

Міністерство науки і освіти України
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин та туризму

Кваліфікаційна робота

на тему «Особливості використання історико-культурних та природних
ресурсів Занзібару для розвитку туризму»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 401-ЕТ

Спеціальність 242 «Туризм»

Лівенцова Олена Юріївна

Керівник: к.е.н, доц., Бакало Н. В.

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та туризму

_____. _____. 20.21 р. _____ І. Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО- КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	6
1.1. Сутність та значення формування історико-культурної спадщини регіону.....	6
1.2 Особливості туристичних ресурсів та їх класифікація	12
1.3. Характеристика туристичних ресурсів Занзібару	19
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ НОВОГО ТУРУ ТА «ВЕСЬ СВІТ».....	29
2.1. Характеристика діяльності ТА «Весь світ».....	29
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТА «Весь світ».....	38
2.3. Оцінка ринкового середовища ТА «Весь світ».....	46
Висновки до розділу 2.....	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНИХ ТУРІВ НА ТА «ВЕСЬ СВІТ».....	54
3.1.Обґрунтування нового туру до Занзібару.....	54
3.2. Технологія формування та реалізації нового туру.....	62
Висновки до розділу 3.....	71
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Культурно-історичні ресурси, що представляють собою спадщина минулих епох суспільного розвитку займають важливе місце у розвитку туристичної діяльності. Вони служать передумовою для організації культурно-пізнавальних турів, оптимізують рекреаційну діяльність в цілому, виконуючи досить серйозні виховні функції. Культурно-історичні об'єкти поділяються на матеріальні і духовні. Матеріальні охоплюють сукупність засобів виробництва та інших матеріальних цінностей суспільства на кожній історичній стадії його розвитку, а духовні – сукупність досягнень суспільства в освіті, науці, мистецтві, літературі, в організації державного і суспільного життя, в праці і побуті.

Туристські ресурси дуже різноманітні і включають природні і антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, артефакти, які володіють комфортними властивостями і споживною вартістю для туристичної діяльності і можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення певного контингенту людей у фіксований час з допомогою існуючої технології та наявних матеріальних можливостей.

Занзібар – архіпелаг з десятків островів, головний з яких теж називається Занзібар. Це автономія держави Танзанія, що представляє собою саме привабливий для туристів туристичний напрямок Африки. Привабливі пляжі Індійського океану, екзотичні рослини і тварини, незвичайні наряди місцевих жителів приваблюють туристів з кожним роком все більше, а туристичні фірми України все більше розробляють турів за даним напрямком.

Відпочинок на Занзібарі вважається елітним і не обходиться дешево. Тут є бюджетні готелі, ціна за ніч проживання становить менше 50 доларів США, рекомендуємо ставитися до таких готелям з обережністю. Зате першокласні готелі Занзібару, яких тут більшість, забезпечують максимально комфортний відпочинок: в розпорядженні гостей опиняться розкішно прибрані номери або окремі вілли з видом на бірюзовий океан, персональні басейни, найширший вибір ібір додаткових послуг, відмінні ресторани і розваги на будь-який смак.

Туристична агенція «Весь світ» реалізує туристичні послуги в м. Полтава. Основною метою діяльності ТА «Весь світ» є розвиток діяльності, підвищення рівня якості створення та продажу турів та всієї туристичної продукції, отримання прибутку на вкладений капітал у сферу туризму, надання та здійснення різних послуг в цій галузі всім фактичним та потенційним клієнтам, не заборонених чинним законодавством України.

Актуальність роботи полягає у необхідності розробки унікальних турів до Занзібару, використовуючи історико-культурні та природні ресурси регіону.

Мета роботи полягає у виявленні особливостей створення нових історико-культурних турів до Занзібару. Для досягнення поставленої мети в роботі слід вирішити наступні завдання:

описати сутність та значення формування історико-культурної спадщини регіону;

визначити особливості туристичних ресурсів та їх класифікацію;

охарактеризувати туристичні ресурси Занзібару;

надати характеристику діяльності ТА «Весь світ»;

провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТА «Весь світ»;

оцінити ринкове середовище ТА «Весь світ»;

обґрунтувати новий тур до Занзібару;

визначити технологію формування та реалізації нового туру.

Об'єктом дослідження виступає історико-культурні та природні ресурси регіону, а предметом – особливості використання історико-культурних та природних ресурсів регіону для розвитку туризму.

Дана робота ґрунтується на використанні загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. У ході написання роботи використовувалися методи вибіркового дослідження. Інформаційну базу дослідження склали підручники, наукові публікації з обраної тематики, звітні матеріали об'єкту дослідження, публікації у пресі та власні спостереження.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Перший розділ присвячений теоретичним аспектам

особливостей використання історико-культурних та природних ресурсів для розвитку туризму. У другому розділі проведено аналіз та оцінку можливостей організації нового туру ТА «Весь світ». В третьому розділі викладено розробку та просування пізнавальних турів на ТА «Весь світ».

Результати дослідження в систематизованому й узагальненому вигляді представлені у заключній частині. Робота складається з 82 сторінок друкованих аркушів, містить 22 таблиці, 29 рисунків.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО- КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та значення формування історико-культурної спадщини регіону

У різні історичні періоди, починаючи з давніх часів до нашого часу існували різні уявлення про культурну спадщину, її значимість та ролі.

В даний час проблеми культурної спадщини є предметом дослідження філософів, істориків, культурологів, мистецтвознавців, музеєзнавців та інших. Цілий ряд причин зумовили зростання інтересу вчених і практиків до цих питань: складання системних уявлень про суспільство і навколишнього середовища, проникнення екологічної концепції в широкі пласти культури, що призвело до зміни розуміння культурної спадщини і його ролі в розвитку суспільства.

Спадщина виступає в якості фундаменту культури, найважливішої умови її відтворення і розвитку. Вже в найдавніші часи міста (античні поліси, столиці провінцій Римської імперії, італійські міста-держави епохи Відродження) були центрами безперервного процесу накопичення великих і різноманітних за характером пластів культурної спадщини [29]. Тут же одночасно в суспільній свідомості формується особливе ставлення до минулого. Багатовікова традиція осмислення і використання спадщини завершилася створенням і функціонуванням спеціальних соціокультурних інститутів (музеї, бібліотеки, архіви), основними функціями яких були і є зберігання, вивчення і популяризація культурної спадщини, відповідно до запитів і потребами суспільства на кожному з етапів його розвитку.

Регіон (лат. regio – царина, царство) – в давнину земля, край, князівство тощо, сьогодні – велика територіальна одиниця. У фізичній географії – узагальнена назва одиниць фізико-географічного районування будь-якого

таксономічного рангу, в історіографії – історико-географічний регіон. Виділяють також географічну теорію регіонального розвитку [20].

Як стверджує Міністерство культури України, Історико-культурна спадщина – це духовний, економічний і соціальний капітал надзвичайно високої цінності, який є головною складовою національної самоповаги і відповідного представлення нашої країни на міжнародному рівні.

У результаті взаємовпливу різних культур впродовж тривалого історичного часу утворилося неповторне історико-культурне середовище – все, що оточує нас та є надбанням нашого минулого – місцева церква, вулиця, міський парк чи міст, замок, монастир чи громадська будівля.

Історико-культурну спадщину можна визначити як спадщину фізичних артефактів (культурних цінностей) та нематеріальних атрибутів групи чи суспільства, успадкованих з минулого.

Вивчення проблем, пов'язаних із культурною спадщиною, дає змогу визначати, як приймаються рішення, що впливають на її долю, організувати необхідну і важливу для громади діяльність, спричиняючи позитивні зміни в її історичному середовищі. У процесі дослідження молоді люди отримують стале відчуття приналежності до місцевої спільноти, вчать приймати самостійні рішення, прогнозувати, яким вони хочуть бачити своє довкілля у майбутньому.

На думку В. А. Смолія, Культурна спадщина – це сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини, результат духовної і матеріальної діяльності [44]. Концепція, яка пропонує місток між минулим та майбутнім із застосуванням певних підходів у сьогоденні. Завдяки наданим цінностям для цих груп чи суспільств, культурна спадщина зберігається і нині та передається на благо майбутніх поколінь.

У Конвенції ЮНЕСКО про охорону всесвітньої і природної спадщини (прийнята в 1972 р, ратифікована в 1975 р) культурну спадщину складають:

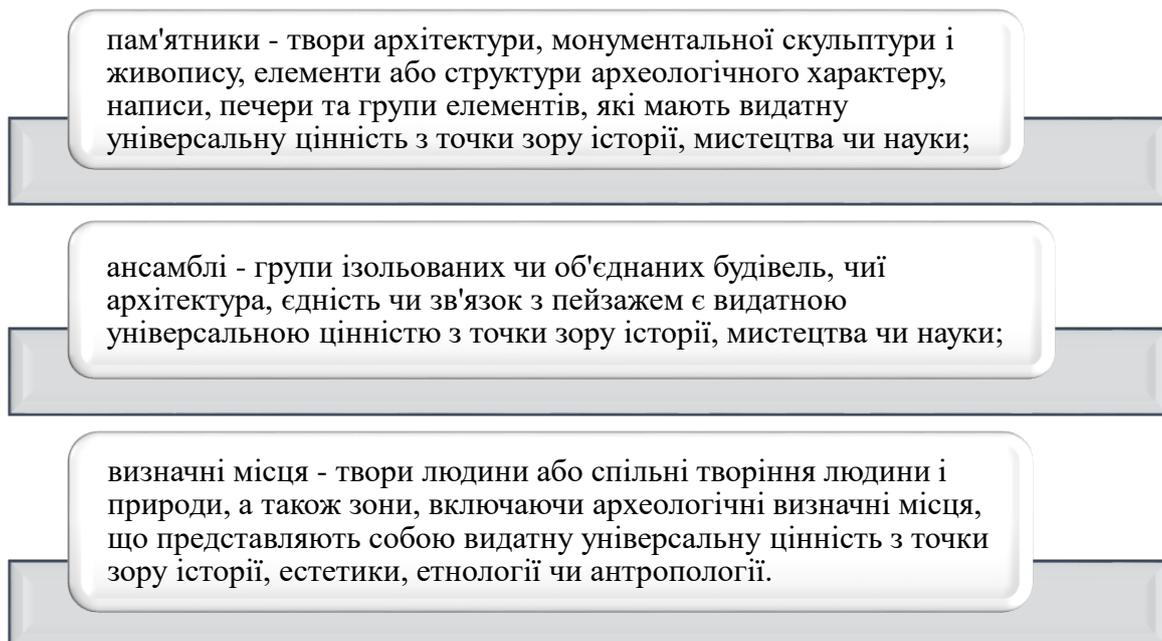


Рис. 1.1. Складові культурної спадщини [9]

Світова культурна спадщина відіграє ключову роль і є відправною точкою відліку еволюції суспільства. Ідея всесвітньої спадщини ЮНЕСКО унікальна в силу свого універсального застосування. Захист об'єктів всесвітньої спадщини – загальний борг всіх народів світу, незалежно від території, на якій вони проживають. Таким чином, мета ЮНЕСКО – розпізнавати, охороняти і оберігати загальне спадщину в усьому світі, особливо в місцях, де воно може виявитися під загрозою в стрясають конфліктами товариства або піддане стихійних лих.

Головна мета списку всесвітньої спадщини – зробити відомими і захистити об'єкти, які є унікальними в своєму роді. Для цього і через прагнення до об'єктивності були складені оціночні критерії. Спочатку (з 1978 роки) існували тільки критерії для об'єктів культурної спадщини – цей список налічував шість пунктів. Потім для відновлення рівноваги між різними континентами з'явилися природні об'єкти і для них список з чотирьох пунктів. І, нарешті, в 2005 року, всі ці критерії були зведені воедино, і тепер кожен об'єкт всесвітньої спадщини має в своєму описі хоча б один з них. Культурні та природні критерії, що пред'являються ЮНЕСКО наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Культурні та природні критерії ЮНЕСКО [27]

Культурні критерії	Природні критерії
<p>1. Об'єкт являє собою шедевр людського творчого генія;</p> <p>2. Об'єкт свідчить про значний взаємовплив людських цінностей в даний період часу або в певному культурному просторі, в архітектурі або в технологіях, в монументальному мистецтві, в плануванні міст або створенні ландшафтів;</p> <p>3. Об'єкт є унікальним або, принаймні, винятковим для культурної традиції або цивілізації, яка існує до цих пір або вже зникла;</p> <p>4. Об'єкт є видатним прикладом конструкції, архітектурного, технологічного ансамблю або ландшафту, які ілюструють значущий період людської історії;</p> <p>5. Об'єкт є видатним прикладом людських традиційних споруд, з традиційним використанням землі або моря, будучи зразком культури (або культур) або людської взаємодії з навколишнім середовищем, особливо якщо вона стає вразливою через сильний вплив незворотних змін;</p> <p>6. Об'єкт безпосередньо або матеріально пов'язаний з подіями, з ідеями, віруваннями, з художніми або літературними творами і має виняткову світову важливість (ЮНЕСКО вважає, що цей критерій краще використовувати разом з яким-небудь ще критерієм або критеріями).</p>	<p>1. Об'єкт являє собою природний феномен або простір виняткової природної краси і естетичної важливості;</p> <p>2. Об'єкт є видатним зразком головних етапів історії землі, в тому числі пам'яток минулого, символом геологічних процесів в розвитку рельєфу або символом геоморфологічних (наука про рельєф Землі) особливостей;</p> <p>3. Об'єкт є видатним зразком екологічних або біологічних процесів в еволюції і розвитку земних, прісноводних, берегових і морських екосистем і рослинних і тваринних співтовариств;</p> <p>4. Об'єкт включає в себе найбільш важливу або значне природне місце існування для збереження в ній біологічного різноманіття, в тому числі зникаючих видів виняткової світової цінності з точки зору науки і охорони.</p>

Основна ціль конвенції полягає у збереженні та захисті об'єктів, які є унікальними в своєму роді. Цей документ отримав реальне світове визнання. Постійно розширюється коло держав, що приєдналися до Конвенції, щорічно до розгляду подаються документи на нові пам'ятники культури або природні об'єкти. У Конвенції підкреслюється взаємозв'язок і єдність природної і культурної спадщини, що виступають в цій єдності як невід'ємні складові національної спадщини.

Концепція культурної спадщини розвивається як результат складних історичних процесів і постійно розвивається. Концепція культурної та природної

спадщини базується на історичних системах цінностей. Ці цінності визнаються різними групами людей. Ідеї, розроблені та прийняті цими різними групами, створюють різні категорії культурної та природної спадщини (світова спадщина, національна спадщина тощо).

Об'єкти культурної спадщини символічні. Вони представляють ідентичність з точки зору культури та природного оточення. Зв'язок та традиційна діяльність навколо цих об'єктів створюють відчуття спільності. У той же час вибір того, які об'єкти, пам'ятки чи природні середовища зберігаються, задає майбутню траєкторію культурного та суспільного консенсусу як про минуле, так і про сьогодення [14].

Виникнення концепції культурної спадщини є результатом тривалого історичного розвитку, в якому пам'ятки, будівлі, витвори мистецтва, артефакти, пейзажі тощо, накладалися на різні цінності. Ці ідеї були розроблені через розуміння того, що культурна спадщина та природне середовище, з яким вона тісно пов'язана, є унікальною та незамінною. Виникнення концепції безпосередньо пов'язане з ідеєю охорони чи збереження.

З 19 століття концепція національної спадщини була одним із ключових факторів цього процесу. Це призвело до створення національних музеїв та комісій чи установ охорони пам'яток.

У другій половині 20 століття розвиваються організації, і політичні групи – такі, як міжнародний орган ЮНЕСКО – досягли успіху в отриманні необхідної підтримки для збереження деяких конкретних аспектів спадщини багатьох націй, включаючи такі концепції, як світова спадщина [19].

Природна спадщина також є важливою частиною спадщини суспільства, охоплюючи сільську місцевість і природне середовище, включаючи флору і фауну, а також геологічні елементи. Такі об'єкти спадщини часто служать важливою складовою туристичної індустрії країни, приваблюючи багато відвідувачів як з-за кордону і місцевих. Спадщина також може включати культурні ландшафти (природні особливості, які можуть мати культурні атрибути).

Питання управління культурною спадщиною включають (рис.1.2):



Рис. 1.2. Управління культурною спадщиною [35]

Зараз, у 21 столітті, краще зрозуміти, що спадщина має значення на багатьох рівнях, які можуть бути розроблені та використані у всьому світі. Культурна спадщина є предметом дослідження низки гуманітарних, соціальних та екологічних досліджень. Рішення питань культурної спадщини та управління ресурсами найкраще досягати шляхом визнання розбіжностей суперечливих інтересів з метою пошуку спільної мови.

Існує думка, що культурна спадщина – це свого роду скарбниця матеріальних і духовних творінь минулого, що мають різні джерела походження, виступаючих різними за характером фактами і свідченнями.

Такими, можуть бути археологічні знахідки (Предмети побуту, прикраси, знаряддя праці тощо), природно ландшафтне (садово-паркові ансамблі, садибні комплекси), предмети матеріальної культури (старовинні верстати, прилади, меблі, начиння і т.п.), письмові джерела (державні акти, літописи, книги, щоденники, листи, періодичні видання і т.п.), твори мистецтва, фотографії і інші свідчення минулого [9].

Таким чином, культурна спадщина є центральною ланкою існування і розвитку культури, соціуму і окремої людської особистості, що визначає його високу потенційну значимість в будь-якій соціально-культурній ситуації.

Багатство закладених в ньому можливостей і функцій можна розглядати як відправну точку в розробці будь-яких програм його включення в простір сучасності.

Надалі доцільно розглянути особливості туристичних ресурсів та їх класифікацію.

1.2. Особливості туристичних ресурсів та їх класифікація

Туристичні ресурси — сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності і які при сучасній та перспективній структурі рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях, використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту.

Любіцева О.О. дала таке визначення туристичним ресурсам – це частина туристсько-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою [33].

На думку І.В. Смаль туристичні ресурси це – сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їхніх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності й які за сучасної та перспективної структури рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту [44].

Первинними туристичними ресурсами є ті, що існують або спочатку існували для нетуристичних цілей. Вони були створені з іншою метою. Типові приклади включають природний ландшафт (наприклад, гори, тропічні ліси, коралові рифи), культові споруди (такі як мечеті та храми) та оборонні ділянки (замки, міські стіни).

Вторинні туристичні ресурси – це ті, які були навмисно побудовані для задоволення потреб туристів. Прикладами можуть бути готелі, ресторани та тематичні парки.

Якщо основною привабливістю є первинний ресурс, тоді для зростання туризму в певному місці будуть потрібні вторинні ресурси, такі як розміщення в готелях та транспортна інфраструктура.

У сільській місцевості часто зустрічається, що весь природний ландшафт є основним туристичним ресурсом, навіть якщо він сильно модифікований людьми через землеробство, видобуток корисних копалин, лісове господарство та поселення. Є також побудовані людиною первинні туристичні ресурси, такі як замки, величні будинки, стародавні руїни.

