

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

_____ Д.І. Басюк
Завідувач кафедри ТГБ

_____ В.Ф. Доценко
Декан факультету ГРТБ

КВАЛІФІКАЦІЙНА ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»
за спеціальністю 242 «Туризм»
освітньо-професійна програма «Туризм»

на тему: **Особливості організації турів до Грузії**
(на матеріалах ТОВ «Дельта Тревел»)

Науковий керівник:

доцент кафедри ТГБ,
к.геогр.н., доцент
Мірзодаєва Тетяна Віталіївна

Рецензент:

старший викладач кафедри
технології ресторанної і
аюрведичної продукції
к. т. н.
Зуйко Віра Ігорівна

Здобувач:

Цимбалюк Єлизавета Едуардівна

Київ – 2019 рік

РЕЗЮМЕ

Дипломна робота складається із 112 сторінок. Кількість розділів 4, рисунків - 7, таблиць – 15, додатки 2.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Дельта Тревел».

Предметом вивчення стала організація турів в Грузію.

Мета роботи є організація нових турів до Грузії.

У I розділі розглядаються теоретичні основи організації міжнародних турів.

У II розділі проведено організаційно-економічний аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Дельта Тревел».

У III розділі визначено стратегія заходів з організації міжнародних турів на туристичному підприємстві ТОВ «Дельта Тревел».

У IV розділі охарактеризовано впровадження сучасних інформаційних технологій в готельному підприємстві ТОВ «Дельта Тревел».

КЛЮЧОВІ СЛОВА: туристичне підприємство, міжнародний туризм, організація закордонних турів, економічна ефективність.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРІВ	9
1.1. Сутність та значення організації міжнародних турів в діяльності туристичного підприємства	9
1.2. Характеристика основних об'єктів туристського інтересу в Грузії	18
1.3. Аналіз пропозицій туристично-пізнавальних подорожей до Грузії	29
Висновки до розділу 1	45
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	47
2.1. Загальна організаційно-господарська характеристика діяльності ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	47
2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	50
2.3. Вплив зовнішнього середовища на діяльність туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	60
Висновки до розділу 2	63
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ ЗАХОДІВ З ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	65
3.1. Аналіз діяльності ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» в напрямку організації турів до Грузії	65
3.2. Розробка нових турів до Грузії для розширення асортименту туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	71
3.3. Аналіз економічної ефективності проектів розроблених турів	79
Висновки до розділу 3	84
РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	85

	5
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт в ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	85
4.2. Аналіз Інтернет-контенту ТОВ «Дельта Тревел»	90
4.3. Впровадження сучасних інформаційних технологій для організації та просування турів на ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»	94
Висновки до розділу 4	98
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	101
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	105
ДОДАТКИ	110

ВСТУП

Актуальність. Подорож, що має в своїй основі культурний і пізнавальний інтерес, на сьогоднішній день є одним з найпоширеніших видів туризму.

Потреба людини в отриманні інформації про нові місця, в подорожі як засобі отримання цієї інформації є об'єктивним законом розвитку людського суспільства. Подорож приносить людині задоволення і дає можливість відпочити. Таким чином, розробка нових пізнавальних турів завжди актуальна.

У Грузії зосереджена величезна кількість культурних цінностей, практично кожне місто, а іноді і невеликі села, є сьогодення музеєм історії і культури. Якщо поглянути на карту світу, то видно, що Грузія - це невелика країна зі стратегічно вигідним місцем розташування, знаходиться на перехресті між Європою і Азією.

Про культурну спадщину Грузії, її природу і кухню (особливо про вина) написано безліч книг і путівників - всі вони запрошують відвідати країну, розташовану на місці стародавньої Колхиди.

Стратегія розвитку туризму в Грузії на 2015-2025 роки є виклад бачення розвитку галузі на майбутні десять років разом зі стратегічним планом заходів щодо підвищення цінності і значущості туризму в інтересах економіки країни і - в кінцевому підсумку - на благо її громадян. Стратегія сприятиме досягненню в Грузії подвійної мети, що стоїть перед Групою Світового банку.

Загалом, поняття і види міжнародного туризму охарактеризовані в роботах А.Ю. Александрової, А.П. Дурович, В.С. Сеніна і ін.

Особливості розробки міжнародних турів розглянуті Е.Н. Ільїною, А.С. Кусковим, О.Ю. Грачовою та ін.

Туристичні ресурси та інфраструктура за маршрутом туру описуються в роботах М.В. Асташкіна, Ю.Д. Дмитрівського, а також на інформаційних сайтах.

Метою дослідження є організація нових турів до Грузії.

Для досягнення мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- дати характеристику теоретичним основам дослідження та організації міжнародних турів;
- розглянути основні об'єкти туристського інтересу в Грузії;
- проаналізувати пропозиції туристично-пізнавальних подорожей до Грузії;
- охарактеризувати загальну організаційно-господарську діяльність ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»;
- проаналізувати внутрішнє середовище туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»;
- проаналізувати вплив зовнішнього середовища на діяльність туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»;
- проаналізувати діяльність ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» в напрямку організації турів до Грузії;
- розробити нові тури до Грузії для розширення асортименту туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»;
- проаналізувати економічну ефективність проектів розроблених турів;
- дати характеристику технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт в ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»;
- проаналізувати Інтернет-контент ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»;
- розглянути впровадження сучасних інформаційних технологій для організації та просування турів на ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ».

Об'єктом дослідження є ТОВ «Дельта Тревел» .

Предметом вивчення стала організація турів в Грузію.

Методологічна основа дослідження. Методологічно дане дослідження засноване на застосуванні таких методів наукового пізнання, як:

- опис - фіксація відомостей про об'єкт;
- класифікація - розподіл тих або інших об'єктів по класах, групам і т.д.;
- аналіз - розкладання об'єкта на складові частини з метою вивчення;
- узагальнення - уявний логічний перехід від єдиного до загального.

Інформаційна база дослідження. Джерелами даних про сучасні підходи до здійснення проектування туристського продукту стали насамперед нормативно-правові акти, які регулюють дану сферу діяльності.

Структура роботи: робота складається із вступу, чотирьох розділів, дванадцяти підрозділів, висновків до кожного із розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРІВ

1.1. Сутність та значення організації міжнародних турів в діяльності туристичного підприємства

Міжнародний туризм включає в себе поїздки з метою ознайомлення з природними та історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами, традиціями народів в різних країнах. Поїздка може включати в себе пізнавальні і рекреаційні цілі одночасно [6].

Міжнародні тури. Цілі - подивитися цікаві або просто гарні природні і культурні об'єкти, отримати нову інформацію про ці об'єкти, а також відвідати унікальні місця, щоб потім з почуттям глибокого задоволення думати і говорити: "А я там був". Об'єктами, відвідуваними з пізнавальною метою в міжнародному туризмі, є: пам'ятники природи, історії, архітектури, місця, пов'язані з життям чудових людей, музеї, картинні галереї, виставки, театри та ін.

Під поняттям міжнародного туризму розуміється потреба духовного освоєння і духовного привласнення культури світу через його відвідування, безпосереднє осягнення і переживання різних культур в різних місцях, де особисто побачене стає надбанням, приналежністю думки і почуттів туриста, змінюючи горизонти його сприйняття [20].

На сьогодні існує безліч видів туризму. Так як поняття міжнародного туризму не зводиться тільки до пізнання інших країн, її звичаїв і традицій, але міжнародний туризм це ще обмін досвідом, навичками.

Так як туризм сприяє розвитку подорожей, завдяки яким люди (туристи) мають можливість відвідати інші країни, то, завдання міжнародного туризму полягає в тому, щоб підвищити культурний рівень людей під час подорожі, задовольнити їх культурні потреби. Об'єктами

туристського інтересу можуть бути стародавні міста, музеї, пам'ятники створені людиною і природні, пам'ятки, міські ландшафти, етнічні та фольклорні пам'ятки і т. д.

Ринок міжнародного туризму також досить широкий. Він в меншій мірі залежить від вікової приналежності туристів, в більшій від кола його інтересів. Цікавити людину може багато, особливо щось незвичне і незвичайне; тому при вивченні ринку і розробки туру, при рекламі, особливу увагу потрібно приділяти висвітленню саме цих сторін туристського маршруту.

Існують два різновиди міжнародних турів:

Стаціонарні тури - з перебуванням туристів в одному місті, туристському центрі;

Маршрутні тури - відвідання кількох міст і центрів пам'яток, вибудоване у вигляді маршруту подорожі [21].

Міжнародний туризм давно виділився і став самостійним видом туризму. Його основою є історико-культурний потенціал країни або регіону, що включає все соціально культурне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності. Поїздка може включати в себе і пізнавальні і рекреаційні цілі одночасно.

Підходи до визначення поняття «міжнародний тур» наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Аналіз поняття «міжнародний тур»

	Джерело	Міжнародний туризм -
	2	3
1	Александрова А.Ю.	це вид діяльності, спрямований на надання різного роду туристичних послуг і товарів туристського попиту з метою задоволення широкого кола культурних і духовних потреб іноземного туриста.

Продовження таблиці 1.1

2	Сенин Т.С.	являє собою вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств, перетворившись на важливу форму використання вільного часу окремих осіб і основний засіб міжособистісних зв'язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй.
3	Осипова Т.В.	являє загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях і (або) для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або в професійно-ділових цілях без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.
4	Любїцева О.О.	це поїздки з туристичною метою за межі країни постійного проживання. Це система подорожей, здійснювана на основі міжнародних договорів з урахуванням діючих міжнародних звичаїв.
5	Володькіна М.В.	являє собою діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями.
6	Бець М.П.	являє собою діяльність осіб, які подорожують або перебувають в місцях за межами свого звичайного проживання безперервно протягом не більше одного року з метою дозвілля або в ділових та інших цілях, не пов'язана із здійсненням будь-якої оплачуваної діяльності в місці перебування.

Джерело: узагальнено на основі опрацювання [64, с. 44; 49, с. 28; 43, с. 189; 32, с. 211; 14, с.58; 12, с. 115]

Аналіз таблиці дозволяє зробити висновок, що міжнародний туризм - це туристські відвідування пам'яток історії та культури, туристських територій та об'єктів культурної спадщини, відпочинок та екскурсії в іншій країні.

Мінімальний набір ресурсів для міжнародного туризму може дати будь-яка місцевість, але для його масового розвитку потрібна певна концентрація об'єктів культурної спадщини, серед яких можна виділити: пам'ятники археології; культову і цивільну архітектуру; пам'ятники ландшафтної архітектури; малі і великі історичні міста; сільські поселення;

музеї, театри, виставкові зали та ін .; соціально культурну інфраструктуру; об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва; технічні комплекси і споруди.

Ринок міжнародного туризму досить широкий. Він не залежить від вікової приналежності туристів, а тільки від кола його інтересів. Цікавити людину може багато, а особливо щось незвичне і незвичайне, що раніше не бачене і невідоме. Тому при розробці міжнародного туру, при його рекламі особливу увагу потрібно приділяти висвітленню саме цих сторін туристського маршруту.

Також до міжнародного туризму можна віднести етнографічний туризм - знайомство з традиційним побутом місцевого населення. У світовій практиці цей вид туризму достатньо розвинений.

Інакше кажучи, міжнародний туризм орієнтований на ознайомлення туристів з пам'ятками архітектури, археології, історії, культури, природи, традиціями і звичаями відвідуваних країн.

Основа міжнародного туризму - багата екскурсійна програма, що включає огляд визначних пам'яток, пам'ятників, музеїв, унікальних природних об'єктів і явищ в відвідуваній країні [10].

Для розвитку міжнародного туризму важливе значення має «кущовий» принцип планування, який передбачає створення поблизу головного об'єкта туристичної привабливості додаткових об'єктів відвідування - музейних експозицій, майстерень природних промислів з організацією продажу сувенірів, а також культурних акцій і видовищних заходів. Це дозволяє залучити більше туристів, збільшити тривалість їх перебування, а отже - підвищити ефективність використання туристської інфраструктури. Додаткові об'єкти повинні функціонально відповідати основному, не порушуючи характер історичного середовища, в той же час розміщуватися зручно по відношенню до головного об'єкту.

В історичних містах - центрах туризму передбачається формування культурно-туристських зон, що включають пам'ятники історії і культури,

об'єкти обслуговування, що надають повний комплекс послуг туристам в межах 15 - хвилинної пішохідної та транспортної доступності (проживання, харчування, розваги, довідково-інформаційне обслуговування та ін.) [32].

На рис.1.1. надана класифікація міжнародного туризму.

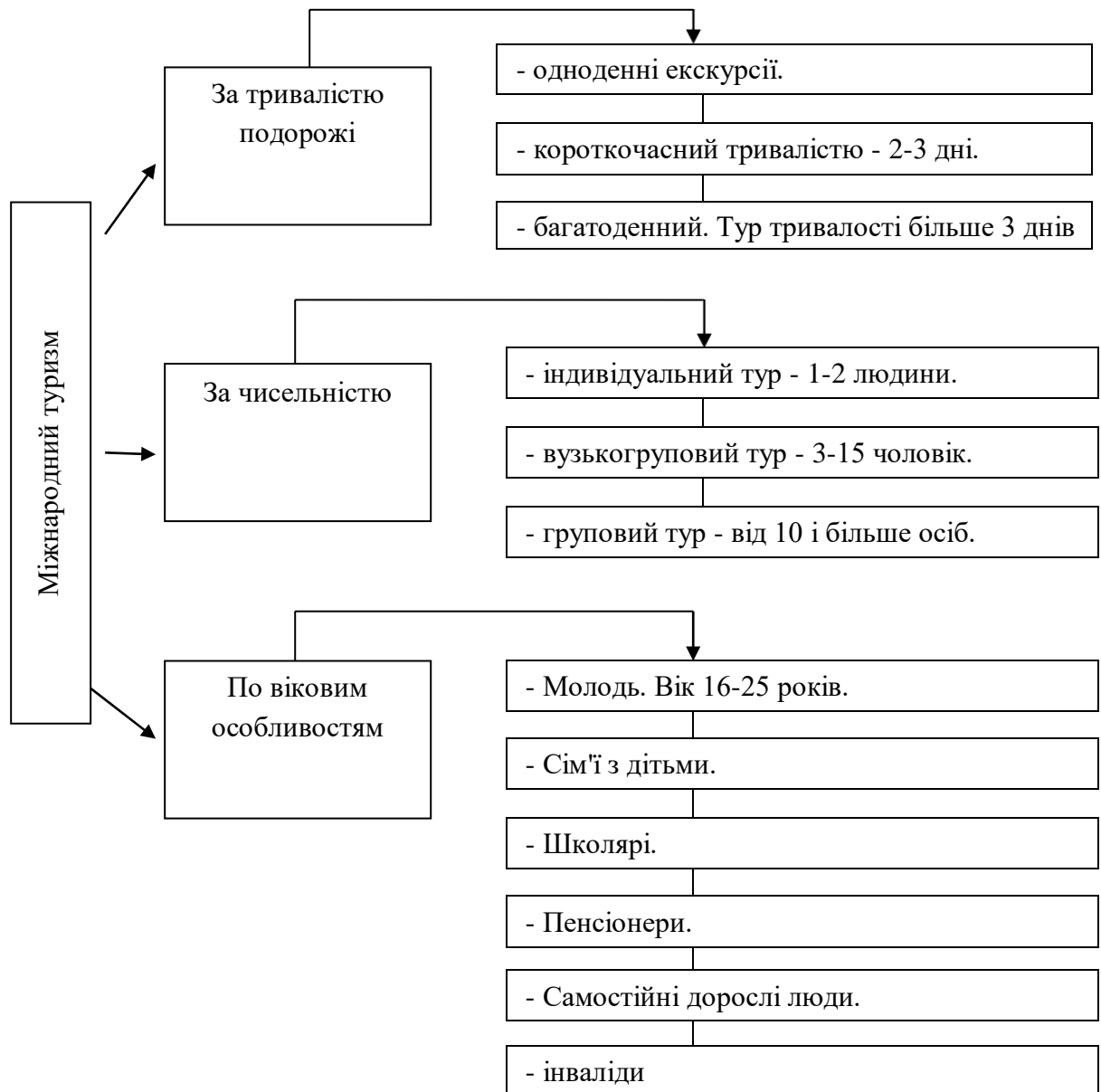


Рис.1.1. Схема класифікації міжнародного туризму

Джерело: узагальнено на основі опрацювання [14, с. 84; 19, с. 111; 23, с. 39]

Класифікація міжнародний турів по віковим особливостям найбільш характерна для міжнародних турів, оскільки від вікової структури туристів буде залежати і тематика програми. З усього контингенту відпочиваючих

можна виділити ряд груп, особливості яких варто враховувати при організації відпочинку [6].

Молодь. Вік 16-25 років. Передбачає велику активність, організацію специфічних культурно-масових заходів (дискотеки, спортивні змагання та ін.). Крім того, для такого контингенту слід правильно вибирати об'єкти показу, які дійсно будуть для них цікаві.

Сім'ї з дітьми. Завдання організаторів - забезпечити можливість різних видів дозвілля для дітей і дорослих. На деяких міжнародних курортах це вирішується, зокрема, шляхом створення дитячих ігрових кімнат під наглядом вихователів (своєрідні міні-дитсадки). Крім того, при організації міжнародних турів з такою аудиторією необхідно передбачити можливість їх розміщення в трьох - чотиримісних номерах, що дещо ускладнює процес організації таких турів.

У той же час, з точки зору безпеки, така аудиторія найбільш підготовлена - батьки самі стежать за дітьми, що звільняє організаторів туру від необхідності дотримання підвищених вимог до техніки безпеки.

Школярі. При роботі з ними необхідний облік вікових психологічних особливостей (більш швидка зміна настрою, непосидючість і ін.), а також підвищені вимоги до техніки безпеки. При організації міжнародних турів і проведенні екскурсій більшу увагу треба приділяти вимогам до надання при необхідності першої медичної допомоги.

Пенсіонери. Вимоги при роботі з ними в чомусь аналогічні роботі з дітьми. Крім того, при активному туризмі навантаження для них треба дозувати. Активний пенсійний туризм - явище, поки незвичне для нашої країни, але широко поширене на Заході.

Самостійні дорослі люди. Найпростіший контингент з точки зору організації міжнародного туру. По-перше, це пов'язано з усвідомленим вибором людиною програми туру, отже забезпечується достатній рівень уважності туриста при відвідуванні об'єктів показу. По-друге, відсутність дітей трохи полегшує роботу тур - оператора при організації туру (довільний

порядок розселення, відсутність необхідності в фахівцях з педагогічною освітою і т.д.).

За даним критерієм можна виділити ще один вид контингенту відпочиваючих - інваліди. Незважаючи на те, що таке виділення не відповідає віковим рамкам відпочиваючих, однак, вимагає з боку тур - оператора додаткових заходів, покликаних забезпечити досить високий рівень їх комфорту. В першу чергу - необхідність наявності в штатному розкладі тур - оператора медичного працівника. Крім того, відпочиваючі повинні бути забезпечені необхідним обладнанням для їх безпечного пересування до об'єктів показу. Цей контингент найбільш вимогливий до якості послуг, що надаються, проте на території пострадянського простору (на щастя тур - операторів) такий туризм ще не отримав свого розвитку, хоча в розвинених країнах такі люди відпочивають нарівні з абсолютно здоровими і формують додаткову частину доходів індустрії туризму [15].

Міжнародні тури також класифікуються за місцем ночівлі.

Це може бути нічліг неорганізований - в наметах. Можлива організація нічлігу організованого без зручностей. Зручностями вважаються: опалення, водопровід, санітарний вузол (умивальник, душ, туалет), забезпечення харчуванням і ін. Приклади ночівлі без зручностей: мисливська хатинка, хижа, землянка. Організують нічліг і з частковими зручностями. Перехідна категорія між другою і четвертою. Включає велику кількість різних споруд для проживання, що залишилися від епохи соціалізму: туристичні бази, піонерські табори і ін. Найбільш поширена організація ночівлі зі зручностями - пансіонати і готелі різних класів. Такий спосіб організації міжнародних турів в даний час є переважаючим. Це пов'язано зі зростанням попиту на найбільш комфортні умови відпочинку, навіть такого нетривалого, до якого належить міжнародний туризм.

Загалом, слід сказати, що вищевказаний розподіл міжнародних турів на чітко визначені групи на практиці має дещо умовний характер, проте має велике значення для діяльності екскурсійних установ. Правильна

класифікація туру забезпечує умови для кращої організації роботи тур - оператора, екскурсовода з клієнтами, полегшує спеціалізацію, створює основу для діяльності методичних секцій.

Розробка нового міжнародного туру починається з пошуку ідей. Пошук ідей передбачає визначення об'єкта подорожей. Як джерела ідей для створення новинок можуть виступати: споживачі, потреби і потреби яких можна виявити за допомогою опитувань, групових обговорень, що надходять пропозицій і скарг; продукти конкурентів; персонал фірми, що знаходиться в повсякденному контакті з клієнтами; статистика поїздок українських туристів за кордон, яка показує найпопулярніші на сьогоднішній день напрямку [37].

Другим етапом розробки міжнародного туру є відбір ідей. Відбір ідей - це обґрунтування виду продукту, що розробляється.

Після того як центральна ідея визначена і схвалена, настає етап розробки концепції туру і його перевірки. Слід розрізнити ідею продукту і його задум. Ідея продукту являє собою загальне уявлення про можливий продукт, який фірма могла б запропонувати ринку. Задум продукту - пророблений варіант ідеї, виражений значимими для споживача поняттями (споживчими властивостями тур. продукту). Споживчі властивості тур-продукту визначаються корисністю і функціональністю входячих до нього товарів і послуг, їх надійністю і здатністю задовольнити потреби покупця.

