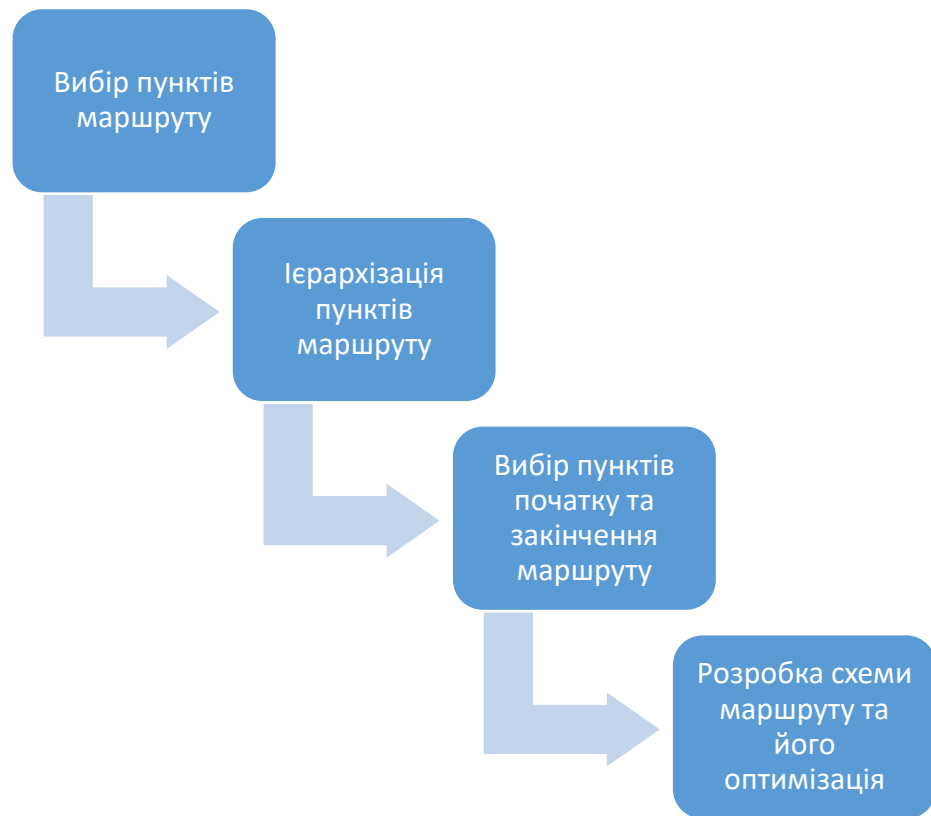


Рис.1.1 . Послідовність розробки туру [20]

Розробка плану маршруту (Додаток А) та його програмного забезпечення невіддільна від паралельного процесу. Вартість туру розраховується на основі організаційно-технічних заходів щодо пошуку партнерів, з якими укладається договір.

Етапи I. Вибір пунктів маршруту. Критеріями відбору були виділення програми на відповідність меті поїздки, забезпечення різноманітності програми перебування в селі, зручність транспортування та можливість надання послуг гостинності.

Етап II. Ієрархія точок маршруту здійснюється відповідно до вищенаведених критеріїв, орієнтуючись в основному на рівень прийому та транспортної доступності обраних точок маршруту.

Етап III. Вибір початкової та кінцевої точок маршруту здійснюється на основі показників транспортної доступності, тобто щодо проживання постійних потенційних відвідувачів, взаємозамінності видів транспорту та видів транспортних засобів.

Етап IV. Розробка схеми маршруту. Схема цього маршруту у зворотному вигляді. Маршрут - це напрямок руху відвідувача. Залежно від схеми маршрути можуть бути лінійними, круговими, радіальними та комбінованими. Я розробив тур на основі плану рингу. Залежно від типу туру, тривалості та рівня обслуговування вибір точок на маршруті відповідає плану.

Для складання траси маршруту необхідно визначити:

- перелік об'єктів, що відвідуються туристами в процесі поїздки;
- кількість об'єктів відвідування щодня;
- основні населені пункти, в яких слід зупинитися туристам при відвідинах цих об'єктів (коротко описати їх, обґрунтувати їх вибір);
- загальну тривалість туру.

Етап V. Оптимізація маршруту подорожі включає деякі об'єктивні та суб'єктивні обмеження. Межа об'єктивності базується на умовах сегментації ринку, а суб'єктивність визначається переважно цільовою групою споживачів. Часові обмеження поширюються на сезонність подорожей. Економічні обмеження ґрунтуються на ринкових умовах.

Основним обмеженням на ранньому етапі розвитку туризму є обмеження часу та засобів забезпечення комфортності туризму. Ліміт часу визначає вибір транспортних засобів та їх типи на маршруті. Вибір транспортного засобу слід розглядати як введення певних обмежень в організаційні параметри туру.

Типи транспортних засобів і типи транспортних засобів дуже відрізняються за своїми характеристиками. При виборі транспортного засобу орієнтуйтеся на відстань, при виборі типу транспортного засобу – на його комфорт.

Етап VI. Програмне забезпечення туру, є його якісною ознакою. Програма є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації мети подорожі.

У відповідності з метою програми поділяються за тематикою на програми, які забезпечують відпочинок, лікування, ознайомлення, з історією,

культурою, природою краю, задоволення, професійно або конфесійний орієнтованих інтересів [20].

Програми можуть створюватись на весь маршрут і на кожний пункт відвідування окремо. При створенні програм дотримуються певних принципів і вимог

Правило 1. При виборі місця проживання туристи повинні враховувати тип, категорію та кількість підприємств.

Правило 2: При виборі типу харчування туристам слід враховувати тип, місце розташування та рівень обслуговування підприємства громадського харчування, тип меню, кількість страв, національні особливості світової кухні.

Правило 3. Програмування програми починається з кількості днів, відведених на екскурсії, кількості ночей та харчування, яка має становити певну кількість днів у комплексі.

Правило 4. Плануючи перебування, необхідно враховувати час, витрачений на спілкування та технічні елементи. Загальний часовий ліміт програми становить 12-14 годин, залежно від кількості туристів. Молоді та літні люди повинні мати більше часу для відпочинку вночі та можливості для відпочинку вдень. При програмуванні необхідно орієнтуватися на нормативні витрати на поселення (включаючи трансфер), харчування (сніданок – 30 хвилин, обід – 60 хвилин, вечеря – 45 хвилин), екскурсійне обслуговування (екскурсії різняться за тривалістю). 1-3 години), виїзні та оглядові екскурсії (до 6-10 годин), дозвілля (тривалість шоу, концерти тощо). План має передбачати не менше 8-10 годин відпочинку: вночі, після їжі та вночі (сон).

Правило 5. Додаючи екскурсії до туристичної програми, перше, на що варто звернути увагу, це оглядова екскурсія містом, участь у якій не тільки ознайомлює з визначними пам'ятками, але й дозволяє відвідувачам повернутися до цікавих для них місць. Улюблений і вільно плавай по місту.

Правило 6. Не рекомендується планувати більше двох екскурсій тривалістю 2-3 години. Або замість екскурсія тривалістю 6-12 годин. Одноденна поїздка.

Правило 7. Можливість створення програми перебування в місті (курорті, країні). У програмі – найважливіші події та найвідоміші об'єкти. Плануючи екскурсію, слід уникати однотипних об'єктів виконання, а також враховувати можливість обміну об'єктами виконання.

Правило 8. Програма створюється з урахуванням сезонності подорожей. Тому влітку доцільно планувати річкові прогулянки чи прогулянки в акваторії гавані, відвідування парків, заповідників чи садів, відкритих басейнів, аквапарків, пікніків на свіжому повітрі тощо, взимку перевага надається закритим об'єктам.

Правило 9. Послуги програмного забезпечення бажано починати із загальної інформаційної діяльності. Наприклад, влаштуйте «інформаційний коктейль» з туристами відразу після прибуття на перше місце туру, за цей час команду повідомляють про основні місця для відвідування та час зустрічі для екскурсії, уточнюючи дати екскурсії, і рекомендуючи місця, які можна відвідати у вихідний день, вони також ведуть покупки сувенірів, обмінюють валюту та відповідають на запитання туристів.

Правило 10. Вибір програмних заходів залежить від мети поїздки та від складу учасників. Таким чином, у відпочинковому туризмі екскурсійно-рекреаційну діяльність можна майже повністю віднести до додаткових послуг, у пізнавальних програмах значне місце займають екскурсії, планується також рекреаційна діяльність. У програмуванні дітей важливу роль відіграють навчальна та розважальна діяльність [21].

Етапи розробки туру узагальнені на рис.1.2.

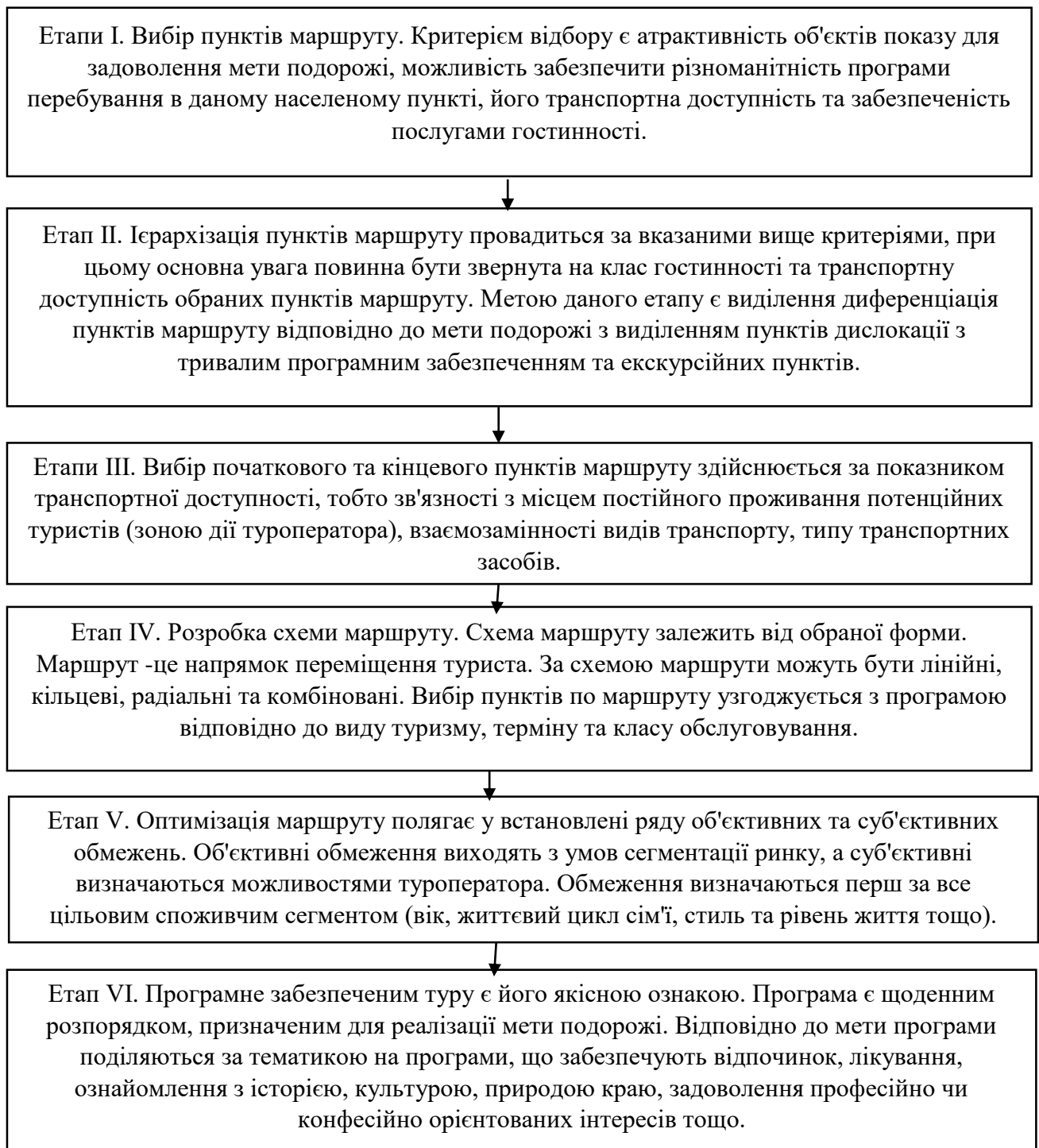


Рис. 1.2. Розробка туру

Сформований товарний продукт у вигляді туристичної путівки реалізується через турагентів, бюро реалізації або самостійно через бюро подорожей та екскурсій, яке виступає посередником між туристом і підприємствами, які надають йому послуги (готелі, підприємства харчування, екскурсійні служби, музеї, спортивно-оздоровчі комплекси тощо).

Багато туристичних компаній пропонують «одноденні маршрути» для поїздок на оптові ринки. Крім того, профспілки організують такі поїздки для своїх працівників на вигідних умовах. Один з найбільших оптових ринків Європи, Хмельницький оптовий ринок на 7-му км Одеси та ринок Барабашово в Харкові – найпопулярніші ринки для українських шопінг-туристів. Вони їздять туди, щоб купувати речі для перепродажу та для власних потреб. Також у Зашкєві є найбільший ринок великої рогатої худоби в Європі та відомий продовольчий ринок «Римелинка» (один з найдешевших в Україні).

Висновки до 1 розділу

Шопінг-туризм - це поїздки в інші міста і країни з метою здійснення покупок в місцевих магазинах і проведення часу в торгово-розважальних комплексах. Іноді шопінг-тури поєднуються з пізнавальними екскурсіями і подорожами.

Шоп-туризм - прямий наслідок досить високих внутрішніх цін в Україні на промислові товари: одяг, взуття, меблі, деякі види продуктів харчування. Іноді головним мотивом для шопінг-туризму є не ціна, а асортимент та обставини покупки. Так, шоп-тури по шуби в Грецію, всупереч усім коливанням цін, користуються успіхом через різноманітність пропозицій та високого рівня сервісу.

Основними напрямками шопінг-туризму є: Франція, Арабські Емірати, Туреччина, Нідерланди.