Для визначення туристських ресурсів використовуються такі механізми (рис. 1.2.):

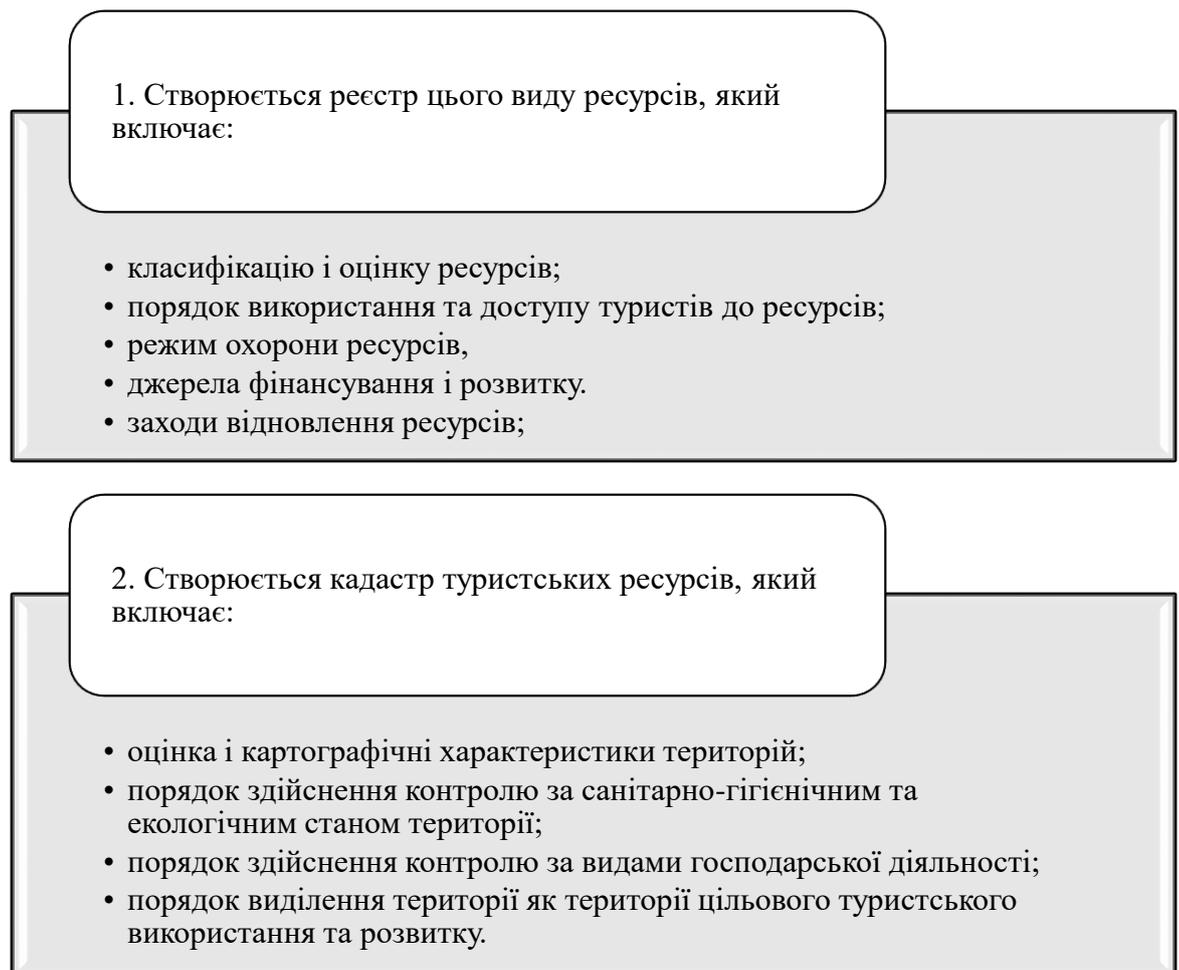


Рис. 1.2. Механізми визначення туристських ресурсів [14]

Там, де немає жодних туристських ресурсів, туризму не може бути. Окремі туристські ресурси мають лише обмежені можливості, оскільки в даному випадку відвідування об'єктів туристського інтересу може бути пов'язано з небезпекою для життя людини.

Туристичні ресурси діляться на природні і соціально-економічні. Туризм, як ніяка інша галузь, зацікавлений в постійному збереженні і поліпшенні природного середовища - найважливішого свого ресурсу. У свою чергу природні туристські ресурси можна класифікувати за тими ж ознаками, за якими географи класифікують природні (природні) ресурси.

Туристичні ресурси можна розглядати за різними критеріями (рис. 1.3):

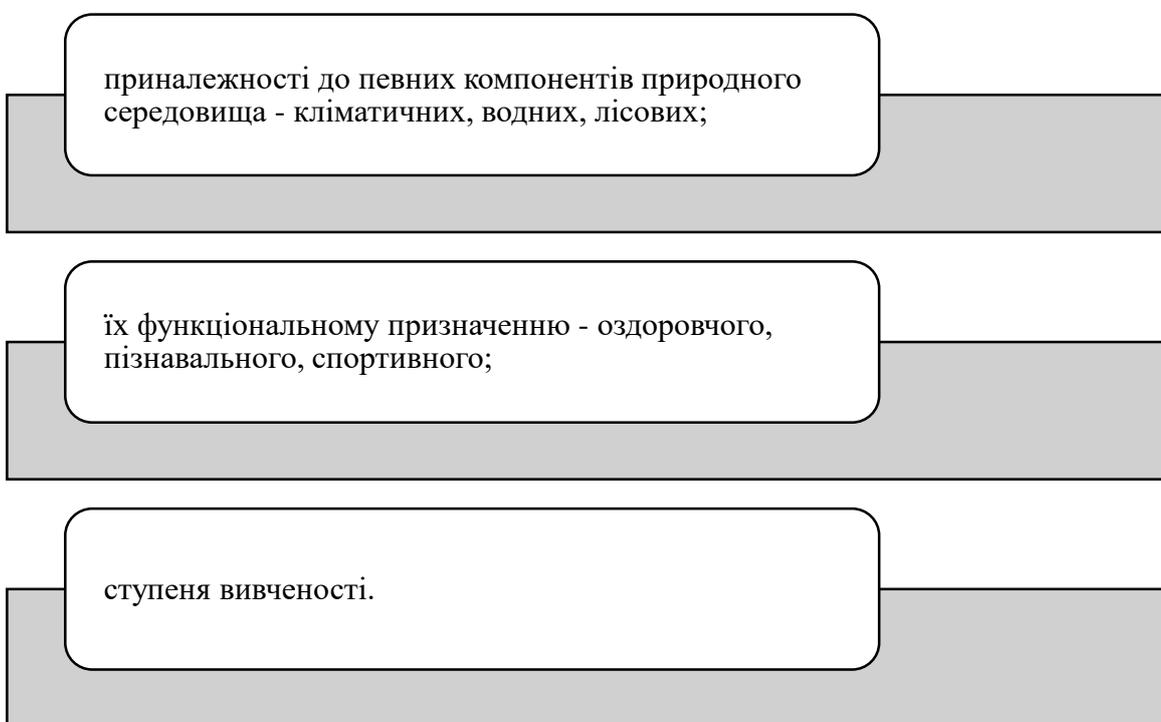


Рис. 1.3. Критерії класифікації туристичних ресурсів [41]

До соціально-економічних туристських ресурсів можна віднести історико-культурні об'єкти (пам'ятники і пам'ятні місця, музеї і т. д.) І явища (етнографічні, політичні і т. д.); крім того, для розвитку галузі необхідні фінансові, матеріальні та трудові ресурси.

Всесвітня туристська організація запропонувала всі ресурси розділити на сім великих груп рис. 1.4.

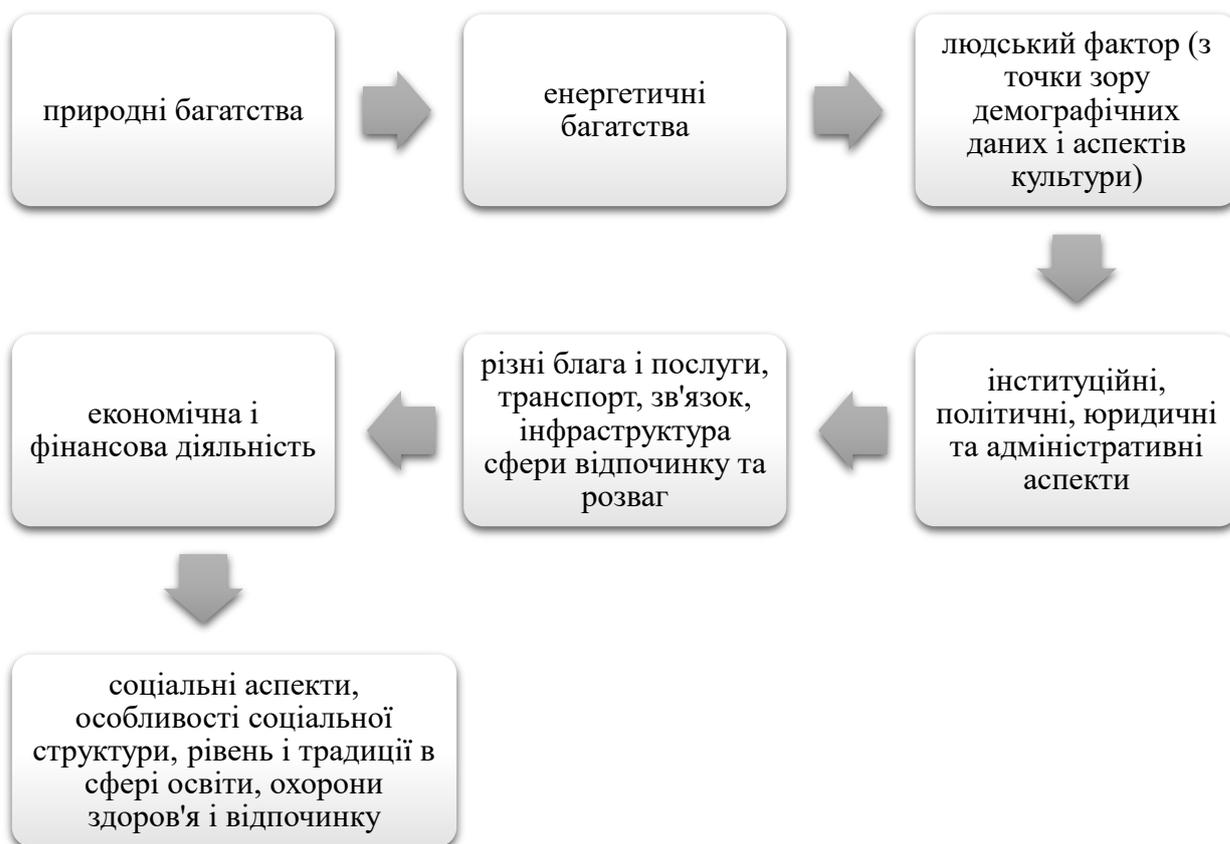


Рис. 1.4. Ресурси за класифікацією ВТО [27]

Таке групування ресурсів дозволяє найбільш раціонально і комплексно підійти до формування та оцінки туристських продуктах на різних рівнях, включаючи національний, регіональний та місцевий.

Туристична ресурсна база має важливе значення в процесі планування, розвитку та управління туризмом. Ключовими компонентами туристичної ресурсної бази є потенційні та реальні туристичні атракції, які, зрештою, визначають структуру кінцевого туристичного продукту призначення. Враховуючи таку важливість туристичної бази, необхідно визначити, скласти каталог та оцінити кожну існуючу та потенційну визначну пам'ятку, доступну в пункті призначення.

Туристичні ресурси умовно діляться на природні (природного походження) і штучні (створені в результаті людської діяльності). Динамічний розвиток туризму і рекреації потребує розвитку і тих і інших ресурсів, оскільки навіть при дуже високій цінності природних ресурсів відсутність сучасної

інфраструктури, засобів зв'язку, підприємств спорту і дозвілля негативно відіб'ється на значущості території як туристичного центру.

До основних властивостей туристських ресурсів відносяться (рис. 1.5.):



Рис. 1.5. Властивості туристичних ресурсів [15]

Існують також такі різновиди рекреаційних і туристичних ресурсів як природно лікувальні та туристично інформаційні ресурси.

Туристично лікувальні ресурси – рекреаційні ресурси, призначені для лікування та відпочинку населення, що відносяться до особливо охоронюваним природним об'єктам і територіям, які мають свої особливості у використанні і захисту.

Туристично інформаційні ресурси – інформація про територію, її історії, культури, природі і людях, отримана туристами безпосередньо під час подорожі, в ході підготовки до нього або після деякого часу [38].

Туристичні ресурси прямо або побічно використовуються для отримання економічної вигоди. Організовуючи екскурсію до цікавого об'єкту туристського показу, туроператор або екскурсійне бюро безпосередньо отримують вигоду від своєї діяльності, сприяючи тим самим відтворення даного туристичного ресурсу. Будуючи готель в привабливій туристичній зоні, підприємець побічно

користується природними ресурсами, що забезпечують приплив туристів в регіон. Рекреаційні ресурси не завжди можуть бути використані з матеріальною користтю.

При класифікації туристських ресурсів умовно можливо об'єднати їх в три групи: класифікації за складом (по утворюючим факторам і елементам, функціональної придатності), класифікації за оціночними параметрами якості туристичних ресурсів, класифікації за характеристиками, не пов'язаним з оціночними (якісними) показниками туристських ресурсів.

Туристичні ресурси можна визначити як ті фактори, які дають змогу отримати туристичний досвід, і включають (рис.1.6):



Рис. 1.6. Різновид туристичних ресурсів за факторами [20]

Матеріальні туристичні ресурси включають в себе туристичні визначні пам'ятки, історичні місця, пляжі, національні парки, заходи, культурні споруди, спортивні заходи тощо. Ці визначні пам'ятки спочатку будуть важливі для мотивації відвідувача до поїздки до місця призначення.

Проживання в місці призначення. Сюди входить проживання, яке відповідає потенційному відвідувачеві з точки зору місця розташування, ціни, якості та типу, і воно повинно бути знайдене до підтвердження рішення про відвідування (близько 50% витрат відвідувача на житло). Якщо підходящого житла не знайдено, пункт призначення цілком неможливо відвідати.

Транспорт – основні дороги, залізничні, морські та повітряні сполучення. Навіть якщо в пункті призначення є якісні атракції та житло, відвідувачі будуть утримуватися від відвідування, якщо не існує хороших транспортних зв'язків.

Інші ресурси – приміщення для проведення конференцій, які будуть важливими для залучення ділових відвідувачів [33].

Нематеріальні ресурси включають в себе репутації. Репутація пункту призначення щодо співвідношення ціни та якості, якості обслуговування, гостинності тощо.

Імідж пункту призначення щодо безпеки, унікальності досвіду, що пропонується, готовності прийняти туристів тощо.

Культура призначення, наприклад гостинність туристів, гостинність, спосіб життя тощо.

Людські ресурси включають в себе:

навички, кваліфікацію та досвід;

трудова етикетка;

навчальні системи та схеми.

Фінансові ресурси включають:

інвестиційний капітал;

державний капітал на послуги, інфраструктуру тощо;

фінанси для розвитку та збуту туризму тощо [11].

Ресурси спадщини (першоджерела) часто є головним мотиватором стимулювання подорожей до місць призначення. Найвідоміші визначні пам'ятки у світі – природні об'єкти, національні парки, об'єкти світової спадщини та інші ресурси спадщини.

Потенціал розвитку туризму в будь-якій області значною мірою залежить від наявності рекреаційних ресурсів на додаток до таких факторів, як клімат, пори року, доступність, ставлення місцевих жителів та туристів до природи та масштабів розвитку туризму, існуючих об'єкти туристичного плану та ступінь їх подальшого розвитку в рамках переважаючих обмежень природного, культурного та фінансового середовища.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що дослідники сфери туризму часто не ставлять перед собою окрему задачу систематизації видів і типів ресурсів. З розглянутих класифікацій більш повно представлена класифікація туристських ресурсів Л.П. Людвіга, але й вона вимагає змін, так як не враховує людські та інформаційні ресурси, які мають специфічні особливості і є необхідними для включення в туристичні ресурси, використовувані як для організованого, так і для самостійного туризму.

1.3. Характеристика туристичних ресурсів Занзібару

Занзібар – одна з країн, де туризм має успіх. Сектор туризму в Занзібарі – чи не найуспішніший розділ, який острів отримав незалежність близько 51 року тому. На відміну від багатьох інших держав, де успіх у туристичній галузі не зовсім помітний, на Занзібарі успіх цієї галузі помітний, оскільки всі отримують вигоду прямо чи опосередковано.

Білий кораловий пісок і натягнуті між пальмами гамаки – ось типова картинка пляжів Занзібару. З півночі на південь курорт простягається на 100 км, а з заходу на схід – всього на 40 км. Найпопулярніші пляжі знаходяться в основному на сході, там, де уздовж узбережжя тягнеться бар'єрний риф. При виборі потрібно враховувати особливості пляжів – гігантська амплітуда припливів і відливів на східному узбережжі (море йде на 1,5-2 км) і практично повна відсутність звичної інфраструктури поза готелів: ніяких шезлонгів, душових і роздягалень (не стосується Нунгві).

Архіпелаг Занзібар або Занзібарський архіпелаг (суах. Funguvisiwa la Zanzibar) – острівний архіпелаг в Індійському океані, поруч із східноафриканським узбережжям Суахілі. На правах автономії входить до складу Танзанії. Найбільші острови архіпелагу – Занзібар та Пемба. Найбільше місто архіпелагу – Занзібар (на острові 257 тисяч жителів станом на 2003 р.). Клімат теплий і дуже вологий. (рис.1.2).



Рис. 1.7. Острів Занзібар, Танзанія [54]

Занзібар – острів, що належить Танзанії і омивається з усіх боків теплим Індійським океаном. Це ті самі безкрайні пляжі з білосніжним піском і чистою бірюзовою водою які можна побачити в рекламі, а також коралових та вапнякових уламків, які дозволяють проводити значну кількість дайвінгу та підводного плавання. Це надихаюча природа і захоплюючий місцевий колорит.

Занзібар розташований в субекваторіальній зоні. Тип клімату на острові – мусонний морської. На відміну від більшості територій континентальної Танзанії тут вище показники відносної вологості.

Купатися бажано в головному уборі. Температура коливається від +26 за Цельсієм в червні, липні, серпні до +40 в грудні, січні, лютому. Тому літні місяці так люблять італійці, яких на Занзібарі 90%. Українські туристи – летять на Занзібар із Києва, Одеси, Харкова саме взимку. Українці досить добре переносять спеку, а в обідній час звичайно краще провести в тіні і не виходити на пекуче сонце на довго. Легко можна отримати тепловий удар. Зате в 16.00 – спека остаточно спадає.

Як такого яскраво вираженого сезону дощів на Занзібарі немає. Але самими мокрими можемо назвати квітень, травень і листопад. Але все частіше місцеві жителі кажуть, що сезони змішалися і абсолютно не зрозуміло коли піде дощ.

Занзібар вже багато років є туристичним напрямком. Оскільки туристична індустрія в Танзанії зростала і швидко розвивалася, острів Занзібар отримав лідируюче місце в туристичній галузі серед туристів. Це пов'язано з тим, що Занзібар має прекрасні пляжі та численні визначні пам'ятки. За кілька років острів Занзібар здобув високу репутацію на світовому рівні, в результаті тисячі туристів та іноземних відвідувачів почали відвідувати Занзібар.

Власники малого бізнесу, банки, рибні торговці, банки, валютні бюро, ресторани, постачальники транспортних послуг, продуктові магазини, розважальні заклади – це пряма або опосередкована вигода від туризму. Деякі компанії можуть думати, що вони не є бенефіціарами, але правда полягає в тому, що всі вони так чи інакше. Навіть продавці продуктів харчування, відомі на місцевому рівні під назвою «Мама ліше», отримують вигоду від туризму. Працівники на вулицях, ринках та морських портах також отримують вигоду від туризму.

За останні роки було створено кілька організацій та асоціацій. Сюди входять (рис.1.8):

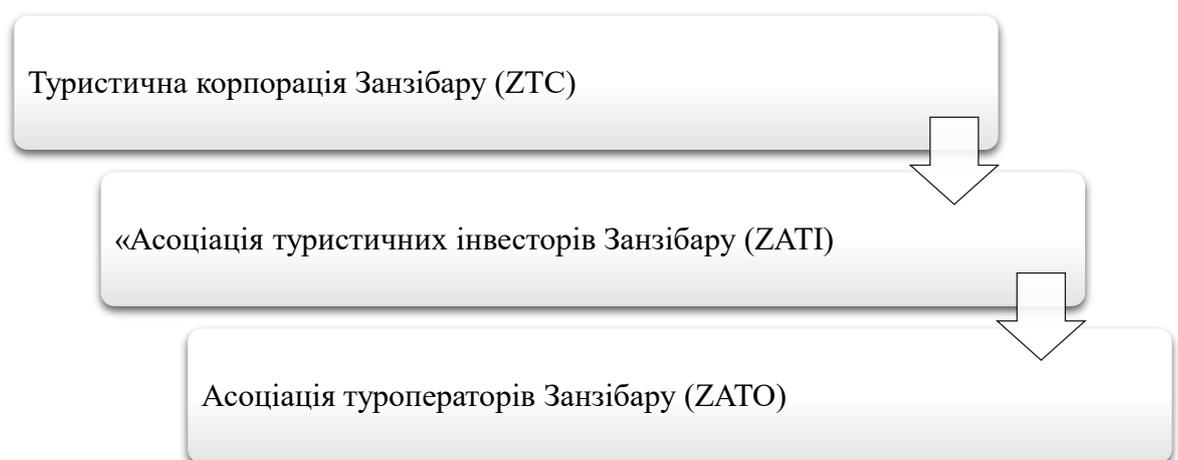


Рис. 1.8. Корпорації та асоціації туризму Занзібару [49]

Туризм також позитивно вплинув на інфраструктуру. Аеропорти, дороги, медичні служби, поліція поступово вдосконалюються для обслуговування туристів та місцевих жителів. Здебільшого туристи використовують ту саму інфраструктуру, що і місцеві жителі, тому уряд, намагаючись просувати туризм, робив усе можливе, щоб інвестувати та підтримувати місцеву інфраструктуру та державні послуги.