Розроблений тур-продукт підлягає економічній оцінці і доцільності впровадження його на ринок. Фактично даний етап передбачає розробку бізнес-плану по виведенню продукту на ринок. Необхідно провести техніко-економічне обґрунтування туру: оцінити реальні витрати на розробку і реалізацію, визначити загальну вартість, норму прибутку, верхні і нижні межі прибутку, розробити стратегію і тактику ціноутворення.

При організації планованого туру, перш за все, необхідно визначити спосіб організації туристського продукту. Вибір способу реалізації туру залежить, перш за все, від типу туроператора, а точніше - від того, якого виду

туризму він віддає перевагу: внутрішньому, в'їзному, виїзному. Найбільш складним з реалізації є виїзний тур.

Пряма організація турів на узаві контакт туроператора з усіма постачальниками туристичних послуг. Така схема організації має свої переваги і недоліки. Опосередкована організація турів відрізняється від прямої появи у відносинах між туроператором і зарубіжними постачальниками туристичних послуг якогось посередника, яким в даний час виступають так звані meet-компанії, зарубіжні оператори, які спеціалізуються на прийомі туристів (рецептивні туроператори) [21].

Таким чином, при розробці туристичного продукту необхідно мати ясну відповідь на питання: що ж буде купувати турист? Адже він сплачує не готельне розміщення, а нові відчуття і знайомство з невідомим, затишок, увагу, і має обстановку. Тому створення туристичного продукту починається з вивчення його споживчих якостей і властивостей, з виявлення найбільш привабливих сторін для туристів. Саме вони є орієнтирами при розробці та реалізації туристичного продукту.

Виділяють кілька основних споживчих властивостей туристичного продукту:

- обґрунтованість, тобто надання всіх послуг повинно бути обумовлено метою подорожі і супутніми умовами, заснованими на потребах туриста;
- надійність - відповідність реального змісту продукту рекламі, достовірність інформації;
- ефективність - досягнення найбільшого ефекту для туриста при найменших витратах з його боку;
- цілісність - завершеність продукту, його здатність повністю задовольнити туристську потребу;
- ясність - споживання продукту, його спрямованість повинні бути зрозумілі як туристу, так і обслуговуючому персоналу;
- простота в експлуатації;

- гнучкість - здатність продукту і системи обслуговування пристосуватися до іншого типу споживача і бути несприйнятливим до заміни обслуговуючого персоналу;

- корисність - здатність служити досягненню однієї або кількох цілей (наприклад, відпочинок і пізнання), задовольняти ті чи інші потреби туриста.

Забезпечення контролю за реалізацією цих властивостей - це, перш за все, вивчення ступеня задоволеності туриста після поїздки (опитування, анкетування і т. п.), але сам контроль за якістю туристської послуги починається вже на етапі планування туристського продукту.

Поряд з вищевказаним визнана важливість такої невимірної властивості туристського продукту, як гостинність. Без цього будь-який найдосконаліший туристський продукт виглядатиме знеособленим і турист не отримає очікуваного рівня задоволеності тієї чи іншої своєї потреби. Гостинність же в сфері туристичної індустрії - це професійна вимога, це мистецтво дати людям відчуття, що їм раді. Складовою гостинності є гідність, повага, люб'язність персоналу. Це поняття багатогранне і складається з безлічі складових факторів [25]:

- якісна інформація як місцевих, так і регіональних ринків про можливості відпочинку, пізнання і розваг, про те, що туристів чекають і до зустрічі з ними готуються;

- створення позитивного образу туристської місцевості, підприємств, обслуговуючих потенційних споживачів (реклама, участь в телепередачах, присвячених туризму, добродійна діяльність і ін.);

- неприховане прагнення обслуговуючого персоналу до надання туристам знаків уваги (політика обслуговування за принципом все для клієнта);

- уважне ставлення тих, хто надає туристський продукт, до прохань і побажань клієнта (за принципом що ми можемо ще для вас зробити?);

- турбота про полегшення орієнтації туристів в отриманні послуг (інформація усередині фірми, про об'єкти в путівниках і буклетах на зрозумілій туристу мові і ін.);

- доброзичливе ставлення до туристів, яке повинно бути зведено в принцип обслуговування.

Всі ці принципи повинні бути закладені в технологію обслуговування. В технології організації туру важливі і сам клімат взаємодії туристів з обслуговуючим персоналом, і облік психологічних аспектів сприйняття туристом послуг і обслуговування.

При організації обслуговування важливо врахувати принцип звільнення, тобто клієнт повинен бути звільнений від усіх неприємних речей (від обтяжливих організаційних турбот, замовлення транспортних квитків і засобів, театральних і концертних квитків, очікування всякого роду обслуговування і т. д.).

Оптимальність обслуговування - також важлива споживча властивість, що має безпосереднє відношення до гостинності. Вона має на увазі:

- відповідність усіх видів послуг одного рівня (класу) обслуговування;
- відповідність усіх послуг тематиці туру;
- адресну спрямованість туру на певну цільову групу споживачів;
- завчасне узгодження програм обслуговування;
- гнучкість програм (можливість заміни тих чи інших послуг);
- раціональний зміст обслуговування за кількістю наданих послуг;
- відсутність тенденційності в обслуговуванні (ненав'язливість послуг).

Всі ці принципи важливо враховувати ще на етапі розробки туристського продукту, пам'ятаючи про те, що неправильно підготовлений продукт не тільки не користується попитом, але і здатний відштовхнути від підприємства потенційних, наступних клієнтів. В умовах серйозної конкуренції, наявної сьогодні на туристичному ринку - це важливий фактор.

Загалом організація екскурсійно-пізнавальних турів повинна враховувати такі фактори, як місце відпочинку, престиж або, навпаки, економію коштів, а також вік туристів.

Процес створення будь-якої туристичної програми починається з розробки загальних цілей, вироблення попередніх прогнозів, заснованої передусім на вивченні попиту споживачів і пропозиції конкурентів [18]. Завданнями індустрії туризму є підвищення культурного рівня людини, більш повне задоволення духовних потреб, надання позитивного впливу на його систему цінностей, знань, суспільну поведінку.

Провідну роль серед основних видів туризму займає культурно-просвітній (культурно-пізнавальний) туризм. Його інтенсивний розвиток пов'язаний із збільшеною потребою людей в розширенні знань з різних напрямків, в підвищенні інтелектуального рівня. За статистичними даними частка культурно-просвітнього туризму в загальному обсязі туризму становить 60,1%.

При організації маршрутних турів розробляється спеціальний графік відвідування запланованих пунктів. На місто або туристський центр виділяється від 1 до 3 днів в залежності від величини туристського центру і обсягу пам'яток. Найбільша кількість днів виділяється тільки на найбільші туристичні центри. Крім того, міжнародні тури мають масу тематичних різновидів: історичні екскурсії, театральні, фольклорні, етнографічні, літературні, природознавчі і т. ін.

Основну роль в таких програмах відіграють екскурсійно-пізнавальні та культурні (театри, концерти) заходи, спрямовані на задоволення цікавості туристів [32].

Якщо організовується історичний тур, то багата екскурсійна програма покликана висвітлити історичний розвиток місцевості на прикладах визначних об'єктів. Культурні заходи - відвідування масових заходів, таких, як театри, концерти, тощо. У програму включено відвідування музеїв побуту, декоративно-прикладного мистецтва, історичних, краєзнавчих музеїв і т. д.

Програма туру будується в залежності від тематики туру.

Дозвілля на таких турах культурно-пізнавального характеру: творчі зустрічі, відеопрограми про місце відпочинку, різні національні свята. Спортивні та курортні програми, як правило, не плануються.

Розміщення туристів в стаціонарних турах може бути найрізноманітнішим - в готелях від 1 до 5 зірок. Основна вимога - місцезнаходження готелю в межах міста, бажано ближче до його історичного центру. На маршрутних турах туристів розміщують, як правило, в готелях туристичного класу (в різних країнах - від 2 до 4 зірок).

На міжнародних турах з туристами працюють досвідчені гіді-екскурсоводи. На окремих тематичних екскурсіях - екскурсоводи-мистецтвознавці. Це є сьогодні правилом хорошого тону і негласним правилом гарного обслуговування. Вважається, що переклад спотворює сприйняття теми і погіршує якість екскурсії [55].

У програмі турів необхідно виділяти вільний час для самостійного огляду міста і знайомства з його магазинами. У містах, на відвідування яких виділяється всього 1 день, такий час може бути не передбачено. Хоча це залежить від побудови програми, навантаження і велику кількість визначних об'єктів.

Загалом, організація міжнародних турів повинна враховувати такі фактори, як місце відпочинку, престиж або, навпаки, економію коштів, а також вік туристів.

1.2. Характеристика основних об'єктів туристського інтересу в Грузії

Грузія - держава, розташована в Передній Азії (багато англомовних джерел відносять країну до Близького Сходу або до Східної Європи), в західній частині Закавказзя на східному узбережжі Чорного моря. Грузія

межує з Вірменією і Туреччиною на півдні, Азербайджаном на південному сході і Росією на півночі. Столиця Тбілісі. Туристична карта Грузії подана у додатку А.

Загальна площа країни - 69 700 км. Природа Грузії надзвичайно різноманітна завдяки її географічному положенню, складному рельєфу і висотній зональності. Кавказький регіон, в якому розташована Грузія, відноситься до рухомого альпійського поясу земної кори, що обумовлює її контрастний рельєф і різноманітні ландшафти з безліччю різних типів клімату, гідрологічного режиму, ґрунтового покриву, рослинності і тваринного світу. Крім того, Грузія знаходиться на стику вологого Середземномор'я, аридної бесточної Арало-каспійської западини і континентальних Передньоазійських нагір'їв, що також обумовлює різноманіття її природних умов [16].

Клімат Грузії знаходиться під впливом субтропічного клімату із заходу і Середземноморського клімату зі сходу. Великий Кавказький хребет служить бар'єром проти холодного вітру з півночі. Уздовж узбережжя Чорного моря, від Абхазії до турецького кордону, а також в районі, відомому як Колхидська низовина, домінує субтропічний клімат з високою вологістю і рясними опадами (від 1000 до 2000 мм на рік, а в чорноморському порту Батумі навіть 2500 мм на рік) . У цьому регіоні виростає кілька різновидів пальмових. В середині зими середня температура становить 5 ° С, а влітку - +22 ° С.

Головний Кавказький хребет захищає Грузію від вторгаючихся з півночі холодних мас повітря. Не в силах подолати цю потужну перешкоду вони обтікають хребет із заходу і сходу, але, стикаючись з теплими водами Чорного моря і нагрітою поверхнею суші, потрапляють до Грузії вже менш холодними. Завдяки цьому клімат тут значно тепліше, ніж в сусідніх з нею областях, що знаходяться на тих же широтах.

Озера в Грузії нечисленні. Найбільші з них - Паравані (37,5 кв. км) і Табацкурі (14,2 кв. км) на Джавахетському нагір'ї і Палеостомі (18,2 кв. км) на чорноморському узбережжі, в гирлі р.Ріоні.

Річки, що протікають по території Грузії, можна розділити по басейнах морів, в які вони впадають: Чорного і Каспійського. Хребти, за якими проходить вододіл (з півночі на південь): Головний Кавказький хребет, Рачинський хребет, Ліхський хребет, Месхетський хребет і Арсіяньський хребет.

Чорне море: Інгурі, Кодорі, Псоу, Хобі, Ріоні, Супса, Чорохі - на території Грузії перебуває лише близько 20 км нижньої течії річки, інша частина - в Туреччині та Чолокі.

Каспійське море: Кура (Мткварі), Тетрі (Біла) Арагві, Шаві (Чорна) Арагві, Дахвісхеві, Гударехісцкалі, Дебед, Кледеісцкалі, Акалафісцкалі, Торне, Лагодехи, Тергі - близько 50 км верхньої течії розташовані на території Грузії, інша частина - в Росії, Аргун - близько 18 км верхньої течії річки розташовані на території Грузії, інша частина - в Росії, Андіс Коісу - приплив Сулака [5].

Виключну різноманітність ґрунтів, рослинності і тваринного світу

Грузії можна пояснити кількома причинами. Перша полягає в тому, що республіка лежить в субтропічній зоні, зокрема у її північного кордону. Це фактор, безумовно, сприятливий для розвитку організмів і їх різноманітності.

Інший не менш важливий фактор - вертикальна поясність. У Грузії, в мініатюрі представлені всі ландшафти європейської суші - від безлюдно-напівпустельних і вологих субтропічних приморських зон, до гірничо-тундрових і відвальних зон, де вічні сніги.

Третя, якщо так можна висловитися, «місцева» причина природної різноманітності - положення Закавказзя, і зокрема Грузії, на стику різнорідних фауністичних і флористичних областей. Дійсно, не рахуючи місцевих видів, сюди проникли в основному прибульці з Середземномор'я, з Європейської рівнини, Іранського нагір'я і Середньої Азії.

На території Грузії знаходиться 14 державних заповідників, 8 національних парків, 12 охоронюваних територій, 14 природних пам'яток і 2 захищених ландшафту. Перша захищена територія в Грузії з'явилася в 1912 році. Сьогодні захищені території складають 7% від території Грузії (384 684га). Близько 75% захищених територій займають ліси.

Аджаметський заповідник, розташований на заході Грузії, в Колхидській низовині, в долині річки Ріоні. Заснований в 1935 (в 1951 ліквідовано, в 1957 відновлений). Площа 4848 га (переважно покрита лісом).

Боржомський заповідник, розташований в Грузії, в відрогам Аджаро-Імеретінського хребта. Заповідник засновано в 1935 році, в 1951 - ліквідовано, в 1959 - відновлений. Площа 18048 га. Рельєф заповідника гірський (2000 м над рівнем моря). Круті схили перемежуються глибокими і вузькими ущелинами. Середньорічна температура 8 ° С, максимум 35 ° С (серпень), мінімум -22 ° (січень). Річна сума опадів 592 мм. Гідрологічний режим забезпечує річка Кура і її притоки. Рослинність сформована під впливом вологих чорноморських вітрів і помірного сухого клімату Кавказу.

Вашлованський заповідник, розташований на сході Грузії, в казаноподібній міжгірській западині на Ширконеському плато, в східній частині Ціві-гамборського хребта. Заповідник засновано в 1935 році, його площа 8034 га. Рельєф території різноманітний - від плато до стрімких скель і глибоких ущелин. Висота місцевості 100-800 м над рівнем моря. Заповідник оточений сухими степами. Прісноводних водойм немає. Клімат сухий субтропічний, посушливий, жаркий; середньорічна температура 10 ° С, мінімальна (січень) - 25 ° С, максимальна (липень) 40 ° С. Річна сума опадів близько 200 мм [4, с. 34-56].

Грузія - переважно гірська країна. Більше 80% її території займають хребти і піднесеності. Їй належить найвища частина Великого Кавказу. За характером рельєфу Грузія ділиться на наступні великі, істотно різні, області. На півночі гігантською стіною височіє гірська система Великого Кавказу (Кавкасионі). Круті відроги південного схилу утворюють кулісообразно

гірські бар'єри, поступово знижуються на південь і переходять у смугу горбистих передгір'їв, що оздоблюють всередині полонини [6, с.54].

Тбілісі ("тбілі" - теплий, поблизу міста є теплі джерела) - один з найдавніших міст світу, вже в IV-III тисячоліттях до нашої ери тут жили люди. Витягнувся вузькою смугою в долині річки Кури (Мткварі) і по прилеглих схилах гір, Тбілісі буквально наповнений неповторним національним колоритом. Історичне ядро столиці - Старе місто, знаходиться в південно-східній його частині біля підніжжя г. Мтацминда, і забудований 2-3-поверховими кам'яними і цегляними будинками характерної "тбіліської архітектури", з галереями і різьбленими дерев'яними балконами, що нависають над вузькими вуличками. Практично всі будівлі тут є історичними або культурними пам'ятниками, саме вони і сформували образ знаменитого "грузинського дворики", багато разів прославлений в літературних творах. Тут, в центрі міста, розташовані залишки фортеці Нарікала або Шурісціхе (IV-VIII ст., вважається одним з найдавніших фортифікаційних споруд країни), церква Св. Марії або Анчісхаті (VI-XVI ст., найстаріша в місті), сучасна резиденція католікоса Грузії - кафедральний Сіонський собор в ім'я Успіння Богоматері або просто Сіоні (V-VII ст., в ньому зберігається одна з головних святинь Грузії - хрест Св. Ніно), храм Св. Давида (XIX ст.) з пантеоном видатних державних діячів країни, знамениті тбіліські сірчані лазні, храм Метехі (1278-1289 рр.) з розташованим неподалік пам'ятником засновнику Тбілісі Вахтангу Горгасалу, церкви Кашветі (1910 г.), Св. Георгія (1710 г.), бетлеми (XVI ст.) і Норашен (1793 г.), палац цариці Дареджан Сачін (1776 г.), руїни храму в Атешгах, Будинок Опери Паліашвілі (1851 г.) і безліч інших цікавих об'єктів.

За кількістю культурних пам'яток і споруд Тбілісі входить до числа найбільш багатих міст світу. Цікаві Російський драматичний театр ім. Грибоедова (1845 г.), театр ім. Руставелі (1921 г.) в будівлі колишнього Артистичного суспільства (1899 г.), театр ім. Марджанішвілі в будівлі колишнього Народного дому, Публічна бібліотека (раніше - Державний банк,

1912-1916 рр.), Знаменитий Музей грузинського мистецтва із Золотим фондом, Театр маріонеток в будівлі Грузинського дворянського земельного банку, колишній штаб Кавказької армії (1824 г.), готель Зубалашвілі (нині тут розміщений Музей мистецтв, 1835 г.), Палац намісника (1869 г.), Музей народної архітектури під відкритим небом у Черепашачого озера, Тифліський пасаж (1901-1902 рр.), Музей історії Грузії (1929 г.), музей шовку, музей грузинських євреїв, "Стара галерея" на особі Іраклія II, Міжнародний Художній Центр на проспекті Руставі, Концертний зал філармонії (1978 г.), а також справжні символи міста - проспект Шота Руставелі і гора Мтацмінда, на якій розташований Парк культури і відпочинку.

Особливий колорит місту надають пам'ятники - Св. Ніно, Шота Руставелі (1942 г.), Давиду Гурамішвілі (1965 р), А. С. Грибоедова (1961 г.), Захарія Паліашвілі (1972 р), Ніко Піросмані (1975 р.), Мерабу Мамардашвілі (2001 рік), бюст Акакія Церетелі (1955 г.), а також монументи "300 арагвінських героїв" і Картліс Діда ("Мати-Грузія"), скульптура "сонцеликий" перед Палацом спорту, скульптурна композиція берікаоба ("Ряджені") перед Будинком дитячої творчості та інші, створені кращими майстрами світу. Ну, звичайно, тінисті вулички і ринки столиці, буквально просочені національним колоритом.

У 20 км. від столиці розташований діючий чоловічий монастир Бетані (XII-XIII ст.), що вважається одним з кращих зразків грузинської храмової архітектури. У 60 км. на південний захід від Тбілісі розташований діючий храм Манглісі (V-XI ст.).

Мцхета. У 20 км. на північ від столиці лежить культове для будь-якого грузина місце - стародавня столиця Грузії Мцхета зі своїм знаменитим монастирем Джварі («Хрест», 585-604 рр.) - справжнім символом становлення християнства на грузинській землі. За переказами, Джварі був побудований над дерев'яним хрестом, поставленим на горі біля злиття річок.

Кури і Арагві Св. Ніною - одній з найбільш шанованих тут святих. Ще один центр тяжіння в цьому місті - один з головних соборів грузинської

Православної церкви - величезний кафедральний собор Светіцховелі ("Животворящий Стовп", 1010-1029 рр., Відновлений в XV ст.). Сучасний храм зведений на місці першої християнської церкви в Грузії (IV ст.), Яка, в свою чергу, зводилася над могилою Св. Сидонії, похованої загорнутої в плащ Ісуса Христа. Також цікавий діючий жіночий монастир Самтавро (XI ст.), в якому похований цар Міріан - хреститель Грузії, його дружина Нана і один з найбільш шанованих грузинських святих - старець Гавриїл.

Декілька західніше Мцхета в горах лежить діючий монастир Шио-Мгвіме (Симеона Мгвімського, VI ст.), що став одним з центрів відродження грузинських монастирів після розпаду СРСР. Тут цікаві купольна церква (VI ст.), трапезна, велика церква (1123 г.), а також численні келії в печерах навколишніх гір.

Храми і монастирі в цілому є найбільш характерними і цікавими визначними пам'ятками країни. Тут, на цій невеликій площі, зосереджена величезна кількість цих пам'ятників віри і історії, до того ж культові споруди місцевої споруди мають унікальні архітектурні риси. Багато років храми служили не просто молитовними спорудами, а й осередками релігії і мистецтва, а також захистом від численних завойовників, тому в їх зовнішньому вигляді змішуються риси церковних монументальних форм і фортифікаційні елементи. Прості і строгі формою, грузинські церкви органічно вписані в навколишній ландшафт і виділяються звичайним для архітектури Закавказзя конічними куполами [6, с.25].

Серед грузинських фортець виділяється величний і прекрасний замок-фортеця Харцвісі, розташований неподалік від містечка Ахалкалаки, і по сусідству від відомого печерного міста Вардзії. Легенда свідчить, що ця цитадель була взята Олександром Македонським. У XII столітті замок відродився знову і незабаром розрісся до масштабів міста. Але потім був зруйнований монголами, а пізніше перейшов під владу турків. У 19 столітті ці землі переходять під владу Росії, фортеця відновлюється, і в ній

розміщується військовий гарнізон. Замок височить над автодорогою Ахалцихе-Ахалкалакі і дьстатися туди можна маршрутками.

Сигнахи, укріплене місто в східній Кахетії, в 30 км на схід від райцентру Телаві. Добре збережені міські стіни оточують стару частину міста, а з сторожових веж відкривається чудовий вид на долину річки Алазани.

Местіа, адміністративний центр гірської Сванетії, відомий унікальними середньовічними сторожовими вежами, які охороняли місто.