Розробка шопінг турів потребує наступних етапів: розробка маршруту, вибір пунктів маршруту, розробка схеми маршруту та його оптимізація. Окрім стандартних пунктів слід враховувати популярність країни, наявність торгового потенціалу, розпродажів, ярмарок, тощо. Також слід враховувати вподобання туристів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ТА РЕСУРСІВ НІДЕРЛАНДІВ

2.1 Туристична привабливість Нідерландів

Нідерланди (також названі Голландією) - розташована в Західній Європі країна у складі Бенілюксу, держава-засновник Євросоюзу. Нідерланди межують на сході з Німеччиною, на півдні – з Бельгією. На заході країну омиває Північне море, за яким розташовується Об'єднане королівство.

Нідерланди - одна з найбільш густонаселених країн світу. Фактично н кожному кроці в країні не вдасться уникнути цивілізації. Міста густо населені людьми, особливо в районі Рандстаду, де затори є серйозною проблемою. Більшість території країни знаходиться на рівні моря або нижче.

У ландшафті переважають рівнини, що робить Нідерланди ідеальною країною для велоспорту. Пагорби можна зустріти лише у Велюві та у південному Лімбурзі. У більшості сільських районів переважають високорозвинені фермерські господарства, і, попри високу щільність населення, Нідерланди одна із найбільших у світі експортерів продовольства.

Назва країни («Низькі землі») містить головну особливість її рельєфу. По-перше, назва натякає на низьку висоту та рівнинний рельєф, причому лише близько 50% суші перевищує один метр (3 фути 3 дюйма) над рівнем моря. Майже 17% припадають нижче рівня моря. Польдери – більшість 32 районів нижче рівня моря, є результатом рекультивациі земель, яка почалася в XVI столітті – значна частина території отримана шляхом осушення.

Хоча в Нідерландах можна знайти кілька прекрасних місць, туристів, які очікують побачити мальовничі села, тюльпани та вітряки, чекає розчарування. Древа, тюльпани та вітряки є, але знайти їх нелегко. Найкрасивіші місця найчастіше відомі лише самим голландцям. Тому найкраще поцікавитись у місцевих жителів, що вони рекомендують оглянути. Розглянемо коротку характеристику країни у табл.2.1

Характеристика Нідерландів

Офіційна назва	Королівство Нідерландів
Столиця країни	Амстердам
Населення	17,44 мільйона (станом на 2020 р)
Мова	нідерландська, західнофризька
Площа	41 526 км ²
Форма правління	конституційна монархія
Валюта	євро
Телефоний код	+31
Домен	.nl
Офіційний сайт	https://www.holland.com

У географії Нідерландів переважають водні об'єкти. Вся країна заповнена річками, каналами та дамбами, відповідно має безліч пляжів. На узбережжі розташований один з найкрасивіших пляжів Північного моря, який щороку приваблює величезну кількість людей. – рис.2.1.



Рис.2.1. Рельєф Нідерландів

Найпростіше дістатися до Нідерландів через Амстердам, де ходить більшість поїздів і автобусів, а також найбільша кількість літаків.

Клімат Нідерландів — помірний морський клімат. Тому в таких регіонах, як Нідерланди, м'яка зима і тепле, але не жарке літо, що полегшує подорожі. У Нідерландах протягом року випадає багато опадів, переважно дощ, часто переважають тумани та хмарні дні.

Опади в Нідерландах випадають цілий рік, переважно у вигляді дощів, часто трапляються тумани, переважають похмурі дні. У середньому протягом року на різні міста країни припадає від 650 до 750 мм опадів.

Взимку під впливом східноєвропейських антициклонів можливі заморозки: у цей час замерзає поверхня водойм та каналів, випадає сніг.

Влітку в Нідерландах температура повітря досягає +20...+22 °С, узимку опускається до 0...+5 °С.

Регіональні особливості в основному зводяться до наступного: у містах біля узбережжя клімат м'якший, температура повітря змінюється плавно, тоді як добові та сезонні перепади сильніші у населених пунктах, віддалених від берега.

Нідерланди є конституційною монархією та адміністративно поділені на 12 провінцій, які є самоврядними територіями:

- Гелдерланд;
- Гронінген;
- Дренте;
- Зеландія;
- Лімбург;
- Оверейсел;
- Південна Голландія;
- Північна Голландія;
- Північний Брабант;
- Утрехт;
- Флеволанд;

- Фрисландія. – рис.2.2.



Рис. 2.2. Економіко-географічне положення Нідерландів

Хоча Нідерланди невелика країна, провінції сильно відрізняються одна від одної, в тому числі і культурно. Їх можна розділити на 4 регіони: захід, північ, схід і південь.

Захід — найбільш урбанізований і промислово розвинений регіон країни. Тут можна робити покупки, гуляти та відвідувати багато місцевих визначних пам'яток. Не дивно, що тут проживає майже половина населення Нідерландів. У регіоні розташовані чотири великі міста країни: Амстердам, Роттердам, Гаага та Утрехт, а також амстердамський аеропорт Схіпхол і порт Роттердама. Ці міські райони та прилеглі території відомі як Рандстади.

Мабуть, найпривабливіша провінція для туристів, Нідерланди є головною визначною пам'яткою Нідерландів. Північний регіон можна рекомендувати туристам, які цікавляться історією Нідерландів. У Волендамі можна помилуватися старовинними костюмами, вітряками та скуштувати традиційні рибні страви. Не менш цікаві старі міста Енкхюйзен, Хорн та Алкмаар. На західному узбережжі, особливо в Зандворті та на островах, розташовані чудові пляжі. А в Текселі туристи мають змогу замовити подорож на острови.

Південна Голландія є найбільш густонаселеною провінцією Нідерландів. Роттердам широко відомий як найбільший порт у світі. У Гаазі є багато визначних пам'яток для приваблення туристів, таких як Урядова площа і Мадуродам. Пляжі на західному узбережжі, особливо в Схевенінгені, вважаються одними з найкращих в країні. Лейден і Делфт — найстаріші університетські міста, а традиційні голландські вітряки Кіндердайка порадуять вас.

Флеволанд – найновіша провінція, створена на суші затоки Зуйдер-Зе. Оскільки більшість жителів провінції працюють в Амстердамі, Флеволанд часто вважають західною частиною країни. Для туристів єдиний цікавий об'єкт - тематичний парк Valibi World.

Провінція та стародавнє однойменне місто Утрехт — чудові місця для вивчення Нідерландів. Це одне з найбільших міст країни, але все ще має сільський дух. Відвідувачі зможуть насолодитися неповторною атмосферою, дізнатися про цікаве нічне життя та зробити покупки в найбільшому торговому центрі «Hoog Catharijne». За межами Утрехта можна відвідати стародавнє місто Амерсфорт.

Північну частину країни населено дуже слабо. Найцікавіше тут буде тим туристам, які хочуть познайомитися з культурною різноманітністю Нідерландів. Кожна з цих провінцій має свою власну мову або діалект, який відрізняється від інших. Насолодитися спілкуванням із природою або відпочити на пляжі можна на Західно-Фрізських островах.

Фрісландія - особливий район Нідерландів; тут багато хто розмовляє фризською мовою, і вівіски - двома мовами. Культура фризів відома головним чином ковзанярським і вітрильним спортом, стравами з риби та традиційно сільським способом життя.

Допитливих туристів може зацікавити Гронінген - його суміш старовинного і сучасного. Найважливішою будівлею цього стародавнього міста є церква Мартініки. З іншого боку, у великому місті домінують студенти. Ви можете танцювати всю ніч до сходу сонця, якщо хочете.

Схід — стародавнє місто з полями та лісами на фоні. Ви можете провести вихідні в лісі або відвідати старі голландські міста і подивитися, як вони виглядали в середні віки.

Оверейссел. Це віддалені сільські райони Оверейссел, розташовані за річкою Ейссел. Західна частина під впливом столиці провінції Зволле, а східна, відома як Твенте - під впливом міста Енсхеде.

Гелдерланд. На території Гелдерланд знаходиться найперше згадуване в історії місто Нідерландів. Столиця провінції — Арнем, але найдавнішим містом є Неймеген, дата заснування якого перегукується з часів римських завоювань: кажуть, що його було засновано 6 р. зв. е. У ще одному старовинному місті, Зютфені, можна оглянути історичний центр, що чудово зберігся. Є тут і чарівні куточки природи – ви можете провести вихідні у лісі Велюве.

Південь. Усі південні провінції відокремлені з півночі трьома великими річками: Рейном, його припливом Ваалом і Маасом. Ці річки служили природним кордоном між володіннями перших феодалів і таким чином спричинили культурну різницю, що можна помітити в деяких особливостях вимови на південному і північному берегах цих річок.

Міста Королівства є шедеврами середньовічної архітектури, де знаходяться старі торгові будинки, величні собори, міські зали та сучасні будівлі. Територія Нідерландів налічує 10 об'єктів, які включені до списку

світової спадщини ЮНЕСКО. Вони становлять основу формування туристичного потенціалу країни [22].

У сучасних Нідерландах будуються цегляні будинки, в основному пофарбовані в відтінки червоного та коричневого, а рамки фарбуються у білий колір (Додаток В). Вікна, стіни та підлоги квартир в ідеальному стані, особливо у вологу погоду та часті тумани. Абсолютна відсутність сміття на тротуарах, у каналах або на газонах. Вулиці ж миються спеціальним шампунем. 37 Королівство є дуже привабливим туристичним місцем, тому не дивно, що тут можна виокремити значну кількість туристичних центрів.

Серед них найбільш туристично привабливими є:

- Амстердам;
- Делфт;
- Маастрихт;
- Роттердам;
- Утрехт.

Столицею королівства є величний Амстердам. Собою він представляє один з найбільших центрів західноєвропейської цивілізації, який кожного року запрошує до себе декілька мільйонів туристів з усіх кутків планети. Історичний центр міста залишився практично незмінним. Це невелике містечко і його вузькі вулички так і не були адаптовані під сучасні туристичні автобуси, і через це туристи відвідують місто пішки та беруть участь в автобусних екскурсіях.

Через пандемію коронавірусу (COVID-19) у Нідерландах у 2020 році різко скоротилася кількість туристів, які в'їжджають у Нідерланди порівняно з попереднім роком. У 2019 році країна прийняла близько 20 мільйонів міжнародних мандрівників. У 2020 році кількість вхідних відвідувачів скоротилася приблизно до семи мільйонів [37] – рис. 2.3

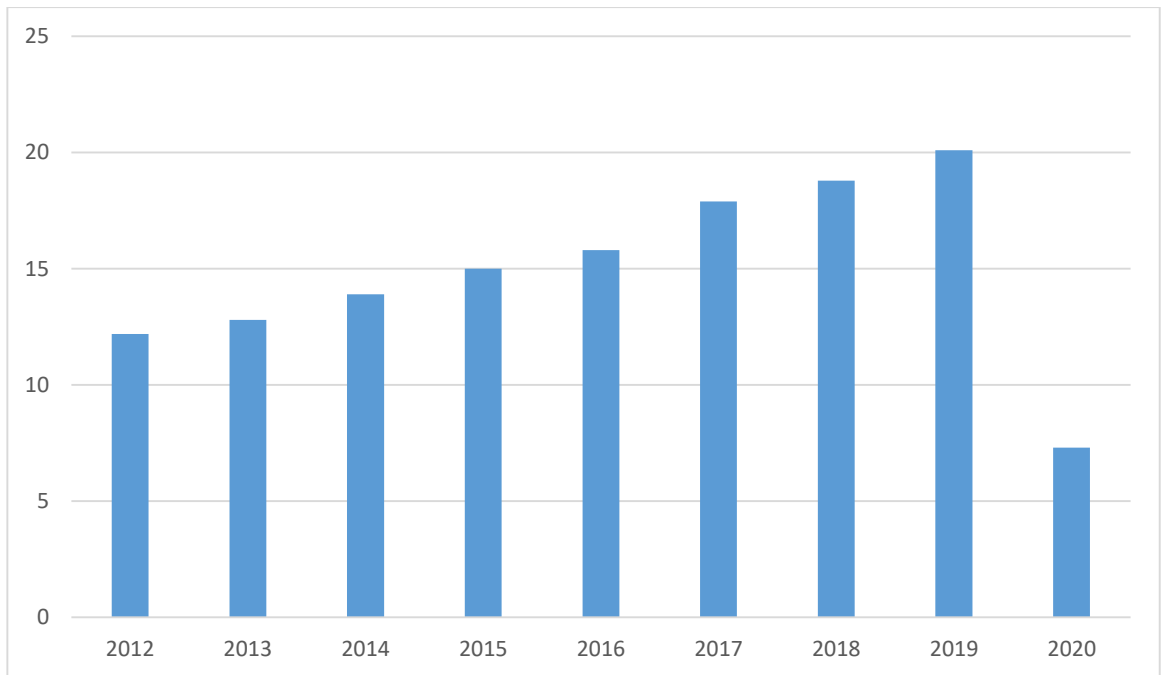


Рис.2.3. Кількість приїжджих туристів у Нідерландах з 2012 по 2020 роки (у мільйонах)

У 2020 році більшість людей, які подорожували до Нідерландів у відпустку чи ділові цілі, були з Німеччини, оскільки близько 3,22 мільйона німецьких туристів відвідали сусідню країну. Разом з бельгійцями та британцями вони становили більше половини європейських туристів, які відвідали Нідерланди у 2020 році.

Туристичні витрати зросли більш ніж вдвічі.

Окрім невирішених обставин у 2020 році, викликаних пандемією COVID-19, туристична галузь стає все більш важливою для економіки Нідерландів. Загалом у 2019 році туристи витратили близько 81 мільярда євро (без урахування виїзних та інших витрат). Більшу частину цих витрат можна віднести на туристів з-за кордону; приблизно 34,7 млрд євро витратили в'їзні туристи (47 млрд євро внутрішні витрати). Це приблизно вдвічі більше, ніж у 2010 році.

Кекенхоф залишається популярним місцем для відвідувачів

Якщо розглядати заходи, якими займаються туристи з-за кордону, коли вони відвідують Нідерланди, Кекенхоф входить в п'ятірку найбільш

відвідуваних місць. У 2019 році потік іноземних відвідувачів саду склав близько 1,5 мільйона відвідувачів.

2.2 Загальна характеристика Нідерландів, як туристичного центру для шопінгу

У Нідерландах є великі можливості для шопінгу. Головним чином він зосереджений у столиці та головному туристичному місті – Амстердамі, однак і в інших містах можна знайти щось унікальне на блошиних ринках чи брендових бутіках. Амстердам відомий своїми торговими рядами та центрами, букіністичними та антикварними магазинами. Тут можна купити дуже міцне, якісне взуття, чудові ювелірні прикраси та ексклюзивну еротичну спідню білизну.