Туристична індустрія швидко розвивається в Танзанії; тисячі іноземних туристів щороку висаджуються в Занзібарі. Вони охочі випробувати, дослідити і побачити диких тварин і старий таємничий острів Занзібар із чудовою змішаною культурою та природою. Загалом туристична індустрія приносить Занзібару багато позитивних наслідків та багато переваг.

Занзібар багатий на туристичні ресурси (рис.1.9):

<p>Природні ресурси</p> <ul style="list-style-type: none"> • Пляжі • Унікальна природа • різноманіття флори та фауни
<p>Традиції</p> <ul style="list-style-type: none"> • Релігія • Традиційна їжа
<p>Споруди</p> <ul style="list-style-type: none"> • Старі замки • Історичні місця рабів

Рис. 1.9. Туристичні ресурси Занзібару [40]

Усі пляжі мають пологий спуск у воду, тому майже кожен пляж підходить для відпочинку з дітьми. На деяких пляжах є коралова кірка та морські їжаки.

Деякі чудові пляжі Занзібару включають Падже, Кендва, Нунгві, Кізімкадзе, Понгве та Кам'яне місто (табл.1.2).

Найкращі пляжі Занзібару [51]

Пляж	Опис
Кендва	Пляж Кендва найбільш відомий своїми вечірками повного місяця на скелях Кендва, що робить його одним з найкращих пляжів Занзібару для молоді. а Кендве відмінний пісок і дуже комфортний вхід в море. Це один з небагатьох пляжів на Занзібарі, де глибина настає швидко і впевнено.
Нунгві	Одним з найкращих пляжів на півночі Занзібару. На ньому розташовані бари і ресторани. В меню різноманітні морепродукти на грилі, гарніри, піца та інше. А під час відливу океану можна знайти морських зірок.
Падже	У сезон тут збираються на кайтінг тисячі любителів цього екстремального виду спорту, тому краще заздалегідь вивчити відгуки, вибрати готелі і зробити бронь.
Стоун-Таун	Розташований поруч порт робить купання в океані некомфортним, однак Стоун-Таун популярний серед дайверів. Тут дуже багатий, красивий і різноманітний підводний світ. Місцевість підходить для екскурсій і знайомства з багатою культурою Танзанії та Занзібару.
Понгве	Розташований на південь від Ківенгви, в невеликому двокілометровій затоці, майже в центрі східного узбережжя Занзібару. Майже дикий, але досить гарний пляж з широкою смугою чистого піску. Відливи тут теж дуже великі, і в відлив Понгве трохи нагадує Ківенгву – каменів поменше, але дрібно і є водорості.
Матемве	Ці пляжі ще розвиваються. Проте, інфраструктура за межами курорту практично повністю відсутня. Океан в відлив відступає дуже сильно, як і на всьому східному узбережжі, завдяки чому можна пішки прогулятися до бар'єрного рифа в 700 метрах від берега.
Кізімкадзе	На Кізімказі купатися практично неможливо, та й пляжна смуга вузька. Багато кам'яних плит, каменів, водоростей. Інфраструктура поза готелів слабка, хоча поруч з пляжем досить велика село Кізімказі. Головна особливість цього місця – дельфіни, за якими можна поспостерігати і навіть з ними поплавати. На відповідні екскурсії сюди привозять туристів з усього острова.

На півночі Занзібару, на відміну від сходу, припливи і відливи майже непомітні. Це робить Нунгві прекрасним місцем для плавання в будь-який час доби. Білосніжний піщаний пляж відомий і своїми вечірк. Кендва межує з Нунгві, це пляж з більш розвиненою інфраструктурою, з великою кількістю готелів і ресторанів. Це місце з білосніжним піском та неймовірно блакитною водою. Тут ви зможете покататися на водному скупері, спробувати парасейлінг.

Ще одним цікавим місцем яке варто відвідати, це острів черепах або Призон.(рис. 1.9).

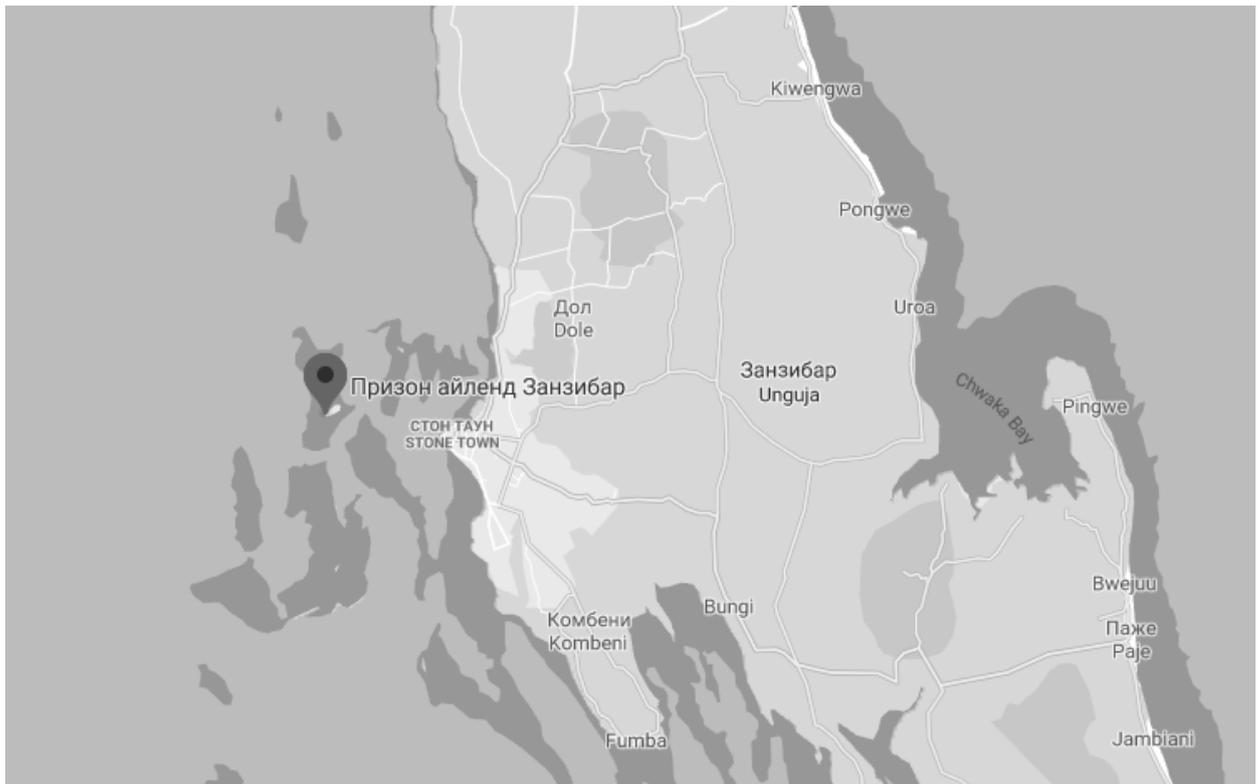


Рис. 1.9. Острів Призон айленд. Занзібар [54]

Історія черепащачого острова бере початок в 1919 році, коли губернатор британської колонії на Сейшельських островах надіслав в дар Занзібару гігантських черепах з острова Альдабра, пізніше оголошеного об'єктом Всесвітньої Спадщини ЮНЕСКО.

Їх куполоподібний панцир досягає в довжину 105, а іноді і 120 см. З такими показниками Сейшельські велетні займають друге місце серед найбільших черепах в світі.

Іншою відмінною рисою цих рептилій є їх вік – окрема особа в неволі доживали до 250 років.

Гостям разом з вхідним квитком видають пучок соковитої зелені, улюбленої черепашками. Спокійні і неповороткі створення не тільки із задоволенням пригощаються з рук туристів, а й із задоволеним виглядом витягують шиї у відповідь на почісування [52].

При годуванні варто бути обережними, оскільки черепащачі щелепи стискаються сильно.

Однак свою назву острів отримав через те, що на ньому знаходиться занедбана в'язниця. Пікантності перебуванню додають чутки про засекречену в минулому підвалів будівлі в'язниці, куди і до цього дня вхід туристам суворо заборонено. Тільки дійсно компетентний гід може розповісти всю правду допитливим мандрівникам.

Найпопулярніші пам'ятки Занзібару наведено в табл.1.3.

Таблиця 1.3

Найпопулярніші пам'ятки Занзібару [53]

Пам'ятка	Характеристика
Скеля гепардів	Притулок, де дикі тварини не сидять в клітках, а вільно гуляють в природній для них середовищі. Раніше кожен з мешканців був врятований, в заповіднику з тваринами працюють ветеринарні психологи, тому всі звірі не агресивні і доброзичливі до відвідувачів. Господиня заповідника проводить для туристів екскурсії по території. З тваринами можна сфотографуватися, пограти і погодувати.
Будинок чудес в Стоун-Тауні	Резиденція султана Саїда Баргхаша, побудована в вікторіанському стилі в кінці XIX століття. «Чудовим» це місце назвали тому що тут було проведено перший в місті водопровід, встановлений ліфт, включено електрику, що в подальшому вплинуло на розвиток інших зручностей і зовнішніх комунікацій для більш комфортного життя місцевих жителів. Тут можна дізнатися більше про національні традиції і звичаї, спорудити рибальські дерев'яні човни «доу» і отримати насолоду від панорамою навколишніх садів і океану з палацової тераси на верхньому поверсі
Острів Чанг	Останні кілька років це популярне туристичне місце для пляжного відпочинку. На піщаному узбережжі розташовано кілька дайв-точок. Острів сам по собі кораловий. Ще одна неофіційна назва Чанга – «острів черепах». Тут мешкають близько двадцяти черепах Альдабра. Вік деяких перевищує сотню років.
Печери Мангапвані	Вони складаються з двох гуртів. Один – природного походження з озером, а другий – створений штучно з метою тимчасової «перетримки» рабів. Їх привозили сюди, а потім перенаправляли за океану в інші країни. Тут часто проводяться екскурсії, гіді розповідають про історію работоргівлі і боротьби за свободу.
Заповідник Джозані	Джозані розташований недалеко від пляжу Кізімказі. У заповіднику мешкають хамелеони, дикі кішки, метелики, екзотичні птахи і антилопи суни, а також червоні коло буси – рідкісний вид мавп, який можна зустріти тільки на Занзібарі.
Квартира-номер Фредді Меркьюрі	Будинок, де народився Фредді Меркьюрі. Мало хто знає про те, що вокаліст групи Queen народився і жив на Занзібарі до 5 років, однак саме тому знаменитість часто називають першою азіатською рок-зіркою.

Стоун Таун – Історія Кам'яного міста. Він знаходиться на західному узбережжі. Місцезнаходження його не випадкове – звідси найближче до

материкової Танзанії, і це ідеальне місце для зупинки морських суден, що курсують між Африкою та Азією.

Також обов'язковим місцем для відвідування є Стоун Таун – кам'яне серце Занзібару.

Занзібар завжди був центром рибальства, мореплавання і торгівлі. Тому розташована тут колись рибальське село полюбилася арабським работорговцям, віно стало їх перевалочною базою і концентраційним табором. Тут невільників, невеликими партіями перевезених з материка, вантажили на великі кораблі і відправляли в далекі країни.

Поселення розросталося, в ньому з'явилися кам'яні будівлі: форт, будинки багатих купців, мечеті. Потім Занзібар колонізувала Португалія, і протягом двох століть Стоун Таун розростався вже під керівництвом європейців. Але до кінця 17 століття їх знову почали активно витісняти араби, поступово над Занзібаром встановив панування Оманський султанат, а пізніше було виділено окремий – Занзібарський. В архітектурі старого міста видно вплив колоніальної Британії [56].

В середині 19 століття Занзібар став столицею і місцем проживання султана. На цей же час довелося створення великих плантацій спецій. Торгівля спеціями стала неабияким економічним підмогою для султанату і приносила непоганий прибуток. Тому місто Занзібар стрімко розростався.

Лабіринти вузьких вуличок старого міста в яких не може проїхати ні тролейбус, ні маршрутка, найчастіше в них не може втиснутися навіть звичайний автомобіль. Так що всі місцеві жителі ходять пішки або їздять на велосипедах, скутерах.

Унікальні двері будівель в Стоун Тауні завжди дивують туристів і привертають увагу – особливо прикрашають їх візерунки і металеві шипи. Особливо просунуті гіді – любителі створювати легенди – розповідають, що шипи призначені для захисту від слонів [53].

Хоча місто Стоун Таун невеликий за площею, кількість культових споруд в ньому просто неймовірне – одних тільки мечетей – 50! А ще є храми інших

релігій, правда, в набагато меншій кількості, адже 90% місцевого населення складають мусульмани. (До речі, саме тому тут не рекомендується ходити в надмірно відвертому одязі). Також тут багато ринків і різних торгових точок.

Стоун Таун внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, але його унікальним старовинним будівлям це особливо не допомогло. Багато з них знаходяться в відверто жалюгідному стані [52].

Отже, Занзібар відомий як острів спецій на східному узбережжі Африки. Сьогодні багато звивистих вулиць та високих кам'яниць старого Кам'яного міста залишаються незмінними, і відвідувачі можуть прогулятися між султанським палацом, Будинком чудес, португальською фортецею та садами, будинками купців та турецькими лазнями старого міста. Цілоденні екскурсійні спеції на робочі плантації пропонують відвідувачам можливість спостерігати за вирощуванням гвоздики, ванілі, мускатного горіха, кориці та інших спецій, які прославили острів.

Висновки до розділу 1

1. Для розвитку екскурсійно-туристичної діяльності, особливо історико-культурного спрямування, дуже велике значення має вивчення культурної спадщини того чи іншого регіону. Проблема спадщини в силу його важливої ролі в збереженні культурного розмаїття, а отже, стійкого розвитку сучасного суспільства, вельми актуальна. Однак якщо питань збереження природної спадщини приділяється велика увага, то проблема культурної спадщини залишається недостатньо вивченою з географічної точки зору.

2. Існує безліч різних класифікацій туристських ресурсів. В першу чергу, туристські ресурси ділять на дві великі групи: безпосередні та непрямі. До перших відносяться переважно природні та історико-культурні ресурси, використовувані самими туристами і відпочиваючими (привабливість ландшафту, оздоровчі місцевості, об'єкти пізнання і т. д.). Непрямі (соціально-економічні) туристські ресурси залучаються для освоєння і використання

безпосередніх туристських ресурсів; їх поділяють на матеріальні, технічні, фінансові, трудові та інші.

3. До складу Танзанії входить острівної архіпелаг Занзібар. Він складається з островів Унгуйя, він же Занзібар, Пемба, Мафія і декількох дуже маленьких острівців. Занзібар – своєрідна автономія в політичному полі Танзанії. Головні плюси цього курорту – створені людиною і нерукотворні пам'ятки: багата і різноманітна культурна спадщина, ретельно зберігаються узбережжя, найчистіші прибережні води і безліч видів морських тварин. Кращі пляжі розташовані на південному сході острова, а розваги і нічне життя – на півночі.

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ НОВОГО ТУРУ ТА «ВЕСЬ СВІТТ»

2.1. Характеристика діяльності ТА «Весь світ»

Туристична агенція «Весь світ» діє на підставі виписки від імені фізичної особи-підприємця Косинського Сергія Григоровича та розташована за адресою м. Полтава, вул. Жовтнева 46 (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Детальна інформація про ФОП Косинський С. Г.

ППП фізичної особи	Косинський Сергій Григорович
Місце проживання	36009, Полтавська обл., місто Полтава, вулиця Опитна, будинок 6, квартира 174
Види діяльності	Код КВЕД 79.11 Діяльність туристичних агентств (основний); Код КВЕД 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність; Код КВЕД 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
Дата та номер запису про проведення державної реєстрації ФОП	Дата запису: 26.02.2008 Номер запису: 2 588 000 0000 018639

Дані органів державної статистики про основний вид економічної діяльності фізичної особи-підприємця, визначений на підставі даних державних статистичних спостережень відповідно до статистичної методології за підсумками діяльності за рік: Код КВЕД 79.11 Діяльність туристичних агентств.

Основною метою діяльності ТА «Весь світ» є розвиток виробничої діяльності, підвищення рівня якості створення та продажу турів та всієї туристичної продукції, отримання прибутку на вкладений капітал у сферу туризму та надання та здійснення різних послуг в цій галузі всім фактичним та потенційним клієнтам, не заборонених чинним законодавством України.

Предметом діяльності ТА «Весь світ» є (рис.2.1):

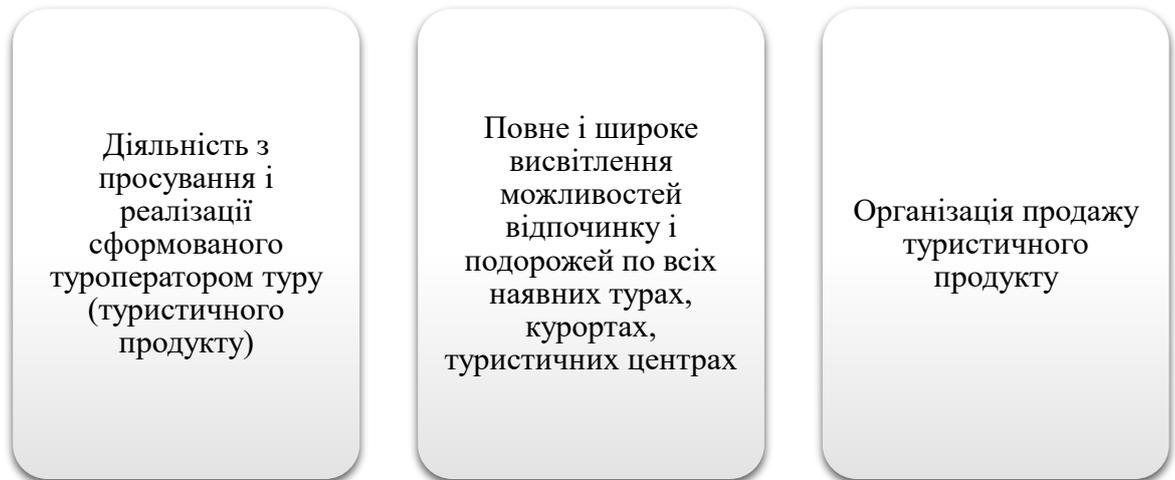


Рис. 2.1. Предмет діяльності ТА «Весь світ»

ТА «Весь світ», як суб'єкт діяльності на ринку туристичних послуг, задіяний в організації подорожей, турів і наданні послуг із розміщення для короткотермінового проживання на основі їх оптового та роздрібного продажу широкому колу споживачів або комерційним клієнтам.

Туристична агенція «Весь світ» співпрацює з широким колом туристичних операторів, що здійснюють свою діяльність на туристичному ринку України та за кордоном, зокрема: CoralTrevel, Феєрія мандрів, PegasTouristik, Туристичний клуб, Join UP!, TEZtour, GTOtrewel, Mouzenidistravel, TUI Україна.

У туристичній фірмі офіційно зареєстровано два працівника: директор та менеджер. Робочі місця забезпечені необхідною оргтехнікою та обладнанням. Підвищення кваліфікації працівників відбувається за рахунок рекламних турів, семінарів.

Очолює фірму Косинський Сергій Григорович.

Свою виробничу діяльність Туристична фірма «Весь світ» здійснює в місті Полтава. Фірма знаходиться за адресою: вул. Соборності 46, індекс 36014
тел.: (+38) 099-725-43-33, 067-833-83-83.

Ліцензія: АВ 392561 від 17.04.2008р. Рік утворення: 2008, організатором був Косинський Сергій Григорович.

В туристичній фірмі «Весь світ» діє лінійна організаційна структура управління підприємства – кожний працівник підпорядковується одному керівнику і одержує вказівки тільки від нього рис. 2.2.