Ананурі, мальовнича фортеця 17 століття, розташована над річкою Арагві, в 60 км на північ від Тбілісі, всього за сотню метрів від автотраси Тбілісі - Владикавказ.

Гонію, фортеця, розташована в 12 км на південь від Батумі, біля кордону з Туреччиною. Фортеця вперше згадується ще в Греко-римських літописах, але свій нинішній вигляд придбала в 16 столітті, при турках. Дістатися туди можна будь-якою маршрутною з Батумі в Сарпі, які відправляються щопівгодини від головної площі міста.

Тмогві - невелика фортеця на прямовисній скелі, що височіє над річкою Мткварі, в південно-східній Грузії. Фортеця розташована в годині ходьби від знаменитого печерного міста Вардзія. Разом з тим, стежка, що веде до цієї гірської фортеці вельми небезпечна, а підйом може зайняти не менше години.

Шатілі, укріплене середньовічне село-фортеця в північно-західній Грузії, біля кордону з Росією. Добиратися слід з пересадкою в містечку Борісахло [106 с. 46-49].

Унікальні природні багатства Грузії - клімат, мінеральні та лікувальні води, море, гори, ліси й ріки - потенціал, який дозволить країні в найкоротші терміни здійснити серйозне економічне просування.

Територія Грузії - одна з найбагатших в світі по ресурсам мінеральних вод, різноманітності їх фізико-хімічних показників, а відповідно і лікувальних властивостей. У країні налічується понад 100 курортів, серед

них кліматичні, кліматобальнеологічні, бальнеокліматичні і бальнеологічні, такі як Цхалтубо, Абастумані, Боржомі, Цагвері, Саіраме, Уцера, Цемі, Лібанов, Новий Афон, Піцунда, Сухумі, Гагра, Батумі, Кобулеті.

1.3. Аналіз пропозицій туристично-пізнавальних подорожей до Грузії

Популяризація та маркетинг позитивного туристичного іміджу країни Грузії, забезпечення, безпеку різноманіття туристичного продукту, підготовка компетентного персоналу і розвиток інфраструктури - це п'ять основних пріоритетних завдань, які вимагають якнайшвидшого вирішення, щоб розвиток туризму став реально можливим.

Унікальні природні багатства Грузії - клімат, мінеральні та лікувальні води, море, гори, ліси й ріки - потенціал, який дозволить країні в найкоротші терміни здійснити серйозне економічне просування. Повноцінне використання цього потенціалу на благо країни відображено в "Національній концепції туризму Грузії" і її програмі дій.

Концепція розроблена на підставі спільних досліджень грузинських та іноземних експертів. В її осмисленні важливу роль зіграли рекомендації Всесвітньої туристичної організації та проведений в 1998 році в Тбілісі Всесвітній форум "Туризм на Великому Шовковому шляху". У ній ґрунтовно проаналізовані, з одного боку, сприяючі розвитку туризму фактори, з іншого-його можлива частка в розвитку економіки країни [14].

Сформована на сьогодні в світі реальна картина підтверджує, що туризм як економічний феномен твердо зайняв перше місце. Для 49 країн світу він представляє основне джерело валютних надходжень. За показниками минулого року, в світі зафіксовано 715 мільйонів туристів. До 2020 року це число, за прогнозними показниками, досягне півтора мільярда.

Що відбувається в цей час в Грузії? За інформацією голови департаменту, з 1995 року в чотири рази збільшилася кількість прибулих в Грузію туристів, що, само по собі, дуже гарне явище.

Погано лише те, що це число могло бути вдвічі більше, якби не вищеназвані перешкоджаючі чинники. На присвяченій спеціально цій важливій проблемі нараді керівники всіх відповідних служб, міністерств і відомств домовилися, що туризм однозначно слід оголосити пріоритетною галуззю і Уряд Грузії має здійснити всі необхідні заходи щодо його розвитку.

Один з заслуговуючих уваги факторів залучення туристів в країну - лікувальні курорти Грузії, унікальні можливості яких раніше були відомі в Радянському Союзі [15].

Грузія - неповторна країна. В одній маленькій країні такий комплекс - гори, море, культура і так далі - унікальне явище. Було б злочином перед нашими майбутніми поколіннями не використовувати це ", - підкреслив Едуард Шеварднадзе і зазначив, що бажано вести освітню роботу на цю тему і серед дітей шкільного віку [9].

Огляд курортів.

Боржомі.

Боржомі, місто, центр Боржомського району Грузії, бальнеологічний і кліматичний курорт. Розташований в 152 км до З. від Тбілісі, в лісистій Боржомській ущелині на висоті до 810 м над рівнем моря, в долині р. Кури і в ущелинах двох її приток. Кришталеве повітря, насичене хвойними лісами, розташовує до повноцінного відпочинку. Літо тепле (середня температура липня +19 ° С), зима помірно м'яка (середня температура січня -3 ° С); опадів 595 мм в рік. Курорт Боржомі вже на початку минулого століття мав незаперечний авторитет, про що говорить той факт, що всі навколишні курортні пункти були власністю царської сім'ї, з головною резиденцією в Лікані. Лікувальні засоби - мінеральні джерела, вода яких з хімічним складом використовується головним чином для пиття. Лікування хворих із захворюваннями шлунково-кишкового тракту, печінки і жовчних шляхів,

порушеннями обміну речовин. Сезон - круглий рік. Поблизу Боржомі знаходяться курорти Цагвері, Цемі, Лікані, Патара-Цемі і лікувальні місцевості Ахалдаба, Даба, двір, Маджарцхалі, Мзета-Мзе, ТБА, Цінубані, Ціхіджварі [11].

Зекарі.

Ущелина Зекарі утворена водозбором річки Кершаветі. Річка починається з джерел на північному схилі гори Фундук (2150 м) Месхетського хребта (межа лісу) на висоті 2100 м. Всі її більш десяти постійних приток, а також гарячі сірчані мінеральні джерела - джерела цілорічного харчування. Ущелина від витoku до гирла - лісова, дивовижної краси. Перші 8 км від витoku до водоспаду Забуття на висоті 940 м річка тече з ухилом 200 м / год, а решту 14 км до гирла на висоті 400 м із середнім ухилом 38,5 м / км. Загальна довжина ущелини Зекарі 22 км. По цій ущелині з найдавніших часів йшла караванна торгова і військова дорога - від Ріоні уздовж річки Ханісцкалі і через сел. Багдаді і Месхетський хребет (перевал Зекарі) на південь в Самцхе. Цим же шляхом проходили з військами багато грузинських монархів середньовіччя, в тому числі цариця Тамара (кінець XII - початок XIII ст.). У 5 км вище гирла на лівому березі річки, де б'ють з-під землі гарячі сірчані джерела Зекарі, знаходяться курорт місцевого значення і народні ванни. Краса цих місць, в сукупності з найчистішим повітрям і мінеральними джерелами надають незабутнє враження на всіх відвідувачів цього чарівного місця. А неповторна Імеретинська кухня, знаменита своєю гостинністю, з її незабутніми делікатесами, зробить ваш відпочинок приємним у всіх відносинах [17].

Абастумані.

Селище міського типу, горнокліматичний курорт в Адігенському районі Грузії. Розташоване на південному схилі Месхетського хребта, в ущелині річки Оцхе, на висоті 1300 м, в 28 км від залізничної станції Ахалцихе. 5 тис. жителів (1969). Для А. характерні чисте, прозоре повітря,

помірна сухість, відсутність сильних вітрів. На гірських схилах - ліси (сосна, ялина, ялиця). Літо помірно тепле; зима м'яка, сонячна.

Середня температура січня -6°C , липня 17°C ; опадів близько 600 мм в рік. Лікування хворих легенеvim туберкульозом. Слабомінералізовані термальні (t від 40 до 48°C) джерела, воду яких використовують для лікування хворих з супутніми хворобами опорно-рухового апарату, нервової системи, гінекологічними та ін. Багато санаторіїв, туберкульозна лікарня, поліклініка, ванна будівля. Сезон круглий рік. В поблизу курорту розташована Абастуманська астрофізична обсерваторія.

Аджарія.

Аджарія є одним з найкрасивіших і найдавніших куточків Грузії. Ніякі політичні чи історичні катаклізми не змогли змінити гостинних і миролюбних громадян цього благословенного куточка Землі. Аджарія розташована в Південно-Західній частині Грузії, на узбережжі Чорного моря. Південна частина межує з державним кордоном Туреччини і проходить вздовж Чанських і Шавшетських хребтів, а зі Сходу - з Арсеанським хребтом і його відрогами.

Площа Аджарії 2,9 км.кв., що складає 4,2% від території Грузії. Населення понад 400 тис.чоловік. Аджарія Автономна республіка у складі Грузії. Адміністративний центр, місто Батумі. В Аджарії 5 адміністративних районів: Кобулетський, Хелвачаурський, Кедський, Шуахевський і Хулойський. Основну частину території займають гори, передгір'я і глибокі ущелини.

Прибережна частина території - Кобулетська і Кахаберська долини - низовини, а Месхетський, Шавшетський і Арсіанський хребти утворюють Аджарську котловину.

На прибережній низовині вологий, субтропічний клімат. Тут тепла зима і гаряче літо. В високогір'ї клімат вологий, зима в міру холодна, а літо коротке і тепле. На прибережній смузі середня температура літа $+26^{\circ}\text{C}$, а температура води в морі $23-24^{\circ}\text{C}$.

Аджарія багата природно-рекреативними ресурсами: корисний клімат, тепле море, гори і низина, вражаючі ущелини, ліс з ендемною рослинністю, неповторний Ботанічний сад, унікальні археологічні, історичні та культурні пам'ятники. Багатий фольклор, різноманітна кухня, гостинність-створюють всі необхідні умови для розвитку туризму.

На території Аджарії на даний момент функціонує 6 курортів і 19 курортних місць, які розташовані, як на узбережжі, так і в гірських районах [18].

Бакуріані.

Горнокліматичний курорт Бакуріані, який входить в орбіту курортів Боржомського національного парку, привертає до себе відпочиваючих протягом усього року. Знаходиться він на висоті 1700м., на північних схилах Тріалетського хребта у Бакуріані, столицю зимового спорту Грузії, з Боржомі можна потрапити проїхавши 35 кілометрів на гірському поїзді (Зозулі). Бакуріані зацікавить туристів своїми гірничо-лижними трасами, канатною дорогою, спортивними і лікувально-оздоровчими базами, послугами готелів. Взимку він служить місцем відпочинку для любителів гірськолижних видів відпочинку, влітку - зачаровує відпочиваючих кришталевої чистоти повітрям, який виділяють знамениті хвойні ліси. Навколишня зона національного парку включає в себе, різноманітні природні ландшафти, історичні та архітектурні пам'ятки, місця відпочинку та населених пунктів. Бакуріані, один з найпопулярніших курортів Грузії.

Бахмаро.

Високогірний кліматичний, лісовий курорт в Чохатаурському районі Грузії, в 80 км від залізничної станції Самтредіа. Розташований на південних схилах Егриського хребта, на висоті 2020 м. Внаслідок повітряних течій, що проникають з Чорного моря (50 км по прямій лінії), курорт поєднує риси гірського і морського (середня температура січня -6°C , липня $+13^{\circ}\text{C}$) курортів; опадів близько 1400 мм в рік, що робить його сприятливим для лікування. Медичні показання: захворювання органів дихання, не

туберкульозного характеру, недокрів'я, невростенії, лімфаденіт. Санаторії, будинок відпочинку, пансіонат, поліклініка.

Сезон - з травня по вересень.

Дальнеокліматичний курорт Ахалбада.

Містечка з такою назвою розкидані по всій території Грузії, але це має свою історію. Знаходиться воно на висоті 760 м. Над рівнем моря, в 18 км. від знаменитого курорту Боржомі і є не менш значущим кліматичним - бальнеологічним курортом Грузії. Рівний клімат, м'яке тепле повітря, з малою кількістю снігу і прохолодним кліматом, в міру сухим влітку роблять це місце привабливим для відпочиваючих. Повітря і гідрокарбонат-сульфат-натрієві термальні води (32 °С), роблять благотворний вплив на хворих дітей з хронічними захворюваннями дихальних органів.

Цікаво це місце буде і тим хто любить подорожувати по історичних місцях, в джерелах воно згадується з другої половини XIII століття, воно було маленьким містечком, але не дивлячись на це його зручне географічне положення робило його досить значимим, як в стратегічних, так і в торгових відносинах. .

У 1260 році близько містечка Ахалдаба відбулася битва між монгольськими і грузинськими військами, квішхетська битва. Досі збереглися руїни стародавньої Ахалдабської фортеці, споруди якої датуються десятиим століттям.

Гірський бальнеокліматичний курорт Бешумі.

Курорт Бешумі, є гірським кліматичним курортом. Розміщений він на висоті 1930 м над рівнем моря. Головний лікувальний фактор екологічно чисте повітря, гірський клімат, велика інтенсивність ультра-фіолетового випромінювання, джерельні і мінеральні води, багата флора.

Батумі.

Батумі розташований на південно-Східній частини прибережної смуги Чорного моря, з населенням понад 135т.ч. Це важливий туристичний, культурний і транспортний центр. В місті є аеропорт, морський, залізничний

та автомобільний вокзали. Функціонує Університет, інститути, морська академія, державний драматичний і ляльковий театри, Акваріум.

Окрасою міста є приморське Парк Культури та Відпочинку, з музичними фонтанами, тенісними кортами і іншими культурними об'єктами.

Головним лікувальним фактором, є морське повітря, який позитивно діє на багато захворювань суглобів, рахіт, хронічну малярію і розлади нервової системи [9].

Кобулеті.

Кліматичний курорт Кобулеті розташований на узбережжі Чорного моря, на північний захід від Батумі, на висоті 5 метрів над рівнем моря. Головна визначна пам'ятка міста Кобулеті, знаменитий пляж з дрібною гальки. На цьому курорті характерна висока сонячна радіація, яка створює хороші умови для геліотерапії. Медичні показання: тут лікують захворювання серцево-судинної системи, органів дихання і дихальних шляхів, туберкульоз кісток і суглобів, бронхіальну астму.

Цихисдзірі.

Кліматичний курорт Цихисдзірі розташований в 19-ти кілометрах на північ від Батумі, на височині Цихисдзірі і утворює мис, який ділить пляж на дві частини: Південну і Північну. У Південній частині пляж з крупною галькою, сонце довго гріє, узбережжя глибоке, а в Північній частині берег низький, що робить його зручним для купання. Курорт розташований на висоті 60-70 метрів над рівнем моря.

На території Цихисдзірі розташована старовинна, збудована в 6 столітті фортеця Петра -Каджеті.

Головний оздоровчий фактор курорту - морське повітря і ванни. Медичні показання: захворювання дихальних шляхів (не туберкульозного характеру), серцево-судинні захворювання і захворювання нервової системи [7].

Лікані.

Лікувально-профілактичний і оздоровчий комплекс «Боржомі-Лікані» знаходиться в 150 км. від столиці Грузії.

Боржомі один з найпопулярніших і улюблених курортів країни, розташований на висоті 810 м над рівнем моря. Середня річна температура на курорті 10-16 ° С (від 28 ° С влітку, взимку 0 ° С) . Курорт славиться своїми термальними джерелами. Чисте, дзвінке, насичене запахом хвої повітря, гірський ландшафт з річкою в ущелині, створюють незабутні відчуття. На березі річки Кури, в чудовому парку розташованому на 42 га і поєднаним природний ліс, декоративне озеленення з безліччю реліктових рослин, знаходяться історичні пам'ятники і в тому числі палац родини Романових.

Весь комплекс складається з 7 житлових корпусів, зведених в різні періоди XIX-XX ст.

Ліжковий фонд комплексу складається з 300 спальних місць. Всі комфортабельні номери обладнані санвузлами, душовими, люкс-телефонами і TV . Всі номери забезпечені гарячою, холодною водою і електроенергією цілодобово.

Лікувально-профілактичний, оздоровчий комплекс є одним з найстаріших місць лікування та відпочинку на території колишнього Радянського Союзу. Головним природним лікувальним фактором є всесвітньо відома мінеральна вода «Боржомі», свердловина якої розташована на території комплексу і надходить безпосередньо в лікувальний корпус.

«Боржомі» використовується для лікування і профілактики шлунково-кишкових захворювань, патології печінки і жовчовивідної системи, сечостатевої системи, порушення обміну речовин, в т.ч. цукровий діабет. Природна температура мінеральної води 28-33 °С. За своїм складом Боржомська мінеральна вода типовий представник гідрокарбонатно-натрієвих вод. Подібного складу вода є тільки у Франції - Віші [14].

Махінджаурі.

У п'яти кілометрах від північної частини Батумі розташований морський бальнеологічний курорт Махінджаурі, який відомий сірчаними

ваннами і медичними пляжами. Основний лікувальний фактор геліотерапія. Сіркові ванни використовуються при судинних захворюваннях і захворюваннях периферичної нервової системи, а також при гінекологічних захворюваннях.

Нунісі.

В 7 кілометрах від залізничної станції, на відрогах Месхетського хребта, на висоті 900м над рівнем моря, розташувався бальнеокліматичний курорт Нунісі. Гірське повітря і тепла лікувальна мінеральна вода (27-28 °С), створюють всі умови для відпочинку і лікування. Курорт знаходиться на території Національного Парку Боржомі-Харагаулі. На курорті функціонує елітний, сучасний санаторій, в якому всі бажаючі можуть не тільки приємно відпочити, а й пройти курс лікування. (Спеціальний курс для жінок - омолодження), типи захворювань - ревматологічний (ревматологічний артрит), неврологічні (неврози, алергія), дерматологія (псоріаз, atopічний дерматит, псоріатричний артрит), урологічні, гінекологічні. Лікувально-оздоровчі програми спрямовані на очищення і оздоровлення організму, зняття втоми, підвищення розумової і фізичної працездатності, нормалізацію функції печінки (в тому числі зняття наслідків вживання алкоголю і наркотиків), підтримання функцій серцево-судинної системи, нормалізацію стану шлунково-кишкового тракту, заповнення вітамінно-мінерального статусу, корекцію ваги, нормалізацію сну, підвищення імунітету, підтримання функціональних особливостей чоловічого організму [18].

Саирме.

Курорт "Саирме" знаходиться в Західній Грузії в 50 км від міста Кутаїсі, в ущелині річки Цабларісцхалі. Висота над рівнем моря 950 м. Клімат м'який: зима - малосніжна, середня температура січня - 1 °С, літо - помірно тепле, середня температура серпня +17 °С. Мінеральні води "Саирме" відомі з кінця минулого століття, коли в вузькій ущелині гірської річки мисливці за оленями в густому лісі виявили холодні джерела, які били з-під землі. Звідси і пішла назва "Саирме", що в перекладі означає "оленяче

місце". "Саирме" незабаром став відомим курортом, і сьогодні своєю чарівною природою, прекрасним кліматом, що володіє рідкісним хімічним складом, унікальними водами, відомий далеко за межами Республіки. Мінеральна вода "Саирме" належить до вод вуглекисло-гідрокарбонатно-натрієво-калієвого типу. Вона неперевершена при лікуванні хвороб нирок і сечовивідних шляхів, її з великим успіхом використовують при хворобах шлунка, кишечника, печінки, обміну речовин. "Саирме" - вуглекислотна, гідрокарбонатна, натрієво-кальцієва лікувально-столова вода. Хімічний склад: загальна мінералізація 2,4 - 5,0 г / л, аніони: гідрокарбонати - 1500 - 3000 мг / л. сульфати - понад 100 мг / л, катіони: кальцій - 200 - 300 мг / л

Урекі.

Фізико-географічне положення Урекі, умови формування погодних умов, а також близькість теплого Чорного моря сприяє формуванню в районі Урекі вологого субтропічного клімату. Тривалість сонячного сяйва складає в середньому 1800-2000 годин. Середня річна температура повітря висока і складає 14°C.

Багаті дари природи - море, сонце, дрібний «оксамитовий» пісок, що володіє магнітними властивостями - роблять курорт Урекі чудовим місцем для активного відпочинку і лікування. Прибережна смуга пляжу представляє дрібнозернистий пісок збагачений магнетитом.

Урекі рекомендовано відвідувати при таких захворюваннях як:

1. Гіпертонічна хвороба I-Б і II-А стадій без кризового перебігу і без ознак порушення мозкового кровообігу.

2. Коронарний атеросклероз I стадії (по А. Л. М'ясникову), по тяжкості захворювання не більше I стадії (по Л. І. Фогельсону, Л. А. М'ясникову і В. І. Метелиці), тобто хворі без частих нападів стенокардії, з нападами, що виникають тільки при великих фізичних і емоційних навантаженнях.

3. Атеросклеротичний кардіосклероз з компенсованим кровообігом або недостатністю кровообігу не вище I стадії.

4. Міокардіодистрофія на ґрунті перенапруги серцевого м'язу, а також ендокринного, обмінного, токсичного, нейрогенного і ін. Походження при недостатності кровообігу не вище I стадії.

5. Придбані пороки серцевих клапанів без переважаючого стенозу лівого венозного отвору і аорти з компенсованим кровообігом або недостатністю кровообігу не вище I стадії і затихлим ревматичним процесом.

6. Облітеруючий атеросклероз судин нижніх кінцівок при відсутності трофічних виразок і гангрени.

7. Облітеруючий ендартерит при явищах порушення кровообігу кінцівки не вище II стадії, в період ремісії.

8. Хронічний тромбофлебіт нижніх кінцівок не раніше, ніж через 6 місяців після гострого періоду.

9. Ожиріння елементарне.

10. Захворювання опорно-рухового апарату (ревматичний і інфекційний поліартрит в хронічній стадії при відсутності активності процесу, обмінно-дістрофічний поліартрит, остеоартроз, остеохондропатії і ін.)

11. Функціональні захворювання нервової системи - неврастенія гіпертонічної форми і форми дратівливої слабкості.