Магазини в Нідерландах зазвичай відкриваються о 9-9.15 годині ранку і працюють до 18 години. Однак потрібно бути готовими до того, що в понеділок вони відкриваються не раніше полудня – голландці не відмовляють собі у відпочинку та задоволеннях у вихідні дні, а тому рано-вранці у понеділок вони практично ніколи не працюють, хоча й зустрічаються винятки. У неділю також магазини зачинено. А ось у четвер більшість магазинів продовжують свій робочий день та працюють до 9 години вечора. У численних магазинчиках можна знайти ексклюзивну брендову річ по сусідству з вінтажною моделлю із секонд-хенду.

У Нідерландах, як і в інших європейських країнах, дуже люблять розпродаж. У році тут 2 сезони розпродажів – літній та зимовий. Літній починається у липні, зимовий – у січні, після різдвяних свят. Тривають акції та знижки приблизно близько місяця. У цей час власники магазинів виставляють таблички Sale, 'Uitverkoop', а також 'Opruiming', що в перекладі з голландської означає "розпродаж". Деякі окремі магазини продовжують радувати покупців знижками у серпні та лютому. Знижки можуть сягати 50-70 відсотків. У цей час і без того заповнені вулиці забиті туристами вщерть.

Один раз на рік, 30 квітня, коли відзначають день народження королеви, всі жителі Нідерландів перетворюються на торговців: на честь свята в країні скасовано податки, тому будь-хто може стати на вулиці і почати продавати що завгодно. Багато місцевих користуються цим, щоб позбавити будинок старих. Деякі непогані речі продаються зовсім за безцінь [23].

Як і по всій Європі на вулицях нідерландських міст можна виявити звичні "H&M", "Topshop", "Zara" і подібні магазини. Ціни в них не набагато нижчі, ніж в Україні, зате вибір товарів популярних у всьому світі брендів зазвичай більший, нові колекції оперативно надходять на прилавки.

Трапляються і унікальні голландські бренди: колекції для жінок Bandolera та Easy Comfort, чоловічий одяг State of Art, J.C. RAGS - ціни на такий одяг вищі, зате можливості зустріти потім на батьківщині "близнюка" набагато менше.

Торг вважається неприйнятним у Нідерландах, але в невеликих приватних магазинах ви, швидше за все, натрапите і продасте речі дешевше, особливо якщо ви щось берете, а торговець, мабуть, нещодавно купив десь з Азії, переїхав до Європи. Обов'язково обговорюйте ціни на блошиному ринку – їм часто вдається знизити ціни на 20-50%. Якщо ви купуєте в магазині більше 50 євро, ви повинні попросити чек без податків, а якщо ви в дорозі, ви можете повернути частину витраченої суми, якщо не забудете поставити штамп на митниці.

В Амстердамі є безліч торгових центрів, ринків і незалежних магазинів, які вас занурять у світ якісних і унікальних покупок: від антикваріату до Gucci, від традиційних сувенірів до сирів, від авторського одягу до дизайнерських предметів інтер'єру. Ви отримаєте незабутній досвід шопінгу в Амстердамі в торгових центрах та магазинах, виняткові знахідки в яких принесуть вам та вашим близьким колосальне задоволення. Центром шопінгу в Амстердамі є район 9 вулиць, він починається неподалік центральної міської площі Дам [24].

В Амстердамі представлені всі популярні бренди як мас-маркету (наприклад, Bershka», «H&M», «Zara», «Forever 21», «New Yorker», «Mango», «River Island», «Vero Moda», «United Colors of Benetton» та інші), так і преміум-класу (наприклад, Dolce & Gabbana», «Kenzo», «Valentino», «Marc Jacobs», «Giorgio Armani», «Escada», «Ralph Lauren», «Versace», «Louis Vuitton» та інші), але загвоздка в тому, що ціни вищі за середньоєвропейські і навіть російські. Так, джинси "Levi's" коштують 108 євро, кросівки фірми "Nike" - 97 євро, сукня від "Zara" коштуватиме 38 євро, а блейзер з леопардовим принтом від "Dolce & Gabbana" - 1 954 євро. І це на 15-20 відсотків вище, ніж, якби купити ці речі у Мілані, Парижі та Москві. Пам'ятайте, Амстердам дороге місто.

2.3 Найкращі магазини та шопінг-центри Нідерландів

Великою популярністю в Нідерландах користуються аутлети. Найбільш вигідно скуплятися в «Designer Outlet Roermond», який знаходиться в 150 км від Амстердама. Дизайнерський аутлет Roermond розташований лише за 3 хвилини ходьби від історичного центру міста Рурмонд. За 20 років цей аутлет-центр виріс у найбільший та найуспішніший аутлет в Європі з понад 200 магазинами та 25 закладами громадського харчування. У Designer Outlet в Рурмонді можна купити найкрасивіші бренди зі знижкою до 70%. Подібний центр – Batavia Stad Amsterdam Fashion Outlet – знаходиться в центрі Нідерландів поряд з озером Маркермер. Іншими аутлетами є Batavia Stad Fashion Outlet, Designer Outlet Roosendaal, Amsterdam The Style Outlets, Fashion Brand Outlet, McArthurGlen Designer Outlet Ochtrup, Just Brands Factory Outlet та багато інших.

В Нідерландах велика кількість магазинів, особливої уваги заслуговують наступні: Магазин Van Ravenstein краще підійде для тих, хто шукає одяг кращих голландських і бельгійських дизайнерів. Магазин розташований в торговому кварталі дев'яти вулиць, в самому центрі міста, є одним з

найпопулярніших місць для шопінгу. Магазин Stout є одним з найбільш екстравагантний в Амстердамі, який варто відвідати любителям шопінгу «з перчинкою». Це один з найпопулярніших еротичних магазинів, розташований в торговому районі «9 вулиць».

Торгові центри: Торговий центр Kalvertoren - це чотириповерховий торговий центр. Він знаходиться в головному торговельному місці Амстердама - на вулиці Kalverstraat. Цей торговий центр включає 40 магазинів і є прекрасним місцем для того, щоб поповнити свій гардероб речами відомих європейських марок. Тут також можна купити відмінну парфумерію, аксесуари і косметику [25].

Ну а після прогулянки торговими відділами, обов'язково варто піднятися в ресторан Blue, з якого відкривається захоплюючий вид на місто. Тут пропонують різні варіанти страв із чудовою винною картою. Працює він щодня, і зазвичай відкривається о 10.00 ранку, а понеділок та неділя – трохи згодом. Найтриваліший день для покупок – це четвер, коли Maison de Bonneterie відкрито до 21.00.

Ну а після прогулянки торговими відділами, обов'язково варто піднятися в ресторан Blue, з якого відкривається захоплюючий вид на місто. Тут пропонують різні варіанти страв із чудовою винною картою.

Працює він щодня, і зазвичай відкривається о 10.00 ранку, а понеділок та неділя – трохи згодом. Найтриваліший день для покупок – це четвер, коли Maison de Bonneterie відкрито до 21.00.



Рис. 2.4. Торговий центр Kalvertoren

Торговий центр Vijenkorf - це типовий торговий центр Амстердама з безліччю дизайнерських butikів. Він є найбільшим в Амстердамі і знаходиться на площі Дам, поруч з готелем Krasnopolsky. Цей торговий центр відомий ще з 1870 і велично височіє над площею Дам. 150 років тому це був невеликий галантерейний магазин, який на сьогоднішній день переріс до універмагу преміального класу в Нідерландах. Тут представлені найкращі дизайнерські бренди одягу та взуття, новітні косметичні продукти, чудові аксесуари, вишуканий посуд, шоколад ручної роботи та іграшки. Прикладами ексклюзивних брендів є Louis Vuitton, Hermes, Gucci, Chanel, Longchamp, Celine, Michael Kors, Kenzo та Jimmy Choo. – рис.2.5.



Рис. 2.5. Торговий центр Bijenkorf

De Bijenkorf прагне дивувати своїх клієнтів не лише винятковими покупками, а й художнім оформленням вітрин та особливим стилем кожного відділу, проведенням цікавих заходів, присвячених знаковим подіям. Цей центр, по праву, найкращий у центрі Амстердама, і візит туди просто необхідний, щоб насолодитися розкішшю та обслуговуванням преміум-класу.

У ресторанах торгового центру пропонують дивовижні страви з усього світу, у тому числі фірмові страви азійської та італійської кухні. А вдалий шопінг можна відзначити філіжанкою кави, домашньою випічкою або келихом шампанського. Щодня двері De Bijenkorf відчинені для відвідувачів з 11.00 до 21.00 вечора [26].

Торговий центр Magna Plaza - це найкраще місце для покупки дизайнерського одягу і модних аксесуарів. Він розташований за палацом Її Високості, на площі Дам, і являє собою красиве, елегантне будівлю, яка є одним з десяти найбільш значущих історичних будівель Амстердама.

А у фуд-холі представлено 14 точок громадського харчування та три бари. Тут запропонують і яловичину на грилі, і блюда мексиканської,

гавайської, японської, китайської, французької кухні. Від стейків до кондитерських тістечок, від мексиканських буріто до вишуканих страв з морепродуктів – все це можна покуштувати у стильній та атмосферній обстановці. А на цокольному поверсі з 2012 року відкрито постійну виставку «Рембрандт та всі його картини».

Westfield Mall of the Netherlands. Створений як найбільший торговий центр у країні, Westfield Mall of the Netherlands розташований в одному з найбільш міських районів Європи: Рандстаді, економічному центрі країни. До нього легко дістатися громадським транспортом і через близькість до основних магістралей. Маючи майже 300 магазинів, ресторанів і розважальних закладів, він запропонує відвідувачам справді незабутні враження, включаючи наш індивідуальний Dining Experience™ та місцевий продуктовий ринок Fresh! У торговому центрі розміщені найвизначніші флагманські магазини Нідерландів, а також культові вітрини висотою 7,5 метрів [27].

Vroom & Dressman. Торговий центр носить імена А. Дрессмана та А. Врума, які заснували компанію V&D у 1887 році. Їхня компанія розрослася завдяки спадкоємцям у велику мережу роздрібних магазинів не тільки в Голландії.

Сьогодні відноситься до не недорогих, але хороших торгових центрів, де продають все: одяг, взуття, модні аксесуари, побутові електроприлади, кухонне начиння, меблі, фарфор, туристичне обладнання, книги та компакт-диски. Ціни магазинів не перевищують середні країни і адресовані широкому загалу. Багато одягу та інших продуктів, зроблених спеціально для Vroom & Dressman [28].

Для туриста найбільш привабливим є магазин свіжих продуктів та ресторан La Place, з широким вибором простих страв: піци, бутербродів, фруктів, свіжого соку. Варто спробувати хліб власної пекарні Vroom&Dressman.

V&D розташований прямо біля вежі Мунт за 10 хвилин ходьби від площі Дам. Вхід до універмагу від Kalverstraat, головної торгової вулиці Амстердама. Зазвичай працює з 10.00 до 18.30, а у четвер – до 21.00.

Крім звичайних торгових точок у Нідерландах дуже популярні блошині ринки та second-hand (або подібні відділи у звичайних магазинах), куди голландці здають абсолютно все: від дитячих іграшок та посуду до холодильників та меблів. Тому, якщо ви не проти заощадити в такий спосіб і придбати добротні речі буквально за євроценти, уважно придивіться: десь у кутку біля входу буває вішалка з подібними товарами.

Ринки: Ринок Westermarkt - це один з найбільш відвідуваних ринків, який є головним місцем, де торгують одягом і взуттям в Амстердамі. Ринок включає 230 кіосків у Вестерстраат і Принсенграхт. Тут у вас є можливість придбати всесвітньо відомі бренди, косметику, книги та інші предмети побуту за доступними цінами.

Амстердамський квітковий ринок Bloemenmarkt. Квітковий магазин розташований на плавучій баржі. Раніше тут продавали тільки горщиківі квіти. Сьогодні квіткові ринки відвідують туристи і в основному існують лише завдяки їм. На ринку можна купити місцеві та екзотичні квіти самостійно. Особливо багато тюльпанів, цибулини яких продаються на вагу. Крім квітів, тут також можна знайти чимало сувенірів. – рис.2.6.



Рис. 2.6. Амстердамський квітковий ринок Bloemenmarkt

Ринок Albert Cuyp - це яскравий і величезний ринок під відкритим небом, де вас чекає занурення в справжню атмосферу Амстердама і неймовірна кількість різноманітних речей. Він вважається однією з основних визначних пам'яток Амстердама і розташований в кварталі Де Пейп в районі Ауд-Зейд, недалеко від парку Sarphati.

Ринок Dappermarkt - це екзотичний ринок, визнаний в 2007 році кращим у всіх Нідерландах. Його відмінна риса - інтернаціоналізм. Торговцями тут є представники всіх континентів світу. Він розташований в східній частині Амстердама і знаходиться на вулиці Дапперстрат. На ринку, який включає 250 прилавків, можна знайти одяг і взуття, електроніку та національні сувеніри, а також продукти і багато іншого.

Антикварний ринок De Looier. Тут збираються колекціонери з усього світу, щоб придбати в свою колекцію чергову старовинну річ. Благо, знайти тут можна майже все: антикварні меблі, картини, годинники, ювелірні вироби, іграшки та інші предмети старовини за цілком доступними цінами. По середах,

субботах і неділях кожен бажаючий зможе побути продавцем, орендувавши прилавок на вихідні [29].

Фермерський ринок, який часто називають Маркт, являє собою сучасний величезний критий ринок, метою створення якого є підтримка голландського виробника на ринку сільгосптоварів.

Амстердам – столиця ювелірних виробів. Бездоганне різання місцевих головних алмазів набуло популярності у всьому світі. На вулицях Kalverstraat, Spui та Heiligeweg є безліч невеликих магазинів, де можна придбати все, від одягу на будь-який смак, до ювелірних виробів, музичних пластинок та ремесл.

Магазини (радіо- та фотоапаратура, взуття, одяг) розташовані на вулиці Лейдстрат. Де можна придбати унікальні подарунки в чистому голландському стилі: дрібниці з вітряками, всілякі дерев'яні черевики тощо. На вулицях Leidstraat та Vijzelstraat поруч з Rijksmuseum знаходяться антикварні магазини. Подорожуючі можуть придбати картини на будь-який смак у галереях та художніх салонах.

Також цікаві магазини, які спеціалізуються на типі товару. Наприклад, винний магазин з 70 видами віскі та пива, магазин з меблями, магазини шоколаду, шовковий магазин і навіть магазин з зубними щітками.