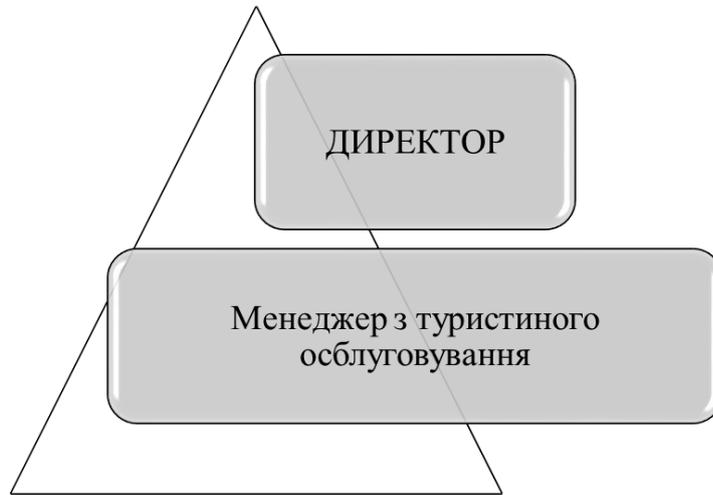


Рис.2.2. Організаційна структура управління ТА «Весь світ»

Це виключає отримання підлеглими суперечливих і не зв'язаних між собою розпоряджень, підвищує відповідальність керівника за результати роботи свого підрозділу. При цьому керівник відповідає за весь обсяг роботи.

Організаційна структура ТА «Весь світ» це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, які перебувають між собою в сталих відносинах, що забезпечує їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

Позитивне враження справляє ввічливе та люб'язне ставлення працівників туристичного агентства, що говорить про високий рівень комунікативних можливостей персоналу. Досвід та широкі знання в галузі туристичних подорожей персоналу дають можливість клієнтам отримати влучно та вигідно підібрану пропозицію чи пораду щодо вибору тої чи іншої послуги.

Головний принцип роботи персоналу з клієнтами полягає в індивідуальному підході до замовника, спрямованого на отримання клієнтом максимально можливого задоволення всіх його вимог до відпочинку. Тому, в першу чергу, усе починається з обговорення побажань клієнта.

Основні посадові обов'язки працівників туристичної агенції «Весь світ»:
 Директор ТА «Весь світ»:

Керує відповідно до чинного законодавства господарською і фінансово-економічною діяльністю турагентства, несучи всю повноту відповідальності за наслідки прийнятих рішень, схоронність і ефективне використання майна турагентства, а також фінансово-господарські результати його діяльності.

Займається розробкою поточних і перспективних планів реалізації турпродуктів, вивченням напрямків, що обслуговуються, і обсягів послуг, які надаються.

На директора лягає відповідальність всього турагенства перед клієнтами, сторонніми організаціями, бізнес-плани, договори тощо.

Стимулює підвищення ефективності наданих послуг, відповідальності й зацікавленості працівників у результаті.

Виплата заробітної плати своєчасно.

Відповідає за дотримання законності в трудовій діяльності турагентства і здійсненні його господарсько-економічних зв'язків, використання правових засобів для фінансового керування і функціонування в ринкових умовах, зміцнення договірної і фінансової дисципліни, регулювання соціально-трудова відносин.

Видає накази (розпорядження) по усіх напрямках діяльності турагентства.

Затверджує правила внутрішнього трудового розпорядку, графік відпусток, посадові інструкції, виробничі інструкції й інші організаційно-правові документи.

Приміщення Туристичної фірми «Весь світ» просторі та добре освітлені. В кольоровій гамі переважають спокійні пастельні тони. На полицях знаходяться статуетки-сувеніри з відвіданих країни (напр. з Тунісу та Єгипту тощо). В залах розміщені брошури із спеціальними відомими пропозиціями, проспекти маршрутів, які пропонує фірма та різна туристична література, яка надає інформацію про ті чи інші туристичні центри, готелі, визначні місця тощо, про послуги та основні організаційні моменти майбутньої подорожі.

Кожна фірма, що спеціалізується на туризмі, перебуваючи деякий час на ринку, потрапляє у свою нішу, знаходить цільову аудиторію та визначає

пріоритети діяльності як ринкового суб'єкта. Туристична агенція «Весь світ» пропонує такі види послуг (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Спектр послуг ТА «Весь світ»

Категорія послуг	Послуги
Авіаквитки	Консультації з підбору маршрутів авіаперельотів, правил застосування тарифів та вимог паспортно-візового режиму. Консультації з підбору маршрутів авіаперельотів, правил застосування тарифів та вимог паспортно-візового режиму. Бронювання та продаж авіаквитків на внутрішні та міжнародні авіалінії. Організація чартерних та бізнес-рейсів. Можливість конкретизації місць в салоні літака та замовлення спецхарчування (якщо ці послуги активовані авіакомпанією). Оформлення та підтримка бонусних програм для часто літаючих пасажирів провідних авіакомпаній світу. Реєстрація участі та підтримка програм лояльності авіакомпаній для юридичних осіб. Розробка та надання пільгових тарифів на маршрути та авіакомпанії (по досягненні визначених об'ємів продаж).
Залізничні квитки	Бронювання та оформлення залізничних квитків по Європі. Оформлення пільгових проїзних квитків на європейські залізничні дороги. Продаж залізничних квитків по Україні та країнам СНД.
Бронювання	Бронювання номерів в готелях, апартаментів, послуг трансферу та екскурсійних послуг за кордоном в режимі реального часу. Бронювання готелів по Україні.
Туристичне обслуговування	Індивідуальні та групові тури за кордон. Гарантовані блоки місць в готелях та на авіарейсах за найбільш популярними туристичними напрямками. Автобусні тури Європою. Відпочинок та лікування на Україні.
Додаткові послуги	Медичне страхування на час подорожі. VIP обслуговування в аеропортах «Бориспіль» та «Київ». Можливість надання щомісячної звітності щодо придбаних послуг. Щомісячна розсилка в електронному вигляді або поштою розкладу авіарейсів.

Основними видами туристичної діяльності ТА «Весь світ» є міжнародний туризм (пріоритети: Польща, Чехія, Болгарія, Греція, Туреччина, Хорватія, Австрія, Італія, Іспанія, Франція, Мальта, Фінляндія, Швейцарія, Китай, Таїланд, ОАЕ, Єгипет, Ізраїль, Домініканська республіка, круїзи).

Як було зазначено у загальній характеристиці підприємства, компанія ТА «Весь світ» акцентує свою увагу на обслуговуванні корпоративних клієнтів, що

мають на меті не просто сумісний відпочинок, а також укріплення міжособних зв'язків, професійна мотивація, об'єднання співробітників у команду під час відпочинку, з метою перенесення подібного ефекту в робочий процес. Під час обслуговування кожного з видів замовника, наслідуються загальний план з деякими поправками, залежно від кількості туристів, їх вікового, національного та професійного складу.

Туристичне агентство «Весь світ» пропонує бронювання різноманітних туристичних та індивідуальних екскурсійних маршрутів. Бронювання готелів, трансферу, екскурсій відбувається в режимі on-line, що значно скорочує час очікування клієнтів при підтвердженні замовлення.

Туристична агенція «Весь світ» надає послуги бронювання турів, які туристи можуть самостійно підібрати на їхньому сайті (рис.2.3).

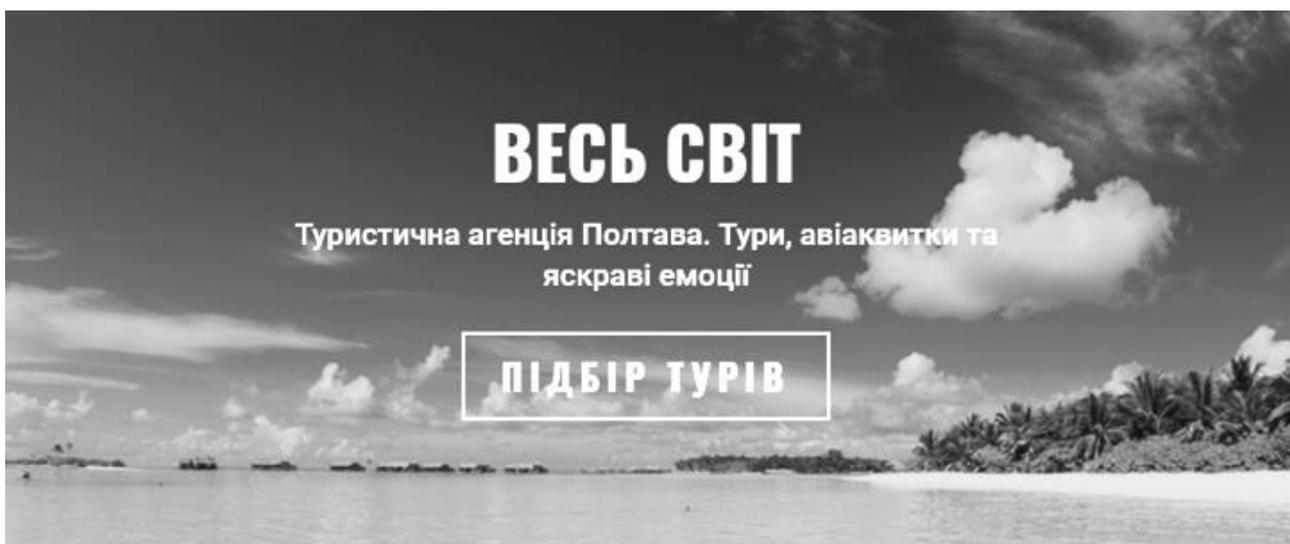


Рис.2.3 . Титульна сторінка сайту ТА «Весь світ»

Туристи можуть самостійно обрати тур на сайті на оформити замовлення в режимі онлайн.

Обслуговування клієнта не обмежується елементами продажу. Як правило, клієнти звертаються до ТА «Весь світ» за рекомендаціями і, скориставшись послугами фірми одного разу, продовжують співпрацю.

Процес продажу туристичного продукту в ТА «Весь світ» виглядає наступним чином (рис.2.4):



Рис.2.4. Процес продажу туристичного продукту в ТА «Весь світ»

Це формує довіру як до агенції, так і до споживача, гарантуючи успішність майбутніх заходів. Можна сказати, що дане підприємство працює на замовлення. Після розмови з клієнтом визначаються побажання, вносяться пропозиції фахівця та проводиться робота з запереченнями, в таких умовах вкладається угода.

Вважаючи на складну соціально – економічну ситуацію в Україні, важливу роль відіграє розвиток сфери обслуговування. Треба зауважити, що більшість підприємств туристичної індустрії відносяться до малого підприємництва, які складають досить специфічний об'єкт управління.

Варто відмітити, що ТА «Весь світ» відноситься до підприємств малого бізнесу, які мають ряд специфічних особливостей:

- невеликий масштаб діяльності,
- мобільність,
- відносно невеликий середньостатистичний термін існування,
- слабка стійкість щодо впливу зовнішнього середовища,
- відносно висока ступінь ризику.

Кожна господарська структура, незалежно від розмірів і обсягів діяльності, є складною соціально-організаційною і економічно незалежною системою з

своєю структурою і функціями, в межах яких, залежно від потреб реалізації господарських завдань, відокремлюються відповідні організаційні елементи і функції. Одним із чинників, які визначають життєздатність ТА «Весь світ», є організоване управління, яке повинно базуватися на сучасних досягненнях науки управління. Від того, наскільки організаційна структура результативно виконує ту чи іншу функцію, залежить можливість швидкого досягнення нею певних фінансових результатів, а також можливість реалізації об'єктивно обґрунтованої стратегії розвитку.

Розробка та організація туристичних турів – складний і трудомісткий процес, оскільки в процесі розробки необхідно врахувати ряд формальностей, і кожен майбутній фахівець в галузі туризму повинен знати технологію розробки турів, оскільки кожна туроператорська фірма потребує фахівців, здатних розробити і ввести в роботу конкурентоспроможний тур, здатний залучати нових туристів. Популярність і затребуваність будь-якого туристського продукту, буде більш висока, якщо туристська фірма при створенні, реалізації і просування буде спиратися на сучасні методологічні основи і маркетингові дослідження в сфері туризму.

Для забезпечення якісного та оперативного виконання турів в даний час в «Весь світ» широко використовуються комп'ютерні комунікаційні системи, користувачами яких є багато турагентства і операторські компанії світу. «Весь світ» широко використовує комп'ютерний та телефонний зв'язок, що дозволяє оперативно (протягом півтора годин) вирішити проблему комплектації пакету, обрахунку ціни і продажу туру.

Застосування інформаційних технологій орієнтовано в першу чергу на автоматизацію професійної праці конкретних фахівців. Вирішується це завдання за рахунок використання сучасних технічних засобів обробки, зберігання та передачі інформації. Вони вибираються виходячи з обсягу та складності виконуваних на турагенстві завдань, рівня розвитку інформаційних технологій у даній сфері людської діяльності. Для забезпечення функціонування технічних засобів і рішення з їх допомогою задач користувача необхідно відповідне

програмне забезпечення. У даному турагенстві використовують такі комп'ютерні програми як (рис.2.5):

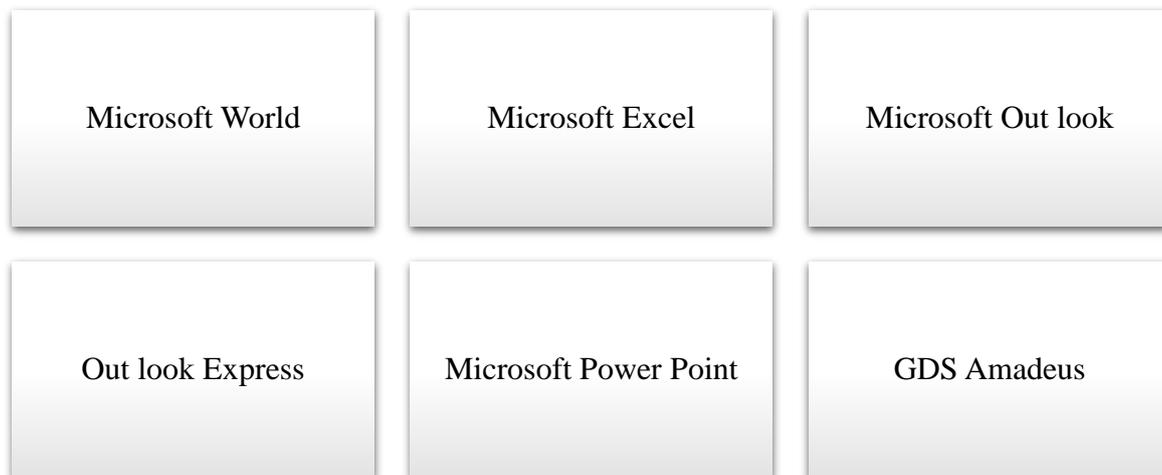


Рис. 2.5. Комп'ютерні програми, які використовує ТА «Весь світ»

Також у туристичному бізнесі важливу роль відіграє страхування туристів. Одним з основних видів страхування в туризмі є медичне страхування, яке в основному покриває всі витрати на медичне обслуговування, стаціонарне лікування, швидку допомогу, придбання ліків, догляд за хворими, а у разі смерті за кордоном – транспортування тіла на батьківщину. Не менш важливим є страхування від нещасних випадків. Страхова справа визнається: смертю страхувальника, що сталася внаслідок аварії, яка сталася з застрахованим протягом строку дії договору страхування; інвалідність внаслідок аварії; часткова непрацездатність в результаті нещасного випадку, що сталася під час договору страхування.

Стаття 16 Закону України «Про туризм» передбачає, що «Страхування подорожей (медичне страхування та страхування від нещасних випадків) є обов'язковим та здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на підставі угод із страховими компаніями, які мають право займатися такою діяльністю».

Таким чином, дивлячись на складну економічну ситуацію в світі, туристична агенція «Весь світ» робить все можливе для підтримання туристичної галузі. Головний принцип роботи персоналу з клієнтами полягає в індивідуальному підході до замовника, спрямованого на отримання клієнтом

максимально можливого задоволення всіх його вимог до відпочинку. Наступним розглянемо фінансово-господарську діяльність ТА «Весь світ».

2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТА «Весь світ»

Основними нормативно-правовими документами на ТА «Весь світ» є договори. Це договір на туристичне обслуговування. Турагент зобов'язується надати комплекс турпослуг, а турист зобов'язується його оплатити. Його укладають в письмовій або електронній формах.

Для ТА «Весь світ» на першому місці стоїть завдання максимального задоволення потреб споживачів та максимізація на цій основі прибутку. Рівень ефективності функціонування ТА «Весь світ» можливо визначити через оцінку його економіко-фінансового стану.

Найбільші обсяги реалізації турів ТА «Весь світ» спостерігаються у 2019 р. У 2020 р. тенденція щодо збільшення кількості реалізації турів порушилася і відбулось їх зниження. Негативна тенденція щодо зниження обсягів реалізації зовнішніх турів обумовлена об'єктивними на це причинами. Зокрема, ускладненням виїзду громадян через пандемію Коронавірусу. До того ж, велика кількість туристів відклала планові поїздки до більш прийнятних умов.

Загалом ТА «Весь світ» пропонує досить широкий асортимент туристичних турів, що дозволяє задовольнити різні потреби клієнтів. Адже, необхідно розуміти, що кожен турист має власні бажання, цілі туристичної поїздки та охоче отримати ексклюзивні емоції. Саме з метою задоволення потреб усіх можливих клієнтів ТА «Весь світ» пропонує різні варіанти турів: Єгипет, Туречина, Грузія, Занзібар, Мальдіви, Шрі-Ланку, Мексику тощо.

Діяльність туристичної агенції «Весь світ» передбачає реалізацію туристичних продуктів та послуг. Найбільший попит серед клієнтів туристичної агенції на пакетні тури, які агенція реалізує за агентську комісійну винагороду, передбачену агентським договором. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Реалізація пакетних турів ТА «Весь світ» за 2018-2020 роки

Місяць Рік	2018, шт	2019, шт	2020, шт	Відхилення 2019 до 2018, %	Відхилення 2020 до 2019, %
Січень	51	69	69	35,7	0,0
Лютий	56	73	76	31,0	3,6
Березень	59	77	55	29,6	(-28,8)
Квітень	63	74	10	18,1	(-87,0)
Травень	65	80	6	21,7	(-92,0)
Червень	74	86	30	16,7	(-65,7)
Липень	75	89	43	18,3	(-51,9)
Серпень	82	99	56	20,6	(-43,6)
Вересень	86	94	58	9,4	(-38,1)
Жовтень	92	100	53	9,4	(-47,6)
Листопад	83	94	50	12,6	(-46,3)
Грудень	79	85	64	7,9	(-25,0)
Рік	865	1020	569	17,9	(-44,2)

Протягом 2018 року туристична агенція «Весь світ» реалізувала 865 пакетних турів. Найбільше турів в цьому році було реалізовано в жовтні так як в цей період сезон в Єгипті та закриття сезону в Туреччині. У 2019 році загальна кількість реалізованих турів склала 1020 одиниць, що на 17,9% більше ніж в попередньому році. У 2019 році також найбільша кількість пакетних турів була реалізована в жовтні – 100 одиниць, а найменша – в січні. У 2020 році показник осягу реалізованих турів туристичною агенцією «Весь світ» зменшився на 44,2%. Таке негативне явище пов'язано з пандемією та карантинними обмеженнями, хоча навіть при закритих кордонах туристична агенція бронювала тури за умовами раннього бронювання, так як туристи звертали увагу на зниження цінового діапазону на тури. У 2020 році найменша кількість турів була реалізована в травні – 6 одиниць. В грудні 2020 року туристи все більше почали активізуватися та обирати відкриті туристичні напрямки для відпочинку.