12. Захворювання периферичної нервової системи (неврити, невралгії) у вигляді парезів в стадії реабілітації.

Урекі розташований в 100 км від Кутаїсі і в 50-ти км від Батумі.

Цавкісі.

Цавкісі це село Гардабанському району, яке розташоване на відрогах Тріалетського хребта, на висоті 900 м над рівнем моря, в 15 км від центру міста Тбілісі. В задушливу літню спеку відпочинок в курортному гірничо - кліматичному курорті Цавкісі, буде одним з найкращих варіантів не тільки для жителів міста Тбілісі але і для гостей Грузії. Для цього тут створені всі умови: чудова природа, свіже гірське повітря, джерельна вода. По дорозі до Цавкісі відчуваєш як поступово повітря стає насиченим цілющими

ароматами. Головною красою цього місця є те, що перебуваючи на курорті ви залишаєтеся в безпосередній близькості від Тбілісі і обдивляєтеся з висоти його неповторні краси. Само по собі це місце примітно не тільки своїми кліматичними перевагами, але і історією. В околицях Цавкісі збереглися пам'ятники культури і архітектури: дві купольні церкви Богородиці датуються XVI і XVII століттями, вірменська церква Св.Саркіса XIX століття. На сільському кладовищі збереглися руїни маленької каплиці датується 1493 роком.

У Цавкісі є магазини, постійне світло, природний газ, вода, працює тбіліська швидка медична допомога, маршрутне таксі (від Колгоспної площі). Бажаючі відпочити в Цавкісі, можуть зняти у місцевого населення дома, в яких є всі умови для відпочиваючих. Місцеве населення дуже культурне і гостинне, вони завжди раді прийняти гостей. Результатом того, що в Цавкісі прекрасні природні умови і розташування, є те, що Цавкісі стало місцем для відпочинку політиків і представників шоу-бізнесу.

Цемі.

Кліматичний курорт в Грузії, в 18 км від Боржомі. Розташований на висоті 1117-1140 м. Санаторій для лікування захворювань органів дихання (не туберкульозного характеру), дитячий санаторій для лікування неактивних форм туберкульозу [10].

Шові.

Бальнеокліматичний курорт в Грузії. Розташований на південному схилі Головного, або Вододільного, хребта Великого Кавказу на висоті 1600 м, в долині р. Чанчахі, на Військово-Осетинській дорозі, в 147 км від Кутаїсі, в оточенні вершин головного Кавказького хребта. Курорт оточений незайманими сосновими лісами. Літо помірно тепле (середня температура липня +16 ° C), зима помірно м'яка (середня температура січня -6 ° C); опадів 1103 мм в рік. кліматотерапія; вуглекислі гідрокарбонатні кальцієво-натрієві джерела, воду яких використовують для пиття.

Багаточисельні мінеральні джерела, що володіють лікувальними властивості. Позитивний вплив на органи дихання не туберкульозного характеру, лікування шлунково-кишкового тракту, запалення жовчного і сечового міхурів, недокрів'я, лімфоденіта, астми, хронічного бронхіту [7].

Природні умови в Грузії вкрай різноманітні. Протягом усієї своєї історії вони не зазнали різких змін і не викликали вирішальних змін у соціальному та господарському життю держави, крім короткого періоду кам'яного віку, зокрема після останнього заледеніння. Різноманітність ландшафту, гідрологічного режиму, ґрунтового покриву, рослинності і тваринного світу є результатом неотектонічних піднять і занурень. Грузія розташована на рубежі напіввологого Середземномор'я, аридної Арало-каспійської западини і нагір'їв Передньої Азії з континентальним кліматом, що також зіграло важливу роль у формуванні держави. Мала поширеність мореплавства і морського промислу стародавньої та середньовічної Грузії пояснюється відсутністю значних заток, а також островів і півостровів протягом усього Чорноморського узбережжя Грузії (308 км).

Туризм є однією з основних експортних галузей Грузії й приносить значні прибутки в державну казну. Туристична галузь дає змогу також створити значну кількість робочих місць (особливо на периферії, де вони найбільш потрібні). Зростання туризму також стимулює розвиток бізнесу в багатьох суміжних секторах економіки, зокрема таких, як сільське господарство, транспортні послуги, у секторі комунікацій тощо [7].

Грузія проводить активну стратегію розвитку туризму, яка повинна допомогти перетворити країну на привабливу й популярну, із погляду туристів.

Для Грузії характерна тенденція постійного зростання туризму. За даними Департаменту туризму і курортів Грузії, за 2018 р. країну відвідало 1500049 візитерів, що на 16,3% перевищує показник попереднього року. Переважна кількість – 1447724 осіб (96,5% загальної кількості візитерів) до Грузії – прибула з країн Європи. Незважаючи на широку географію туристів,

котрі приїжджають у Грузію, більшість їх (63,4% – 950 751 осіб) це туристи з республік колишнього СРСР і, передусім – з Азербайджану (418992 осіб), Вірменії (351049 осіб) та Росії (127937 осіб). Україна займає четверте місце (39339 осіб), далі – Казахстан (5531 осіб)[10].

На рисунку 1.2. надана тенденція іноземних туристів, які відвідали Грузію.



Рис. 1.2. Динаміка росту іноземних туристів у Грузії (2014–2018 рр.)

Джерело: узагальнено на основі опрацювання [24, с.69]

Особливість джерел формування та ресурсного забезпечення туристичного продукту в Грузії обумовили появу таких специфічних об'єктів пропозиції, як дестинація - місця (місцевості), привабливі для туристів як готовий туристичний продукт (туристські центри і напрями, конкретні міста і села, підприємства туристичної сфери з відомою маркою тощо), природні та антропогенні ресурси, засоби розміщення, заклади харчування, заклади розваг тощо.

Розглянемо туристичні дестинації та туристичні маршрути Грузії на рисунках 1.3 -1.5.

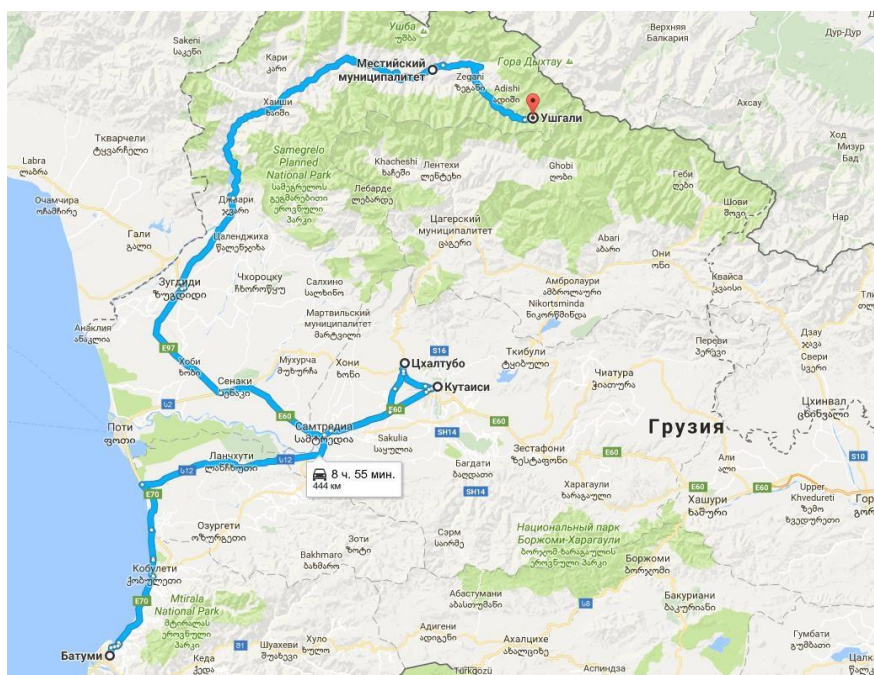


Рис.1.3. Маршрут №1 – Батумі та Сванетія

Джерело: узагальнено на основі опрацювання [11]

Ідеальний маршрут якщо мета відпочити на морі і побачити найкрасивіші гори Грузії, при цьому доведеться пожертвувати Тбілісі.

Маршрут також підійде тим хто прилітає в Кутаїсі або Батумі.

Батумі - Кобулети - Кутаїсі - Цхалтубо - печера Прометея - Зугдіді (транзит) - Местія - Ушгулі - Кутаїсі (Батумі).

Батумі - окрема історія і великий пункт програми, на нього потрібно мінімум три дні, а з урахуванням відпочинку на морі і поїздки по околицях - до тижня.

Кутаїсі - промислове місто в якому варто зробити зупинку від декількох годин до двох-трьох днів, подивитися храм Баграта, Білий міст, центральну стару частину міста і будівля парламенту. Ночувати можна тут же, але якщо дозволяє бюджет варто зупинитися в Цхалтубо. Якщо дозволяє час і погодні умови, біля Кутаїсі можна подивитися Гелатський монастир Богородиці, який знаходиться в 6 км. від міста і входить до переліку Всесвітньої спадщини Юнеско, а також Національний парк Сетаплія. У 50 км. від Кутаїсі знаходиться чудовий природний парк - Каньйон Окаце з

видовими оглядовими майданчиками над прірвою і пішохідним маршрутом, там же - водоспади Кінчха.

Цхалтубо - крутий в минулому бальнеологічний курорт, за радянських часів сюди ходив потяг Москва - Цхалтубо. Зараз - тихе прекрасне місце в субтропічній зелені.

Поруч з Цхалтубо і Кутаїсі є печера Прометей.

Местія. Столиця Сванетії, невеликий райцентр і туристична мекка всіх любителів гірської Грузії.

Ушгулі - найбільш високогірне село в Сванетії.

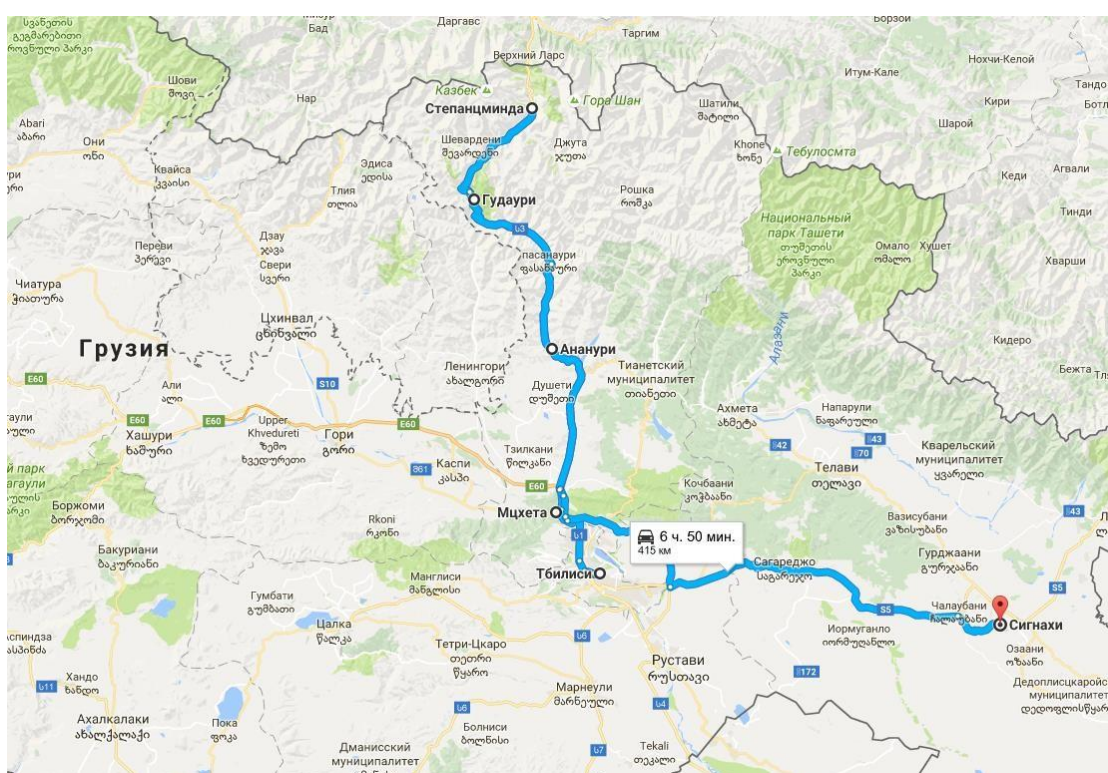


Рис.1.4. Маршрут №2 - Тбілісі, Казбек та Алазанська долина
Джерело: узагальнено на основі опрацювання [11]

Для тих у кого всього 4-5 днів і прилітаєш-летиш в / з Тбілісі, а також для цінителів вина, старовинних монастирів і гарної природи. По маршруту великий Кавказ, найвідоміша вершина Грузії - Казбек, курорт Гудаурі і частина винної дороги в Кахетії.

Тбілісі - Мцхета - фортеця Ананурі - Гудаурі - Степанцмінда (Казбегі) - Тбілісі - Сігнагі - Тбілісі Грузія.

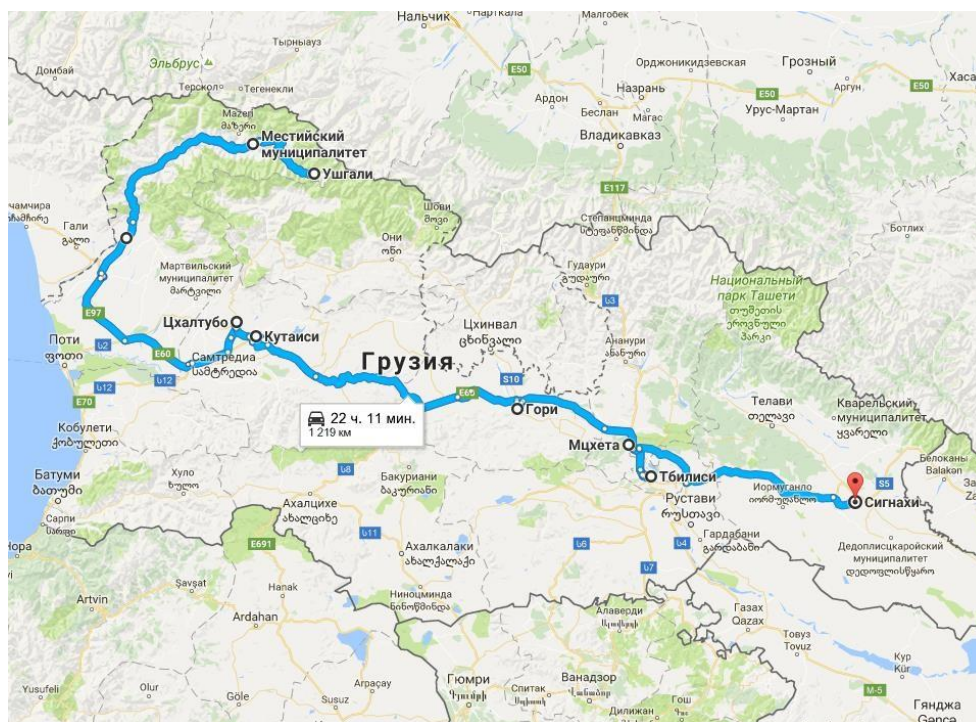


Рис.1.5. Маршрут №3. Сванетія, Кахетія, Тбілісі
Джерело: узагальнено на основі опрацювання [11]

Це маршрут для тих, хто хоче побачити все або майже все в Грузії.

Тбілісі - Мцхета - Горі - Уплисцихе - Кутаїсі - Цхалтубо - Сванетія (Местія, Ушгулі) - Батумі - Тбілісі - Сігнагі Грузія.

Грузія - просто дивно різноманітна країна. На досить невеликій території знайшлося місце для теплого моря, величних гір, давніх церков і храмів, старовинних міст, печер, водоспадів, річок і озер.

Але головне в Грузії навіть не її пам'ятки, яких тут чимало. Більшість туристів широким чином люблять цю країну за дану грузинську гостинність і смачну кухню.

Висновки до розділу 1

Грузія - унікальна країна, що володіє колосальним туристичним потенціалом - протяжне чорноморське узбережжя, близько 300 гірських, приморських, бальнеологічних і грязьових курортів, понад 10 тис. пам'яток археології, історії, архітектури та мистецтва, багато з яких просто не мають

аналогів, а також численні пам'ятники природи. І все це зосереджено на невеликій території, населеній привітним і самобутнім народом, настільки ж стародавнім, як і сама ця земля.

Сформована на сьогодні в світі реальна картина підтверджує, що туризм як економічний феномен твердо зайняв перше місце. Для 49 країн світу він представляє основне джерело валютних надходжень. За показниками минулого року, в світі зафіксовано 715 мільйонів туристів. До 2020 року це число, за прогнозними показниками, досягне півтора мільярда.

Територія Грузії - одна з найбагатших в світі по ресурсам мінеральних вод, різноманітності їх фізико-хімічних показників, а відповідно і лікувальних властивостей. У країні налічується понад 100 курортів, серед них кліматичні, кліматобальнеологічні, бальнеокліматичні і бальнеологічні.

У республіці близько 300 гірських, приморських кліматичних, бальнеологічних і грязьових курортів. Біля Батумі розташований прекрасний ботанічний сад. У Грузії налічується понад 10 тис. пам'яток археології, історії, архітектури, мистецтва, є численні історичні документи, рукописи і пам'ятники природи. Найдавніші зі збережених в Грузії пам'яток архітектури належать до I тисячоліття до нашої ери - I століття нашої ери.

Країна має майже всі типи мінеральних вод та понад 2 тис. мінеральних джерел, які створюють умови для лікування, профілактики і реабілітації пацієнтів із захворюваннями серцево-судинної, нервової, ендокринної та травної систем, гінекології та опорно-рухового апарату.

Курортні ресурси Грузії доповнюють родовища природних грязей. На даний момент в світі практично немає аналогів тому, що зараз пропонується в республіці ні по спектру показань, ні за цінами.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

2.1. Загальна організаційно-господарська характеристика діяльності ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

Туристичного підприємства ТОВ «Дельта Тревел» пропонує кращі курорти і готелі в більш ніж в 40 країнах світу. В агентстві проводиться постійна робота по відкриттю нових напрямків. Компанія організовує групові та індивідуальні тури, займається розвитком різних видів туризму [26].

Товариство з обмеженою відповідальністю «Дельта Тревел» створено в 2003 році.

ТОВ «Дельта Тревел» знаходиться за адресою: проспект Перемоги 43, м.Київ, 03057.

Офіційний сайт компанії – www.deltatravel.ua.

Також компанія має інші власні спеціалізовані Інтернет-сторінки: iFly.ua, Fly.Kiev.Ua, AIR.in.ua. Станом на 1.04.2019 р офіційну сторінку в соціальній мережі Facebookвподобало 16400 осіб. За сторінкою стежать 16945 осіб.

Свідоцтво ЕДРПОУ: 32383607

Сертифікат Туроператора: АГ 580876

Основними напрямками діяльності є: організація внутрішнього та міжнародного туризму.

Види діяльності, які має право здійснювати компанія згідно з довідки з ЄДРПОУ: туроператорська, турагентська, надання послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність; пасажирський залізничний транспорт міжміського сполучення, пасажирський авіаційний транспорт. Туристичний оператор "Дельта Тревел" розробив і успішно реалізує власні тури по країнам Європи, Азії, Карибського басейну, Африки. Туристичний оператор є

власником торгівельних марок IFLY.UA, TIME TO TRAVEL ТМ, FLYONLINE.

Туроператор організовує і надає такий спектр послуг:

- індивідуальні тури;
- групові тури;
- дитячі тури;
- корпоративне обслуговування;
- VIP обслуговування;
- SPA курорти.

Додаткові послуги:

- Оформлення закордонних паспортів та дитячих проїзних документів;
- Консультації при оформленні візи;
- Оформлення страхових полісів;
- Продаж авіа та ж/д квитків;

ТОВ «Дельта Тревел» тісно співпрацює з більш ніж 320 туристичними агентствами по всій Україні, беручи участь в торгових виставках і пропонуючи тренінги та презентації своїх продуктів, сервісів і більше 300 авіа-, залізничних та шаттл-партнерів.

Щоб допомогти турагентам збільшити виручку, постійно розширює свій портфель перевізників. Тільки в 2017 році компанія підписала 44 нових партнерських угоди, 22 з яких - це інтерлайн-угоди з авіакомпаніями.

2016 рік відзначився угодами з Tus Airways , Borajet Airlines, Saratov Airlines, Citywing, Afrijet і це далеко не весь перелік.

Нарешті, NahnAir задіяла свого першого поромного партнера, Viquebus, аргентинсько-уругвайську компанію, яка надає послуги шатл-перевезень між Буенос-Айресом і Монтевідео.

ТОВ "Дельта Тревел" розробило і успішно реалізує власні тури по країнам Європи (автобусні та авіа тури), Азії, Африки, Америки. Є акредитованим агентом ІАТА та має можливість продажу авіаквитків на всі авіакомпанії світу (регулярні і чартерні рейси).

У компанії приділяють увагу системі управління якістю та людських ресурсів. Туристичне підприємство ТОВ "Дельта Тревел" позиціонується на українському ринку як надійний агент, що надає послуги найвищої якості, що обумовлює особливу відповідальність в діяльності компанії і є стимулом для подальшого розвитку і вдосконалення.

Місія туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" полягає в тому, щоб максимально сприяти створенню цивілізованого туристичного ринку, де відносини в ланцюжку «клієнт – агент – оператор» засновані на взаємній довірі і повазі. Кінцева мета діяльності компанії – зробити якісний відпочинок доступним для всіх категорій населення країн 22 поточного стану справ на ринку і оперативного коректування планів; підвищення якості управління компанією шляхом ефективного– планування і підвищення точності прогнозів результатів діяльності; робота за найвищими світовими стандартами, впровадження– інноваційних туристичних технологій, без яких неможливий поступальний рух вперед [26].