2.4 Туристичні формальності

З точки зору законності обов'язковими є туристичні формальності, встановлена послідовність дій щодо оформлення та здійснення туристичної подорожі, а також процедури, пов'язані з транзитом. Процедури у сфері туризму поділяються на паспортно-візові, митні, медичні чи медичні правила, валютний контроль та обмін валют, правила перебування та пересування в країні, правила імміграції та інші процедури [30].

Процедури подорожі є одним із зовнішніх факторів середовища, і це один із факторів, які туристичні підприємства повинні враховувати при

організації закордонних подорожей. При організації турів до конкретних країн повинні бути чітко визначені процедури та необхідні процедури для забезпечення в'їзду та перебування туристів, а також вжито всіх заходів для забезпечення виконання мандрівниками цих процедур.

Однією з найрозвинітіших країн Західної Європи по праву вважають Нідерланди. Перше, що відчують люди, які приходять сюди, це спокій. Гарні канали, засіяні поля, млини, будинки з черепицею, доглянута домашня худоба та вівці. Це країна тюльпанів, смачних сирів, приголомшливої архітектури, численних музеїв і розважальних закладів на будь-який смак, які повинні привабити туристів.

Обов'язковою умовою для відвідування Королівства Нідерландів є віза. Існує кілька типів нідерландських віз, для кожного потрібен інший пакет документів. Перш ніж почати це робити, вам слід визначити мету вашої поїздки та вибрати візу, яка вам найбільше підходить.

Відкриватися можуть такі візи:

- туристична віза - для тих, хто хоче відпочити в Нідерландах, ознайомтеся з визначними місцями;
- ділова – для тих хто приїхав в країну на запрошення партнера, провести переговори, знайти партнера;
- транзитна - для тих, хто подорожує через Нідерланди в інші країни, що не входять до Шенгену;
- гостьова – для тих, хто приїхав у гостей до друзів.

У стандартний пакет, який необхідно зібрати для відкриття візи входить:

- заповнена та роздрукована анкета;
- фото 2 копії;
- паспорт внутрішньої та закордної особи, потрібно оригінал і копія;
- медстраховка зі стандартним покриттям 30000 євро;
- бронювання готелю або запрошення від особи із зазначення, де буде жити аплікант;

- квитки у обидві сторони ;
- довідка з роботи;
- підтвердження фінансової спроможності, розраховується виходячи з 34 євро на одну особу на добу.

Для туристичної візи потрібно:

- безвіз (безвізовий режим - до 90 днів протягом 180 днів);
- діє з 11 червня 2017 роки;
- необхідно мати біометричний паспорт;
- також розглядається можливий в'їзд по паспорту старого зразка (при наявності відкритої візи).

Для ділової, робочої візи потрібно:

- запрошення до Нідерландів від очільника компанії або організації, яка пропонує роботу.

Для гостьової:

- оригінал та копія запрошення в країну;
- фінансовий заробіток;
- підтвердження фінансової спроможності запрошує.

Що потрібно пенсіонерам:

- пенсійне посвічення, копія та оригінал;

Що потрібно для дітей:

- свідоцтво про народження, необхідно копію та оригінал;
- дозвіл від батьків для перельоту.

Нідерланди є частиною Шенгенської зони. Тому для відвідування цієї європейської країни українцям необхідно отримати шенгенську візу. Це можна зробити в посольствах багатьох європейських країн. В одних випадках цей процес простіше, в інших - складніше. Якщо ви вирішите подати документи на шенгенську візу в Нідерланди в посольстві Нідерландів, буде корисно знати кілька моментів.

Щоб отримати шенгенську візу в Нідерланди, потрібно скласти досить великий список документів. Про його зміст ви можете прочитати на нашому сайті. Ви також повинні заздалегідь домовитися про відвідування візового центру Нідерландів. Ви можете зробити це онлайн або по телефону. Тоді ви повинні з'явитися вчасно з повним комплектом документів. Їх прийом проводиться з понеділка по п'ятницю з 8:30 до 15:30.

Оформлення шенгенської візи в посольстві Нідерландів зазвичай займає від 2 до 4 днів. Однак найкраще подати заявку принаймні за два тижні до вильоту. Насправді співробітники посольства можуть задати вам інші запитання. Найпростіше отримати візу для тих, у кого в паспорті вже є інші шенгенські візи. Наприклад, якщо ви двічі мали шенгенську візу за останні три роки, вам не потрібно проходити співбесіду. Також варто згадати, що консульський збір за шенгенську візу в Нідерланди становить 35 євро.

Поїхати до Нідерландів легко, але отримати шенгенську візу в посольстві Нідерландів трохи складніше. Тому рекомендуємо зробити цю процедуру в інших посольствах. Хоча, якщо основна частина вашої подорожі повинна бути в Нідерландах, у вас не буде вибору. У цьому випадку особливу увагу слід приділити підбору файлів.

Умови в'їзду з безпечних країн, включаючи Україну до 7 серпня 2021 року:

1. Відсутність заборони на виїзд. Ви можете подорожувати до Нідерландів, але заборона на поїздки ЄС не поширюється на вас.

2. Непотрібно негативний результат тесту або карантин. Якщо ви з країни з низьким ризиком зараження COVID-19 (безпечна країна), вам не потрібно надавати негативний результат тесту. Ви також не повинні перебувати на карантині, коли ви прибуваєте до Нідерландів.

3. Декларація про стан вашого здоров'я. Якщо ви подорожуєте повітряним транспортом, ви повинні заповнити декларацію про стан здоров'я та мати її з собою. Деякі авіакомпанії дозволяють заповнити цей статус у цифровому вигляді під час реєстрації.

Нотатки. У літаку, ймовірно, будуть видані декларації про стан здоров'я. Ви можете завантажити та роздрукувати задалегідь.

Для в'їзду в країну також знадобляться стандартні документи, такі як довідковий час:

- діючий біометричний паспорт для громадян України, які виїжджають за кордон (повинний бути дійсним протягом 6 місяців від дати виїзду з ЄС;
- документи, що підтверджують мету поїздки (бронювання готелю тощо);
- підтвердьте свої фінансові можливості (готівка або карткові гроші);
- визнаний ЄС поліс медичного страхування.

Слід зазначити, що в Нідерландах існує велика категорія людей, звільнених від сплати візового збору згідно з Угодою про спрощення оформлення віз. Ті, хто відноситься до таких категорій, звільняються від сплати візового збору:

- близькі родичі: чоловік/дружина, діти (у тому числі усиновлені), батьки (у тому числі опікуни), бабусі й дідусі, онуки громадян України, які законно проживають на території Шенгенської зони; цей пункт стосується родичів чоловіка/дружини, мачухи/вітчима;

- член офіційної делегації на переговорах, нарадах, консультаціях, програмах обміну чи інших заходах, які будуть проведені в одній із країн-членів на офіційне запрошення міжурядового органу. В офіційному листі-запрошенні має бути зазначено ім'я особи. Якщо в офіційному запрошенні немає списку осіб, такий перелік необхідно надати в листі або в офіційній заяві державного органу України, до якого надійшло запрошення;

- члени державних та обласних державних органів, парламентів, Конституційного Суду та Верховного Суду, якщо вони не звільнені від візових вимог за цією угодою; цей пункт також поширюється на міські ради Києва та

Севастополя, оскільки їх статус пов'язаний з Установи обласної адміністрації мають такий самий статус;

- студенти, учні, аспіранти та супроводжуючі викладачі, мета подорожі яких пов'язана з навчанням. Інваліди та особи, які їх супроводжують (максимум одна людина). Обов'язково необхідно надати документи, що підтверджують інвалідність, видані місцевим органом охорони здоров'я;

- особи, які подорожують з гуманітарними цілями, невідкладною медичною допомогою (включаючи супроводжуючих), відвідують похорони близьких родичів або відвідують важкохворих членів сім'ї. Необхідність проїзду має бути підтверджена відповідними документами. Цей пункт також стосується водіїв, які перевозять гуманітарну допомогу;

- спортсмени, які беруть участь у міжнародних спортивних змаганнях, та їх супровід. Для цього заходу необхідний лист-підтвердження від спортивних організацій двох країн. До супроводжуючих осіб, які звільняються від візового збору, належать кваліфіковані особи: тренери, менеджери, медичний персонал, директори спортивних клубів (не вболівальники);

- люди, які займаються науковою, культурною та мистецькою діяльністю, включаючи університети та інші програми обміну. Ті, хто бере участь в офіційній програмі обміну Міст-побратимів;

- постійні журналісти, які подорожують з професійною метою. Для виконання професійного журналіста необхідна довідка або інший документ, виданий професійною організацією (НСЖУ), який засвідчує, що особа є кваліфікованим журналістом, а також документ, що підтверджує мету поїздки роботодавця;

- пенсіонери з пенсійними посвідченнями;

- водії вантажних та пасажирських перевезень між Україною та державами-членами на транспортних засобах, зареєстрованих в Україні;

- навчання персоналу, міжнародні перевезення, в країни Шенгену;

- діти віком до 18 років та особи на утриманні віком до 21 року, тобто діти, які фінансово залежні, але не працюють.

Висновки до 2 розділу

Нідерланди - країна в Західній Європі на березі Північного моря. Складається з 12 провінцій, що межують із Німеччиною на сході та Бельгією на півдні. Омивається Північним морем на північному заході, і розділяє морський кордон із Великою Британією.

Столицею королівства є величний Амстердам. Собою він представляє один з найбільших центрів західноєвропейської цивілізації, який кожного року запрошує до себе декілька мільйонів туристів з усіх кутків планети. Історичний центр міста залишився практично незмінним. Серед них найбільш туристично привабливих міст є: Амстердам, Делфт, Маастрихт, Роттердам; Утрехт.

У Нідерландах є великі можливості для шопінгу. Головним чином він зосереджений у столиці та головному туристичному місті – Амстердамі, однак і в інших містах можна знайти щось унікальне на блошиних ринках чи брендових бутіках. Візитівкою Амстердаму є це численні антикварні, ювелірні та книгарні. Найцікавіше – це блошині та інші ринки, де можна придбати вінтажний одяг, предмети інтер'єру та інші старовинні штуківини, які продаються тут за цілком розумними цінами.

Магазини в Нідерландах зазвичай відкриваються о 9-9.15 годині ранку і працюють до 18 години. Однак потрібно бути готовими до того, що в понеділок вони відкриваються не раніше полудня. Найбільш вдалим для шопінг турів є липень та січень, саме в ці місяці найбільші знижки.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ТУРУ «ЗА ПОКУПКАМИ У НІДЕРЛАНДИ»

3.1 Маршрут туру та технологічна картка

Я розробила шопінг-тур до Нідерландів, для реалізації туру було обрано відомі магазини та шопінг-центри, які є ідеальними для даного виду туризму. Кількість туристів – 8 осіб. Супроводом групи є керівник групи, який також є шопінг гідом.

Таблиця 3.1

Загальна інформація туру «За Покупками у Нідерланди»

Характеристика туру	
За характером організації	Плановий
За формою організації	Груповий
За терміном та тривалістю	4 дні/3 ночі
За віком учасників подорожі	Молодіжний, середньовіковий
За метою	Шопінг туризм
В залежності від способів пересування	Комбінований (авіа, автобусний, піший)
Клас обслуговування	перший клас
Кількість людей у групі	8
Маршрут	лінійний

З Києва до Амстердаму буде здійснюватися авіапереліт для цього я обрала авіакомпанію Ukraine Intl Airlines, варіант рейсу Economy Premium, його особливості [31]:

- повернення дозволяється;
- зміни дозволені (можлива різниця в ціні);
- 1 місце ручної поклажі 7КГ + 1 місце до 5КГ / Немовля 1 сумка x 5КГ;
- 2 місця багажу до 23КГ / Немовля 1x10КГ;
- вибір місця;
- реєстрація на пріоритетній стійці;

- безкоштовний посадковий талон в аеропорту;
- пріоритетна посадка.

Графік здійснення рейсу. Рейс Київ-Амстердам 07:55-10:00

Амстердам- Київ 18:45-22:30. Час в дорозі 3 год 5 хв.

Тур було розроблено 25 січня. Київ було обрано через зручність добирання до нього з різних куточків країни. У зв'язку з війною в Україні, було скасовано авіасполучення в інші країни, тому як альтернативу пропонуємо здійснювати авіапереліт з Варшави (аеропорт імені Фрідеріка Шопена) є прямий рейс до Амстердаму, час в дорозі складає 2 години, його здійснює LOT – Польські авіалінії.

Тур починається в аеропорті «Бориспіль», м. Києва до аеропорту «Схіпгол», що розташований на відстані 17,5 км на південний захід від Амстердама у громаді Гарлемермер у південній частині провінції Північна Голландія. Далше після проходження митних формальностей буде здійснювати поселення в готель. Туристи будуть розміщуватись в готелі «Nadia Hotel» за адресою Raadhuisstraat 51, Амстердам-Центр, 1016 DD Амстердам. – рис.3.1.



Рис.3.1. Готель Nadia

Готель Nadia з номерами з видом на околиці розташований між Королівським палацом на площі Дам і церквою Вестеркерк. До торгової вулиці Калверстрат 500 метрів. До послуг гостей прокат велосипедів і безкоштовний Wi-Fi [32].

До компактних номерів Nadia можна піднятися лише крутими сходами. Вони оформлені та умебльовані в класичному стилі. У номері є телевізор, міні-холодильник, сейф і робочий стіл. У ванній кімнаті є душ.

За запитом у готелі Nadia надається трансфер до амстердамського аеропорту Схіпхол. Готель пропонує послуги пральні та прасування одягу, а також кілька торговельних автоматів. Квитки можна придбати в туристичному бюро.

За 2 хвилини ходьби від готелю розміщена трамвайна зупинка Westermarkt, звідки можна легко дістатися до центрального вокзалу Амстердама та всіх головних визначних пам'яток міста. Поруч є багато

ресторанів, барів і клубів. Відвідувачі можуть зупинитися в двомісних або двомісних номерах. Континентальний сніданок входить у вартість номера.

Нами було обрано постачальників харчування, готельних послуг, екскурсій. Готель було обрано в категорії- 4 зірки, з розміщенням в двомісних номерах. В кожному готелі є все необхідне для комфортного відпочинку. Харчування буде відбуватись в готелях та на місцях екскурсій для зручностей туристів.