Туристична агенція самостійно не може розробляти тури, проте вона може реалізовувати тури туроператорів. Обсяг реалізованих турів туроператорів туристичною агенцією «Весь світ» за 2018-2020 роки наведено нижче (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Реалізація турів туроператорів туристичною агенцією «Весь світ»

за 2018-2020 роки

ТО / Рік	2018, шт	2019, шт	2020, шт	Відхилення 2019 до 2018, %	Відхилення 2020 до 2019, %
Akkord	16	21	9	31,3	(-56,7)
ALF TO	17	32	4	88,2	(-87,5)
Algol	5	9	2	74,1	(-78,7)
Alliance	10	7	1	(-30)	(-85,7)
Anex Tour	152	159	74	5,0	(-53,6)
Aristeya Tour	25	20	2	(-18,7)	(-90,0)
Center Travel	3	11	2	253,3	(-81,1)
Coral Travel	80	135	97	69,3	(-28,4)
Davclub	9	8	1	(-8,9)	(-87,8)
Feeria	9	11	0	17,8	(-100,0)
GTO	13	15	3	22,2	(-80,5)
Indiana Travel	9	3	0	(-62,2)	(-100,0)
Join UP!	119	140	64	17,6	(-54,3)
Kompas	55	65	44	19,0	(-32,3)
Mouzenidis	31	23	15	(-27,1)	(-33,6)
Pegas	80	91	70	14,0	(-22,9)
Sakums	15	18	1	20,0	(-92,8)
Siesta	18	31	4	72,2	(-87,1)
Tez Tour	63	75	64	19,7	(-15,1)
TPG	69	77	62	11,0	(-19,1)
TUI	55	62	49	13,9	(-21,2)
Турклуб	14	6	0	(-58)	(-100,0)
Всього	865	1020	569	17,9	(-44,2)

У 2018 році найбільша кількість турів було реалізовано туристичною агенцією «Весь світ» від туроператора «Anex Tour», загалом – 152 одиниці. У 2019 році спостерігається збільшення обсягу реалізованих турів даного туроператора на 5%, а в 2020 році зниження на 53,6% у порівнянні з попереднім 2019 роком. У 2020 році не біло реалізовано турів від трьох туроператорів-партнерів. Найбільше турів в 2020 році було реалізовано від туроператора «Coral Travel».

Дохід від реалізації пакетних турів туроператорів залежить від кількості реалізованих турів та вартості середнього чеку (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Дохід від реалізації пакетних турів туроператорів

ТА «Весь світ» за 2018-2020 роки

ТО / Пік	2018, тис.грн.	2019, тис.грн.	2020, тис.грн.	Відхилення 2019 до 2018, %	Відхилення 2020 до 2019, %
Akkord	10,88	14,28	6,19	31,3	(-56,7)
ALF TO	20,40	38,40	4,80	88,2	(-87,5)
Algol	4,16	7,24	1,54	74,1	(-78,7)
Alliance	13,00	9,10	1,30	(-30,0)	(-85,7)
Anex Tour	212,52	223,16	103,60	5,0	(-53,6)
Aristeya Tour	19,68	16,00	1,60	(-18,7)	(-90,0)
Center Travel	2,64	9,33	1,76	253,3	(-81,1)
Coral Travel	128,00	216,64	155,20	69,3	(-28,4)
Davclub	9,90	9,02	1,10	(-8,9)	(-87,8)
Feeria	13,95	16,43	0,00	17,8	(-100,0)
GTO	14,62	17,86	3,48	22,2	(-80,5)
Indiana Travel	10,35	3,91	0,00	(-62,2)	(-100,0)
Join UP!	190,40	224,00	102,40	17,6	(-54,3)
Kompas	93,91	111,80	75,68	19,0	(-32,3)
Mouzenidis	49,60	36,16	24,00	(-27,1)	(-33,6)
Pegas	146,83	167,44	129,17	14,0	(-22,9)
Sakums	17,25	20,70	1,50	20,0	(-92,8)
Siesta	17,82	30,69	3,96	72,2	(-87,1)
Tez Tour	107,10	128,18	108,80	19,7	(-15,1)
TPG	127,65	141,71	114,70	11,0	(-19,1)
TUI	103,19	117,56	92,61	13,9	(-21,2)
Турклуб	10,35	4,35	0,00	(-58,0)	(-100,0)
Всього	1324,2	1563,96	933,38	18,1	(-40,3)

У 2018 році туристична агенція «Весь світ» отримала дохід від реалізації пакетних турів туроператорів у розмірі 1324,2 тис.грн. Найбільшу частку доходу було отримано від реалізації турів туроператора «Anex Tour» у розмірі 212,52 тис. грн., у 2019 році дохід від реалізації пакетних турів даного туроператора зріс на 5% та склав 223,16 тис.грн., а в 2020 році знизився на 53,6% та склав 103,6 тис.грн. У 2019 році дохід від реалізації пакетних турів туроператорів зріс на 18,1% у порівнянні з 2018 роком та склав 1563,96 тис. грн., а в 2020 році даний показник знизився на 40,3% та склав 933,38 тис. грн. Найменший дохід від реалізації пакетних турів було отримано від реалізації турів туроператора «Alliance» – 1,3 тис. грн.

Туристична агенція «Весь світ» також реалізує авіаквитки за міжнародними та внутрішніми напрямками, за що отримує частку доходу (табл.2.6).

Таблиця 2.6

Дохід від реалізації авіаквитків ТА «Весь світ» за 2018-2020 роки

Місяць Рік	2018, тис.грн.	2019, тис.грн.	2020, тис.грн.	Відхилення 2019 до 2018, %	Відхилення 2020 до 2019, %
Січень	4,40	5,36	5,75	21,8	7,1
Лютий	4,64	4,65	6,19	0,1	33,1
Березень	5,02	5,03	5,63	0,2	12,0
Квітень	6,83	7,59	1,01	11,1	(-86,6)
Травень	9,08	9,91	0,91	9,1	(-90,8)
Червень	8,95	7,03	0,94	(-21,5)	(-86,6)
Липень	7,07	5,65	2,25	(-20,1)	(-60,1)
Серпень	5,66	6,59	2,49	16,3	(-62,2)
Вересень	7,01	4,10	2,86	(-41,5)	(-30,4)
Жовтень	3,00	7,13	2,76	137,7	(-61,3)
Листопад	4,40	5,40	2,93	22,6	(-45,8)
Грудень	5,46	5,13	3,87	(-6,0)	(-24,6)
Рік	71,53	73,57	37,59	2,9	(-48,9)

Дохід від реалізації авіаквитків в 2018 році склав 71,53 тис.грн., найбільша частку доходу була отримана в травні – 9,08 тис.грн., в 2019 році даний показник за травень місяць зріс на 9,1% та склав 9,91 тис. грн. Протягом 2019 року туристична агенція «Весь світ» в 2019 році отримала дохід від реалізації авіаквитків у розмірі 73,57 тис.грн., що на 2,9% більше ніж в попередньому році. У 2020 році найбільшу частку доходу від реалізації авіаквитків було отримано в лютому у розмірі 6,19 тис.грн., що на 33,1% більше ніж у 2019 році. Загалом ТА «Весь світ» у 2020 році отримала дохід у розмірі 37,59 тис. грн. від продажу авіаквитків. Протягом періоду за 2018-2020 роки найбільше квитків реалізована за наступними напрямками:

- Польща;
- Кіпр;
- Чехія;
- Іспанія;
- США.

На ряду з реалізованими авіаквитками іде реалізація послуг наземного обслуговування, яка також займає частку з загальному доході від реалізації туристичних послуг туристичною агенцією «Весь світ» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Дохід від реалізації послуг наземного обслуговування ТА «Весь світ»
за 2018-2020 роки

Місяць Рік	2018, тис.грн.	2019, тис.грн.	2020, тис.грн.	Відхилення 2019 до 2018, %	Відхилення 2020 до 2019, %
Січень	4,22	4,88	6,44	15,7	32,0
Лютий	4,69	5,14	6,49	9,8	26,2
Березень	4,09	3,73	3,40	(-8,6)	(-8,9)
Квітень	3,41	4,00	0,22	17,2	(-94,5)
Травень	5,80	6,82	0,35	17,7	(-94,9)
Червень	9,26	10,14	0,67	9,5	(-93,4)
Липень	8,66	12,00	1,88	38,5	(-84,4)
Серпень	12,82	10,76	2,39	(-16,1)	(-77,8)
Вересень	4,87	4,62	3,45	(-5,1)	(-25,3)
Жовтень	4,69	6,07	3,87	29,7	(-36,3)
Листопад	6,35	6,38	1,02	0,5	(-84,0)
Грудень	11,78	13,19	5,37	12,0	(-59,3)
Рік	80,61	87,73	35,55	8,8	(-59,5)

Протягом 2018 року туристична агенція «Весь світ» від реалізації послуг наземного обслуговування отримала 80,61 тис. грн., найбільша частка доходу була отримана за серпень – 12,82 грн. У 2019 році даний показник за це й же місяць знизився на 16,1 % та склав 10,76 тис. грн., проте річний дохід від реалізації послуг наземного обслуговування зріс на 8,8% у порівнянні з попереднім роком та склав 87,73 тис.грн. У 2020 році туристична агенція «Весь світ» отримала найбільший дохід від реалізації послуг наземного обслуговування в лютому – 6,49 тис.грн., що на 26,2 % більше ніж в 2019 році, проте річний дохід від реалізації даних послуг знизився на 59,5 % за це й же період, та склав 35,55 тис. грн.

Для розуміння стану фінанси-господарської діяльності туристичної агенції «Весь світ» необхідно проаналізувати дохід від реалізації туристичних послуг за аналізований період. Дохід від реалізації туристичних послуг туристичної агенції «Весь світ» продемонстровано в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Дохід від реалізації туристичних послуг ТА «Весь світ»

за 2018-2020 роки

Рік	2018	2019	2020	Відхилення 2019 до 2018, %	Відхилення 2020 до 2019, %
Дохід, тис.грн.	1476,34	1725,26	1006,52	16,9	(-41,7)

За 2018 рік дохід від реалізації туристичних послуг ТА «Весь світ» склав 1476,34 грн, в 2019 році даний показник зріс на 16,9% та склав 1725,26 тис.грн. У 2020 році у зв'язку з обмеженнями через карантинні заходи відбулося зниження доходу від реалізації туристичних послуг на 41,7% у порівнянні з 2019 роком, так дохід склав 1006,52 тис. грн.

Найбільшу частку в доході від реалізації туристичних послуг займає дохід від реалізації пакетних турів туроператорів (рис.2.6).

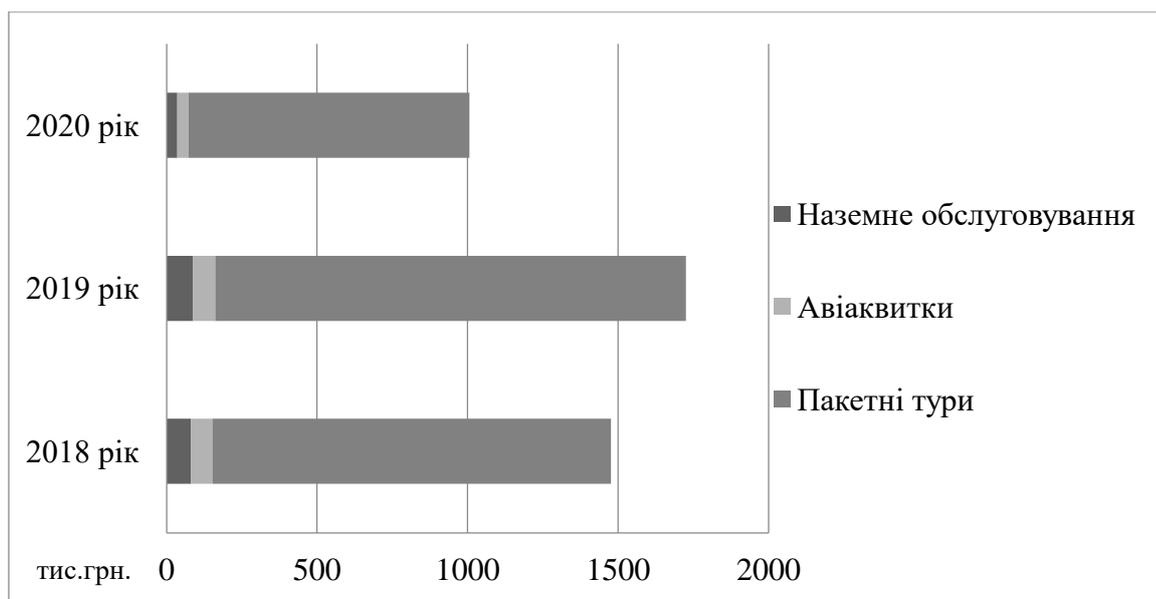


Рис. 2.6. Структура доходу від реалізації туристичних послуг ТА «Весь світ»

Найменшу частку в структурі доходу від реалізації туристичних послуг ТА «Весь світ» складає дохід від реалізації авіаквитків.

Дохід від реалізації туристичних послуг ТА «Весь світ» не є кінцевим фінансовим результатом, так як включає в себе витрати (рис.2.7).

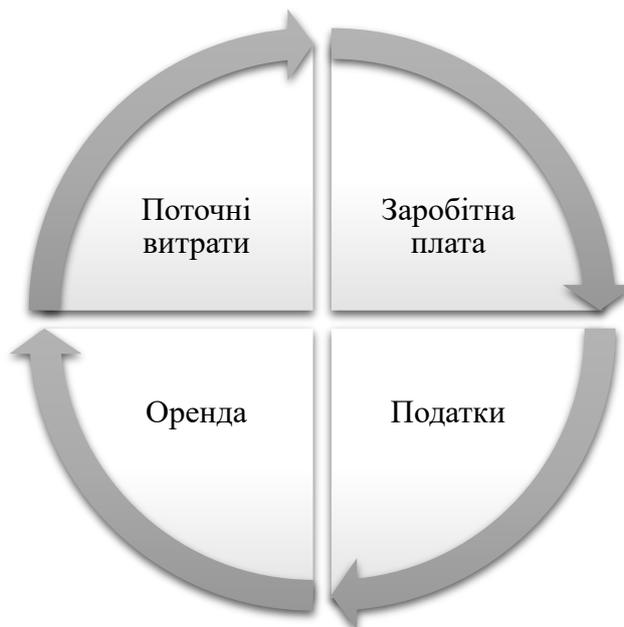


Рис. 2.7. Структура витрат ТА «Весь світ»

Туристична агенція «Весь світ» для отримання прибутку має від доходу відняти витрати на заробітну плату, податки, поточні витрати та оренду. Заробітна плата менеджеру з туризму складається із фіксованої ставки та проценту від реалізованих туристичних послуг.

Отже, туристична агенція «Весь світ» реалізує пакетні тури туроператорів, авіаквитки та послуги наземного обслуговування. Найбільшу частку в доході від реалізації туристичних послуг займає дохід від реалізації пакетних турів. Туристична агенція протягом 2018-2019 років збільшувала показники доходу від реалізації туристичних послуг, проте в 2020 році дохід знизився на 41,7%, що було спричинено карантинними обмеженнями. Саме тому туристичній агенції «Весь світ» необхідно розробляти нові варіанти реалізації туристичних послуг за відкритими туристичними напрямками. Для розробки нових впроваджень в діяльність агенції необхідно визначити тенденції ринкового середовища.

Далі проведемо оцінювання ринкового середовища туристичної агенції «Весь світ».

2.3 Оцінка ринкового середовища ТА «Весь світ»

Процес оцінки ринкового середовища ТА «Весь світ» полягає у узгодженні ресурсів, стратегії, маркетингової уваги, цілей та кампаній з постійно мінливими потребами клієнтів, зацікавлених сторін та ширших світових тенденцій, одночасно з тим, щоб стежити за наявними конкурентами. Маркетингове середовище ТА «Весь світ» представляється сукупністю діючих за його межами і всередині нього факторів і суб'єктів, від яких спостерігається залежність взаємин даного підприємства з особами (як фізичними, так і юридичними), у яких є зацікавленість в видах діяльності, що мають відношення до корпоративної місії. Місія виступає в якості лаконічно сформульованих положень, за допомогою яких забезпечується коротка характеристика діяльності підприємства, його орієнтованість щодо таких змінних як ринкові потреби і споживчі особливості. В рамках маркетингового середовища ТА «Весь світ» проходить протікання маркетингових процесів підприємства. Це середовище не є нерухомим, в ньому перманентно відбуваються зміни в зв'язку з мінливістю споживчих смаків і уподобань,

Невід'ємним елементом діяльності ТА «Весь світ» є забезпечення реклами тур послуг. За рекламу тур послуг на ТА «Весь світ» відповідають усі працівники. Адже, питання які стосуються реклами тур послуг в ТА «Весь світ» вирішуються на колективних зборах працівників. Також ТА «Весь світ» інколи може користуватись послугами спеціалізованих рекламних агентств, які надають відповідні послуги. Це здійснюється виключно у тих випадках, якщо потрібно залучити велику кількість туристів або завоювати новий сегмент туристичного ринку.

ТА «Весь світ» використовує друковану рекламу. Зокрема, буклети, каталоги в яких розміщується головна інформація про пропоновані туристичні маршрути ТА «Весь світ», вказана їх вартість, маршрут, тривалість, кількість туристів, тип маршруту тощо.

Рекламні буклети та каталоги ТА «Весь світ» надаються безкоштовно усім клієнтам при відвідування офісу агентства. Також в офісі ТА «Весь світ» представлений інформаційний стенд, який на вході у офіс знайомить потенційних клієнтів з послугами туристичної агенції.

Найбільший акцент агенція робить на мережі Instagram, де вказує наявні гарячі тури, новини про зміну перетину кордону, а також відгуки клієнтів туристичної агенції «Весь світ» (рис.2.8).

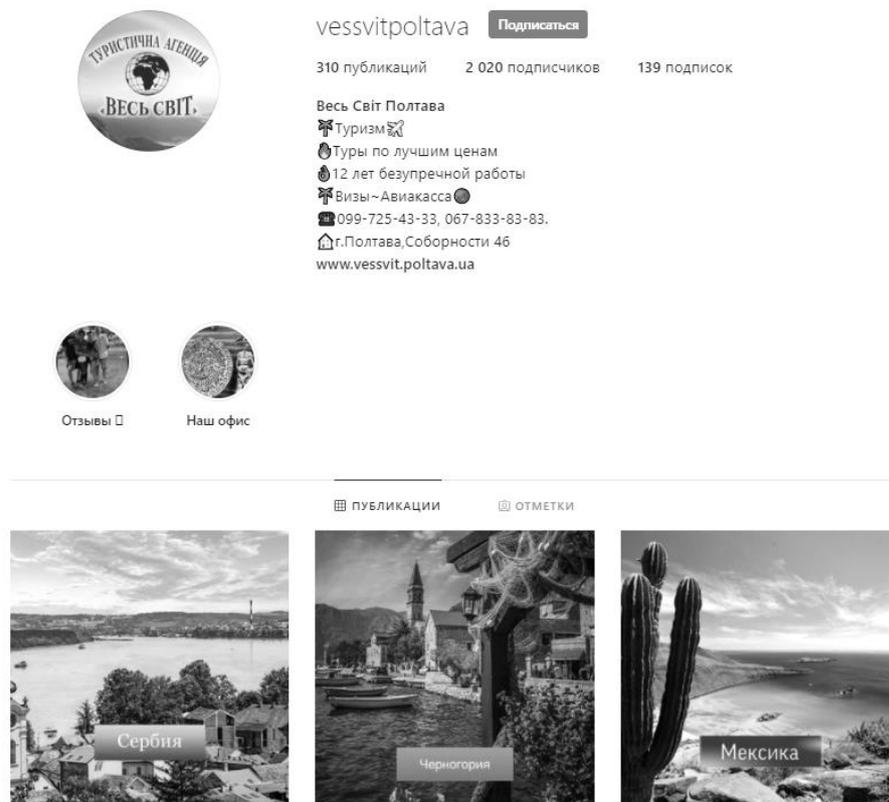


Рис. 2.8. Сторінка ТА «Весь світ» в соціальній мережі Instagram

На сторінці ТА «Весь світ» соціальній мережі Instagram вказана контактна інформація:

номери телефонів;

адреса офісу;

посилання на сайт туристичної агенції.

Реклама ТА «Весь світ» здебільшого охоплює лише жителів м. Полтава, а також найближчих населених пунктів. Через це рівень пізнаваності ТА «Весь світ» по території України є не досить високим.

Маркетингова діяльність ТА «Весь світ» включає (рис .2.9).