У подальших планах туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" – збільшення частки на ринку, розширення бізнесу за рахунок підвищення якості, розвитку нових напрямків і розширення асортименту послуг, що надаються. Туристичне підприємство ТОВ "Дельта Тревел" приділяє велику увагу клієнтоорієнтованості і практикує у своїй роботі комплексний підхід до якості. Це означає якість у всьому, починаючи з пропонованого турпродукту і закінчуючи роботою співробітників усіх підрозділів агентства. Завдяки цьому візитною карткою компанії є незмінно висока якість послуг, що надаються. В компанії здійснюється всебічний контроль якості всіх складових турпродукту на кожному етапі його формування, просування і реалізації.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

Внутрішнє середовище організації є джерелом її життєвої сили, включає потенціал, що дає можливість організації існувати і виживати в певному проміжку часу, але воно може бути і джерелом проблем, і навіть банкрутства організації при незабезпеченні функціонально необхідних потреб.

Аналіз внутрішнього середовища неможливий без вивчення виробничої програми підприємства, що дозволяє дати реальну оцінку можливостям використання потужностей туристичного підприємства.

Проведемо аналіз кількості реалізованих туристичних путівок туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Кількість і вартість проданих туристичних путівок підприємством ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр., од.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-	
	2016	2017	2018	2018	2018
				до 2016	до 2017
Реалізовано туристичних путівок – усього	294	228	205	11	-23
з них					
Громадянам України для подорожі в межах України	36	25	16	-20	-9
Громадянам України для подорожі за кордон	258	203	289	31	-14

Джерело: сформовано автором

За даними таблиці 2.1 бачимо, що в 2018 р. туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" було реалізовано 205 туристичних путівок. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. кількість реалізованих туристичних

путівок зменшилася на 11 од. Порівняно з 2017 р. зменшилася в 2018 р. на 23 од.

Проаналізуємо кількість обслугованих туристів туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Кількість обслугованих туристів туристичного підприємства
ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр., осіб**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017	2017 до 2016	2018 до 2017
	2	3	4	5	6	7	8
Кількість обслугованих туристів, усього осіб	426	404	398	-22	-6	5,1	1,4
у тому числі							
подорожуючих у межах території України	22	48	32	-16	-4	72,7	8,3
подорожуючих за кордоном	404	376	366	-28	-10	6,9	2,6

Джерело: сформовано автором

За даними таблиці 2.2 бачимо, що в 2018 р. туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" було обслуговано 398 особи. Порівняно з 2017 р. зменшилася в 2018 р. на 6 осіб. Туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" в 2018 р. було обслуговано 22 особи. подорожуючих у межах території України.. Порівняно з 2017 р. Зменшилася в 2018 р. на 4 особи. В 2018 р. туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" було обслуговано 366 подорожуючих за кордоном. Порівняно з 2017 р. зменшилася в 2018 р. на 10 осіб.

Розподіл туристів, обслугованих туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр. за метою поїздки, осіб наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

**Розподіл туристів, обслугованих туристичним підприємством
ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр. за метою поїздки, осіб**

Показник	Роки		
	2016	2017	2018
1	2	3	4
службова, ділова, навчання	-	5	-
дозвілля, відпочинок	476	390	395
лікування	-	9	3
спортивний туризм	-	-	-
спеціалізований туризм	-	-	-
інше	-	-	-

Джерело: сформовано автором

Розподіл туристів, обслугованих туристичним підприємством ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр. за метою поїздки дав змогу визначити, що основною метою відпочиваючих було дозвілля та відпочинок.

Як і в будь-якій організації, найважливішим стратегічним чинником є кадровий потенціал, який в свою чергу визначає успіх фірми.

На даний момент на підприємстві працює 10 осіб, всі з яких мають вищу освіту. У міру можливості керівництво підприємства намагається підвищувати кваліфікацію співробітників засобом різних курсів, семінарів і т.д.

Аналіз якісного та кількісного стану персоналу ТОВ «Дельта Тревел» є необхідним для виявлення резервів підвищення ефективності діяльності підприємства.

Рівень якісного стану працівників саме тому визначає рівень ефективності діяльності усього товариства, що від особистих якостей працівників, від їх освітнього та кваліфікаційного рівня залежить не тільки

належне надання послуг, але й якість прийняття управлінських рішень та результати їх реалізації.

Трудовий потенціал підприємства характеризується системою показників: кваліфікаційний склад працівників підприємства, плинність та стабільність складу, показник змінності.

В табл. 2.4. представлено основні показники кількісного та якісного складу працівників ТОВ «Дельта Тревел» 2017-2018 роки

Таблиця 2.4.

**Кількісний та якісний склад працівників ТОВ «Дельта Тревел»
за 2017 - 2018 роки**

Показник	Період		Відхилення 2016 від 2017 рр.	
	2017 р.	2018 р.	абсол.	віднош
Облікова кількість штатних працівників	8	10	2	25
Кількість працюючих у віці (років):				
18-34	5	7	2	40
35+	3	3	0	0
Кількість працівників, які мають вищу освіту за освітніми рівнями:				
неповна та базова вища освіта	6	4	-2	33
повна вища освіта	2	6	4	20

Джерело: сформовано автором

Як видно з табл. 2.4. протягом 2017-2018 років показники кількісного та якісного складу працівників ТОВ «Дельта Тревел» зазнали змін. Облікова кількість штатних працівників збільшилась на 2 особи (25 %). Кількість працівників, які мають неповну та базову вищу освіту також зазнала змін, кількість працівників, які мають повну вищу освіту збільшилась на 4 особи (20%). Найбільшу кількість в структурі персоналу становлять жінки – 8 осіб (80%).

Щорічно, згідно розпорядження директора формується штатний розклад підприємства. В ньому визначається найменування підрозділів та посад, кількість відповідних штатних одиниць, їх посадовий оклад та

місячний фонд заробітної плати. Штатний розклад спирається в своїй структурі на організаційну схему підприємства. По кожній структурній одиниці виноситься підсумок штатних одиниць та фонду заробітної плати. Штатний розклад затверджений директором та узгоджений з головним бухгалтером. У майбутньому підприємство планує збільшити штат працівників, так як попит на туристський продукт з кожним роком зростає. У перспективі планується створення відділу внутрішнього туризму.

Організаційна структура підприємства є лінійно-функціональною (рис. 2.1.).



Рис. 2.1. Організаційна структура туристичного підприємства

ТОВ «Дельта Тревел»

Джерело: розроблено автором

Генеральний директор - є власником організації. Керує всіма видами діяльності. Координує роботу всіх відділів фірми, займається залученням нових партнерів, укладає договори.

Директор з маркетингу та розвитку - спрямовує організацію в сторону найбільш багатообіцяючих можливостей, йому необхідно глибоко зрозуміти значущість портфелів товарів і ринків і пов'язаних з ними політики.

Бухгалтер - веде всю фінансову діяльність фірми, здійснює бухгалтерський облік, надає щоквартальні звіти про діяльність фірми.

Департамент туризму.

Менеджери за напрямками - займаються організацією відпочинку за своїми напрямками, складають туристські пакети, займаються оформленням документів, страхуванням туристів. Ведуть безпосередню роботу з клієнтами.

Офіс-менеджер - веде всю офісну роботу фірми, займається рекламою.

Авіакасир - проводить продаж квитків.

Завдання:

- продаж туристських пакетів;
- залучення максимальної кількості туристів;
- реклама і просування туристських ресурсів України;
- розробка нових «перспективних» напрямів.

На основі форми № 1 «Баланс», форми № 2 «Звіт про фінансові результати» (Додатки Б, В) проведемо розрахунок та аналіз основних фінансових показників (таблиця 2.5.)

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) протягом аналізованого періоду мав позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. чистий дохід збільшився на 17,4 %. Порівняно з 2017 р. збільшився в 2018 р. на 5,6 %.

Прибуток туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" протягом аналізованого періоду мав нестабільну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2017р. прибуток збільшився на 18,2 %. Порівняно з 2017 р. зменшився в 2018 р. на 5,4 %.

Таблиця 2.5

**Аналіз динаміки основних економічних показників діяльності
туристичного підприємства ТОВ «Дельта Тревел»**

Найменування показника	Умовне позначення	Значення показника за роками			Ланцюгові індекси приросту (+), зниження (-), у %	
		2016	2017	2018	2016/2017	2018/2017
Чистий дохід , тис.грн	ЧД	9078	10654	11254	17,4	5,6
Собівартість, тис.грн	МЗ	6450	7236	8234	12,2	13,8
Витрати на оплату праці, тис.грн	ФОП	2156	2543	2773	17,9	9,0
Інші операційні витрати, тис.грн	ОВ	3970	4374	3983	10,2	-8,9
Разом операційні витрати, тис.грн	В	8001	8234	8965	2,9	8,9
Чистий прибуток , тис.грн	П	1678	1984	1877	18,2	-5,4
Власний капітал, тис. грн	ВК	17010	17406	16182	923,9	-7,0
Оборотні активи, тис. грн	ОА	750	883	2547	17,7	188,4
Активи, тис. грн	А	15600	17992	23807	15,3	32,3

Джерело: сформовано автором

За даними таблиці 2.5 бачимо, що собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) протягом аналізованого періоду мала позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. собівартість збільшилася на 12,2 %. Порівняно з 2017 р. збільшилася в 2018 р. на 13,8 %.

Інші операційні витрати протягом аналізованого періоду мали нерівномірну динаміку, зі зменшенням в 2018 р. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. інші операційні витрати збільшились на 10,2 %. Порівняно з 2017 р. зменшилися в 2018 р. на 8,9 %.

Витрати на оплату протягом аналізованого періоду мали позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. інші витрати збільшилися на 17,9 %. Порівняно з 2017 р. збільшилися в 2018 р. на 9,0 %.

Рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва.

Проведемо аналіз динаміки показників рентабельності туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" протягом 2016-2018 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Динаміка показників рентабельності туристичного підприємства
ТОВ "Дельта Тревел" 2016-2018 рр., %**

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2017 до 2016	2018 до 2017	2017 до 2016	2018 до 2017
	Рентабельність продажу	18,5	18,6	16,7	0,1	0,5	1,9
Рентабельність сумарного капіталу	9,0	9,1	8,9	0,1	-0,2	1,1	2,1
Рентабельність власного капіталу	9,9	11,5	15,2	1,6	3,7	16,1	32,1

Джерело: сформовано автором

Рентабельність продажу в 2018 році зменшилася порівняно з 2017 роком на 0.5 або на 10,2 %. Порівняно з 2016 роком збільшилася в 2017 році на 0,1 або на 1,9 %.

Рентабельність сумарного капіталу в 2018 році зменшилася порівняно з 2017 роком на 0,2 або на 2,1 %. Порівняно з 2016 роком збільшилася в 2017 році на 0,1 або на 1,1 %.

Рентабельність власного капіталу в 2018 році збільшилася порівняно з 2017 роком на 3,7 або на 32,1 %. В 2018 р. динаміка показника є позитивною і

свідчить про те, що темпи росту чистого прибутку є вищими за темпи росту власного капіталу.

Проаналізуємо також показники ліквідності (табл. 2.7.):

Таблиця 2.7

Показники	Норматив	2016р	2017р	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Показники ліквідності					
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал)	0,25-0,35	0,26	0,28	0,02	7,69
Коефіцієнт проміжної(швидкої) ліквідності (Кпл)	0,7-0,8	0,73	0,76	0,03	4,11
Коефіцієнт поточної ліквідності(загальний коефіцієнт покриття) (Кпл)	1,0-2,0	1,2	1,24	0,02	1,66
Коефіцієнт незалежної(забезпеченої) ліквідності (Кнл)	>0,5	0,6	0,69	0,09	15

Джерело: сформовано автором

Отже, проаналізувавши показники таблиці 2.6 та таблиці 2.7. , можна сказати, що ТОВ «Дельта Тревел» є досить рентабельним. Показники ліквідності також у допустимій нормі, проте даний аналіз не виключає ряд загроз, які можуть постати перед підприємством у майбутньому

Середовище функціонування туристичних підприємств характеризується складністю та динамічністю, тому все більшої актуальності набуває управлінський аналіз, спрямований на визначення рівня ефективності бізнес-процесів. Актуальна інформація про стан бізнес-процесів дозволяє вчасно нівелювати негативні наслідки і адаптовувати бізнес-процеси до мінливих умов зовнішнього середовища.

Узагальнену характеристику основних бізнес-процесів ТОВ «Дельта Тревел» подано в таблиці 2.8:

Таблиця 2.8.

Характеристика основних бізнес-процесів підприємства

Назва бізнес-процесу	Опис	Оцінка за 10-ю шкалою
Виробництво основних послуг	Розробка турів, їх продаж, бронювання, консультації туристів, прийом замовлень, організація турів, контроль оплат, якості	7
Виробництво додаткових послуг	Широкий асортимент додаткових послуг	7
Матеріально-технічне забезпечення	Застаріле обладнання, проте нові меблі в недостатньої кількості	4
Кадровий менеджмент	Достатньо кваліфіковані співробітники, проте безсистемне навчання працівників	6
Фінансовий стан	постійні фінансові потоки, але недостатно капіталовкладень	6
Маркетинг	Публікування на сайті, завантаження фото і допоміжної інформації, створення розвілок по базі туристів\агентів, презентація продукту відділу продажів	6
Корпоративна культура	Майже відсутня	3

Джерело: сформовано автором

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що туроператор має невисокі показники ефективності бізнес-процесів, тому необхідним є застосування сучасних прийомів менеджменту та впровадження прогресивних управлінських технологій, що спроможні забезпечити позитивне зростання основних показників діяльності.

2.3. Вплив зовнішнього середовища на діяльність туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

Зовнішнє середовище є джерелом забезпечення організації ресурсами, необхідними для підтримки її внутрішнього потенціалу на необхідному рівні для досягнення цілей.

Для дослідження ринку послуг, вивчення зовнішнього середовища ТОВ «Дельта Тревел» необхідно проаналізувати вплив основних факторів зовнішнього середовища. Для аналізу переваг і недоліків діяльності різних підприємств у всьому світі використовують методи SWOT і PEST аналізу. PEST - аналіз - це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на стратегію туристичної організації. Узагальнені результати подані в таблиці 2.9.

Таблиця 2,9

PEST-аналіз туристичного підприємства "Дельта Тревел"

Політичні чинники	Вплив економіки
1. Постійні зміни у чинному законодавстві України та інших країнах в яких працює ТОВ "Дельта Тревел"	1. Країна знаходиться в стані фінансової та економічної кризи. 2. Нестабільна ситуація з курсом валют, позначається на платоспроможності клієнтів.
Соціокультурні тенденції	Технологічні інновації
1. Погіршення відносин з деякими країнами партнерами (Білорусія, Росія, Казахстан). 2. Страх іноземних клієнтів працювати з Україною.	1. Зростання ролі нових технологій, співпраця з країнами Європи з метою обміну досвідом.

Джерело: сформовано автором

Отже, зробимо висновок, що фінансова та економічна криза, впливає на здатність підприємців, а саме вони є основною аудиторією ТОВ «Дельта

Тревел» до вливань фінансів у рекламу, а також визиває у іноземців страх працювати в бізнес форматі з Україною.

Для з'ясування конкурентного статусу обраного підприємства потрібно оцінити в балах його позицію серед конкурентів – тобто підприємств, які надають аналогічні послуги в даному сегменті ринку на даній території (табл.2.10).

Таблиця 2.10.

Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів

Показники	ТОВ «Дельта Тревел»	ТОВ «Корал Тревел»	ТОВ «Гермес Тревел Груп»
Місце розташування	1	3	3
Середній рівень завантаженості	1	3	2
Популярність серед населення	2	3	2
Рівень професіоналізму персоналу	2	3	2
Якість основних послуг	2	3	2
Асортимент додаткових послуг	3	3	2
Якість рекламних засобів	1	3	2
Цінова політика	2	1	2

Джерело: сформовано автором

За результатами проведеної оцінки можна зробити висновок, що ТОВ «Дельта Тревел» є не достатньо конкурентоспроможним, так як набрав найменшу кількість балів серед туроператорів з майже однаковим місце розміщення, але і він має своїх клієнтів на ринку. Для ТОВ «Дельта Тревел», було б доречно звернути увагу на рівень професіоналізму персоналу, на якість рекламних засобів, на асортимент додаткових послуг і при можливості їх удосконалити

Для узагальненої оцінки ринкового становища туроператора використаємо метод SWOT - аналізу, що є кінцевим етапом аналізу зовнішнього і внутрішнього середовищ. Для цього в загальному визначаємо сильні та слабкі сторони закладу.

SWOT - аналіз допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається туристична організація, збалансувати вплив внутрішніх переваг і недоліків з

впливом сприятливих можливостей і загроз. Такий аналіз допомагає визначити не тільки можливості організації, а й всі доступні переваги над конкурентами.

SWOT - аналіз ТОВ «Дельта Тревел» зображено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11.

SWOT - аналіз ТОВ «Дельта Тревел»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока ефективність переходу на нові тури 2. Хороша репутація компанії 3. Наявність необхідних фінансових ресурсів. 4. Підвищення попиту на туристичні путівки нових напрямків за рахунок хорошої репутації фірми на ринку туристичних послуг 5. Вихід на нові сегменти при високому рівні обслуговування дозволить підвищити конкурентні переваги 6. Вдале розташування в місті дозволить утримати конкурентні позиції 7. Розробка дешевших турів по можливостям і смакам споживачі 8. Переорієнтація на інші країни і напрямки 9. Розробка системи знижок, проведення різних акцій в зимовий період для підвищення попиту на послуги турагентства 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персонал: відсутність делегування. 2. Відсутність чітко розробленої стратегії 3. Неефективна рекламна діяльність 4. Значний вплив фактора сезонності на прибуток 5. Розмежування повноважень, функцій і обов'язків серед персоналу: кожен працівник відповідає за певний напрям; навчання персоналу 6. Уточнення стратегії керівництвом 7. Невисокий рівень маркетингових досліджень може стати матеріальною вигодою для конкурентів і зробити важким збутовий процес 8. Непродуманість рекламної кампанії може знизити попит і загальний прибуток
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Широкий вибір постачальників ресурсів в усіх напрямках - авіа, з / д, страхових, фінансових компаній, туроператорів 2. Сезонне зростання попиту 3. Обслуговування додаткових груп споживачів 4. Підтримка туристичної діяльності державою 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість появи нових конкурентів 2. Зниження платоспроможності населення 3. Нестабільна політична ситуація в країнах, що користуються великим попитом у споживача 4. Зниження сезонного попиту (в зимовий період) 5. Заборона держави на певні тури.

Джерело: сформовано автором

Отже, з таблиці видно, як за допомогою сильних сторін і можливостей підприємства, можна подолати слабкі сторони і загрози.

Висновки до розділу 2

За результатами проведеного дослідження у другому розділі ми можемо зробити наступні висновки:

Туристичне підприємство ТОВ "Дельта Тревел" пропонує кращі курорти і готелі в більш ніж в 40 країнах світу. В агентстві проводиться постійна робота по відкриттю нових напрямків. Компанія організовує групові та індивідуальні тури, займається розвитком різних видів туризму.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновки про зменшення обсягу надання туристичних послуг туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" в 2018 р. Дана тенденція пов'язана з нестабільною економікою країни, платоспроможності клієнтів та погіршення соціокультурних зв'язків з деякими державами.

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) протягом аналізованого періоду мала позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. собівартість збільшилася на 12,2 %. Порівняно з 2017 р. збільшилася в 2018 р. на 13,8 %.

Інші операційні витрати протягом аналізованого періоду мали нерівномірну динаміку, зі зменшенням в 2018 р. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. інші операційні витрати збільшились на 10,2 %. Порівняно з 2017 р. зменшились в 2018 р. на 8,9 %.

Витрати на оплату протягом аналізованого періоду мали позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2017 р. інші витрати збільшились на 17,9 %. Порівняно з 2017 р. збільшились в 2018 р. на 9,0 %.

В результаті SWOT-аналізу було виявлено, що до сильних сторін ТОВ "Дельта Тревел" можна віднести: хороший імідж підприємства, професійні кадри і. тд.

До слабких сторін туристичної агенції слід віднести: невисокий рівень маркетингових досліджень може стати матеріальною вигодою для

конкурентів і зробити важким збутовий процес; непередуманість рекламної кампанії може знизити попит і загальний прибуток.

Після проведеного PEST-аналізу можна зробити висновок, що фінансова та економічна криза, яку зараз переживає країна значно вплине на діяльність турфірми та на рекламну сферу. Скорочення доходів населення та підвищення цін істотно зменшило число клієнтів.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ ЗАХОДІВ З ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТУРІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Аналіз діяльності ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» в напрямку організації турів до Грузії

Тури до Грузії розраховані на відвідування країни в найбільш привабливий період року (з кінця квітня по початок вересня) і пропонують зануритися в неповторну атмосферу однієї з найкрасивіших столиць - Тбілісі, а також познайомитися з культурою і традиціями Грузії і насолодитися середньовічною архітектурою численних пам'яток архітектури цієї країни.

При організації турів до Грузії необхідно, щоб вони мали такі властивості:

- Обгрунтованість - надання всіх послуг повинно відповідати меті подорожі туриста;
- Надійність - відповідність фактично наданого туристу продукту рекламі, достовірність інформації;
- Ефективність - досягнення найбільшого ефекту для туриста при мінімізації його витрат;
- Цілісність - завершення турпродукту;
- Ясність, простота в експлуатації - споживання турпродукту, його спрямованість повинні бути зрозумілі і туристу, і виробникові;
- Гнучкість - турпродукт повинен передбачати можливість заміни тих чи інших послуг, щоб бути орієнтованим на різних споживачів;
- Корисність - здатність служити досягненню будь-якої мети, задовольняти потреби певної цільової групи споживачів.