Оформлення документів з партнерами включають:

- договір оренди автобуса;
- ПЛР-тести;
- договори на бронювання готелю;
- договори на екскурсійне обслуговування.

В угоді з готелями обумовлюємо порядок бронювання та ануляції номерів, поселення та розрахунків, а також гарантії готелю щодо якості послуг і дотримання цінової політики. Окрім послуг із розміщення туристів, готельні підприємства можуть пропонувати також послуги з харчування, трансферу й екскурсійного обслуговування. Як правило, туристична фірма укладає з готелем угоду на квоту місць із повною оплатою (незалежно від їх заповнення) або з гарантією заповнення певного відсотка місць з їх обов'язковою оплатою. При цьому застосовуються пільгові тарифи. Таким видом бронювання скористаємось і ми [33].

Якщо угодою передбачено надання місць без гарантії заповнення з ануляцією згідно з правилами, або поточне бронювання, застосовуються, як правило, загальні тарифи («тарифи стійки» – «Рас Rate»). Можливі довготермінові угоди (оренда номерів) або разові угоди під конкретну групу.

В договорах на обслуговування туристів спеціалізованими екскурсійними бюро та виноробнями передбачаємо терміни обслуговування, квота квитків, перелік і тематика екскурсій, кількість екскурсантів у групах, терміни подачі та ануляції замовлень, ціни й пільги. Характерною особливістю взаємовідносин між учасниками туристичного ринку є те, що між ними

складаються посередницькі відносини по типу договору комісії, а не представницькі відносини по типу договору доручення.

Важливим також є дотримання туристичних формальностей. Туристична агенція реалізує туристичні тури в поза межами країни тому, туристичні формальності, які входять у вартість туру включають:

- транспортне страхування;
- медичне страхування;
- митні формальності;
- туристичний збір.

З 1 січня 2019 року ставка туристичного збору встановлюється за рішенням відповідної ради за кожну добу тимчасового розміщення за кожну добу тимчасового розміщення у місцях проживання (ночівлі) у розмірі 0,25% мінімальної заробітної плати для внутрішнього туризму (станом на вересень 2021 року – 30 грн на добу).

Детальна програма туру узагальнено в табл.3.2.

Таблиця 3.2

Програма туру

Час	Заходи	Вартість грн/особу
День 1		
07:55	Виліт з Києва	5491 грн
10:00	Приліт в Амстердам	
11:00	Поселення в готелі «Nadia Hotel». Відпочинок	3300 грн
13:00-14:00	Обід в готелі	-
14:00:16:00	Ознайомча екскурсія з містом Амстердам	200 грн
16:00	Вільний час	-
День 2		
8:00-9:00	Сніданок в готелі « Nadia Hotel »	Включено у вартість
10:00-15:00	Шоп-екскурсія Амстердамом	500 грн
15:00-16:00	Обід. Вільний час	-
17:00-19:00	Круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері	1500 грн
19:00	Вільний час. Повернення в готель	3300 грн
День 3		

7:00-8:00	Сніданок в готелі « Nadia Hotel »	Включено у вартість
8:00-17:30	Шоп-екскурсія торговими центрами країни	3000 грн
19:00	Повернення в готель. Вечеря. Вільний час	3300 грн
День 4		
8:00	Сніданок в готелі « Nadia Hotel »	Включено у вартість
9:00	Підготовка до виселення	
12:00	Виселення з готелю	-
13:00-17:00	Оглядова прогулянка вулицею Калверстраат. Трансфер до аеропорту	200 грн
18:45	Виліт з аеропорту м. Амстердам	5491 грн
22:30	Приліт в Київ. Прощання з групою	

Тур «За Покупками у Нідерланди» розрахований на 4 дні та 3 ночі, розміщення буде відбуватися в готелі « Nadia Hotel », у вартість туру входять екскурсії: Ознайомча екскурсія з містом Амстердам, Шоп-екскурсія Амстердамом, Шоп-екскурсія торговими центрами країни, Оглядова прогулянка вулицею Калверстраат.

Інформаційний лист

За Покупками у Нідерланди

(4 днів / 3 ночей)

Дата туру: 15 червня 2021 року – 24 червня 2021 року

Зазначимо, тур проходить із дотриманням карантинних вимог. Для нас важлива Ваша безпека.

План туру:

1 день: Виліт з Києва аеропорт «Бориспіль» (07:55) – Приліт (10:00) – поселення в готелі «Nadia Hotel». Відпочинок – обід в готелі (13:00-14:00) – ознайомча екскурсія з містом Амстердам (14:00-16:00) – вільний час

2 день: сніданок в готелі (8:00- 9:00) - Шоп-екскурсія Амстердамом (10:00-15:00) – обід, вільний час (15:00-16:00) – круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері (17:00-19:00) – вільний час, повернення в готель (19:00)

3 день: сніданок в готелі (7:00- 8:00) – Шоп-екскурсія торговими центрами країни (8:00-17:30) – повернення в готель, вечеря, вільний час (19:00)

4 день: сніданок в готелі (8:00-) – підготовка до виселення (9:00) – виселення з готелю (12:00) - оглядова прогулянка вулицею Кадверстраат, трансфер до аеропорту (13:00-17:00) – виліт з аеропорту м. Амстердам (18:45) – приліт в м.Київ, прощання з групою (22:30).

Важливо. Проживання, сніданки, транспортні та екскурсійні витрати входять у вартість туру!

Вартість туру включає:

- супровід гід-керівника по всьому маршруту;
- міжнародний авіапереліт Київ-Амстердам-Київ;
- проживання в готелі з сніданком;
- страхування;
- трансфер;
- екскурсії (згідно програми туру)

Місце збору групи і виїзду:

М. Бориспіль, Київська область «Міжнародний аеропорт Бориспіль»

Обов'язково приходьте ВЧАСНО. Для вчасного проходження митних формальностей.

Важливо:

Туроператор лишає за собою право змінювати кількість, порядок і час екскурсій або замінювати їх на рівноцінні.

Туроператор лишає за собою право вносити зміни в програму туру без зміни загальної кількості послуг.

Програма туру може змінюватись на Новий Рік, Різдво, Травневі свята.

Вартість факультативів може змінюватись в залежності від кількості туристів в групі. Мінімальна кількість на факультативні екскурсії– 20 ос.

Туроператор не несе відповідальності за роботу митних та прикордонних служб, а також за корки і ремонти на дорогах, погодні умови.

Для вдалого відпочинку рекомендуємо взяти з собою: парасолі, теплий одяг, зручне взуття, адже все це можна залишити в автобусі, також візьміть документ, що засвідчує особу і обов'язково гарний настрій.

3.2 Програма шоп-екскурсій Амстердамом

Пропонуємо шоп-екскурсію Амстердамом, що включає шопінг по кварталу 9 вулиць, торговий центр «De Vijenkorf», блошиний ринок Ватерлоплейн, Вестермаркт (роздрібна торгівля одягом і взуттям), плаваючий квітковий ринок [34].

Вид маршруту: піший маршрут у поєднанні з громадським транспортом із зупинками для ознайомлення з об'єктами показу.

Число туристів: група 8 осіб різного віку у зв'язку з тим, що маршрут включає магазини, щоб не викликати велике скупчення людей.

Сезонність: липень, коли є найбільші знижки. Також це будні дні в ідеалі вівторок-п'ятниця.

Об'єкти показу: Справжнім раєм для шопоголіка в Амстердамі є 9 вулиць. На цих вулицях загалом розташовано понад 230 різних магазинів та бутиків, а також бари, кафе та ресторани. Тут можна знайти бутик практично будь-якого дизайнера Нідерландів або Бельгії, іноді за прилавками стоять самі господарі, вони можуть запропонувати знижку на модель. Тут можна купити яскравий, стильний та оригінальний одяг, у тому числі футболки з коноплі – чудовий сувенір на згадку про подорож. Любителям недорогого шопінгу слід відправитися на вулицю Калверстраат, на ній знаходиться понад сотня магазинів з одягом, взуттям та аксесуарами бюджетних брендів.

Тут обов'язково з туристами відвідаємо: Sky на Herengracht, 228, Goods на Reestraat, Pontifex на Reestraat, Cortina Papier на Reestraat, 22.

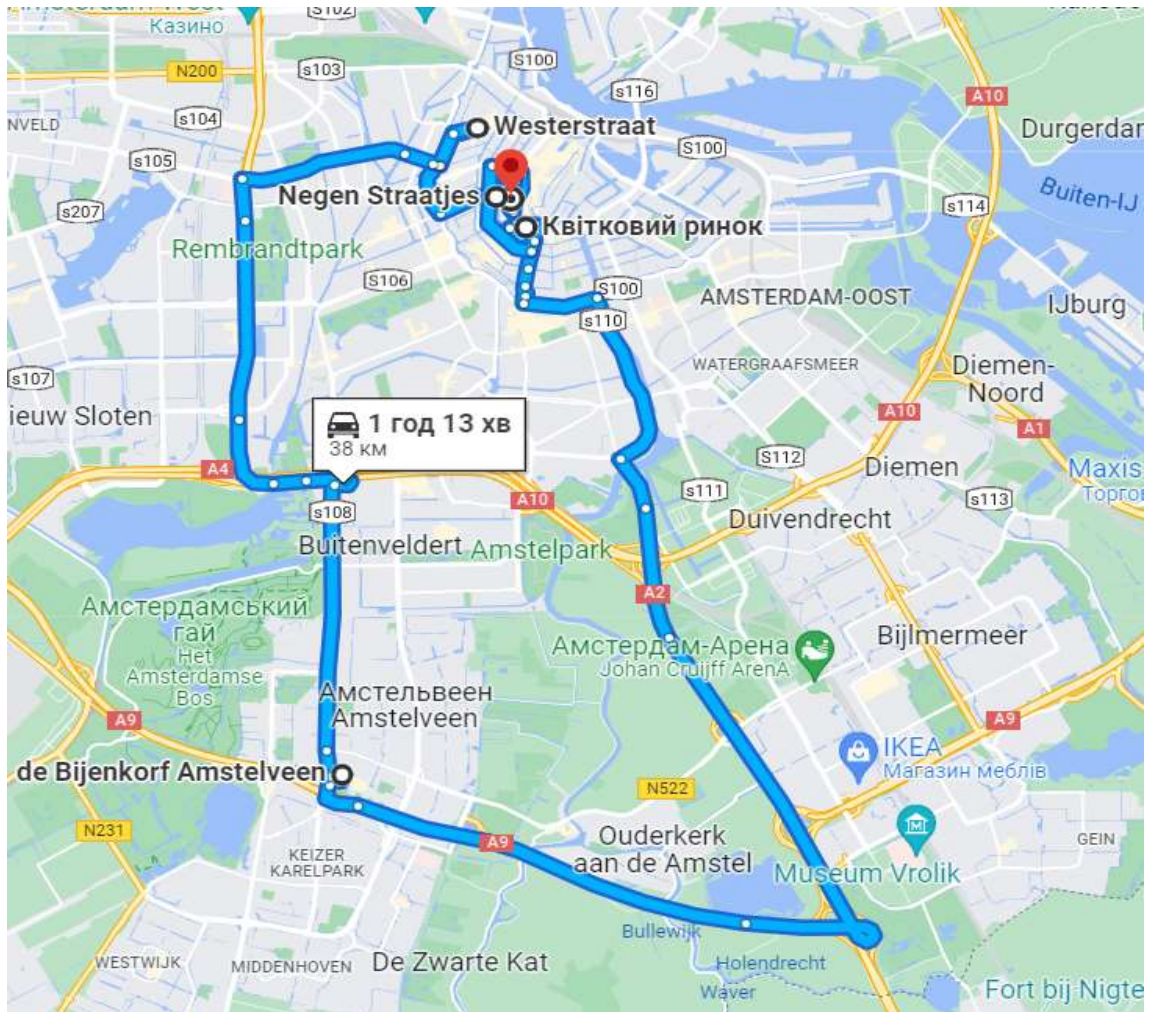


Рис. 3.2. Точки маршруту шоп-ескурсій Амстердамом

De Bijenkorf - De Bijenkorf - класичний молл з 140-річною історією. Все в Голландії знають, що таке «божевільні дні» в Бейенкорф. В кінці вересня є чарівні три дні, коли найдорожчі та шикарні товари продають зі знижкою 25-40 відсотків. Кожен день під знижку потрапляють різні брендові речі. Щодня на парковці перед універмагом можна нарахувати не менше 500 автомобілів.

Купити в універмазі можна все: подарунки, одяг відомих брендів, кращу косметику, модні аксесуари. Правда, все це не дешево.

У Бейенкорфі є свій ресторан і затишна кав'ярня, перукарня, що розташована в універмазі, вважається наймоднішою. У художній галереї, на одному з поверхів, можна помилуватися, а якщо є бажання і можливість, придбати картини та інші предмети мистецтва.

Ринок Вестермаркт розташований на вулиці Вестерстрат (Westerstraat) - одній з найширших і найжвавіших в районі Йордан. До речі, за Вестеркерком є невелика площа Вестермаркту — не варто з нею плутати ринок. Вестермаркт пройшов довгий шлях від скромного текстильного ринку до одного із центрів роздрібної торгівлі одягом та взуттям різних світових брендів. Ринок включає 170 прилавків на самій Вестерстрат і ще 60 - на перетині Ветсерстрат і Принсенграхт (Prinsengracht). Тут можна купити речі найвідоміших марок за цілком розумними цінами, багато з яких або конфіскації, або шлюб, але не фатальний. Окрім одягу та взуття на ринку можна поповнити запаси косметики, різних господарських товарів, предметів інтер'єру, книг і т. д. Особливу увагу приділено товарам, виробленим у країнах третього світу. Крім того, можна знайти відмінний секонд-хенд одяг [35].

Плавучий квітковий ринок Bloemenmarkt в Амстердамі був і залишається символом нідерландської тюльпаноманії, що призвела країну до краху економіки у 1637 році. За квіткову цибулину тоді віддавали цілі статки, аж до власних будинків. До 1862 року ринок був по-справжньому плавучий, торговці прибували на своїх баржах в Амстердам і прямо з них торгували цибулинами, насінням, живцями тощо. Місцем скупчення барж був канал Синт-Люсієнвал, а вже після 1862 року ринок перемістився на канал Сінгл і отримав свою офіційну назву, актуальну досі.