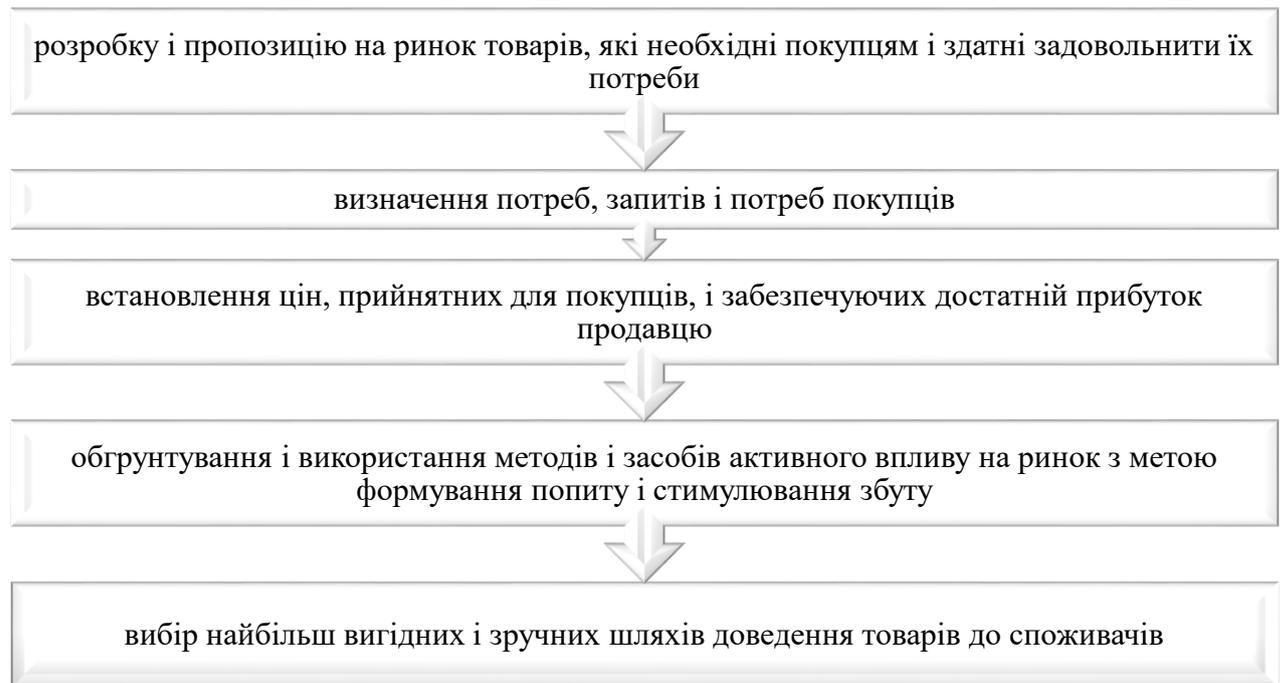


Рис. 2.9. Маркетингова діяльність ТА «Весь світ»

Також, ТА «Весь світ» враховує послуги що надають їх конкуренти, а саме: цінову політику, пропозиції, стратегія просування туристичного продукту, залучення нових клієнтів, репутація в туристів тощо.

До головних етапів маркетингу ТА «Весь світ» належать:

враховування політичної ситуації в регіоні та її вплив на туристичну галузь;

пропозиції туристичного продукту;

головні можливості й загрози ринку;

культурні, демографічні та соціальні фактори;

тенденції попиту;

сегментація споживачів ринку туристичних послуг.

Щодо ТА «Весь світ», тут реалізується концепція маркетингу взаємин, яка передбачає використання комунікативних та соціальних характеристик до яких входять:

культура організації підприємства;

персонал;

атмосфера довіри;
вирішення проблемних ситуацій.

Маркетингова діяльність та її ефективність в туризмі обмежена і не дозволяє підприємству розвиватися так, як того вимагає ринкова ситуація.

В ТА «Весь світ» намагаються з кожним клієнтом вийти на рівень партнерства. Для постійного контакту з туристом з подальшою перспективою стати постійним клієнтом.

Для залучення потенційних туристів до туристичного підприємства «Весь світ» доцільно поширювати інформації про туристичний продукт, послуги, курорти, зворотного зв'язку з туристами, тощо.

Також важливим аспектом є створення позитивної думки про туристичний продукт.

Головною відмінністю реклами в туристичному бізнесі є: правдивість і точність інформації, яка надається з її допомогою;

Діагностика роботи підприємства передбачає використання комплексу питань, які дозволяють отримати уяву про основні області маркетингової діяльності підприємства.

Збільшення витрат на маркетинг сприяє істотному зростанню обсягу попиту, який, у свою чергу, намагатиметься досягти верхньої межі, що називається місткістю ринку. Проте подальша активізація маркетингової діяльності вже не буде пропорційно підвищувати ринковий попит: він знижуватиметься.

Рекламна кампанія фірми проводиться залученою спеціалізованою рекламною фірмою: розробка брошур, дизайну, поліграфія, Інтернет реклама, реклама в засобах масової інформації.

Щодо залучення клієнтів у Туристичну фірму «Весь світ» має власний сайт, на якому кожен охочий має змогу отримати в достатній кількості інформації як про саму фірму так і про туристичні напрями що вона надає.

Аналіз конкурентів ринку ТА «Весь світ» включає в себе докладне вивчення діяльності основних гравців галузі, починаючи з аналізу цін, реклами,

асортименту та закінчуючи докладним SWOT аналізом. Правильний аналіз і оцінка конкурентного середовища підприємства дозволяє створити стійку конкурентну перевагу.

Далі проведемо загальний аналіз конкурентів ТА «Весь світ» (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Аналіз конкурентів ТА «Весь світ» за 2020 рік

Показник	Коеф. вагом	ТА «Весь світ»		ТА «Join Up!»		ТА «Anex tour»		ТА «Марабу»	
		Оцінка	Зважувальна оцінка	Оцінка	Зважувальна оцінка	Оцінка	Зважувальна оцінка	Оцінка	Зважувальна оцінка
Послуги									
Якість обслуговування	10	10	10	100	8	80	9	90	8
Якість продукту	7	7	8	56	7	49	8	56	7
Різноманітність пропозиції	2	2	8	16	7	14	8	16	7
Онлайн зв'язок	3	3	9	27	7	21	8	24	8
Місце розташування	5	5	8	40	9	45	9	45	8
Цінова політика	6	6	7	42	5	30	7	42	6
Супутня продукція	5	5	6	30	5	25	6	30	4
Надання інформації про деталі туру	4	4	9	36	7	28	8	32	8
				Σ 347		Σ 292		Σ 296	Σ 295

Конкурентами туристичної агенції «Весь світ» є ТА «Join Up!», яка знаходиться за адресою: Соборності, 46. Наступний конкурент – ТА «Anex tour», яка знаходиться за адресою: Соборності, 49. Іще один конкурент – туристична агенція «Марабу», яка знаходиться за адресою: Соборності 46. За зваженою оцінкою туристична агенція «Весь світ» набрала найбільшу кількість балів – 347, а найменшу – ТА «Join Up!». Всі агенції-конкуренти знаходять поруч з аналізованою агенцією та складають найбільшу конкуренцію.

Для більш точного аналізу діяльності ТА «Весь світ» проведемо SWOT-аналіз (табл. 2.9).

Таблиця 2.9.

SWOT-аналіз ТА «Весь світ»

Зовнішнє середовище	
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення частки турів по Україні. 2. Використання нових інформаційних технологій. 3. Робота під франшизою туроператора. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зниження попиту на пакетні тури. 2. Зміцнення позицій конкурентів. 3. Зменшення комісійної винагороди туроператорів. 4. Жорсткі умови перетину кордону. 5. Банкрутство туроператорів.
Внутрішнє середовище	
Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Кваліфіковані працівники. 2. Якість надаваних послуг. 3. Наявність власного веб-сайту. 4. Позитивна репутація. 5. Широкий вибір туристичних продуктів. 6. Продаж турів надійних туроператорів. 7. Застосування дизайн-мислення при продажах. 8. Диверсифіковані канали збуту туристичних послуг. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність комп'ютеризованого документообігу. 2. Недостатня увага до SMM. 3. Відсутність фрілансерів. 4. Стандартна комісійна винагорода.

ТА «Весь світ» може покращити своє становище за рахунок роботи під франшизою туроператора, що забезпечить додатковий потік туристів та збільшення доходу від реалізації турів, за рахунок підвищеної комісійної винагороди. Відсутність фрілансерів не дозволяє туристичній агенції «Весь світ» залучити більше клієнтів та дохід відповідно. Стандартна комісійна винагорода не дозволяє робити більші знижки для постійних клієнтів і вони заради меншої ціни туристичних послуг купують тур в тій агенції, яка зробить для них більшу знижку.

У табл. 2.10. будуємо матрицю SWOT-аналізу ТА «Весь світ».

Таблиця 2.10

Матриця SWOT-аналізу ТА «Весь світ»

Можливості + Сильні сторони	Можливості + Слабкі сторони
3+7=11	3+4=7
Загрози + Сильні сторони	Загрози + Слабкі сторони
5+8=13	5+4=9

Відповідно до матриці SWOT-аналізу ТА «Весь світ» знаходиться в полі «Загрози+Сильні сторони», яке показує, які сили необхідно використовувати для усунення загроз.

ТА «Весь світ» щоб попередити зниження попиту на пакетні тури має підвищити увагу до власного сайту та максимально його просувати для підтримання та збільшення обсягів продажів пакетних турів. Для попередження зменшення комісійної винагороди, ТА «Весь світ» має продовжувати реалізувати тури лише надійних туроператорів це стосується також і загроз банкрутства туроператорів.

Висновки до розділу 2

1. ТА «Весь світ» є туристичною агенцією, яка реалізує різноманітні пакетні тури та реалізує окремо продаж авіа квитків та додаткових послуг. На базі практики ТА «Весь світ» оснащено 2 робочих місця для прийняття замовлень на бронювання туру. Для останнього використовується система пошуку та бронювання «IT-tour». ТА «Весь світ» має лінійну структуру управління, який характеризується лінійними формами зв'язку між ланками управління.

2. Туристична агенція «Весь світ» реалізує пакетні тури, авіаквитки та наземне обслуговування, але основну частку доходу складає саме дохід від реалізації пакетних турів туроператорів. Протягом 2018 року туристична агенція «Весь світ» реалізувала 865 пакетних турів. У 2020 році найбільшу частку доходу від реалізації авіаквитків було отримано в лютому у розмірі 6,19 тис.грн., що на 33,1% більше ніж у 2019 році. Загалом ТА «Весь світ» у 2020 році отримала дохід

у розмірі 37,59 тис. грн. У 2020 році у відбулося зниження доходу від реалізації туристичних послуг на 41,7% у порівнянні з 2019 роком, так дохід склав 1006,52 тис. грн.

3. Туристична агенція «Весь світ» рекламує туристичні продукти на своєму сайті в розділі «Новини та тури», проте останнім часом інформація майже не оновлюється. Під час обслуговування клієнтів менеджери ТА «Весь світ» використовують дизайн-мислення, що дозволяє краще задовольнити потреби споживача та завоювати його довіру. Для утримання конкурентних позицій туристичній агенції «Весь світ» необхідно активізувати удосконалення пропозицій за відкритими туристичними напрямками.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНИХ ТУРІВ НА ТА «ВЕСЬ СВІТ»

3.1. Обґрунтування нового туру до Занзібару

Головним завданням даної роботи безумовно є розробка турпродукту, який поки відсутній на ринку, але может бути цікавий споживачеві, а також корисний для розвитку туризму.

Щоб розробити новий туристичний маршрут і його реалізувати, треба інвестиція часу, знань і зусиль. Треба зрозуміти цільову аудиторію, вигадати концепцію нового туру, тривалість і тематику. Визначитись з закладами харчування, розміщення, перевізником, гідом, скласти план просування туру. Розрахувати витрати і можливий прибуток. Спочатку треба зробити аналіз актуальності туру, чи не перевантажений ринок подібними пропозиціями. Перед розробкою туру до Занзібару, треба провести аналіз актуальності нового турпродукту.

Вибір маршруту тісно пов'язаний з метою поїздки. Так, для екскурсійно-пізнавальних турів обрано місця з багатою культурно-історичною спадщиною Занзібару. При організації туру на відпочинок в маршрут включено популярні морські, гірські, сільські райони і центри, що володіють відповідними природно-кліматичними ресурсами.

Привабливість маршруту визначається також наявністю в містах уздовж маршруту розвиненою туристичною індустрією (готелів, підприємств харчування, транспорту та ін.). Тому, приступаючи до складання маршруту, було вивчено пам'ятки регіону, з'ясовано, які підприємства туристичної індустрії працюють в країні подорожі туристів.

Розробка нового туристичного продукту передбачає, що він буде включати в себе відпочинок та культурно-пізнавальні екскурсійні маршрути.

Тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» охоплює три туристичні напрямки:

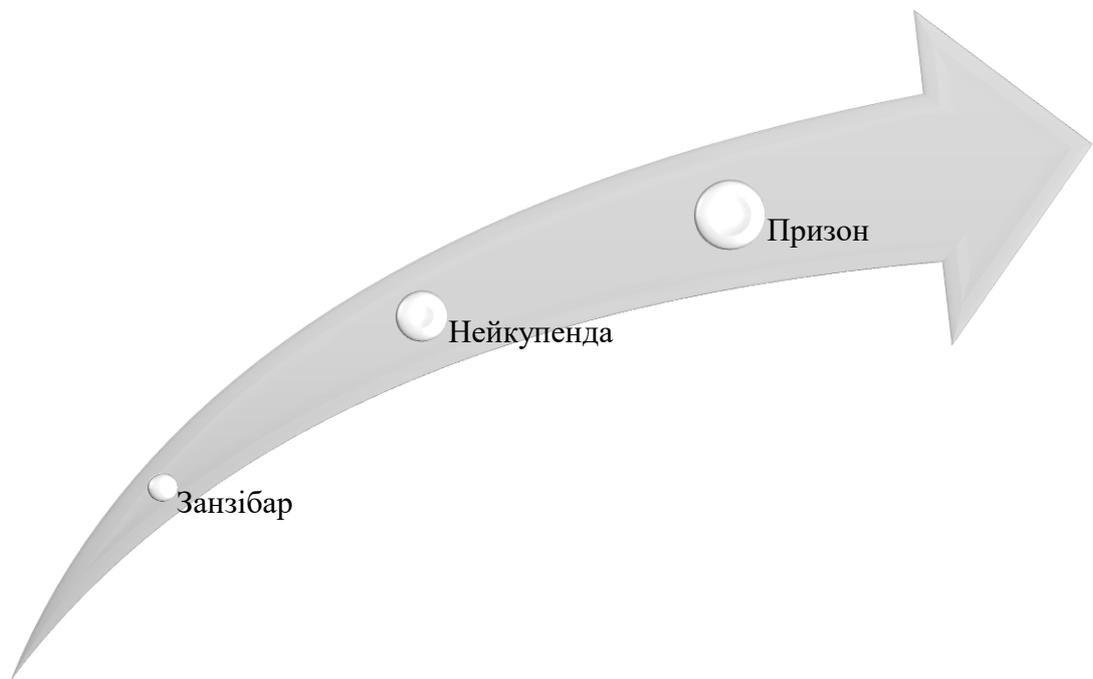


Рис. 3.1. Туристичні напрямки туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

Обрані острови для туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» наповнені культурними, історичними, архітектурними та природними пам'ятками, саме тому вони входять до розробленого туру.

Даний тур розроблений для повного ознайомлення з природними та історико-культурними пам'ятками Занзібару.

Унікальність туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» полягає в подорожі по віддалених місцях, пізнання унікальної природи та архітектури. Адже саме тут на маленькій площі зосереджено багато пам'яток культури і історії.

Цей тур підійде людям які втомились від одноманітності, які хочуть насичений відпочинок і не хочуть сидіти на одному місці. Для людей які в пошуку нових емоцій та екстремальних відчуттів.

До переваг даного туру можна віднести короткий час за який можна відвідати велику кількість унікальних та різноманітних. Тур є груповим та

розрахований на групу людей з 4 осіб. По сезону ми обрали такі місяці: січень, лютий, березень. Саме в цей час сама комфортна погода для відпочинку.

Вікова характеристика яка найбільш підходить для цього туру, це туристи віком від 22 до 40 років. Для даного активного туру цей вік найбільш комфортний. Через те, що доведеться знаходитись в дорозі, під палючим сонцем. Даний тур підійде для молодих фінансово забезпечених людей без маленьких дітей.

Запропонований тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» розрахований на 9 днів та 8 ночей. Тур включає в себе подорож природними пам'ятками та екскурсії по Занзібару. Тур буде дуже цікавий саме тим туристам, які люблять активний відпочинок та нові емоції. Загальна характеристика туру наведена в табл.3.1.

Таблиця 3.1

Загальна характеристика туру «Природно-культурна
спадщина Занзібару»

Класифікатор	Значення
Вид туру	пляжний; активний; пакетний; міжнародний; екскурсійний; пізнавальний.
Тривалість, ночей/днів	8/9
Початок туру	Аеропорт «Бориспіль», Україна
Територія реалізації туру	Танзанія
Закінчення туру	Аеропорт «Бориспіль», Україна
Транспорт	Авіа, автобус, водний
Мінімальна кількість осіб в турі	4
На кого орієнтований тур	активні люди віком 22-40 років, з середнім та вище середнього рівнем заробітку
Основні пункти маршруту	О. Занзібар, м. Стоун таун, о. Призон, о. Накупенда.
Об'єкти маршруту	Острів черепах, острів Накуперда, Стоун таун, Національний парк Танзанії, печера Куза
Місце проживання	Амаан Осеан Kihinani 3*
Концепція харчування	ВВ, шведський стіл
Вартість туру за 4-х дорослих	173873 грн.
Вартість туру за 1/DBL	43468,25 грн.

Тривалість туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» складає 9 днів і 8 ночей.

Основні населені пункти по яким відбуватиметься тур (табл. 3.2):

Таблиця 3.2

Пункти відвідання туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

Пункт	Місцезнаходження	Характеристика
Ocean Hotel Kihinani	Місто Бубубу	Готель з видом на море. У помешканні допускається розміщення з домашніми тваринами. До послуг гостей відкритий басейн, ресторан, безкоштовний Wi-Fi та безплатна приватна автостоянка. Усі номери оснащені кондиціонером і телевізором. Гостям надаються безкоштовні туалетно-косметичні засоби та фен.
Стоун Таун	Занзібар	Найстаріша частина міста Занзібару, столиці острова Занзібар (відомого також як Унгуджа). Кам'яне місто було включено ЮНЕСКО в число об'єктів Всесвітньої спадщини
Кендва	Унгуя	Село розташоване на крайній півночі острова, на західному узбережжі з видом на сусідній маленький острів Далоні та більший і віддалений острів Тумбату. Відносно спокійний курортний район, хоча тут знаходиться чимало великих готелів і гостьових будинків, пунктів громадського харчування і організації активного відпочинку.
Призон айленд	Чангуу, Унгуя	Невеликий острів у 5,6 км на північний захід від Стоун Таун. Острів має довжину близько 800 м. та ширину 230 м. у найширшому місці. Острів у 1860-х рр. Використовувався як в'язниця для непокірних рабів, а також функціонував як коралова шахта. На острові знаходиться заповідних з великими сухопутними черепахами.
Накупенда	Дар-ес-Салам	Острів примітний тим, що з'являється тільки під час відливу, який припадає на першу половину дня. До вечора ж настає приплив, і острів ховається під водою.
Мтенда	Південь Занзібару	Це село має різні привабливі місця, такі як печери, величезні баобаби, кам'яний пляж, оточений скелями, пальма, яка має дві гілки і дельфіни.

Туристи відвідають вказані пункти туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» у супроводі гіда. Транспортне обслуговування забезпечено на основі договірних відносин з місцевими компаніями.

Тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» не передбачає довгих та тривалих переїздів, так як обрані об'єкти знаходяться не далеко один від одного та від готелю. Основні об'єкти маршруту наведено на рис. 3.3.