З урахуванням вищезазначених фактів підприємством ТОВ "Дельта Тревел" організовуються екскурсійно-пізнавальні тури по Грузії. Розглянемо більш детально кожен із запропонованих турів:

1) **«Ваші таємні мрії про Грузію»**

Опис: 8-денний економ тур

Тбілісі – Мцхета – Сигнахи – Боржоми – Бакуриани – Тбілісі

У вартість туру входить:

- Зустріч і проводи в аеропорт під всі авіа перельоти без доплат (тільки в дати туру)
- Весь трансфер в період туру
- Проживання в обраному Вами готелі на базі сніданків
- Вартість зазначених у турі екскурсій (Тбілісі, Мцхета, Сигнахи, Боржомі, Бакуриани)
- обслуговування гіда
- Вхідні білети
- Підйомники на Нарикала
- Вечеря в ресторані національної кухні
- Програма туру включає наступні послуги (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Програма туру «Ваші таємні мрії про Грузію» на 2019 рік від ТОВ «Дельта Тревел»

1 день	Прибуття в місто світла - красень Тбілісі, трансфер і розміщення в готелі. Вільний час. Ніч в готелі.
2 день	Сніданок в готелі. Сіті-тур по місту: Кафедральний собор «Самеба» («Свята Трійця» символ грузинського відродження, єдності та безсмертя.) Він височить в центрі Тбілісі на вершині гори св. Іллі. Церква Метехі (V ст.) - красивий і гордий символ Тбілісі. Фортця «Нарикала», у дворі якої знаходиться прекрасний храм. Відвідування сучасного архітектурного шедевра - Моста Світу і парку Ріці. Вїзд у Мцхета. Собор «Светіцховелі» (XI в), монастир Джварі (V в). Повернення в Тбілісі. Вільний час. Ніч в готелі.
3 день	Сніданок в готелі. Кахетія. Сигнахи. монастирський і єпископальний комплекс Святого Георгія - жіночий монастир «Бодбе». Повернення в Тбілісі. Трансфер на вечерю в один з кращих ресторанів Тбілісі, де Вас чекає національний смачний вечерю і знамените грузинське вино, і все це в музичному і танцювальному супроводі (при бажанні, вечеря можна перенести на інший день, тільки вже трансфер входить не буде). Ніч в готелі.
4 день	Сніданок в готелі. Вільний день.
5 день	Сніданок у готелі. Екскурсія в Боржомі і Бакуриани. Повернення в Тбілісі. Ніч в готелі

Продовження таблиці 3.1

6 день	Сніданок в готелі. Факультативні екскурсії* Ніч в Тбілісі
7 день	Сніданок в готелі. Факультативні екскурсії* Ніч в Тбілісі
8 день	Сніданок у готелі. Трансфер в аеропорт Тбілісі. Завершення обслуговування.

Джерело: [42]

Ціни вказані за людину в номері ЗА ВЕСЬ ТУР, в USD (табл. 3.2):

Таблиця 3.2

Вартість проживання

Проживання в Тбілісі	4 **** економ Ведзісі, Рояль Вера	4 **** преміум і 5 ***** Меркурій, Тифліс палас, Тбілісі Румс, Холідей Інн
Дабл номер	627	1135
Сингл номер	915	1975
Трипл номер	550	964

Джерело: [42]

1) **Груповий тур «Азербайджан+Грузія»**

У вартість туру на території Азербайджану входить:

- Трансфер з аеропорту Баку в готель (під всі авіа рейси в дати туру)
- Весь трансфер в період туру
- Вартість зазначених у турі екскурсій
- Збір туристів на екскурсії з різних готелів
- Послуги професійного російськомовного гіда
- Проживання в готелі обраної Вами категорії (2 ночі)
- Залізничний квиток Баку Тбілісі (нічний поїзд - купе)
- Цілодобова підтримка туристів
- Міський туристичний збір

Додатково оплачуються вхідні квитки: музей килима, Дівоча вежа, Палац Ширваншахов. Так само туроператор залишає за собою право, змінювати представлені готелі, на рівнозначні.

У вартість туру на території Грузії входить:

- Трансфер в аеропорт Тбілісі (під всі авіа рейси в дати туру)
- Весь трансфер в період туру

- Зустріч на залізничному вокзалі Тбілісі і трансфер в готель
- Проживання у вибраному Вами готелі на базі сніданків
- Сервіси готелів (докладний інфо в прайсі по Тбілісі)
- Збір туристів на екскурсії з різних готелів
- Вартість зазначених у турі екскурсій
- Послуги професійного російськомовного гіда
- Вхідні білети
- Цілодобова підтримка туристів
- Національна колоритна вечеря з шоу програмою

Програма туру включає наступні послуги (табл. 3.3).

Таблиця 3.3.

**Програма туру «Азербайджан+Грузія» на 2019 рік
від ТОВ «Дельта Тревел»**

1 день	Прибуття в родзинку Закавказзя - чудовий Баку. Зустріч в аеропорті. Заїзд в готель. Ніч в готелі.
2 день	Сніданок в готелі. Екскурсія містом з відвідуванням визначних місць: Дівочу Вежу, Палац Ширваншахов, Замок Синик Гала, Караван Сарай, Джума Мечеть. Ніч в готелі
3 день	Сніданок в готелі. Вільний день. Звільнення номерів до 12:00. Екскурсія на півострів Апшерон. Повернення в Баку. Трансфер на залізничний вокзал. О 21:10 відправлення поїзда Баку-Тбілісі. Ніч в поїзді
4 день	Вранці прибуття в перлину Закавказзя - красень Тбілісі. Трансфер в готель Тбілісі. Поселення після 14:00. Вільний день. Ніч в готелі в Тбілісі.
5 день	Сніданок в готелі. Вільний день або факультативно екскурсія в Кахетії, Сигнахи - місто кохання. Повернення в Тбілісі. Ніч в готелі.
6 день	Сніданок в готелі. Сіті-тур по Тбілісі. Ніч в готелі
7 день	Сніданок в готелі. Трансфер в аеропорт. Завершення обслуговування. Щасливе повернення додому.

Джерело: [42]

Ціни вказані за людину в номері ЗА ВЕСЬ ТУР, в USD (табл. 3.4):

Таблиця 3.4

Вартість проживання

Проживання в Тбілісі та Баку	3 *** стандарт: Баку: Азкот, Централ Баку, Немі Тбілісі:	4 **** + Баку: Вінтер парк і 5 *****: Тбілісі: 4 **** +, Холідей Інн і Тбілісі Румс 5 *****
Дабл номер	550	760
Сингл номер	520	710
Трипл номер	764	1179

Джерело: [42]

1) «Weekend в Грузії».

Опис туру: 4 дні/3 ночі.

Тбилиси – Мцхета – Гори – Уплисцихе – Тбилиси

Програма туру включає наступні послуги (табл. 3.5).

Таблиця 3.5.

**Програма туру «Weekend в Грузії» на 2019 рік
від ТОВ «Дельта Тревел»**

1 день	Прибуття в місто світла - легендарний Тбілісі. Трансфер і розміщення в готелі. Вільний день. Ніч в готелі.
2 день	Сніданок в готелі. Кафедральний собор «Самеба», Собор «Метехі», заснований в 13 столітті. Анчісхаті - найдавніший храм Тбілісі, храм Сіоні, фортеця «Нарікала», Свята гора Мтацмінда. Вільний час. Ніч в Тбілісі.
3 день	Сніданок в готелі. Мцхета. Самтаврійській жіночий монастир св. Ніно, монастир Джварі (V в), місто Горі. кам'яне чудо-місто, засноване до н.е. " Уплисцихе ". Далі повернення в Тбілісі. Вільний час. Ніч в Тбілісі.
4 день	Сніданок у готелі. Трансфер в аеропорт. По дорозі можливе відвідування Сухого Моста

Джерело: [42]

Ціни вказані за людину в номері ЗА ВЕСЬ ТУР, в USD (табл. 3.6):

Таблиця 3.6

Вартість проживання

Проживання в Тбілісі	Даліда, Ніцца 3 ***	Тбілісі Румс, Холідей Інн, 5 *****
Дабл номер	285	585
Сингл номер	320	885
Трипл номер	275	510

Джерело: [42]

Отже, Грузія вибрана для екскурсійно-пізнавальних турів, тому що має цікаві туристичні визначні пам'ятки. А для відпочинку Грузія підходить, тому що має відповідні природні ресурси: тепле море, сонце, пляж.

Для здійснення екскурсійно-пізнавальних турів в Грузію кращі весняні та літні місяці (квітень - листопад). Тривалість поїздки залежить від виду туризму: екскурсійно-пізнавальні тури і тури на відпочинок зазвичай мають тривалість в 1-2 тижні. Шоп - тури обмежуються 4-5 днями. Однак у всіх випадках остаточні терміни перебування туристів в країні визначаються розкладом міжнародних авіаперевізників, частотою польотів і наявністю вільних місць.

Маршрут, тобто перелік міст або населених пунктів, відвідуваних туристами під час подорожі по Грузії, який визначається в залежності від цілей поїздки. Так, в маршрути екскурсійно-пізнавальних турів входить відвідування кількох міст, що володіють найбільш цікавими пам'ятками. Тури на відпочинок або лікування включають тільки місце, де туристи проводять свій відпочинок або отримують курортне та лікування, і місто, через який вони прибувають в країну і виїжджають з неї. Іноді програми цих турів містять один або кілька одноденних екскурсій в розташовані поблизу визначні місця;

Залежно від оцінки ринкового попиту турфірма повинна намітити зміст пакета послуг і його класність.

Загальна кількість групових або індивідуальних турів по кожній країні, з якими турфірма має намір вийти на ринок, їх розбивка по сезонах і місяцях планується на основі оцінки ринкового попиту.

На основі перерахованих оціночних даних фірмі слід підготувати (в письмовій формі) набір турів або серій турів для обговорення з іноземним партнером (приймаючої фірмою) та постачальниками послуг.

В ідеалі, підготовчу роботу зі створення турпродукту по створенню турпродукту доцільно починати більш ніж за два роки до першої відправки туристів по новому маршруту, нову програму або в нову країну.

3.2. Розробка нових турів до Грузії для розширення асортименту туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

Одним із нових турів по Грузії може бути екологічний тур «Гірський похід по національному парку Ріца» прокладений по особливо охоронюваному природному заповіднику Ріца.

Сезон реалізації даного туру: травень - вересень. Тривалість туру складає 10 днів / 9 ночей.

Тур починається і закінчується в місті Адлер.

Чисельність групи становить 10 осіб.

У вартість туру включено:

- проживання в наметах,
- 3-разове харчування на маршруті,
- прокат загальногрупового спорядження,
- робота інструкторів,
- автотранспортні переїзди,
- екологічний збір за перебування в заповіднику,
- групова аптечка, страховка.

Маршрут є радіальним, пішим, весняним, багатоденним, еколого-просвітницьким, еколого-оздоровчим.

Паспорт туристського маршруту подано в таблиці 3.7

Таблиця 3.7

Паспорт туристського маршруту «Гірський похід по національному парку Ріца»

Назва маршруту	Екологічний тур «Гірський похід по національному парку Ріца».
Форма маршруту	піший
Основні населені пункти	м. Адлер

Продовження таблиці 3.7

Помешкання для туристів	наметові табори, організовані туристами самостійно.
Протяжність маршруту	80 км
Тривалість	10днів / 9ночей
Сезонність	Травень - вересень

Джерело: сформовано автором

Кількість туристів у групі складає – 15 осіб і керівник.

Умови походу: Маршрут не має спортивної категорії складності, доступний для людей, що мають середню фізичну підготовку. Кожен учасник туру несе в рюкзаку особисті речі, групове спорядження та продукти харчування. На маршруті - три переходи з рюкзаками і п'ять радіальних виходів (без нічого).

Послуги, які включені у вартість туру :

- проживання в наметах,
- 3-разове харчування на маршруті,
- прокат общегруппового спорядження,
- робота інструкторів,
- автотранспортні переїзди,
- екологічний збір за перебування в заповіднику,
- групова аптечка, страховка.

Для розробки програми (табл.3.8) обслуговування туристів використовується комплексний підхід, повністю враховує їх інтереси відповідно до мети подорожі, віку туристів, складу групи, соціальної приналежності і ін.

Організація наметових таборів на маршруті проводиться відповідно до екологічних, санітарних правил, що забезпечують безпеку, як самих туристів, так і навколишнього середовища.

**Програма екологічного туру «Гірський похід
по національному парку Ріца»**

1 день	9:00 Прибуття в м. Адлер 10:00 автопереїзд до Псоу, перетин кордону з Ахазією 12:00 Трансфер до гірського озера Ріца 13:00 Обід 15:00 Пізнавальна прогулянка до Аудхари 17:00 Приготування вечері, організація табору 18:00 Вечеря
2 день	8:00 Підйом, приготування сніданку, прибирання табору 9:00 Похід на озеро Мзі. Купання 12:00 12.00 - Зупинка на березі. Приготування обіду. 15.00 - Вихід на хребет гори Ацитаку. 16.00 - Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.
3 день	8.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 10.00 - радіальний вихід в долину водоспадів. Фотозйомка. 13.00 - Пікнік на галявині. 15.00 - Сходження на гору Аджара. 17.00 - Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.
4 день	8.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 9.00 - Перехід з рюкзаками на луки. 13.00 - Облаштування біваку. 14.00 - Обід. 15.00 - Вільний час 18.00 - Вечеря
5 день	8.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 9.00 - Альпійські луки. 10.00 - Перевал Пив. 12.00 - Пікнік. 15.00 - Радіальний вихід на хребет 7 озер. Купання. 17.00 - Зупинка на березі. Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.
6 день	8.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 9.00 - Похід по хребту 7 озер. 12.00 - Обід. 14.00 - Сходження на гору Агура. 17.00 - Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.
7 день	08.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 10.00 - Спуск з гори Агура. 13.00 - Обід. 15.00 - Радіальний вихід на хребет Аріхуа. 17.00 - Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.

Продовження таблиці 3.8.

8 день	08.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 10.00 - Сходження на гору Чха. 13.00 - Обід. 15.00 - Вільний час. 17.00 - Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.
9 день	08.00 - Підйом, приготування сніданку, прибирання табору. 10.00 - Похід до озера Ріца. 12.00 - бід. 14.00 - Купання. Вільний час. 15.00 - Приготування вечері, організація табору. 18.00 - Вечеря.
10 день	8.00- підйом, приготування сніданку, прибирання табору 9.00 - Відправлення автобусом в м. Адлер

Джерело: сформовано автором

Собівартість транспортних витрат при організації автобусного туру транспортним засобом Mercedes Sprinter (на 16-18 місць) в Адлер становить 0,9 у.о./км. Також у собівартість транспортних витрат включимо оплату проживання та харчування водія (140,0 у.о.).

Київ (Україна) - Адлер (Росія)- 1416 км;

Адлер(Росія) – Псоу (Абхазія) – 41 км

Загальний пробіг автобуса – (1416+41)х2= 2914 км

Собівартість проїзду на автобусі на групу складе:

$2914 \times 0,9 + 140 = 2762,6$ у.о.

Загально-експлуатаційні або постійні витрати – витрати, які пов'язані з утриманням офісу, заробітною платою, рекламою тощо. При калькуляції вартості автотранспортного маршруту приймемо це число за константу, яка дорівнює 1000,0 грн./36,0 у.о.

Слід зазначити також, що керівник закріплюється за групою туристів при організації турів, які передбачають пересування певним маршрутом з відвідуванням кількох міст (районів, регіонів, країн). Найчастіше керівник закріплюється за групою під час організації автобусних культурно-пізнавальних турів.

Витрати на відрядження для керівника групи – 30 у.о. на добу (забезпечення одноразовим харчуванням).

Витрати на керівника групи подані в (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Витрати на поїздку керівника групи

Найменування статей витрат	Сума без сплати готельного обслуговування, у.о.
Страховий поліс (7 x 1)	7
Витрати на відрядження за 7 діб (7 x 30)	210
Перебування за умови одномісного розміщення	-
Разом	217

Джерело : розраховано автором

Ще одним із нових турів по Грузії можна запропонувати винний тур.

Закавказзя, зокрема Грузія, здавна відоме як своїми виноробними традиціями, так і своєрідною гостинністю. Примітно, що останнім часом грузинські вина з подивом і захопленням стали відкривати для себе навіть французи.

За оцінками фахівців, історія грузинського виноробства налічує не менше восьми тисяч років.

Один з найбільш відомих винних турів Грузії – це семиденний «Винний шлях Грузії». Його маршрут починається в Тбілісі і проходить через Мцхету - Давид Гареджі – Бодбе – Сігнагі – Телаві – Цинандалі – Телаві – Напареулі – Кварелі – Гурджаані – Боржомі.

Тур, який ми можемо запропонувати, трішки відрізняється. Програма винного туру «Виноградна Грузія» надана в Додатку Д.

Кількість туристів у групі складає – 15 осіб і керівник.

У вартість включено:

- Трансфер в аеропорт і назад;
- Весь трансфер в період туру;

- Проживання у вибраному Вами готелі в Тбілісі;
- Всі зазначені в турі екскурсії;
- Обслуговування кваліфікованого гіда;
- Підйомники на Нарикала;
- Дегустації вин з закускою (Цинандалі, Сигнахи, Теліані Велі);
- Вітальна вечеря в перший день.

Форма туру - маршрутно-транспортна, схема маршруту – кільцева. Протягом усього туристичного маршруту перевезення здійснюватимуться автобусом класу «Люкс».

Величина страхового полісу складає 1,0 у.о. на день. Сплата страховки на дитину також виконується в повному обсязі.

Проаналізуємо характеристику й собівартість екскурсій. При цьому враховуватимуться тільки екскурсії, що входять до вартості гастрономічного туру (без факультативних). Оплата послуг екскурсоводів приймаючої країни також урахована в собівартості екскурсій (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Витрати на екскурсії

№	Об'єкти відвідин	Кількість годин	Вартість на 1 особу, у.о.
1	Виробництво з погребом компанії «Вініверія»	3	1,0
2	Винзавод «Шухманн»+винний погреб «Будинок близнюків»+кафедральний завод «Алаверди»	3	10,0
3	Екскурсія в царську фортецю Гремі і монастир Некресі	3	1,0
4	Відвідування та дегустація+майстер класи на виноробні Хареба	3	5,0
5	Відвідування винного льоху «Веранда Велісціхе» та погребу «Мир Вина»	1	20,0
6	Відвідування винної палати заводу КТВ	2	1,0
7	Майстер-клас з ліплення хінкалі та рубка фаршу кинджалами	2	5,0
8	Екскурсія на завод і винну студію «Шато Мухрані»	2	10,0
	Усього		53,0

Джерело : розроблено автором

Собівартість транспортних витрат при організації автобусного туру транспортним засобом Mercedes Sprinter (на 16-18 місць) становить 0,9 у.о./км з врахуванням оплати паркування та стоянки транспортного засобу. Також у собівартість транспортних витрат включимо оплату проживання та харчування водія (100,0 у.о.).

Відстань Тбілісі-Телаві-Кварелі-Сігнахі-Міхета-Казбег-Міхета-Тбілісі
-550 км;

Загальний пробіг автобуса - 572 км,

Собівартість проїзду на автобусі на групу складе:

$$572 \times 0,9 + 140 = 654,8 \text{ у.о.}$$

Ціни вказані за людину в номері ЗА ВЕСЬ ТУР, в USD (табл. 3.11):

Таблиця 3.11

Вартість проживання

Проживання в Тбілісі	Готель «Chateau Mere»+Готель «Телаві»+готель Solomoni4+Rooms Hotel 4
Дабл номер	680
Сингл номер	705
Трипл номер	720

Джерело: сформовано автором

Загально-експлуатаційні або постійні витрати – витрати, які пов'язані з утриманням офісу, заробітною платою, рекламою тощо. При калькуляції вартості автотранспортного маршруту приймемо це число за константу, яка дорівнює 1000,0 грн./36,0 у.о.

Витрати на відрядження для керівника групи – 30 у.о. на добу (забезпечення одноразовим харчуванням).

Витрати на керівника групи подані в (табл. 3.12).

Таблиця 3.12

Витрати на поїздку керівника групи

Найменування статей витрат	Сума без сплати готельного обслуговування, у.о.	Сума із сплатою готельного обслуговування, у.о.
Страховий поліс (5 x 1)	5	5
Витрати на відрядження за 5 днів (5 x 30)	150	150
Перебування за умови 1-місного розміщення	-	100
Разом	155	255

Джерело : розраховано автором

Найзнаменитішим білим сухим грузинським вином є «Цинандалі». Назва походить від містечка в Кахетії, де особлива мікрозона. Виготовляється з винограду Ркацителі. Серед білих кахетинських вин також добре відомі напівсухе «Тбілісурі», сухе «Кахеті» (назва – від місцевості), сухе «Мцване» (від сорту винограду), напівсолодке «Твіші» (місцевість у Західній Грузії).

Найбільш знаменитими серед грузинських є червоні напівсолодкі вина. Такі назви, як «Кіндзмараулі» і «Хванчкара», сьогодні представлені в асортименті більшості виробників у відповідних регіонах. Деякі з марок вина бувають і червоними, і білими. Наприклад, «Старий Тбілісі», «Алазанська долина». Загалом налічуються десятки назв вин. Так, лише компанія «Тамада» пропонує 29 найменувань [17].

Згадані вище марки можуть виготовлятися на різних заводах. Серйозні виробники зазвичай мають також ексклюзивні марки, які можуть виготовлятися лише на одному заводі з винограду, вирощеного на одній специфічній земельній ділянці. Іноді такі назви теж походять від місцевості («Теліані», «Рача»), іноді – мають певний номер («Сапераві №5», «Напареулі №28»). Таких вин багато бути не може, і ціна на них завжди висока.

Таким чином Європа має в своєму розпорядженні великі туристичні можливості та ресурси для організації спеціальних тематичних турів по регіонах, пов'язаних з культурою виноробства. Які включають в себе не

тільки відвідування знаменитих виноробних міст і дегустацій, але й повноцінні екскурси в історію, що містять численні легенди та перекази про вирощування винограду та особливості культури споживання вина, проживання в старовинних замках і замських садибах.