Таблиця 3.3

Технологічна картка екскурсії

Об'єкти показу	Час огляду	Основний зміст	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Квартал вулиць	9 10:00-12:00 120 хв	Вступне слово. Розповідь про магазини, які буде відвідано.	Екскурсивод представляється групі, називає ПБ, організацію, повідомляє тему екскурсії,	Вступ має бути лаконічним, частково розкрити зміст матеріалу екскурсії.

			маршрут, тривалість. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються. Час для огляду.	
De Vijenkorf	12:00-13:00 60 хв	Екскурсовод розповідає про основні магазини, які буде відвідано.	Описання особливостей об'єкту показу. Про кожен об'єкт розказується окремо. Час для огляду	Метод бесіди. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються
Ринок Вестермаркт	11:35-12:15 40 хв	Екскурсовод розповідає, на що необхідно звернути увагу при відвідуванні ринку	Розповідь про ринок Можливість купити продукти за бажанням. Час для огляду ринку	Метод розповідь. Можливість купівлі продукту
Плавучий квітковий ринок Vloemenmarkt	12:30-13:10 40 хв	Підведення підсумків.	Розповідь про історію ринку. Купівля квітів за бажанням	Демонстративний метод. Дається можливість для фото на території. Прощання з групою.

Було розроблено екскурсійний маршрут за темою «Шоп-екскурсії Амстердамом», маршрут протяжністю 38 км, тривалістю 5 годин, для ознайомлення з основними об'єктами шопінг туризму в Амстердамі.

3.3 Програма шоп-екскурсій торговими центрами країни

Пропоную екскурсію відомими трьома торговими центрами Нідерландів. Початок екскурсії буде відбуватися від готелю за допомогою трансферу о 8:00. Прибуття на першу точку буде здійснюватися о 9:00.

Вид маршруту: автобусний тур з зупинками біля торговельних центрів, які буде відвідано

Число туристів: група 8 осіб різного віку у зв'язку з тим, що маршрут включає магазини, щоб не викликати велике скупчення людей.

Сезонність: липень, коли є найбільші знижки. Також це будні дні в ідеалі вівторок-п'ятниця.

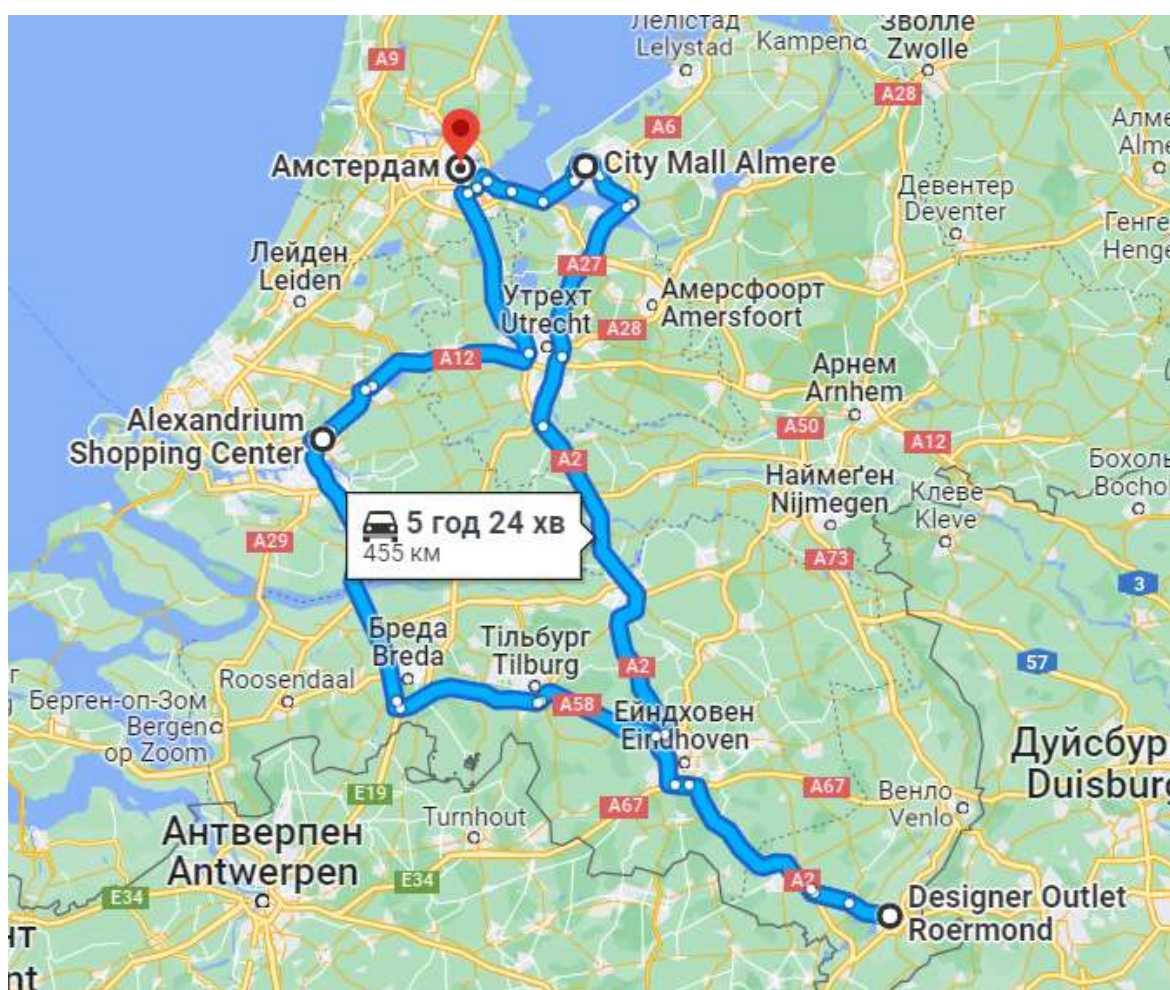


Рис. 3.3. Точки маршруту шоп-екскурсії торговими центрами країни

Об'єкти показу та відстань до них:

Амстердам- Alexandrium Shopping Center – 59 хв (81,7 км)

Alexandrium Shopping Center - Designer Outlet Roermond – 1 год 52 хв (163 км)

Designer Outlet Roermond - City Mall Almere – 2 год 3 хв (180 км)

City Mall Almere – Амстердам – 30 хв (30,0 км)

Таблиця 3.4

Технологічна картка екскурсії

Об'єкти показу	Час огляду	Основний зміст	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Alexandrium Shopping Center	9:00-10:00 120 хв	Вступне слово. Розповідь про магазини, які буде відвідано.	Екскурсивод представляється групі, називає ПІБ, організацію, повідомляє тему екскурсії, маршрут, тривалість. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються. Час для огляду.	Вступ має бути лаконічним, частково розкрити зміст матеріалу екскурсії.
Designer Outlet Roermond	12:00-14:00 120 хв	Екскурсивод розповідає про основні магазини, які буде відвідано.	Описання особливостей об'єкту показу. Про кожен об'єкт розказується окремо. Час для огляду	Метод бесіди. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються
Час для обіду, перекусу за бажанням	14:10-15:00 50 хв	Обід, відпочинок	Розповідь про наступні об'єкти показу і пограму	Використання методу бесіди
City Mall Almere	17:00-20:00 160 хв	Екскурсивод розповідає, на що необхідно звернути увагу при	Розповідь про ринок Можливість купити продукти за бажанням. Час для огляду ринку	Метод розповідь. Можливість купівлі продукту

		відвідувані ринку		
Амстердам. готель	20:30	Підведення підсумків.	Екскурсовод підсумовує Результати маршруту.	Прощання з групою. Передання керівникам анімаційної програми

Особливо увагу в магазинах буде звернено на місцеві бренди Нідерландів:

Hunkemöller. Найвідоміша в Нідерландах марка якісного і дуже недорогого трикотажу. Тут можна купити білизну, одяг для дому та сну. Під час сезону знижок ціни взагалі падають до 5-6 євро за одиницю — можна затаритися хорошим білизною на роки вперед.

Sissy-Boy. Популярна мережа магазинів всього: тут є чоловіча, жіночий та дитячий одяг, посуд, товари для дому та навіть їжа. Радимо йти сюди за всякими інтер'єрними штуками.

Dille & Kamille. Пропаще місце для любителів всяких штучок для дому. Тут тобі і предмети кухонного приладдя, і декор, і хенд-мейд мило з космічними ароматами, дерев'яні дитячі іграшки, чай, кава і шоколад ручної роботи [36].

Було розроблено екскурсійний маршрут за темою «Шоп-екскурсії торговими центрами Нідерландів», маршрут протяжністю 455 км, тривалістю 12 годин 30 хв, для ознайомлення з основними торговельними центрами Нідерландів.

3.4 Розрахунок вартості туру

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста визначається за формулою:

$$Ц = [(\sum V_i + (V_{п} + П + V_{чі}) * 1,2)] / Ч_{т}, \text{ де}$$

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

ΣVi – вартість послуг, які входять до пакета, складеного туроператором, грн.;

Вп– умовно-постійні витрати туроператора *20% від обмеженої собівартості туру*;

П– прибуток туроператора, грн.; *15% від обмеженої собівартості туру*;

Вчі – вартість послуг осіб, які супроводжують групу туристів, грн.

Чт – чисельність туристів у групі, осіб;

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

Таблиця 3.5

Зведена калькуляція вартості туристичного продукту

Стаття витрат		Розрахунок	Загальна вартість, грн на одного туриста
ΣVi	Проживання Готель «Nadia Hotel».	3300*3	9900
	Харчування. Сніданок входить у вартість номера, інше харчування оплачується окремо		
	Транспорт Авіапереліт Трансфер	5491+5491 500	10982 500
	Екскурсійне обслуговування: – Ознайомча екскурсія з містом Амстердам – Шоп-екскурсія Амстердамом; – Круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері; – Шоп-екскурсія торговими центрами країни; – Оглядова прогулянка вулицею Калверстраат	200 1000 1500 3000 200	5900
	Страховання	150	150

ΣН_i	Непрямі податки	-	-
Обмежена собівартість туру		9900+11482 +5900+150	27432
Вп	Умовно-постійні витрати	27432*0,2	5486,4
П	Прибуток туроператора	27432*0,18	4937,76
К	Комісійна винагорода турагенту чи іншому посереднику	-	-
Вчі	Вартість послуг осіб, які супроводжують групу туристів	9900+10982 +1500\8	2797,75
Σ Зн(к)	Комерційні знижки для окремих туристів чи туристських груп	-	-
Загальна вартість туру на одну особу		27432+(548 6,4+4937,76 +2797,75)*1 ,2	40653,91
Вартість туру на групу		40653,91*8	325231,28

Отже, ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «За Покупками у Нідерланди» становить: 40653,91 грн або 1378 доларів (курс 29,50) У вартість входить:

- міжнародний авіапереліт Київ-Амстердам –Київ;
- проживання в готелі;
- сніданки;
- екскурсійне обслуговування;
- трансфер;
- страхування;

У вартість не входить:

- обід та вечеря;
- особисті витрати;
- покупки здійсненні туристами;

Я пропоную розробити рекламу і популяризувати її в соціальних мережах, адже основні покупці туру – молоді люди. Основним шляхом

популяризації свого продукту є таргетова реклама, вартість якої складає від 1 долара за добу, найоптимальнішим термін реклами є один місяць.

Таргетована реклама бере до уваги дані, отримані під час відстеження активності користувачів у мережі, історію пошуку і персональну інформацію з профілів (наприклад, Facebook). Вона дозволяє сфокусуватися на аудиторії з конкретними інтересами та уподобаннями.

Таблиця 3.6

Витрати на просування та рекламування «За Покупками у Нідерланди»

Спосіб просування	Кількість	Вартість одиниці, грн	Загальна вартість, грн
Інтернет-розсилка	Кожен день, на безкоштовних ресурсах	0	0
Таргетова реклама в соціальних мережах	щодня, протягом 1 місяців	30	900
Затрати на створення відео-повідомлення	1 раз	1000	1000
Затрати на трансляцію рекламного повідомлення	Реклама раз в тиждень, на протязі місяця	800	3200
Загальні витрати			5100

Такий підхід дозволяє оптимізувати рекламний бюджет, скоротити витрати і підвищити ефективність кампанії. Таргетована реклама націлена на аудиторію, яка зацікавлена у вашому продукті або пропозиції. Вона більш результативна, ніж інші рекламні канали, які намагаються охопити найбільшу аудиторію.

Висновки до 3 розділу

Я розробила шопінг-тур до Нідерландів, для реалізації туру було обрано відомі магазини та шопінг-центри, які є ідеальними для даного виду туризму. Кількість туристів – 8 осіб. Супроводом групи є керівник групи, який також є шопінг гідом. Екскурсійне обслуговування включає: ознайомча екскурсія з містом Амстердам, шоп-екскурсія Амстердамом;, круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері; шоп-екскурсія торговими центрами країни; оглядова прогулянка вулицею Калверстраат.

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «За Покупками у Нідерланди» становить: 40653,91 грн або 1378 доларів (курс 29,50).

ВИСНОВКИ

Зараз багато туристичних фірм пропонують спеціальні шоп-тури, у вартість яких входить організація поїздок по найзначніших і найвигідніших місцях розпродажів. Крім якісних та недорогих речей, ви напевно привезете масу спогадів про країну перебування. Італія, Німеччина, Великобританія та інші країни, які традиційно відвідують велика кількість шопперів, цікаві і для звичайного туризму, адже в кожній з них є що подивитися і де відпочити.

Шопінг тури (тури за покупками) – це унікальна можливість поєднати приємне та корисне під час відпочинку. Найголовніше – шопінг тур не позбавить туриста решти переваг відпочинку – екскурсії, пляжного відпочинку, чи інші розваги будуть також доступні в залежності від обраної країни

Організація шопінг-туру – це складна та кропітка робота. На етапі підготовки потрібно передбачити будь-які нюанси поїздки та врахувати усі побажання клієнта. Давно канули в Лету ті часи, коли наша людина їздила за кордон, щоб купити те, що трапиться. Кожен турист чітко розуміє свої бажання та можливості. Здійсненню бажань сприяють тематичні тури за покупками. Завдяки такій організації поїздок людина, яка бажає оновити свій літній гардероб, не виявиться там, де магазини спеціалізуються з продажу демісезонного взуття.

Нідерланди (також названі Голландією) - розташована в Західній Європі країна у складі Бенілюксу, держава-засновник Євросоюзу. Нідерланди межують на сході з Німеччиною, на півдні – з Бельгією. На заході країну омиває Північне море, за яким розташовується Об'єднане королівство.