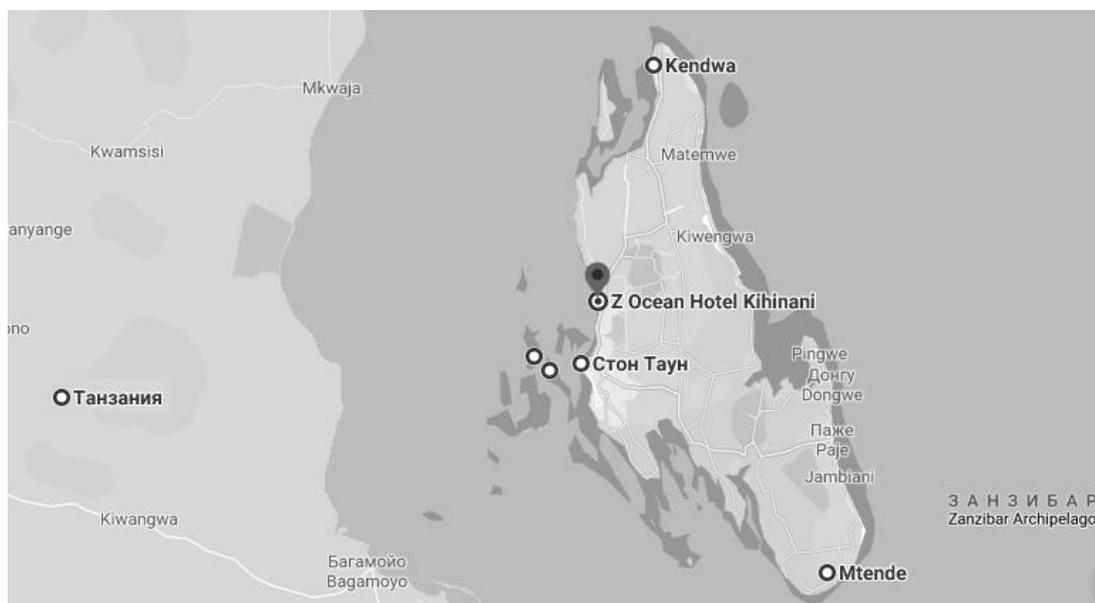


Рис. 3.3. Основні об'єкти маршруту на карті

9-денний тур «Історико культурна спадщина Занзібару» розпочинається з вильоту із міста Київ до міжнародного аеропорту Занзібару, де туристів зустрічає гід.

Туристи будуть проживати в готелі Amaan Ocean Kihinani 3* (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Характеристика готелю Amaan Ocean Kihinani

Місцерозташування	Кіхінані, Бубубу, Танзанія
Характеристика номеру	Номер «king-size» з двома або трьома ліжками, кондиціонером і ванною кімнатою. Розташований в бічній частині готелю поряд з головною будівлею. В номері: кондиціонері: Wi-Fi, душ, туалет, мінібар, TV.
Харчування	Ресторан, бар
Відстань від туристичних об'єктів	Відстань від готелю до міста Занзібар становить 8 км, а до селища Нунгві – 43 км. Аеропорт Кісауні розміщений за 13 км від готелю Ocean Kihinani.
Басейн	Відкритий
Пляж	1-ша лінія, піщаний. Пляжні рушники надаються безкоштовно

Обраний готель займає вигідне розташування, яке дозволить не тратити багато часу на переїзди між об'єктами.

Після заселення до готелю, запланована виїзна екскурсія в Стоун таун (рис.3.4).

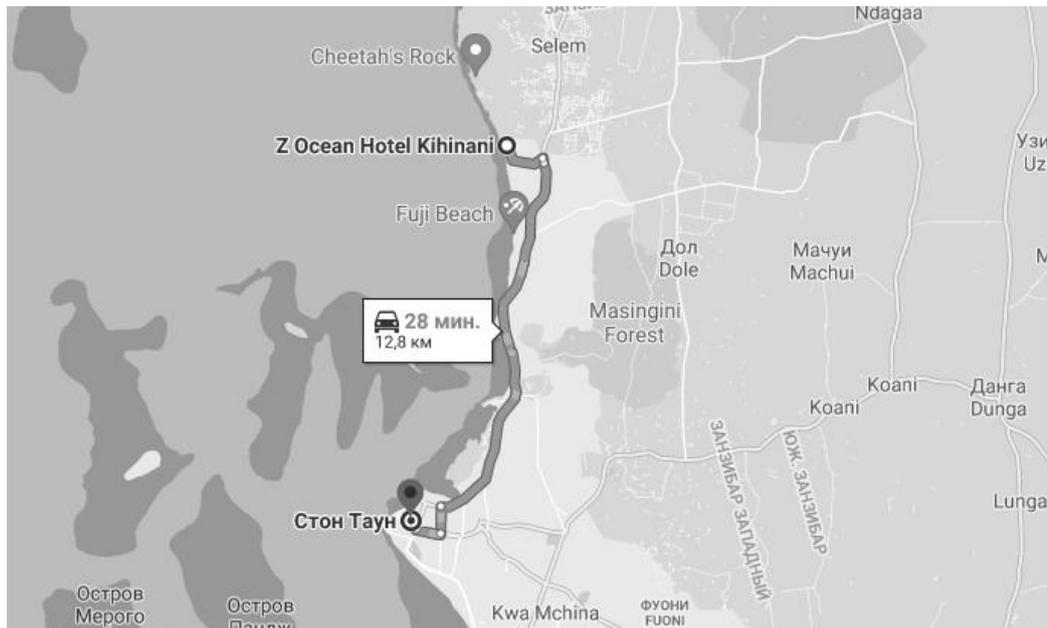


Рис. 3.4. Карта туристичного маршруту до Стоун таун

На рис. 3.4. спостерігаємо, що дорога від готелю займе близько 28 хв. Екскурсія по місту передбачає вечерю в місцевих закладах харчування. Відвідання головних архітектурних пам'яток, прогулянку по набережній та знайомство з місцевим колоритом і поверненням в готель близько 20:00. ний комплекс послуг, який в двох словах не описати. Розглянемо цю послугу докладніше.

По маршруту туристів буде перевозити трансфер, це дозволить безпечно і як можна швидко приїхати в місця призначення. Існують різні види трансферу, і в залежності від потреб замовника підбирається транспорт від легкового автомобіля до автобуса.

У вартість трансферу в турі «Історико культурна спадщина Занзібару», входить:

- подача мінівена / легкового автомобіля з персональним водієм;
- очікування туристів з екскурсії, магазинів, закладів харчування;
- оплата платної стоянки;
- комфортна, швидка і безпечна доставка пасажира до місця призначення.

Другий день розпочинаються зі сніданку в готелі. В 11:00 відправка на найбільший пляж острова Кендва (рис.3.5). Тут туристів буде чекати білосніжний пісок та голубий океан, де вони матимуть цілий день для відпочинку, фотографій, прогулянок місцевістю. Саме тут буде обід.

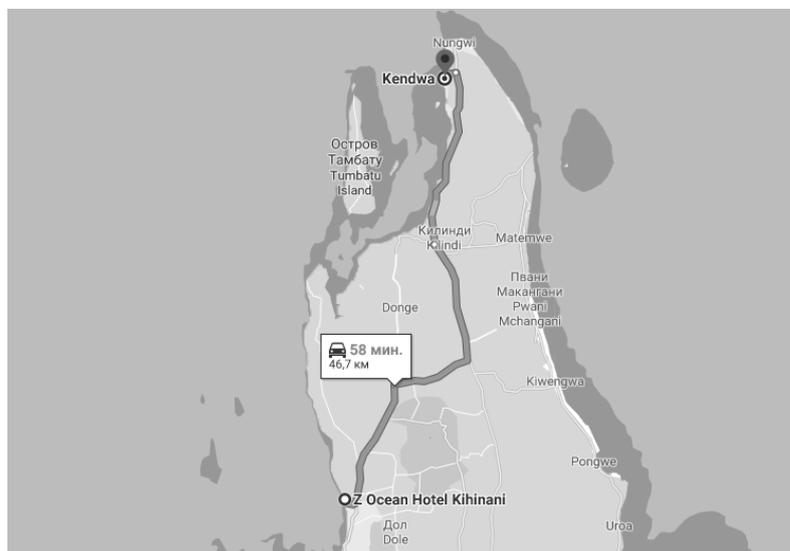


Рис. 3.5. Відправлення з готелю та прибуття на Кендва

Туристи самостійно оплачують додаткові витрати на пляжі та в закладах харчування Кендва.

Третій день туру почнеться зі сніданку в готелі і виїзду о 12:00 на Призон айленд – острів черепах та Накупенда. Відправлення на острови відбудеться зі Струн тауна на човні. Екскурсія до найбільших черепах та острів який зникає під воду (рис.3.6). Орієнтований час повернення до готелю в 18:00.



Рис. 3.6. Маршрут туру на сусідні острови.

На 4 день туристів очікує екскурсія островом. А саме, виїзд з готелю об 11:00. Перша зупинка в Jozani Forest, потім Kuza Cave та Мтенде (рис.3.7). Повернення в готель о 21:00.



Рис.3.7. Маршрут екскурсії островом.

На п'ятий день не планується жодної екскурсії, цей день туристи можуть провести в готелі біля басейну чи на пляжі, або прогулятися місцевістю, відпочити.

6-й і 7-й день планується екскурсія на сафарі в Танзанію.

Сафарі день перший:

Виїзд з готелю о 4:00. О 7:00 туристи зустрічаються з гідом в аеропорту Аруши і на сафарі-джипах вирушають до кратера Нгоронгоро.

Зустріч з левами, гепардами, слонами і носорогами, зебрами, антилопами, леопардами, бегемотами, страусами і гієнами, бабуїнами, бородавочники і мангустами. На обід туристи зупиняться в серці кратера, куди доставлять ланч-бокс для сафарі-пікніка.

Після обіду туристи вирушають в село Масаїв. А потім, після спостереження за вечірнім водопоєм тварин, близько 18:00 повернення до готелю, щоб повечеряти і відновити сили після насиченого дня.

День другий:

Експедиція по парку Тарангире в компанії масаїв. Після сніданку туристи відправляються в національний парк Танзанії. До обіду вивчають тваринний світ савани, знайомляться зі способом життя масаїв. А потім на туристів чекає дорога в аеропорт Аруши і політ на Занзібар.

8-й і 9-й день буде вільний для туристів, вони зможуть відпочити на пляжі, біля басейну, погуляти по місцевості. Вечері 9-го дня о 17:00 виїзд з готелю до аеропорту.

Таким чином, тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» розрахований на 8 ночей та 9 днів. Транспортне обслуговування передбачено під час відвідання екскурсій по всьому маршруту. Туристи відвідають основні туристичні об'єкти Занзібару.

Далі розглянемо технологію формування нового туру.

3.2. Технологія формування та реалізації нового туру

Виходячи з того, що туристична агенція згідно з чинним законодавством не може самостійно формувати та реалізувати тури, ТА «Весь світ» може використати пакетний тур туроператора, а екскурсійне та транспортне обслуговування надавати як додаткові послуги. Під час формування туру обирався туроператор за СПО на готель за обраними параметрами (табл.3.4).

Таблиця 3.4

Вибір туроператора для реалізації туру

Туроператор	Ціна за DBL, ВВ, 8 ночей	Політна програма
Coral Travel	від 49850 грн	Київ (КВР) – Занзібар(ZNZ), FZ 1730 + FZ 1687(B-737-800); Занзібар(ZNZ) – Київ(КВР), FZ 1688 + FZ 1727(B-737-800)
TPG	від 61493 грн.	Київ (КВР) – Занзібар(ZNZ), ТК458/568 (1256/567); Занзібар(ZNZ) – Київ(КВР), ТК568/459 (567/459)
Join Up!	від 62070 грн	Київ (КВР) – Занзібар(ZNZ), FZ 1730 + FZ 1687(B-737-800); Занзібар(ZNZ) – Київ(КВР), FZ 1688 + FZ 1727(B-737-800)

Siesta	від 52770 грн.	Київ (КВР) – Занзібар(ZNZ), FZ 1730 + FZ 1687(B-737-800); Занзібар(ZNZ) – Київ(КВР), FZ 1688 + FZ 1727(B-737-800)
--------	----------------	--

Після аналізу пропозицій туроператорів, було обрано пакетні тури туроператора «Coral Travel», який пропонує найнижчу ціну за обраний готель та всі ж ті умови, що пропонують інші туроператори.

Програма туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» наведена в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Програма туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

День	Маршрут	День	Маршрут
1	4:00 Виліт з Києва. 14:00 Прибуття в аеропорт Занзібару. 15:00 Заселення в готель. 15:30 Обід. 14:00 Виїзна екскурсія в Стоун Таун. 18:00 Вечеря. 19:30 Повернення в готель.	6	4:00 Виїзд з готелю. 7:00 Зустріч з гідом в аеропорту. 9:00 Сніданок на сафарі. 10:00 Сафарі на джипах. 14:00 Обід. 15:00 Село масаїв. 18:00 Заселення в готель «Saadani Safari lodge». Вечеря.
2	9:00 Сніданок в готелі. 11:00 Виїзд на пляж Кендва. 12:00 Вільний час. 14:00 Обід в місцевому ресторані. 15:00 Вільний час. 19:00 Повернення в готель. 19:00 Вечеря.	7	9:00 Сніданок. 10:30 Виїзд в Національний парк Танзанії. 14:00 Обід. 15:30 Виліт на Занзібар. 17:00 Повернення в готель 18:00 Вечеря. Вільний час.
3	9:00 Сніданок в готелі. 12:00 Виїзд на Призон айленд. 14:00 Обід. 15:30 Накупенда. Вільний час. 18:00 Повернення в готель. 18:30 Вечеря.	8	9:00 Сніданок в готелі. 11:00 Вільний час. 13:00 Обід в готелі. 14:00 Вільний час. 19:00 Вечеря.
4	9:00 Сніданок в готелі. 11:00 Виїзд з готелю. 12:00 Jozani Forest. Екскурсія парком. 13:30 Екскурсія по Kuza Cave. 14:40 Обід на пляжі Mtende 15:40 Вільний час. 19:00 Вечеря. 21:00 Повернення в готель.	9	9:00 Сніданок в готелі. 11:00 Вільний час. 13:00 Обід в готелі. 14:00 Вільний час. 17:00 Виселення з готелю. 20:00 Виліт до Києва. 6:00 Прибуття в Київ.
5	9:00 Сніданок в готелі. 11:00 Вільний час. 13:00 Обід в готелі. 14:00 Вільний час. 19:00 Вечеря.		

Тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» складається з різноманітної, насиченої, цікавої програми. Враховуються вікові, фізичні й психологічні фактори.

Вагому часту вартості туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» складає екскурсійна програма (табл.3.6).

Таблиця 3.6

Екскурсійна програма туру
«Природно-культурна спадщина Занзібару»

День туру	Об'єкти відвідування	Тривалість, годин	Вартість на особу, грн	Вартість на групу, грн
1	Екскурсія містом Стоун Таун	4	580	2320
3	Екскурсія «Острів черепах»	2	1950	7800
4	Екскурсія островом Занзібар	2	3260	13040
6	Сафарі. Село масаїв	6	9475	37900
7	Сафарі. Національний парк Танзанії.	4		
	Всього	18	15265	61060

Вартість екскурсійного обслуговування на 1 людину складає 15265 грн., а на групу із 4 осіб – 61060 грн.

Форма туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» маршрутно-транспортна. Схема маршруту – радіальний. Шлях руху туристів, коли його початок і завершення відбуваються в одному географічному пункті перебування, розміщуючись в якому туристи подорожують в інші пункти перебування з поверненням до пункту початку подорожі. Транспортні засоби які використовуються – літак, автобус, човен.

В табл. 3.7 зображена характеристика переміщення за основними пунктами маршруту.

Таблиця 3.7

Характеристика переміщення за основними пунктами маршруту

День туру	Екскурсія	Маршрут	Відстань по маршруту, км	Вартість транспортного обслуговування
1	Екскурсія містом Стоун Таун	Готель-Стоун Таун-готель	35	958 грн.
2	Кендва	Готель-Кендва-готель	92	2800 грн.
3	Екскурсія «Острів черепах»	Готель – Призон айленд - готель	26	685 грн

4	Екскурсія островом Занзібар	Готель - Jozani Forest - Kuza Cave – Mtende - готель	185	4560 грн
6,7	Сафарі	Готель-аеропорт-готель	38	1020 грн
Всього			376	10113 грн

Загальна протяжність маршруту транспортного обслуговування складає 376 км., а вартість – 10113 грн. Найбільшу відстань в трансфері туристи проїдуть на четвертий день – 185 км.

Всі екскурсії будуть забезпечені надійним автобусом, який має: кондиціонер і система вентиляції, аудіо- ,відео-системи, доступ до Інтернету. Також варто зазначити що буде гід – екскурсовод, який є керівником групи.

Обираючи готелі, в яких будуть зупинятися туристи були враховані побажання самих туристів – комфортні умови проживання, послуги, зручність розташування та цінова політика.

Саме тому був обраний готель «Амаан Осеан Кіхінані» для проживання туристів. В готелі пропонуються двомісні номери.

Тип харчування був обраний ВВ, так як тур має здебільшого екскурсійний характер, туристи більшість свого часу проводять за межами готелю.

Маршрут екскурсії «Природно-культурна спадщина Занзібару» – це найбільш зручний шлях проходження екскурсійної групи, який сприяє розкриттю теми і пов'язаний з процесом показу об'єктів.

Маршрут кожної екскурсії особливий і неповторний.

9-денний тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» передбачає відвідання таких населених пунктів: Київ- острів Занзібар- м. Стоун таун- острів Призон- острів Накупенда.

Даний тур включає ознайомлення туристів із природними пам'ятками островів Занзібар, Призон, Накупенда.

Тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» це готовий туристичний продукт, який можна реалізовувати туристичній агенції, як саме розглянемо далі.

Вартість розробленого туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» включає в себе:

вартість пакетного туру туроператора «Coral Travel»;
екскурсії за маршрутом;
транспортне обслуговування;
послуги гіда.

Загальна вартість туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» на одну особу та на групу розрахована в табл. 3.8.

Таблиця 3.8.

Загальна вартість туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

Послуга	Вартість на групу, брутто, грн	Вартість 1/DBL, брутто, грн	Вартість на групу, нетто, грн	Вартість 1/DBL, нетто, грн
Пакетний тур	99700	24925	86739	21684,75
Екскурсійне обслуговування	61060	15265	51900	12975
Транспортне обслуговування	10113	2528,25	8596	2149
Послуги гіда	3000	750	2700	675
Всього	173873	43468,25	149935	37483,75

Вартість туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» брутто складає 173873 грн. за групу із 4-х осіб, а на одну особу – 43468,25 грн. Бронювання послуг через туристичну агенцію «Весь світ» для туристів є дешевшим, ніж бронювання таких же послуг та екскурсій на місці, так як туристична агенція на основі договірних відносин з туристичними фірмами є оптовим покупцем-партнером та виступає посередником між туристичними фірмами та туристом.

Дохід від реалізації туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» наведено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Дохід від реалізації туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

Послуга	Дохід від реалізації групового туру, грн	Дохід за реалізацію туру 1/DBL, грн
Пакетний тур	12961	3240,25
Екскурсійне обслуговування	9160	2290
Транспортне обслуговування	1517	379,25

Послуги гίδα	300	75
Всього	23938	5984,5

Туристична агенція «Весь світ» за реалізацію туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» може отримати 23938 грн. за групу із 4 осіб та за одну особу в двохмісному номері – 5984,5 грн.

Підготовка туру передбачає надання туристам комплексу послуг відповідно до їх вимог, що пред'являються до рівня обслуговування, програми туру і технології надання послуг. Рівень обслуговування залежить від рівня складових туристських послуг: проживання, харчування, екскурсійного, транспортного обслуговування, дозвілля, а також від їх відповідності меті подорожі.

Створений тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» має на увазі його інформаційно-методичне забезпечення у фірмі. Інформаційно-методичне забезпечення втілюється у підготовці спеціальної технологічної документації, яка покликана повністю описати сам тур, процеси його виробництва та послуги, що надаються туристам. Це необхідно для чіткої, оперативної та гнучкої роботи співробітників фірми, а також для можливості постійного контролю за вмістом туру, його виконанням і для роботи над його вдосконаленням.

Для бронювання туру, менеджер туристичної агенції «Весь світ» має знайти на сайт туроператора «Coral Travel» та забронювати пакетний в особистому кабінеті (рис.3.8).