3.3. Аналіз економічної ефективності проектів розроблених турів

Розрахуємо вартість запропонованих нових турів на групу та 1 особу.

Визначивши прямі та накладні витрати за туром до Грузії, розрахуємо вартість туру на 7 днів / 6 ночей. Результати розрахунків представлено у вигляді таблиці 3.13, враховуючи, що планована норма прибутку складає 20%.

Таблиця 3.13

Калькуляція туру «Гірський похід по національному парку Ріца» від ТОВ«Дельта Тревел»

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кількість	Ціна, у.о.	Вартість
1	2	3	4	5
1.	Страхівка	15	95,0	105,0
2.	Візи	-	безвіз	безвіз
3.	Транспорт	15	935,0	1039,0
4.	Проживання в наметах	-	-	-
5.	Харчування	15	300	715
6.	Екскурсійне обслуговування	15	270,0	270,0
7.	Додаткові витрати	15	357,0	357,0
	Разом прямих витрат	15	3057,0	3271,0
8.	Загальновиробничі витрати			
9.	Заробітна плата гіда/екскурсовода		36,0	
10.	Витрати на рекламу			
	Виробнича собівартість		3093,0	
11.	Фіксована комісія туристичним агентам (7%)		216,5	
12.	Прибуток	30%	927,9	
	Вартість обслуговування групи		4237,4	
13.	Ціна одного ваучера без ПДВ		282,5	
14.	ПДВ	20%	56,5	
15.	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ	-	339,0	

Джерело : розраховано автором

Розрахуємо дохід від реалізації туру, виходячи з кількості обслужованих осіб за заїздами, кількості заїздів за період (сезон) і норми прибутку за кожен реалізований тур. При цьому враховуватиметься дохід від 2-місного розміщення як варіанту, що користується найбільшим попитом.

Для цього складемо орієнтовний план реалізації турів (табл. 3.14).

Таблиця 3.14

Розрахунок доходу від реалізації туру за сезон за 2-місного розміщення

Період	Дати заїздів	Кількість реалізованих турів
Січень	10.01. - 17.01.	1
Лютий	08.02. - 15.02.	1
Березень	16.03. - 23.03.	1
Квітень	21.04. - 28.04.	1
Травень	01.05. - 08.05, 15.05. - 22.05.	2
Червень	08.06. - 15.06, 15.06. - 22.06.	2
Липень	06.07. - 13.07, 15.07. - 22.07.	2
Серпень	10.08. - 17.08, 21.08. - 28.08.	2
Вересень	04.09. - 11.09.	1
Жовтень	12.10. - 19.10.	1
Листопад	20.11. - 27.11.	1
Грудень	28.12. - 04.01.	1
Усього за період		16

Джерело : розраховано автором

На підставі проведених розрахунків визначимо фінансові результати діяльності туристичної фірми від організації екологічного туру (табл. 3.15).

Таблиця 3.15

Фінансові результати від реалізації екологічного туру до Грузії протягом 1 календарного року за 2-місного розміщення

Показники	Сума, у.о.
Валовий дохід від надання послуг	67798,4
Чистий дохід від надання послуг	54238,4
Собівартість послуг	49488,0
Валовий прибуток	4750,4
Податок на прибуток (18%)	855,1
Результат від операційної діяльності	4174,4
Чистий прибуток	3319,3

Джерело : розраховано автором

Оцінка ефективності розробленого туру проводиться за допомогою розрахунків таких показників. Чиста рентабельність продажів визначається за формулою:

$$ЧР_n = \frac{ЧП_t}{ЧД_t} \times 100\%, \quad (3.1)$$

де, $ЧР_n$ - чиста рентабельність продажів;

$ЧП_t$ - чистий прибуток;

$ЧД_t$ - чистий дохід від реалізації послуг у періоді t.

$$ЧР_n = 3319,3 / 54238,4 \times 100 = 6,12 (\%).$$

Чиста рентабельність витрат визначається як:

$$ЧР_v = \frac{ЧП_t}{C+П_3} \times 100\% , \quad (3.2)$$

де $ЧР_v$ - чиста рентабельність витрат;

C - собівартість наданих послуг;

$П_3$ - інші витрати.

$$ЧР_v = 3319,3 / 49488,0 \times 100 = 6,71 (\%).$$

Грунтуючись на отриманих результатах розрахунків, можна зробити висновок про те, що розроблений екологічний тур до Грузії є достатньо ефективним. Його реалізація дозволить ТОВ«Дельта Тревел» додатково отримати чистий прибуток у розмірі 3319,3 у. о.

Визначивши прямі та накладні витрати за туром до Греції, розрахуємо вартість туру на 7 днів / 6 ночей (табл. 3.16).

Таблиця 3.16

Калькуляція винного туру «Виноградна Грузія»

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кількість	Ціна, у.о.	Вартість
1	2	3	4	5
1.	Страховка	15	68	75,0
2.	Візи	-	безвіз	безвіз
3.	Транспорт	15	2435,0	2705,0
4.	Проживання (2-місне розміщення)	15	4050,0	4500,0
5.	Харчування	-		
6.	Екскурсійне обслуговування	15	2070,0	2070,0
7.	Додаткові витрати	15	1062,0	1062,0
	Разом прямих витрат	15	9685,0	10412,0
8.	Загальновиробничі витрати			
9.	Заробітна плата гіда/екскурсовода	-	36,0	

Продовження таблиці 3.16

10.	Витрати на рекламу			
	Виробнича собівартість	-	9721,0	
11.	Фіксована комісія туристичним агентам (7%)		680,5	
12.	Прибуток	30%	2916,3	
	Вартість обслуговування групи		13317,8	
13.	Ціна одного ваучера без ПДВ	-	887,9	
14.	ПДВ	20%	177,6	
15.	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ	-	1065,5	

Джерело : розраховано автором

Розрахуємо дохід від реалізації туру, виходячи з кількості обслугованих осіб за заїздами, кількості заїздів за період (сезон) і норми прибутку за кожен реалізований тур. Для цього складемо орієнтовний план реалізації турів (табл. 3.17).

Таблиця 3.17

Розрахунок доходу від реалізації туру за сезон за 2-місного розміщення

Період	Дати заїздів	Кількість реалізованих турів
Березень	16.03. - 22.03.	1
Квітень	21.04. - 27.04.	1
Травень	01.05. - 06.05	1
Червень	08.06. - 14.06	1
Липень	06.07. - 12.07	1
Серпень	10.08. - 16.08	1
Вересень	04.09. - 10.09.	1
Жовтень	12.10. - 18.10.	1
Листопад	20.11. - 26.11.	1
Усього		9

Джерело : розраховано автором

На підставі проведених розрахунків визначимо фінансові результати діяльності туристичної фірми від організації винно-гастрономічного туру (табл. 3.18).

**Фінансові результати від реалізації винного
туру до Грузії
протягом 1 календарного року за 2-місного розміщення**

Показники	Сума, у.о.
Валовий дохід від надання послуг	9 x 13317,8 = 119860,2
Чистий дохід від надання послуг	119860,2 – 177,6 x 15 x 9 = 95884,2
Собівартість послуг	9721,0 x 9 = 87489,0
Валовий прибуток	95884,2 - 87489,0 = 8395,2
Податок на прибуток (18%)	8395,2 x 18 / 100 = 1511,1
Результат від операційної діяльності	8395,2 – 36 x 9 = 8071,2
Чистий прибуток	8071,2 - 1511,1 = 6560,1

Джерело : розраховано автором

Оцінка ефективності розробленого туру. Визначимо чисту рентабельність продажів :

$$\text{ЧРП} = 6560,1 / 95884,2 \times 100 = 6,8 (\%).$$

Чиста рентабельність буде дорівнювати :

$$\text{ЧРВ} = 6560,1 / 87489,0 \times 100 = 7,5 (\%).$$

Отже, отримавши результати розрахунків, можна константувати, що розроблені тури доцільно реалізовувати. Винно-гастрономічний тур до Греції є найбільш ефективним. Це пояснюється можливістю реалізації туру протягом року з певною періодичністю. Менша ефективність автобусного туру до Румунії пояснюється 1-разовим періодом реалізації протягом календарного року.

Висновки до розділу 3

За результатами проведеного дослідження у третьому розділі можемо зробити наступні висновки:

Туристична фірма «Дельта Тревел» пропонує кращі курорти в Грузії. В агентстві проводиться постійна робота по відкриттю нових напрямків. Компанія організовує групові та індивідуальні тури, займається розвитком різних видів туризму в Грузії.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновки про ефективність збільшення обсягу надання туристичних послуг туристичною фірмою «Дельта Тревел». Дана тенденція пов'язана зі збільшенням асортименту турів в Грузію.

Аналіз туристичної фірми «Дельта Тревел» дає підстави зробити висновок, про суттєве значення розробки нових турів до Грузії, так як це країна великих можливостей, що дає змогу розробити екологічний та винний тури. Не в кожній країні можна дозволити собі запровадити такі види турів. Відповідно в цьому Грузія дуже сильно виграє, чим дає можливість підприємству підвищити прибуток за допомогою підвищення варіантів вибору турів.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт в ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

Будь які управлінські інформаційні процеси управління підприємством включають в себе процедури реєстрації, збору, передачі, зберігання, обробки, видачі інформації і прийняття управлінських рішень. Інформаційні технології являють собою ті засоби і методи за допомогою яких реалізуються ці процедури в різних інформаційних системах.

Туристична діяльність є інформаційно-насиченою на відміну від інших видів економічної діяльності. Оскільки, туристичну послугу зазвичай купують раніше і далеко від місця споживання, туризм майже повністю залежить від передачі і використання інформації про наявність необхідної послуги, її вартості та якості. Інформація відіграє важливу роль в процесі поєднання постачальників туристичних послуг в єдину систему [18].

Сукупність всієї інформації, необхідної для функціонування туристської системи на тому чи іншому рівні управління, являє собою інформаційну базу даних туризму.

Сукупність інформаційної бази даних туризму і спеціалізованих інформаційних технологій, призначених для її обробки, які забезпечують ефективне функціонування туристської системи на різних рівнях управління туризмом являють собою інформаційне забезпечення туризму [19].

Для обробки туристичної інформації використовуються спеціалізовані інформаційні технології.

Згідно з визначенням, прийнятим ЮНЕСКО, інформаційна технологія - це комплекс взаємопов'язаних, наукових, технологічних, інженерних дисциплін, що вивчають методи ефективної організації праці людей,

зайнятих обробкою і зберіганням інформації; обчислювальна техніка і методи організації та взаємодії з людьми та виробничим устаткуванням, а також соціальні, економічні та культурні проблеми [11].

У даний час сформувалися наступні напрями розвитку інформаційних технологій в туризмі:

- локальна автоматизація роботи в туристському офісі;
- впровадження прикладних програм автоматизації формування, просування і реалізації туристського продукту;
- використання систем управління базами даних;
- використання локальних комп'ютерних мереж;
- впровадження телекомунікаційних систем резервування місць в готелях і бронювання квитків;
- впровадження мультимедійних маркетингових систем;
- використання глобальної мережі Інтернет [5].

Розвиток інформаційних технологій пов'язаний з такими чинниками:

- необмежений обсяг інформації, що дозволяє представити докладну інформацію туристичної фірми про її проекти, фото та інші наочні матеріали;
- широта охоплення аудиторії;
- цілодобовий доступ;
- можливість оперативного поновлення, що особливо важливо з огляду на динамічність змін у вимогах попиту та економічні можливості пропозиції його задовольнити;
- інтерактивний режим;
- повна статистика звернень після встановлення лічильника відвідувань сайту можна визначити кількість звернень до джерела інформації, визначити показники відповідності пропозиції запитам потенційного попиту, обсяги реального попиту тощо.

Автоматизована інформаційна технологія (АІТ) - системно організована для вирішення задач управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку,

опрацювання і захисту інформації на базі застосування розвиненого програмного забезпечення, засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація пропонується клієнтам [13].

Сучасні автоматизовані інформаційні технології активно впроваджуються в сферу туристичного бізнесу, зокрема на підприємстві "Дельта Тревел" та їх застосування стає невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В даний час навіть невеликі турфірми в стані використовувати комп'ютери для автоматизації управління підприємством. Для них потрібні системи, які в найкоротші терміни надають відомості про доступність транспортних засобів та можливості номерного фонду готелів, забезпечують швидке резервування і внесення корективів, а також автоматизацію допоміжних програм при наданні туристичних послуг, а саме формування таких документів, як квитки, рахунки, путівники, забезпечення довідковою інформацією і т.д.

Індустрія туризму дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління окремої туристської фірмою, до застосування глобальних комп'ютерних мереж. На сьогоднішній день в туризмі використовується достатньо багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування (GDS), інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та інші [17].

Автоматизація управління діяльністю туристичної фірми тісно пов'язана із системою збору та аналізу зовнішньої поточної інформації. Ці процеси мають комплексний характер і охоплюють усі сторони функціонування туристичної фірми і взаємин з клієнтами. Система збору зовнішньої поточної інформації, під якою розуміється набір джерел і методичних прийомів, за допомогою яких управлінці отримують інформацію з комерційного середовища, забезпечує керівників даними про останні події

на ринку надання туристичних послуг. Збір інформації відбувається з книг, газет, спеціалізованих видань, розмов з клієнтами, постачальниками послуг, турагентами.

В роботі туристичного підприємства "Дельта Тревел" використовується різноманітне програмне забезпечення, що дозволяє автоматизувати роботу персоналу та керівництва турфірми.:

- «Парус-Підприємство» - проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дозволяє автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу;

Система «Парус-Підприємство» 7.20 дозволяє автоматизувати бухгалтерський, податковий, складський облік товарно - матеріальних цінностей (ТМЦ), необоротних активів та розрахунків для підприємств малого і середнього бізнесу, основною діяльністю яких є торгівля, надання послуг, виконання робіт. Програма забезпечує автоматизацію всіх стадій облікового процесу, починаючи із оформлення первинних документів і закінчуючи побудовою звітності. Розробниками запропонований широкий набір звітів, що відображають облікову інформацію про операції з ТМЦ та розрахунків з контрагентами.

В роботі підприємства "Дельта Тревел" також використовуються програмні комплекси:

«САМО-Тур-автоматизація туроператора». Комплексна система автоматизації туроператора. Програма служить єдиною платформою для вирішення абсолютно всіх завдань компанії: створення та управління продуктом, управління замовленнями, оптимізація онлайн-продажів. Крім цього в САМО-турі є безліч інструментів, що розширюють можливості туроператора для досягнення цілей бізнесу.

Переваги:

- Управління турпродуктом
- Управління продажами

- Гибкий механизм ценообразования
- Управление документооборотом
- Учет платежей от партнеров и покупателей
- Развитая система отчетности, статистики и аналитики
- Интеграция со страховыми компаниями
- Интеграция туроператора с GDS
- Подключение электронных платежей
- Онлайн обмен турами между операторами
- Динамическое пакетирование
- Динамическое ценообразование

Також важливу роль відіграють інформаційні технології у виконанні маркетингових функцій підприємствами туристичної індустрії, оскільки саме вони спрощують вирішення складних завдань у динамічному діловому оточенні, яке постійно змінюється. Інформаційні технології забезпечують підтримку маркетингу двома основними способами: шляхом надання інформації, необхідної для прийняття маркетингових рішень, та забезпечення каналами для надання послуг новими способами.

Інформаційні технології надають можливості туристичному підприємству досліджувати стан і розвиток попиту на ринку, підвищувати якість туристичного продукту, використовувати більш економічні канали просування продуктів; забезпечують простий та швидкий для споживача спосіб придбання послуг, високий рівень обслуговування та утримання клієнтів, що сприятиме скороченню витрат завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій та комерційних процедур.

4.2. Аналіз Інтернет-контенту ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

На сьогоднішній день робота туристичних підприємств практично неможлива без використання інформаційних технологій, тому, що життя в наш час важко представити без них. Враховуючи важливість інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств, туристична компанія «Дельта Тревел» також вирішила використовувати їх. З їх допомогою компанія виконуватиме наступні завдання:

- спрощення роботи з документацією за допомогою програм системи Microsoft;
- бронювання турів;
- доступ до електронних каталогів і сайтів;
- використання електронної пошти;
- застосування інтернет зв'язку (Skype, Twitter, Facebook) для контакту з клієнтами та партнерами;
- проведення платежів через інтернет;
- використання програм перекладачів.

На сьогоднішній день практично всі туристичні підприємства використовують інформаційні технології (ІТ) в своїй діяльності. Більше того, в останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет. «Дельта Тревел» також має власний сайт на якому можна ознайомитися з:

1. останніми новинами в туристичному світі
2. інформацією про країни і курорти, в напрямки яких пропонуються тури
3. асортиментом пропонованих турів і напрямків
4. штатом працівників компанії і місце розташування тощо

5. додатковою інформацією про компанію (історію створення, логотип, найменування, ліцензії, сертифікати)

6. форуми (в яких користувачі або власники сайту виносить теми на обговорення і всі користувачі можуть залишити свої коментарі по даній темі);

7. гостьова книга відвідувачів сайту (в якій залишаються висловлювання, або ж поради клієнтів компанії, щодо вибору країни, курорту чи готелю).

Інтернет сторінку ТОВ «Дельта Тревел» подано на рис. 4.1.

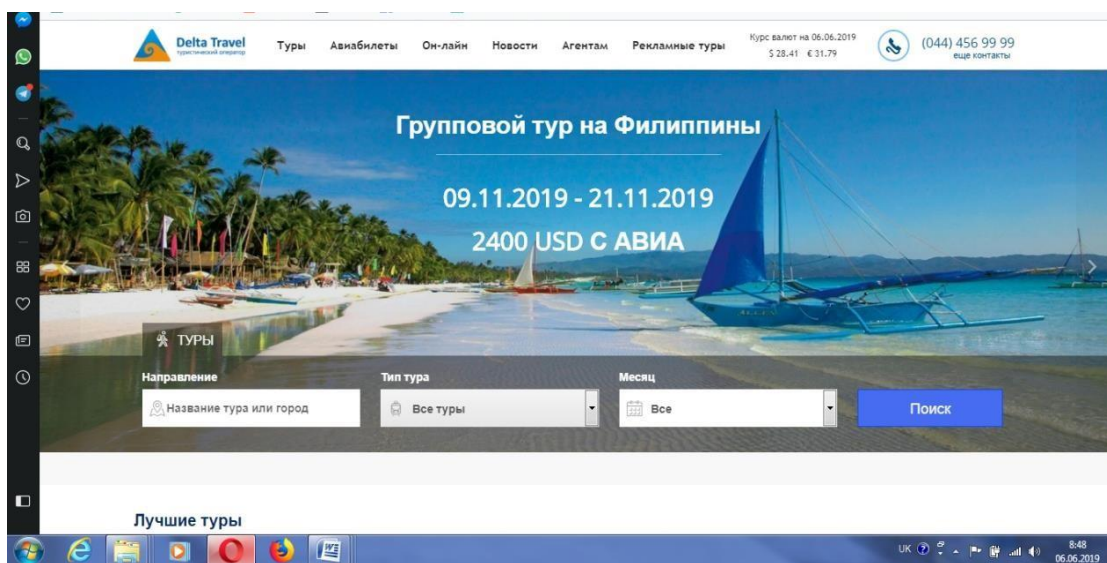


Рис. 4.1. Інтернет сторінка ТОВ «Дельта Тревел»

Джерело: [53]

Обґрунтування економічної ефективності слід проводити з використанням як економічних показників впровадження, так і з аналізом управлінських кроків, що є необхідними для впровадження або удосконалення комп'ютерних систем управління туристичною діяльністю підприємства (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

**Оцінка інтернет-контенту туристичного підприємства
«Дельта Тревел»**

Критерії	Оцінка підприємства
Дизайн сайту	2
Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	-
Форма для зворотнього зв'язку із турфірмою або вікно для онлайн виклику	5
Прив'язаність сайту до соціальних мереж	-
Наявність мапи сайту	4
Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	5
Наявність мобільного додатку	-
Характеристика турів	4
Галерея	1
Характеристика турфірми, об'єм корисної інформації для гостя	1
Наявність на сайті відеоматеріалів	-
Можливість бронювання авіаквитків	4
Огляд новин	5
Наявність гостьової книги відгуків	-
Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	-
Інформація про акції турфірми	2
Опис основних і додаткових послуг	2
Наявність розсилки на e-mail споживачів	-
Графа зустрічей та заходів	-
Інформація про співпрацю або партнерів	4
Наявність віконця курсу валют	5
Вакансії турфірми	-
Зручність сайту	3
Рівень подання інформації	3
Середнє значення	2

Джерело: сформовано автором

Отже, можна зробити висновок, що Інтернет-сторінка Тов «Дельта Тревел» потребує значних змін. Представлення туристичної компанії «Дельта Тревел» у мережі Інтернет має певні недоліки, а саме: дизайн сайту не є досить виразним, а також сайт не відповідає деяким технічним вимогам. При розробці дизайну сайту, потрібно пам'ятати, що головне завдання це зацікавити відвідувачів та привернути їх увагу. Не потрібно завантажувати сайт непотрібною інформацією або рекламою, великою кількістю ілюстрацій,

картинок. Також для підвищення рівня сайту слід поросити у туроператорів-партнерів розмістити інформацію на їх серверах. Також можливо розмістити рекламу на туристичних Інтернет-порталах. Дуже важливим є зворотній зв'язок з клієнтами, його можна забезпечити не лише гостьовою книгою на сайті, але й створенням спеціального форуму. Проте за форумом потрібно слідкувати, аби своєчасно відповідати на запитання.

Сайт постійно повинен оновлюватись саме тому на головній сторінці розміщують колонку новин, в якій указують діючі та майбутні акції, новини галузі туризму. Відсутність можливості повідомити клієнта про цікаві пропозиції означає те, що у підприємства відсутня можливість продати даний тур легко і швидко. В такому випадку сайт виконував би функцію реклами і також здійснював би передпродаж.