У Нідерландах є великі можливості для шопінгу. Головним чином він зосереджений у столиці та головному туристичному місті – Амстердамі, однак і в інших містах можна знайти щось унікальне на блошиних ринках чи брендових бутіках. Амстердам відомий своїми торговими рядами та центрами, букіністичними та антикварними магазинами. Тут можна купити дуже міцне,

якісне взуття, чудові ювелірні прикраси та ексклюзивну еротичну спідню білизну. Центром шопінгу в Амстердамі є район 9 вулиць, він починається неподалік центральної міської площі Дам.

Нами було розроблено шопінг-тур до Нідерландів для реалізації туру було обрано відомі магазини та шопінг-центри, які є ідеальними для даного виду туризму. Кількість туристів – 8 осіб. Супроводом групи є керівник групи, який також є шопінг гідом.

Тур починається в аеропорті «Бориспіль», м. Києва до аеропорту «Схіпгол», що розташований на відстані 17,5 км на південний захід від Амстердама у громаді Гарлемермер у південній частині провінції Північна Голландія. Далше після проходження митних формальностей буде здійснювати поселення в готель. Туристи будуть розміщуватись в готелі «Nadia Hotel» за адресою Raadhuisstraat 51, Амстердам-Центр, 1016 DD Амстердам.

Екскурсійне обслуговування включає: ознайомча екскурсія з містом Амстердам, шоп-екскурсія Амстердамом;, круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері; шоп-екскурсія торговими центрами країни; оглядова прогулянка вулицею Калверстраат.

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «За Покупками у Нідерланди» становить: 40653,91 грн або 1378 доларів (курс 29,50 грн/дол).

У вартість входить: міжнародний авіапереліт Київ-Амстердам –Київ, проживання в готелі, сніданки, екскурсійне обслуговування, трансфер, страхування. У вартість не входить: обід та вечеря, особисті витрати, покупки здійсненні туристами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чан Фионг Май. Класифікація туризму в сучасному суспільстві. Стаття. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-turizma-v-sovremenном-obschestve> (дата звернення 04.02.2022)
2. Бабкін А.В. Спеціальні види туризму. Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. - 252 с.
3. Шопінг туризм та його особливості. URL: https://revolution.allbest.ru/sport/00744822_1.html (дата звернення 04.02.2022)
4. Гутова Т.А. Діловий туризм: досвід Німеччини та Росії. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Актуальні проблеми гуманітарних наук". - Томськ, 5-6 квітня 2012 року - с.57-59.
5. 15 кращих аутлетів Європи: де знаходяться і як доїхати URL: <http://ezdili-znaem.com/autlety-evropy/> (дата звернення 04.02.2022)
6. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 URL: <http://www.unwto.org> (дата звернення 16.02.2022)
7. Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку/ М.Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. — 2009. — №16. — С. 34.
8. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О.Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. — 2009. — № 23. — С. 29—31.
9. Ізотова М.А., Матюхіна Ю.А. Інновації в соціокультурному бізнесі та туризмі. — М., 2006. — 224 с.
10. Старченко В.І., Гордієнко Т.В. Перспективи розвитку шоп-туризму в Україні. URL: https://eprints.kname.edu.ua/49619/1/ilovepdf_com-113-114.pdf (дата звернення 16.02.2022)

11. Старинець О.А., Бутрімова А.О. Організація шопінг-туризму в Україні. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні. 2016. С.204-207.
12. Кіндрик Т.О. Інноваційна діяльність в туристич- ному господарстві України / Т.О. Кіндрик, О.М. Голо- вінов // Матеріали конференції "Ефективні інструмен- ти сучасних наук — 2010".
13. Кушнір И.В. Инновационный менеджмент Теория инновационного развития Шумпетера URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/i013/04.htm> (дата звернення 21.02.2022)
14. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток турис- тичних підприємств: напрями змін та фактори впливу/ Г.І. Михайліченко // Економіка. Управління. Інновації. — 2012. — №1 (7).
15. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед./ В.С.Новиков. — М.: Из- дательский центр "Академия", 2007. — 208 с. References: 1. UNWTO (2011), "Barometer of international tourism UNWTO: an overview of major trends", available at: <http://www.unwto.org> (Accessed 20 Jan 2016).
16. Wojko, M.H. (2009), "Ukraine Tourist attraction: patterns forming and benchmarks" , Investytsii: praktyka ta dosvid, vol. 16, pp. 34.
17. Harbera, O.Ye. (2009) " Basic theoretical and prac- tical aspects of innovation in the tourism sector Ukraine" , Investytsii: praktyka ta dosvid, vol. 23, pp. 29—31.
18. Izotova, M.A. and Matiukhina, Yu.A. (2006), Innovatsii v sotsiokul'turnomu biznesi ta turyzmi [Innovations in social and cultural business and tourism], Moscow, Russia.
19. Kindryk, T.O. (2010), "Innovative activity in the tou- rist sector Ukraine", Zbirka dopovidej na konferentsii Efektyvni instrumenty suchasnykh nauk — 2010, [Proceedings of the conference "Effective tools of modern science — 2010"], Prague, Czech Republic.

20. Kushnyr, Y.V. (2013), "Innovative Management Theory Innovatively development of Schumpeter", [Online], available at: <http://www.be5.biz/ekonomika/i013/04.htm> (Accessed 20 Jan 2016).

21. Брич. В. Я. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 448 с.

22. Всі країни: пізнавальний світ
URL: <http://newstravel.com.ua/netherlands/> (дата звернення 18.03.2022)

23. Шопінг в Нідерландах
URL: <https://guide.travel.ru/netherlands/money/shopping/> (дата звернення 18.03.2022)

24. Шопинг в Нидерландах - где и чем стоит закупиться. URL: <https://www.orangesmile.com/destinations/netherlands/shopping.htm> (дата звернення 05.04.2022)

25. Всесвітня туристична організація URL: <http://www2.unwto.org> (дата звернення 05.04.2022)

26. De Bijenkorf URL: <https://www.debijenkorf.nl/?home> (дата звернення 05.04.2022)

27. Unibail-Rodamco-Westfield. URL: <https://www.urw.com/en/website~o~content/assets/shopping~o~centre/westfield-mall-of-the-netherlands/portfolio> (дата звернення 15.04.2022)

28. Vroom & Dressman URL: <https://www.amsterdam.info/shopping/vd/> (дата звернення 16.04.2022)

29. Рынок в Амстердаме: Рынки Амстердама, Нидерланды. URL: <https://adijuhpalace.ru/raznoe/rynok-v-amsterdame-rynki-amsterdama-niderlandy-turister-ru.html> (дата звернення 19.04.2022)

30. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоłodна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. Х.: ХНАМГ, 2008. 541 с.

31. Офіційний веб-сайт для купівлі квитків. Міжнародні авіалінії України URL: <https://book.flyuia.com/UK/default/flights?searchId=abfb07b2-848c-417f-aef4-cac23c3ef29a&storageId=8f132d7e-1a51-0d0f-87b9->

[381b9a4878c4&flyuicountrycode=UA&flyuialanguagecode=UK&wcag=false&isMulticity=false](https://www.booking.com/hotel/nl/nadia-amsterdam.uk.html?aid=1431024;sid=8839d2ee4d6a4d3618f87b1c7b7a1f7b;all_sr_blocks=1153104_95134293_0_1) (дата звернення 19.04.2022)

32. Nadia Hotel. URL: https://www.booking.com/hotel/nl/nadia-amsterdam.uk.html?aid=1431024;sid=8839d2ee4d6a4d3618f87b1c7b7a1f7b;all_sr_blocks=1153104_95134293_0_1 (дата звернення 19.04.2022)

33. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навчальний посібник. 2-е вид., перероб. і доп. К.: Альтерпрес, 2008. 300 с.

34. Шопінг в Амстердамі: сезонні розпродажі. URL: <https://zakordon.in.ua/uk/podorozhi/shopinh/2051-shop-ng-v-amsterdam-sezonn-rozprodazh> (дата звернення 15.05.2022)

35. Шоппінг в Амстердаме. URL: <https://www.tourister.ru/world/europe/netherlands/city/amsterdam/publications/335> (дата звернення 15.05.2022)

36. ШОПІНГ-ГІД ПО АМСТЕРДАМУ. URL: <https://eurotrips.ua/blog/shoping-gid-po-amsterdamu/> (дата звернення 15.05.2022)

37. Number of inbound tourists in the Netherlands 2012-2020 URL: <https://www.statista.com/statistics/658819/inbound-tourism-forecast-in-the-netherlands/> (дата звернення 31.05.2022)

ДОДАТКИ

Додаток А

Білети Київ-Амстердам-Київ

Виліт

Вт, 05 Лип
KBP → AMS
 Київ Амстердам
 07:55 10:00 PS 101
 Шасель Інн Airline

Тривалість: 3г. 5хв
 ECONOMY PREMIUM
 Клас бронювання (P/B/C): X
 Ручна поклажа: 1 місце ручної поклажі 7KG + 1 місце до 5KG / Максимум 1 місце в 5KG
 Зарезервовані багаж: 2 місце багажу до 23KG / Максимум 10KG

Зворотний рейс

Пт, 08 Лип
AMS → KBP
 Амстердам Київ
 18:45 22:30 PS 104
 Шасель Інн Airline

Тривалість: 3г. 5хв
 ECONOMY PREMIUM
 Клас бронювання (P/B/C): X
 Ручна поклажа: 1 місце ручної поклажі 7KG + 1 місце до 5KG / Максимум 1 місце в 5KG
 Зарезервовані багаж: 2 місце багажу до 23KG / Максимум 10KG

Правила застосування тарифів
 Ціна за Таблицю: **#10,881.00**

Суббота 3г. Заморожені

Вт, 05 Лип **#3,717.50** Ср, 06 Лип Чт, 07 Лип Пт, 08 Лип

ЕКОНОМ **БІЗНЕС**

ЕКОНОМ ТАРИФИ від **#19,703**

Economy Lite
 Поворотний не дозволяється
 Зміна дозволена (коштівка) тільки в 5KG
 1 місце ручної поклажі 7KG / Максимум 1 місце в 5KG
 Не включено

#5,718 для дорослого

Economy Standard **BEST DEAL**
 Поворотний зі штрафом
 Зміна дозволена (коштівка) тільки в 5KG
 1 місце ручної поклажі 7KG + 1 місце до 5KG / Максимум 1 місце в 5KG
 1 місце багажу до 23KG / Максимум 10KG

#4,752 для дорослого

Economy Premium
 Поворотний дозволяється
 Зміна дозволена (коштівка) тільки в 5KG
 1 місце ручної поклажі 7KG + 1 місце до 5KG / Максимум 1 місце в 5KG
 2 місце багажу до 23KG / Максимум 10KG
 Вибір місця
 Реєстрація на гарантованій улюб
 Безкоштовний послатковий паки в аеропорту
 Присутність поклажі

#5,491 для дорослого
 Активувати Windows

15:55 17:55 PS 103
 KBP AMS Шасель Інн Airline

від **#3,718** від **#19,703**

Додаток Б

Наукова праця

Всеукраїнська студентська науково-практична ZOOM-конференція «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України» з секції «Інноваційні підходи у сфері туризму та готельно-ресторанної справи».

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Орел В. В. Науковий керівник – к.е.н., доц. Камушков О.С.

Орел В. В. взяла участь у Всеукраїнській студентській науково-практичній ZOOM-конференції на тему: «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України». Тези на тему «Розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди», 18 травня 2022 р. – було взято до публікації у секції «Інноваційні підходи у сфері туризму та готельно-ресторанної справи» збірнику – с.274. – Львівський національний університет природокористування.



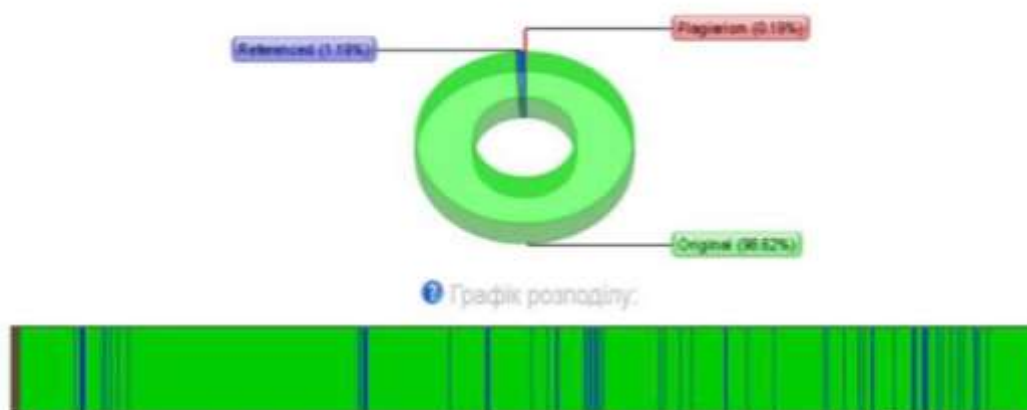
Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема:

«Розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди»

Засіб перевірки Plagiarism Detector



Унікальність по фразам >30 %

Унікальність по словам >30 %

Керівники: _____ к.е.н., доц. Камушков О. С.

(підпис)

_____ к.т.н., ст. викл. Воскресенська О. В.

(підпис)

Здобувач: _____ Орел В. В.

(підпис)

Презентація



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

ТЕМА: «РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ В НІДЕРЛАНДИ»

Здобувач вищої освіти:
Орел Віолета Вячеславівна

Слайд 1

- Метою дослідження є вивчення теоретичних засад шопінг-туризму, дослідження розробки та їх просування.
- Задля досягнення поставленої мети слід виконати ряд завдань:
 - розкрити суть та значення шопінг-туризму;
 - описати географію шопінг-турів;
 - проаналізувати особливості організації шопінг-турів;
 - розглянути туристичну привабливість Нідерландів;
 - охарактеризувати Нідерланди, як туристичний центр для шопінгу;
 - описати найкращі магазини та торгові центри Нідерландів;
 - дослідити туристичні формальності;
 - розробити шопінг-тур у Нідерланди.
- Об'єктом дослідження виступає особливості, розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди.
- Предметом дослідження є виявлення особливостей в розробці шопінг-туру в Нідерланди.

Слайд 2

- Шопінг тури (тури за покупками) – це унікальна можливість поєднати приємне та корисне під час відпочинку.
- Найголовніше – шопінг тур не позбавить туриста решти переваг відпочинку – екскурсії, пляжного відпочинку, чи інші розваги будуть також доступні в залежності від обраної країни.