Страховка	Check/in - Check/out
VUSO Tanzania Медичне страхування, стандартне, без франшизи	Изменить 18.01.2022 - 27.01.2022
Информация о туристе	
Обращаем внимание! Необходимо корректное внесение паспортных данных туристов согласно документам, которые будут предъявлены при регистрации на рейс. Инструкция о правилах и особенностях ввода данных.	
Пол <input checked="" type="radio"/> Женский <input type="radio"/> Мужской Дата рождения <input type="text"/> <input type="calendar"/> Фамилия <input type="text"/> Имя <input type="text"/> Гражданство <input type="text" value="Украина"/> Телефонный номер туриста <input type="text"/>	тип документа <input type="text" value="Загранпаспорт"/> Серия паспорта <input type="text"/> Номер паспорта <input type="text"/> Срок действия паспорта <input type="text"/> <input type="calendar"/> Минимальный срок действия паспорта: 20.07.2022 Дата выдачи паспорта <input type="text"/> <input type="calendar"/> Кем выдан <input type="text"/> Страна рождения <input type="text" value="Украина"/> Адрес <input type="text"/> E-mail пассажира <input type="text"/>
Пол <input checked="" type="radio"/> Женский <input type="radio"/> Мужской Дата рождения <input type="text"/> <input type="calendar"/> Фамилия <input type="text"/> Имя <input type="text"/> Гражданство <input type="text" value="Украина"/> Телефонный номер туриста <input type="text"/>	тип документа <input type="text" value="Загранпаспорт"/> Серия паспорта <input type="text"/> Номер паспорта <input type="text"/> Срок действия паспорта <input type="text"/> <input type="calendar"/> Минимальный срок действия паспорта: 20.07.2022 Дата выдачи паспорта <input type="text"/> <input type="calendar"/> Кем выдан <input type="text"/> Страна рождения <input type="text" value="Украина"/> Адрес <input type="text"/> E-mail пассажира <input type="text"/>

Рис. 3.8. Форма для бронювання пакетного туру в особистому кабінеті ТО «Coral Travel»

Під час бронювання турагент має ввести паспортні дані туристів:

дату народження;

прізвище та ім'я;

контактну інформацію;

серію та номер закордонного паспорта;

дату, місце та термін дійсності закордонного паспорту.

Якщо у туристів під час туру святкують якусь подію (День народження, річницю, тощо) необхідно вказати дану інформацію під час бронювання у відповідному вікні та прикріпити, за необхідності, підтверджуючий документ.

Після створення заявки на бронювання туру турагент та турист укладають договір на туристичне обслуговування, де вказується наступна інформація (рис.3.9):



Рис. 3.9. Зміст договору на туристичне обслуговування ТА «Весь світ»

Турист має ознайомитися з умовами договору та підписати його, цим самим надавши згоду на обробку персональних даних. Договір підписується у двох однакових екземплярах: один залишається у турагента, а інший – в туриста. Турист зобов'язаний зберігати договір до кінця його строку дії.

Після оплати туру турагент видає туристу пакет документів, необхідних для реалізації туру (рис.3.10).



Рис. 3.10. Документи для реалізації туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

ТА «Весь світ» зобов'язується видати туристу вчасно всі документи, необхідні для реалізації туру «Природно-культурна спадщина Занзібару», сюди входять ваучери:

на проживання;
 на трансфери;
 на екскурсійне обслуговування.

Тури та його технологічна документація повинні відповідати нормативним вимогам, спрямованим на захист прав споживачів. Вони контролюються в процесі проведення сертифікації туристської продукції.

Для успішного просування туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» необхідна наявність певного мінімуму стимулюючих заходів, які здійснюються в комплексі з рекламною роботою та іншою комерційною діяльністю.

Важлива роль в просуванні туристичного продукту відводиться стимулюванню споживачів. Серед завдань стимулювання клієнтів туристичної агенції «Весь світ» основними є: заохочення інтенсивнішої споживання пропонованих турів або окремих послуг, спонукання туристів до придбання послуг, якими вони раніше не користувалися, залучення уваги до туристського пропозицією тих, хто користується послугами конкурентів.

Ми пропонуємо наступні маркетингові заходи, які може використовувати ТА «Весь світ» для просування туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» (рис. 3. 11):



Рис. 3.11. Просування туру «Природно-культурна спадщина Занзібару»

До нерекламних методів просування туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» ТА «Весь світ» може застосовувати:

особисті (персональні) продажі, здійснювані через інших туристичних агенцій;

пряма розсилка інформації та робота з різними базами даних (формування постійно підтримуваних баз даних стійкою клієнтури, на основі яких здійснюється доведення до клієнта інформації);

прямий маркетинг (телефонний маркетинг, поштова розсилка – інформація перспективних корпоративних клієнтів);

тимулювання збуту – при цьому клієнтам ТА «Весь світ» можна пропонувати, наприклад, купони на знижки, проводити різноманітні конкурси та розіграші призів для покупців турів, здійснювати бонусні програми.

Отже, просування туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» передбачає постійну підтримку маркетингу, активно використовуючи соціальні мережі та взаємодію з відгуками туристів. Реалізація туру має відбуватися відповідно до договору, в якому прописуються деталі туру, вартість та умови. Туристична агенція «Весь світ» зобов'язана надати туристові всю необхідну інформацію щодо маршруту туру та його особливих умов. Дохід від реалізації туру складе 23938 грн. за 4 осіб в турі.

Висновки до розділу 3

1. Запропонований тур «Природно-культурна спадщина Занзібару» розрахований на 8 ночей та 9 днів. Вікова характеристика яка найбільш підходить для цього туру, це туристи віком від 22 до 40 років. У вартість туру включені екскурсії, які найбільше передають природо-культурну спадщину Занзібару. У турі передбачено відвідання таких туристичних об'єктів як: Острів черепах, острів Накуперда, Стоун таун, Національний парк Танзанії, печера Куза.

2. Формування туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» передбачає використання пакетного туру туроператора «Coral travel» та комплектування додаткових послуг наземного обслуговування, серед яких: транспортне обслуговування, послуги гіда та екскурсійне забезпечення. Вартість туру на групу із 4 осіб складає 173873 грн., та 43468,25 грн. на одну особу, при умові дотримання умов мінімальної кількості осіб в групі. Реалізація туру передбачає заповнення заявки на бронювання, заключення договору між туристом та туристичною агенцією, в якому вказуються основні дані туру: дата, місце розміщення, страхування, вартість та ін. Просування туру передбачає активне використання SMM та контекстної реклами.

ВИСНОВКИ

Провівши дослідження на тему «Особливості використання історико-культурних та природних ресурсів Занзібару для розвитку туризму» доцільно зробити наступні висновки:

1. Історико-культурна спадщина – це духовний, економічний і соціальний капітал надзвичайно високої цінності, який є головною складовою національної самоповаги і відповідного представлення нашої країни на міжнародному рівні. Ідея всесвітньої спадщини ЮНЕСКО унікальна в силу свого універсального застосування. Захист об'єктів всесвітньої спадщини – загальний борг всіх народів світу, незалежно від території, на якій вони проживають. . Рішення питань культурної спадщини та управління ресурсами найкраще досягати шляхом визнання розбіжностей суперечливих інтересів з метою пошуку спільної мови.

2. Туристичні ресурси представляють собою частину туристсько-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою. Первинними туристичними ресурсами є ті, що існують або спочатку існували для нетуристичних цілей. Вторинні туристичні ресурси – це ті, які були навмисно побудовані для задоволення потреб туристів. Туристичні ресурси також діляться на природні і соціально-економічні. Ключовими компонентами туристичної ресурсної бази є потенційні та реальні туристичні атракції, які, зрештою, визначають структуру кінцевого туристичного продукту призначення.

3. На відміну від багатьох інших держав, де успіх у туристичній галузі не зовсім помітний, на Занзібарі успіх цієї галузі помітний, оскільки всі отримують вигоду прямо чи опосередковано. Занзібар – острівний архіпелаг в Індійському океані, поруч із східноафриканським узбережжям Суахілі. . Тип клімату на острові – мусонний морський. Оскільки туристична індустрія в Танзанії зростала і швидко розвивалася, острів Занзібар отримав лідируюче місце в туристичній галузі серед туристів. Це пов'язано з тим, що Занзібар має прекрасні пляжі та численні визначні пам'ятки.

4. Туристична агенція «Весь світ» діє на підставі виписки від імені фізичної особи-підприємця Косинського Сергія Григоровича та розташована за адресою м. Полтава, вул. Жовтнева 46. Туристична агенція «Весь світ» співпрацює з широким колом туристичних операторів, що здійснюють свою діяльність на туристичному ринку України та за кордоном. В туристичній фірмі «Весь світ» діє лінійна організаційна структура управління підприємства. Основними видами туристичної діяльності ТА «Весь світ» є міжнародний туризм.

5. Найбільші обсяги реалізації турів ТА «Весь світ» спостерігаються у 2019 р. У 2020 р. тенденція щодо збільшення кількості реалізації турів порушилася і відбулось їх зниження. У 2019 році загальна кількість реалізованих турів склала 1020 одиниць, що на 17,9% більше ніж в попередньому році. У 2020 році показник обсягу реалізованих турів туристичною агенцією «Весь світ» зменшився на 44,2 %. У 2020 році у зв'язку з обмеженнями через карантинні

заходи відбулося зниження доходу від реалізації туристичних послуг на 41,7% у порівнянні з 2019 роком, так дохід склав 1006,52 тис. грн. Найменшу частку в структурі доходу від реалізації туристичних послуг ТА «Весь світ» складає дохід від реалізації авіаквитків.

6. ТА «Весь світ» здебільшого охоплює лише жителів м. Полтава, а також найближчих населених пунктів. ТА «Весь світ» враховує послуги що надають їх конкуренти, а саме: цінову політику, пропозиції, стратегія просування туристичного продукту, залучення нових клієнтів, репутація в туристів тощо. Конкурентами туристичної агенції «Весь світ» є ТА «Join Up!», ТА «Anex tour», ТА «Марабу». За зваженою оцінкою туристична агенція «Весь світ» набрала найбільшу кількість балів – 347, а найменшу – ТА «Join Up!». Всі агенції-конкуренти знаходять поруч з аналізованою агенцією та складають найбільшу конкуренцію.

7. Розробка нового туристичного продукту передбачає, що він буде включати в себе відпочинок та культурно-пізнавальні екскурсійні маршрути. Обрані острови для туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» наповнені культурними, історичними, архітектурними та природними пам'ятками, саме тому вони входять до розробленого туру. Запропонований тур підійде для молодих фінансово забезпечених людей без маленьких дітей. Тривалість туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» складає 9 днів і 8 ночей. Туристи відвідають пункти туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» у супроводі гіда. Транспортне обслуговування забезпечено на основі договірних відносин з місцевими компаніями.

8. Виходячи з того, що туристична агенція згідно з чинним законодавством не може самостійно формувати та реалізувати тури, ТА «Весь світ» може використати пакетний тур туроператора. Після аналізу пропозицій туроператорів, було обрано пакетні тури туроператора «Coral Travel». Вартість туру «Природно-культурна спадщина Занзібару» брутто складає 173873 грн. за групу із 4-х осіб, а на одну особу – 43468,25 грн. Бронювання послуг через туристичну агенцію «Весь світ» для туристів є дешевшим, ніж бронювання таких

же послуг та екскурсій на місці. Серед завдань стимулювання клієнтів туристичної агенції «Весь світ» основними є: заохочення інтенсивнішої споживання пропонованих турів або окремих послуг, спонукання туристів до придбання послуг, якими вони раніше не користувалися, залучення уваги до туристського пропозицією тих, хто користується послугами конкурентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм»: (офіційний текст: за станом на 15 січня 2015 р.)/ Верховна Рада України. К.: Парламентське вид-во, 2015 р. 3 с.
2. Закон України «Про курорти» //Відомості Верховної Ради України. 2000. №. 50. С. 4.
3. Проектування туристичних послуг. ГОСТ 28681.1-95-МГС. 14 с.
4. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги.: ДСТУ 4268:2003. 10 с.
5. 0. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика. М.П. Мальська, В.В. Худо. Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
6. Аріон О.В. Географія туризму. Навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. О.В. Аріон, С.І. Уліганець. КНУТШ. Київ. Обрії, 2009. 172 с.
7. Арсененко Ірина. Сучасні аспекти розвитку міжнародного туризму в Африканському туристичному макрорегіоні в умовах пандемії COVID-19. *InterConf*. 2021. Р. 166-176.

8. Балабанова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства. «Центр учбової літератури», 2017. 184 с.
9. Бартош Л. П., Бондаренко Н. Б. Географія подорожей організованих туристичними фірмами України. Главный редактор. С. 42-48.
10. Бейдик О.О. Рекреативно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. ВПЦ «Київський університет», 2011. 395 с.
11. Богатирьова Д. С. Танзанія як центр екологічного туризму. Вивчення, збереження і відновлення природних ландшафтів. 2018. С. 140-148.
12. Бокарев Т. А. Способи просування компанії в мережі Інтернет: навчальний посібник. 2016. № 4, С .55 – 57.
13. Вдовенко Н. М., Павленко М. М. Стан та тенденції регулювання розвитку галузей морського господарства та круїзного туризму. Проблеми і перспективи економіки та управління, 2018. 3 (15). С. 55-62.
14. Вірченко П. Класифікація туристсько-рекреативного потенціалу територій локального рівня та проблеми його залучення до господарської. Часопис соціально-економічної географії ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2013. Вип. 13(2). С. 120–125.
15. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов. «Центр учбової літератури», 2013. 178 с.
16. Гербут М. В., Копець Г. Р., Урікова О. М. Інноваційні аспекти розвитку вітчизняних туристичних підприємств. Управління інноваційним процесом в Україні: розвиток співпраці: тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції. Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 173-182.
17. Гомілевська Галина Олександрівна, Соломонюк Дарина Василівна. Диверсифікація туристської діяльності в умовах невизначеності зовнішнього середовища, пов'язаної з епідемією COVID-19. Територія нових можливостей. 2021. С. 80-92.

18. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика. Кондор, 2012. 436 с.
19. Гурова Д. Д. Сучасна географія туристських прибуттів та світові тенденції розвитку туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки, 2018. № 8. С. 239-243.
20. Данилюк Вікторія. Перспективи використання історико-культурних ресурсів в туристичній діяльності. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції. Львів, 2020. С. 106-109.
21. Драгомірова Євгенія Сергіївна. Рекреаційні комплекси України та світу. 2019. С. 101-117.
22. Заячківська Г. А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. Інноваційна економіка, 2015. № 1. С. 153-157.
23. Камінська Наталя. Щодо питання класифікації договорів у туристичній сфері. Підприємництво, господарство і право, 2017. № 3. С. 27-30.
24. Колісник А. Я., Новикова В. І. Пляжі як основні ресурси купально-пляжного туризму, їх класифікація. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка–2019». XXI Всеукраїнська наукова конференція молодих учених, 2019. С.169-171.
25. Король О. Д. Питомі витрати на зарубіжний туризм та їх вплив на міжнародні туристичні вибуття. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Географічні науки», 2017. № 6. С. 180-186.
26. Король О. Д., Крачило М. П. Менеджмент туризму. Чернівці : Рута, 2018. 240 с.
27. Кузик С.П. Географія туризму. МОНУ. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Географічний ф-т. Київ, Знання, 2011. С. 271-278.
28. Кулаковська Ірина. Етнокультурний потенціал як чинник підвищення екскурсійної привабливості регіону. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2015, 1.3. С. 73-76.

29. Кусик Наталія Львівна. Культурні ресурси як джерело унікальних конкурентних переваг регіону. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління, 2015, 2.1/3. С. 70-78.

30. Литвин, Т. П., Дмитрієва, М. О. Інтернет-маркетинг у туристичних організаціях. Редакційна колегія, 2019,. 340 с.

31. Лівак Д. В. Особливості оцінки конкурентоспроможності турфірми. Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології. Вінниця: Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч. 2. С. 322 - 358.

32. Ліхоносова Г. С., Рижак А. І. Формування конкурентних переваг на ринку праці сфери туризму. Економіка і управління, 2018. № 29 (68).2. С. 1-4.

33. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України. О.О.Любіцева, Є.В.Пайкова, В.І.Стафійчук. Альтерпрес, 2017. 369 с.

34. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич. Знання, 2008. 661 с.

35. Мархонос, С. М., Турло Н. П. Рекреаційні комплекси: передумови створення та напрями їх розвитку. Приазовський економічний вісник. 2017. С. 118-122.

36. Мельнік, Д., Байтеряков О. Підходи до оцінки туристичних історико-культурних ресурсів. Наукове сьогодення: теоретико-прикладні дослідження та перспективи: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Видавництво МДПУ ім. Б. Хмельницького, Мелітополь, 2019. С. 202-205.

37. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як рушійна сила економічного поступу країн, що розвиваються. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2018. № 4. С. 280-286.

38. Потишняк О. М. Рекреаційні ресурси та природно-рекреаційний потенціал як необхідна умова розвитку рекреації. 2017. С.112-119.

39. Пустовойт А. С. Сафарі-туризм як один із напрямів туристського країнознавства. 2015. PhD Thesis. Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки. С. 120-123.

40. Разінькова М. Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки. Інвестиції: практика та досвід, 2020. № 3. С. 32-36.
41. Рашевська, Т. К., Тараненко, О. О. Особливості реалізації історико-культурного потенціалу регіону у сфері туризму. 2020. С. 656-658.
42. Савченко Т. В. Продукт і послуга в туризмі: сутність та характерні особливості. Центральна спілка споживчих товариств України Львівський торговельно-економічний університет, 2020. С. 234 - 239.
43. Симочко Г.В. Поняттєво-термінологічний апарат та підходи до класифікації туристично-рекреаційних ресурсів. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія». 2012. № 2. С. 78–84.
44. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин. Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
45. Смолій, В. А. Історико-культурна спадщина України: переміщення, втрати, перспективи повернення. Вісник НАН України. 2016. С. 33-39.
46. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Центр навчальної літератури, 2017. 312 с.
47. Яценко Б.П. Країнознавство: основи теорії. Либідь, 2009. 312 с.
48. Anderson Wineaster. Linkages between tourism and agriculture for inclusive development in Tanzania. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2018. P. 27-35.
49. Eagles Paul FJ. Tourism in Tanzania. *Bois et forets des tropiques*. 2006. P. 73-80.
50. Fedulin Aleksandr Alekseevich. Methodological approaches to the assessment of historical and cultural resources in tourist destinations. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 2017. P. 198-204.
51. Mgonja John T., Cultural community-based tourism in Tanzania. *Development Southern Africa*, 2015.P. 377-391.
52. Varien Mark D., Historical ecology in the Mesa Verde region: results from the Village Ecodynamics Project. *American Antiquity*. 2007. P. 273-299.

53. Wade Derek J., Mwasaga Balekebajobege C., Eagles, Paul FJ. A history and market analysis of tourism in Tanzania. *Tourism Management*, 2017. P. 93-101.

54. Wamboye, Evelyn F., Nyaronga Peter John, Sergi Bruno S. What are the determinants of international tourism in Tanzania?. *World Development Perspectives*, 2020. P. 100-175.

55. Yan Libo, Bo Wendy, Zhang Meng. A mathematical model for tourism potential assessment. *Tourism Management*, 2017. P. 355-365.

56. Ziddy Issa. Western Tourism in Zanzibar: Cultural And Religious Implications. *Adam Academy Journal of Social Sciences*. Adam Akademi Sosyal Bilimler Dergisi, 2013. P. 111-133.

ДОДАТКИ

Додаток А «Пошукова система турів ТА «Весь світ»

ПОШУК ТУРІВ



Пакетні
Експерсійні

 Проїзд включений
 Проїзд не включений

Транспорт: Авіа	Готель: <input type="checkbox"/> 2* <input type="checkbox"/> 3* <input checked="" type="checkbox"/> 4* <input checked="" type="checkbox"/> 5*	Харчування:
Країна: Туреччина	Усі готелі <ul style="list-style-type: none"> 10 Karakoy Istanbul 1461 Hotel (Non Alcohol) A Diamond Hotel A Good Life Water Planet A11 Atasehir A11 Hotel Alanya A11 Hotel Cosmo 	Все включено і краще
Регіон: <ul style="list-style-type: none"> Усі регіони Адрасан Аланія Анкара Анталія Афьон 	Розміщення в номері:	Дорослі: 2 Діти: 0
Дата вильоту:	Ночей в турі:	Ціна за номер:
з 23.06.21 до 04.07.21	від 6 до 8	від 0 до 900000 USD
Виліт з: Київ	 Знайти	

Додаток Б «Стоун Таун»



Додаток В «Прізон Айленд»