- Тим не менш, основний час турист зможе витратити на відвідування магазинів та бутиків, оновити свій гардероб та поринуть у світ моди та стильних речей.

Слайд 3

У Нідерландах є великі можливості для шопінгу.



Слайд 4

Розробка шопінг турів потребує наступних етапів: розробка маршруту, вибір пунктів маршруту, розробка схеми маршруту та його оптимізація.

Окрім стандартних пунктів слід враховувати популярність країни, наявність торгового потенціалу, розпродажів, ярмарок, тощо. Також слід враховувати влodobання туристів.



Слайд 5

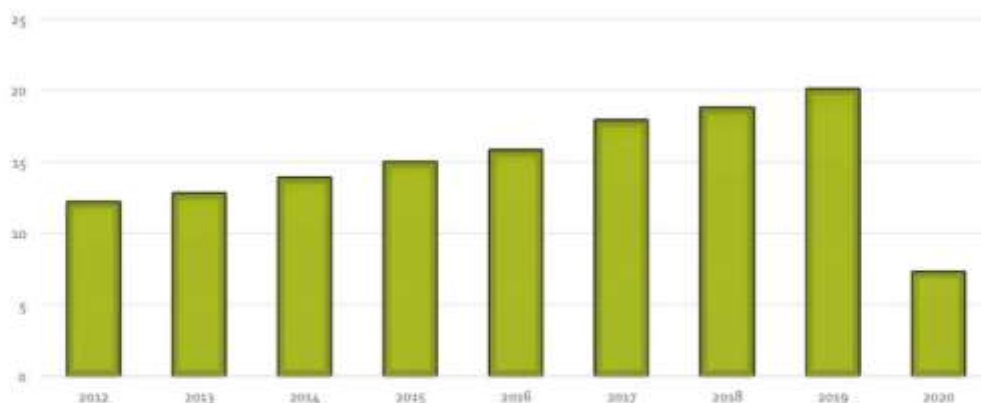
Нідерланди (також названі Голландією) - розташована в Західній Європі країна у складі Бенілюксу, держава-засновник Євросоюзу.

В Нідерландах можна знайти кілька прекрасних місць, туристів, які очікують побачити мальовничі села, тюльпани та вітряки, чекає розчарування.

Дерева, тюльпани та вітряки є, але знайти їх нелегко. Найкрасивіші місця найчастіше відомі лише самим голландцям. Тому найкраще поцікавитись у місцевих жителів, що вони рекомендують оглянути.



Слайд 6



Кількість приїжджих туристів у Нідерландах з 2012 по 2020 роки (у мільйонах)

Слайд 7

У Нідерландах є великі можливості для шопінгу. Головним чином він зосереджений у столиці та головному туристичному місті – Амстердамі, однак і в інших містах можна знайти щось унікальне на блошиних ринках чи брендових бутіках.

Амстердам відомий своїми торговими рядами та центрами, букіністичними та антикварними магазинами. Тут можна купити дуже міцне, якісне взуття, чудові ювелірні прикраси.



Слайд 8

Амстердамський квітковий ринок Bloemenmarkt



Слайд 9

Торговий центр Вієнкорф



Слайд 10

Торговий центр Magna Plaza



Слайд 11

Загальна інформація туру «За Покупками у Нідерланди»

Характеристика туру	
За характером організації	Плановий
За формою організації	Груповий
За терміном та тривалістю	4 дні/3 ночі
За віком учасників подорожі	Молодіжний, середньовіковий
За метою	Шопінг туризм
В залежності від способів пересування	Комбінований (авіа, автобусний, піший)
Клас обслуговування	перший клас
Кількість людей у групі	8
Маршрут	лінійний

Слайд 12

Програма туру		
Час	Заходи	Вартість грн/особу
День 1		
07:35	Виліт з Києва	5493 грн
10:00	Приліт в Амстердам	-
11:00	Поселення в готелі «Nadia Hotel». Відпочинок	3300 грн
13:00-14:00	Обід в готелі	-
14:00-15:00	Ознайомча екскурсія з містом Амстердам	300 грн
16:00	Вільний час	-
День 2		
8:00-9:00	Сніданок в готелі «Nadia Hotel»	Включено у вартість
10:00-11:00	Шоп-екскурсія Амстердамом	500 грн
12:00-13:00	Обід. Вільний час	-
17:00-19:00	Круїз каналами Амстердама. Вечера на катері	3500 грн
19:00	Вільний час. Повернення в готель.	3300 грн
День 3		
7:00-8:00	Сніданок в готелі «Nadia Hotel»	Включено у вартість
8:00-12:30	Шоп-екскурсія торговими центрами країни	3000 грн
13:00	Повернення в готель. Вечера. Вільний час	3300 грн
День 4		
8:00	Сніданок в готелі «Nadia Hotel»	Включено у вартість
9:00	Підготовка до виселення	-
12:00	Виселення з готелю	-
13:00-17:00	Оглядова прогулянка вулицею Калверстраат. Трансфер до аеропорту	300 грн
18:45	Виліт з аеропорту м. Амстердам	5493 грн
19:30	Приліт в Київ. Прощання з групою	-

Слайд 13



Слайд 14

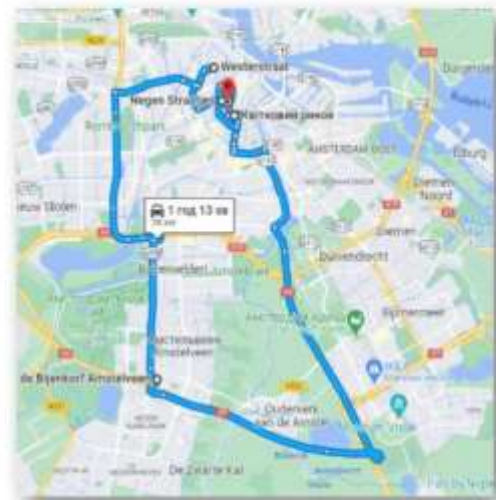
Інформаційний лист За Покупками у Нідерланди (4 днів / 3 ночей)

- 1 день: Виліт з Києва аеропорт «Бориспіль» (07:55) – Приліт (10:00) – поселення в готелі «Nadia Hotel». Відпочинок – обід в готелі (13:00-14:00) – ознайомча екскурсія з містом Амстердам (14:00-16:00) – вільний час
- 2 день: сніданок в готелі (8:00- 9:00) - Шоп-екскурсія Амстердамом (10:00-15:00) – обід, вільний час (15:00-16:00) – круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері (17:00-19:00) – вільний час, повернення в готель (19:00)
- 3 день: сніданок в готелі (7:00- 8:00) – Шоп-екскурсія торговими центрами країни (8:00-17:30) – повернення в готель, вечеря, вільний час (19:00)
- 4 день: сніданок в готелі (8:00-) – підготовка до виселення (9:00) – виселення з готелю (12:00) - оглядова прогулянка вулицею Кадверстраат, трансфер до аеропорту (13:00-17:00) – виліт з аеропорту м. Амстердам (18:45) – приліт в м.Київ, прощання з групою (22:30)

Слайд 15

Програма шоп-екскурсій Амстердамом

- Вид маршруту: піший маршрут у поєднанні з громадським транспортом із зупинками для ознайомлення з об'єктами показу.
- Число туристів: група 8 осіб різного віку у зв'язку з тим, що маршрут включає магазини, щоб не викликати велике скупчення людей.
- Сезонність: липень, коли є найбільші знижки. Також це будні дні в ідеалі вівторок-п'ятниця.
- Об'єкти показу: Справжнім раєм для шопоголіка в Амстердамі є 9 вулиць. На цих вулицях загалом розташовано понад 230 різних магазинів та butikів, а також бари, кафе та ресторани. Тут можна знайти butik практично будь-якого дизайнера Нідерландів або Бельгії, іноді за прилавками стоять самі господарі, вони можуть запропонувати знижку на модель. Тут можна купити яскравий, стильний та оригінальний одяг – чудовий сувенір на згадку про подорож. Любителям недорогого шопінгу слід відправитися на вулицю Калверстраат, на ній знаходиться понад сотня магазинів з одягом, взуттям та аксесуарами бюджетних брендів.



Слайд 16

Технологічна карта екскурсії				
Об'єкти показу	Час огляду	Основний зміст	Організаційні еквівіки	Методичні еквівіки
Квартал 9 вулиць	10:00-11:00 120 хв	Вступне слово. Розповідь про магазини, які буде відвідано.	Екскурсовод представляється групі, називає організацію, повідомляє тему екскурсії, маршрут, тривалість. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються. Час для огляду.	Вступ має бути лаконічним, частково розкрити зміст матеріалу
De Vijenkorf	12:00-13:00 60 хв	Екскурсовод розповідає про основні магазини, які буде відвідано.	Описання особливостей об'єкту показу. Розповідь про кожен об'єкт розкажується окремо. Час для огляду	Метод бесіди. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються
Ринок Вестермаркт	11:35-12:15 40 хв	Екскурсовод розповідає, що необхідно звернути увагу при відвідуванні ринку	Розповідь про ринок. Можливість купити продукти за бажанням. Час для огляду ринку	Метод розповідь. Можливість купити продукти
Плаваючий квітковий ринок Bloemenmarkt	12:30-13:10 40 хв	Підведення підсумків.	Розповідь про історію ринку. Купівля квітів за бажанням	Демонстративний метод. Дається можливість для фото на території. Процання з групою.

Слайд 17

Програма шоп-екскурсій торговими центрами країни

- Вид маршруту: автобусний тур з зупинками біля торговельних центрів, які буде відвідано
- Число туристів: група 8 осіб різного віку у зв'язку з тим, що маршрут включає магазини, щоб не викликати велике скупчення людей.
- Сезонність: липень, коли є найбільші знижки. Також це будні дні в ідеалі вівторок-п'ятниця.
- Об'єкти показу та відстань до них:

Амстердам- Alexandrium Shopping Center – 59 хв (81,7 км)
 Alexandrium Shopping Center - Designer Outlet Roermond – 1 год 52 хв (163 км)
 Designer Outlet Roermond - City Mall Almere – 2 год 3 хв (180 км)
 City Mall Almere – Амстердам – 30 хв (30,0 км)



Слайд 18

Технологічна карта екскурсії				
Об'єкти показу	Час огляду	Основний зміст	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Alexandrium Shopping Center	9:00-10:00 120 хв	Вступне слово. Розповідь про магазини, які буде відвідано.	Екскурсивод представляється групі, називає ПІБ, організацію, повідомляє тему екскурсії, маршрут, тривалість. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються. Час для огляду.	Вступ має бути лаконічним, частково розкрити зміст матеріалу екскурсії.
Designer Outlet Roermond	12:00-14:00 120 хв	Екскурсивод розповідає про основні магазини, які буде відвідано.	Описання особливостей об'єкту показу. Про кожен об'єкт розказується окремо. Час для огляду	Метод бесіди. Кожен турист зможе придбати речі, які йому сподобаються
Час для обіду, перекусу за бажанням	14:10-15:00 50 хв	Обід, відпочинок	Розповідь про наступні об'єкти показу і програму	Використання методу бесіди
City Mall Almere	17:00-20:00 160 хв	Екскурсивод розповідає, на що необхідно звернути увагу при відвідуванні ринку	Розповідь про ринок. Можливість купити продукти за бажанням. Час для огляду ринку	Метод розповідь. Можливість купити продукту
Амстердам, готель	20:30	Підведення підсумків.	Екскурсивод підсумовує Результати маршруту.	Прощання з групою. Передання керівникам анімаційної програми

Слайд 19

Стаття витрат	Загальна вартість, грн на одного туриста	Розрахунок вартості туру
Σ В: Проживання		<p>Отже, ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «За Покупками у Нідерланди» становить: 40653,91 грн або 1378 доларів (курс 29,50) У вартість входить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - міжнародний авіапереліт Київ-Амстердам-Київ; - проживання в готелі; - сніданки; - екскурсійне обслуговування; - трансфер; - страхування; - У вартість не входить: - обід та вечеря; - особисті витрати; - покупки здійсненні туристами;
Готель «Nadia Hotel».	9900	
Харчування.		
Сніданок входить у вартість номера, інше харчування оплачується окремо		
Транспорт	10982	
Авіапереліт		
Трансфер	500	
Екскурсійне обслуговування:	5900	
- Ознайомча екскурсія з містом Амстердам		
- Шоп-екскурсія Амстердамом;		
- Круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері;		
- Шоп-екскурсія торговими центрами країни;		
- Оглядова прогулянка вулицею Калверстраат		
Страхування	150	
Σ Н: Непрямі податки	-	
Обмежена собівартість туру	27432	
Вп	5486,4	
П	4937,76	
К	-	
Вн	2797,75	
Σ Зн(к)	-	
Загальна вартість туру на одну особу	40653,91	
Вартість туру на групу	325231,28	

Слайд 20

ВИСНОВКИ

Шопінг тури (тури за покупками) – це унікальна можливість поєднати приємне та корисне під час відпочинку. Найголовніше – шопінг тур не позбавить туриста решти переваг відпочинку – екскурсії, пляжного відпочинку, чи інші розваги будуть також доступні в залежності від обраної країни.

У Нідерландах є великі можливості для шопінгу. Головним чином він зосереджений у столиці та головному туристичному місті – Амстердамі, однак і в інших містах можна знайти щось унікальне на блошиних ринках чи брендових бутіках. Амстердам відомий своїми торговими рядами та центрами, букіністичними та антикварними магазинами. Тут можна купити дуже міцне, якісне взуття, чудові ювелірні прикраси. Центром шопінгу в Амстердамі є район 9 вулиць, він починається неподалік центральної міської площі Дам.

Було розроблено шопінг-тур до Нідерландів для реалізації туру було обрано відомі магазини та шопінг-центри, які є ідеальними для даного виду туризму. Кількість туристів – 8 осіб. Супроводом групи є керівник групи, який також є шопінг гідом.

Екскурсійне обслуговування включає: ознайомча екскурсія з містом Амстердам, шоп-екскурсія Амстердамом, круїз каналами Амстердама. Вечеря на катері; шоп-екскурсія торговими центрами країни; оглядова прогулянка вулицею Калверстраат.

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «За Покупками у Нідерланди» становить: 40653,91 грн або 1378 доларів (курс 29,50 грн/дол).

Слайд 21

Дякую за увагу!



Слайд 22