В наш час люди звикли попередньо ознайомлюватися з інформацією про підприємство, тому наявність власного сайту значно полегшує роботу і економить час при пошуку. Зрозуміло, що наявність сайту дає певні переваги, але також існують і недоліки. Створення сайту потребує початкових інвестицій. Необхідно не тільки створити сам інтерфейс, але й підготувати якісні фото, промо-відео тощо. Для того, щоб сайт був ефективним, необхідно оптимізувати його для пошукових систем. І головне, адміністрування сайту та оплата сервера і домену потребують постійних витрат.

Гарним доповненням будь-якого сайту для туристичного підприємства будуть кілька «вітрин». Наприклад, з «гарячими» турами і пропозиціями щодо їх номінальної вартості. Це відмінно привертає увагу клієнтів і допомагає їм швидше прийняти рішення про покупку.

Добре якщо на сайті є часто оновлювані новинні розділи. Крім іншого, вони дозволяють відвідувачам не сумніватися в тому, що вся інформація на даному ресурсі актуальна.

Також, сайту знадобиться просування. Чим вище його позиції, тим простіше його знайти туристам, і тим більше потенційних клієнтів, відповідно, його відвідає.

Щодо доцільності впровадження інформаційних технологій, зокрема web-сайту, можа використати Google Analytics. Це багатофункціональний та зручний у використанні додаток, який не лише аналізує web-сайти, а також дає можливість переглянути те як відвідувачі використовують сайт, які розділи відвідують, та що найчастіше переглядають. Google Analytics має ряд функцій, які дозволяють дізнатися, скількох клієнтів приваблює підприємство, скільки турів продає, а також як відвідувачі взаємодіють із сайтом.

Слід передбачити можливість спілкування з клієнтами та відвідувачами, зворотного зв'язку, оскільки в процесі спілкування є можливість отримувати додаткову інформацію про потреби клієнтів, їх оцінку порталу тощо. Спілкування з клієнтами може здійснюватися через листування по електронній пошті та соціальних мережах (Facebook, Вконтакті, Instagram), також можна проводити короткі опитування на різні теми (враження від обраного туру, якість обслуговування, переваги і недоліки, про те як клієнти дізналися про підприємство тощо).

4.3. Впровадження сучасних інформаційних технологій для організації та просування турів на ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ»

На сьогоднішній день можна з впевненістю сказати, що перспективними напрямки використання інформаційних технологій в туристичній сфері виступають електронна комерція, віртуальні магазини та просування за допомогою соц. мереж, а саме Instagram платформи.

А згідно з даними статистики сервера Instagram на осінь 2017 року:

- Щомісяця додатком користується 800 мільйонів користувачів;
- З них 500 мільйонів - щодня;
- Кожну секунду з'являється тисячі коментарів до більш ніж 40 мільйонам знімків, які публікуються щодня;
- 8500 одиниць в секунду - швидкість появи лайків до постів

Новий звіт компанії BlogLovin показав, що Instagram - найефективніша майданчик для залучення аудиторії. Так заявили 60% з 2500 опитаних лідерів думок.

Ще одна вагома причина відкрити свій бізнес в Instagram з'явилася в серпні 2016 року: тепер ви можете підключити бізнес-акаунт Instagram за допомогою прив'язки публічної сторінки вашої компанії в соціальній мережі Facebook.

Отже, ми пропонуємо створення бізнес-акаунту в Інстаграмі для ТОВ «Дельта Тревел». Ми вважаємо, що на сьогодні це найперспективніший напрям просування товарів та послуг.

Безкоштовні методи просування в Інстаграм:

- Інтерактивний контент В вартість розкрутки входить наповнення Instagram профілю фото, відео і текстовим контентом від професійних інстафотографів і копірайтерів. Грамотні інформативні публікації з привабливими картинками допоможуть зібрати в вашому бізнес акаунті зацікавлену аудиторію.

- Нетворкінг Прекрасний додатковий варіант, щоб підвищити впізнаваність вашого облікового запису. Секрет ефективності нетворкінгу в його простоті. Ваша активність в соцмережі, бажання знайти однодумців, поділитися своїм досвідом і напрацюваннями приведуть, в результаті, до зростання кількості зацікавлених передплатників.

- Органічний охоплення Комплексне застосування платних і безкоштовних методик просування сприяє підвищенню органічних

охватом. Чим більше у вас передплатників і чим вони активніше, тим вище ймовірність потрапити в розділ «Рекомендована». Пости з рекомендацій Інстаграма, стають видні величезної аудиторії, яка складається з ваших потенційних клієнтів.

- SFS / Взаємний піар Як вивести взаємодію з іншими блогерами на новий рівень? Запропонуйте одному з власників аккаунта з відповідною аудиторією взаємний піар. Так ви зможе отримати безкоштовне рекламне оголошення і заявити про себе перед новою аудиторією.

- Комментінг Крім періодичних платних способів просування обов'язково потрібно займатися регулярної роботою по популяризації вашого облікового запису. Взаємодіяти з аудиторією, спілкуватися з блогерами і викликати прихильність до себе потенційних передплатників за допомогою інформативних розгорнутих коментарів

- Гостьовий постинг У віртуальному колі знайомств точно знайдеться фахівець або популярний блогер, який має відношення до вашої сфери діяльності. Попросіть його написати для вас гостьовий пост з корисною тематичною інформацією - зацікавлені фоловерів точно оцінять такий хід.

Проте для просування турів ТОВ «Дельта Тревел» є також необхідним використання платних методів в Інстаграмі (табл. 4.2):

Таблиця 4.2.

Платні методи просування в Інстаграм

Блок	Опис	Ціна
Розробка стратегії	Стратегія базується на аналізі цільової аудиторії, конкурентів, формулюванні унікальної торговельної пропозиції, пошуку инсайтов аудиторії і інтонації спілкування. Стратегія дозволяє зрозуміти навіщо підписуватися на аккаунт, структурувати завдання і знайти шляхи досягнення цілей.	вартість у фрілансерів від 250\$, ціна агентств від 1000\$.

Продовження таблиці 4.2

Розробка контент-плану	Контент-план - це чіткий опис того що і коли розміщувати в Інстаграм. В контент-плані заплановані всі публікації та активності, які будуть проходити в акаунті в перебігу певного періоду. Контент-план допомагає уникнути повторень і безглузких пауз. Для Інстаграма розробка контент-плану включає: <ul style="list-style-type: none"> - Розробку загального контент-плану; - Створення плану сторіз; - Створення плану прямих ефірів. 	Розробка контент-плану може включатися в блок «Розробка стратегії», а може йти окремим пунктом. У такому випадку його вартість починається від 1000\$.
Оформлення сторінки	Цей вид робіт може включати: <ul style="list-style-type: none"> - Розробка та оформлення головної сторінки; - створення аватарки; - налаштування актуальних пропозицій в таплінк і прив'язка до нього пікселя facebook; - розробка єдиного стилю для оформлення Сторіз і постів акаунта. - підбір хештегів і локацій. 	У тому випадку, якщо ви захочете замовити окремо, то орієнтуйтеся на цифру від 250\$
Створення контенту	У випадку з Інстаграм особливого значення набуває візуальний контент. Тому приготуйтеся до того, що це стане однією з найосновніших статей витрат. Для Інстаграм потрібен фото, відео та текстовий контент. Ви можете самі надавати підряднику матеріал, а можете віддати це повністю на аутсорс.	від 5\$ до 30\$ руб за пост.
Постинг та модерація сторінки	<ul style="list-style-type: none"> - Регулярний постинг; - Видалення ботів, небажаних коментарів; - Створення активності на сторінці - коментарі, питання, відгуки. - Підготовка до планового ефіру (план, таймінг). - Створення та налагодження вітальних листів новим передплатникам в директ. 	фрілансери за 200\$ в місяць

Джерело: [43]

Додаткові послуги:

- Закупівля реклами у блогерів. Рекламний бюджет обмовляється окремо.
- Налаштування таргетированной реклами. Рекламний бюджет обмовляється окремо.
- Налаштування масслайкінга і масфоловінг.
- Такі роботи обговорюються окремо, вони як можуть входить в стандартний набір «просування», а можуть пропонуватися за додаткову плату.

Резюмуючи, послуги фрілансерів на комплексне просування стартують від 500\$ в місяць, робота агентства від 1000\$.

Таким чином, виявлення основних проблем туристичного комплексу вказує на доцільність розробки бізнес-аккаунту ТОВ «Дельта Тревел» в мережі Інстаграм з метою просування основних та додаткових послуг туроператора і, як результат, збільшення рентабельності туристичного підприємства.

Висновки до розділу 4

В ході розгляду четвертого розділу розроблено наступні висновки:

Туристична сфера є інформаційно насиченою, тому для забезпечення якісного рівня її управління необхідно використовувати сучасні інформаційні технології. Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.д. Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг.

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму досить великий, оскільки пов'язаний з ефективністю роботи кожного туристичного оператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Тому на сьогоднішній день представити діяльність туристичного підприємства без використання мережі Інтернет просто неможливо. Дана мережа використовується практично у всіх бізнес-процесах всередині туристичного підприємства.

Враховуючи важливість інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств, туристична компанія "Дельта Тревел" також вирішила використовувати їх. В останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет. "Дельта Тревел" також має власний сайт. Щодо доцільності впровадження інформаційних технологій, зокрема web-сайту, можна використати Google Analytics. Це багатофункціональний та зручний у використанні додаток, який не лише аналізує web-сайти, а також дає можливість переглянути те як відвідувачі використовують сайт, які розділи відвідують, та що найчастіше переглядають.

На сьогоднішній день можна з впевненістю сказати, що перспективними напрямки використання інформаційних технологій в туристичній сфері виступають електронна комерція, віртуальні магазини і віртуальні туристичні бюро. Туристична компанія "Дельта Тревел" не так давно теж почала використовувати їх. Електронна комерція стала можливою відносно недавно з розвитком мережі Інтернет та електронних засобів платежу. Сутність електронної комерції полягає в тому, що споживач здійснює покупку в режимі реального часу не виходячи зі свого будинку. Туристична компанія "Дельта Тревел" має можливість створити бізнес-акаунт в Інстаграмі.

Таким чином, виявлення основних проблем туристичного комплексу вказує на доцільність розробки цільової програми розвитку інформаційних

технологій у діяльності підприємств туристичної сфери, яка, у свою чергу, дасть можливість урахувати комплекс заходів щодо поліпшення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій та сприяти розвитку нових механізмів державного регулювання в цій сфері.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В даному дослідженні дали характеристику теоретичним основам дослідження та організації міжнародних турів.

Грузія - унікальна країна, що володіє колосальним туристичним потенціалом - протяжне чорноморське узбережжя, близько 300 гірських, приморських, бальнеологічних і грязьових курортів, понад 10 тис. пам'яток археології, історії, архітектури та мистецтва, багато з яких просто не мають аналогів, а також численні пам'ятники природи. І все це зосереджено на невеликій території, населеній привітним і самобутнім народом, настільки ж стародавнім, як і сама ця земля.

Сформована на сьогодні в світі реальна картина підтверджує, що туризм як економічний феномен твердо зайняв перше місце. Для 49 країн світу він представляє основне джерело валютних надходжень. За показниками минулого року, в світі зафіксовано 715 мільйонів туристів. До 2020 року це число, за прогнозними показниками, досягне півтора мільярда.

Розглянуті основні об'єкти туристського інтересу в Грузії. Територія Грузії - одна з найбагатших в світі по ресурсам мінеральних вод, різноманітності їх фізико-хімічних показників, а відповідно і лікувальних властивостей. У країні налічується понад 100 курортів, серед них кліматичні, кліматобальнеологічні, бальнеокліматичні і бальнеологічні.

У республіці близько 300 гірських, приморських кліматичних, бальнеологічних і грязьових курортів. Біля Батумі розташований прекрасний ботанічний сад. У Грузії налічується понад 10 тис. пам'яток археології, історії, архітектури, мистецтва, є численні історичні документи, рукописи і пам'ятники природи. Найдавніші зі збережених в Грузії пам'яток архітектури належать до I тисячоліття до нашої ери - I століття нашої ери.

Проаналізовані пропозиції туристично-пізнавальних подорожей до Грузії.

Країна має майже всі типи мінеральних вод та понад 2 тис. мінеральних джерел, які створюють умови для лікування, профілактики і реабілітації пацієнтів із захворюваннями серцево-судинної, нервової, ендокринної та травної систем, гінекології та опорно-рухового апарату.

Курортні ресурси Грузії доповнюють родовища природних грязей. На даний момент в світі практично немає аналогів тому, що зараз пропонується в республіці ні по спектру показань, ні за цінами.

За результатами проведеного дослідження у другому розділі ми охарактеризували загальну організаційно-господарську діяльність ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ».

Туристичне підприємство ТОВ "Дельта Тревел" пропонує кращі курорти і готелі в більш ніж в 40 країнах світу. В агентстві проводиться постійна робота по відкриттю нових напрямків. Компанія організовує групові та індивідуальні тури, займається розвитком різних видів туризму.

Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» показав зменшення обсягу надання туристичних послуг туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" в 2018 р

Аналіз фінансової звітності туристичного підприємства ТОВ "Дельта Тревел" дає підстави зробити висновок, про високу собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), яка складає понад 90 % від вартості чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Аналіз впливу зовнішнього середовища на діяльність туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» у вигляді SWOT-аналізу виявив, що до сильних сторін ТОВ "Дельта Тревел" можна віднести: хороший імідж підприємства, професійні кадри і. тд.

До слабких сторін туристичної агенції слід віднести: невисокий рівень маркетингових досліджень може стати матеріальною вигодою для конкурентів і зробити важким збутовий процес; непродуманість рекламної кампанії може знизити попит і загальний прибуток.

Після проведеного PEST-аналізу можна зробити висновок, що фінансова та економічна криза, яку зараз переживає країна значно вплине на діяльність турфірми та на рекламну сферу. Скорочення доходів населення та підвищення цін істотно зменшило число клієнтів.

За результатами проведеного дослідження у третьому розділі проаналізували діяльність ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» в напрямку організації турів до Грузії та розробили нові тури до Грузії для розширення асортименту туристичного підприємства ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ».

Туристична фірма «Дельта Тревел» пропонує кращі курорти в Грузії. В агентстві проводиться постійна робота по відкриттю нових напрямків. Компанія організовує групові та індивідуальні тури, займається розвитком різних видів туризму в Грузії.

Проаналізували економічну ефективність проектів розроблених турів.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновки про ефективність збільшення обсягу надання туристичних послуг туристичною фірмою «Дельта Тревел». Дана тенденція пов'язана зі збільшенням асортименту турів в Грузію.

Аналіз туристичної фірми «Дельта Тревел» дає підстави зробити висновок, про суттєве значення розробки нових турів до Грузії, так як це країна великих можливостей, що дає змогу розробити екологічний та винний тури. Не в кожній країні можна дозволити собі запровадити такі види турів. Відповідно в цьому Грузія дуже сильно виграє, чим дає можливість підприємству підвищити прибуток за допомогою підвищення варіантів вибору турів.

В ході розгляду четвертого розділу дали характеристику технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт в ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ».

Туристична сфера є інформаційно насиченою, тому для забезпечення якісного рівня її управління необхідно використовувати сучасні інформаційні технології. Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи

проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.д. Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. Враховуючи важливість інформаційних технологій в діяльності туристичних підприємств, туристична компанія «Дельта Тревел» також вирішила використовувати їх. В останні роки багато компаній створили сайти своїх підприємств, які являються цінними інструментами продажу в туризмі. Проаналізували Інтернет-контент ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ». Сайт являє собою web-сторінку підприємства у глобальній мережі Інтернет. Дельта Тревел також має власний сайт. Щодо доцільності впровадження інформаційних технологій, зокрема web-сайту, можа використати Google Analytics. Це багатофункціональний та зручний у використанні додаток, який не лише аналізує web-сайти, а також дає можливість переглянути те як відвідувачі використовують сайт, які розділи відвідують, та що найчастіше переглядають.

Розглянули впровадження сучасних інформаційних технологій для організації та просування турів на ТОВ «ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ» і встановили, що на сьогоднішній день можна з впевненістю сказати, що перспективними напрямки використання інформаційних технологій в туристичній сфері виступають електронна комерція, віртуальні магазини і віртуальні туристичні бюро. Туристична компанія "Дельта Тревел" не так давно теж почала використовувати їх. Електронна комерція стала можливою відносно недавно з розвитком мережі Інтернет та електронних засобів платежу.

Таким чином, виявлення основних проблем туристичного комплексу вказує на доцільність розробки цільової програми розвитку інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери, яка, у свою чергу, дасть можливість урахувати комплекс заходів щодо поліпшення діючої системи використання різноманітних видів інформаційних технологій та сприяти розвитку нових механізмів державного регулювання в цій сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. - К.: Знання України, 2002. - 358 с.
2. Алексеев І.В. Фінансовий аналіз: Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / [за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової] – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 384 с.
3. Андреева Г.І. Організація і методика економічного аналізу: Навчальний посібник / Г.І. Андреева, В.А. Андреева. – Суми: ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2009. – 353 с.
4. Антонюк Р.Р. Прибутковість підприємств: природа категорії / Р.Р. Антонюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства – 2012. – № 126. – С. 50–55.
5. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів: Навч. посіб. - Альтерпрес, 2008. - 192 с.
6. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг: Навч. посіб. - К.: Альтерпрес, 2004. - 288 с.
7. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и направлениям. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.
8. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : [навч. посібник] / О.Я. Базилінська. – 2-ге вид. – К. : Центр навчальної літератури, 2011. – 398 с.
9. Біломістна І.І. Антикризове фінансове управління підприємством в сучасних умовах господарювання / І. І. Біломістна ,О. М. Біломістний, М. С. Крамська // Фінансово кредитна діяльність: проблеми теорії і практики : зб. наук. праць. – Вип. 2 (11)/2013. – Харків, 2013. – С. 10-13.
10. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. - К.: Ін-т туризму, 1998. - с. 132-136.

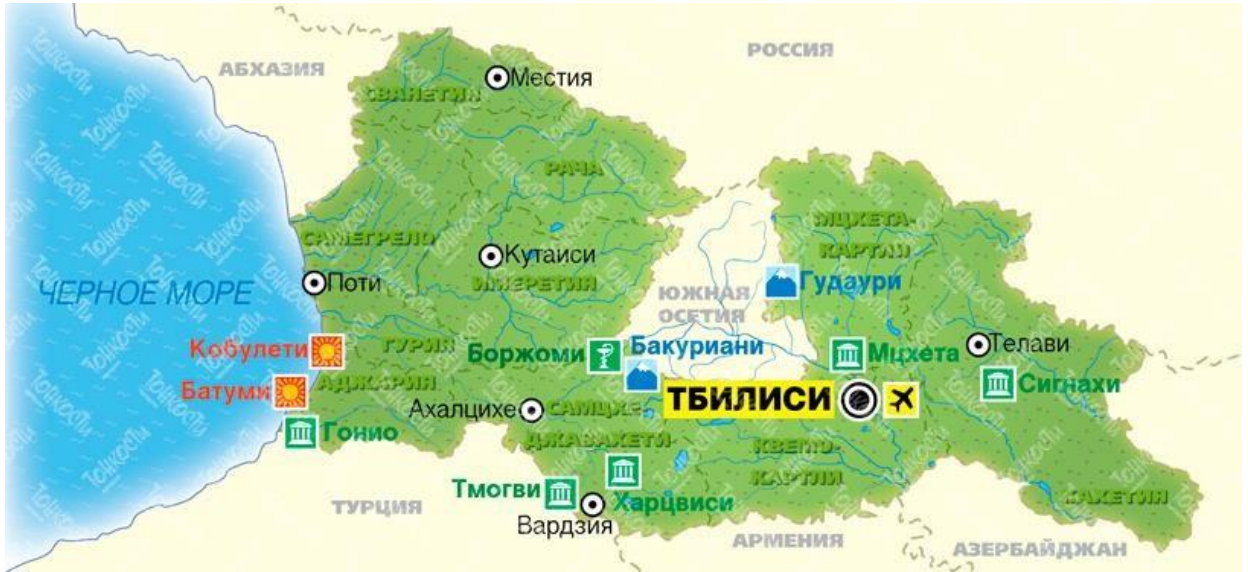
11. Бержанір І.А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І.А. Бержанір, Ю.В. Улянич, Н.І. Гвоздєй // Вісник ХНДАУ. – 2015. – № 1. – С. 261–265.
12. Бець М. П. Планування рентабельності виробництва / Бець М. П. // Економіка України. – 2010. – №2. – С. 40-45.
13. Богданівська Л.А. Аналіз господарської діяльності в промисловості / Л.А. Богданівська, Г.Г. Виноградів. - М.: Економіка. – 2010. - 286 с.
14. Володькина М.В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. - К.: Знання-Прес, 2002. - 149 с.
15. Гостиничный и туристический бизнес. Под. ред. Проф. Чудновского А.Д. - М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2004. - 352 с.
16. Грифін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук.ред. В. Яцура, Д. Олесевич. - Львів: БаК, 2001. - 624 с.
17. Дем'яненко М. Я. Фінансовий словник-довідник / М. Я. Дем'яненко, Ю. Я. Лузан. – К. : ІАЕУААН, 2005. – 507 с.
18. Дмитренко Г.А. Стратегический менеджмент: целевое управление персоналом организаций: Учеб. пос. - 2-е изд., испр. - К.: МАУП, 2002. - 192 с.
19. Довбня С.Б. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації / С.Б. Довбня, О.Г. Пендик // Молодий вчений. – 2014.– № 5. – С. 94–97.
20. Довгань Г.Д. Країнознавства: Довідник / Г.Д. Довгань, А.Й. Сиротенко, О.Г. Стадник. - Х.: Веста: Вид-во «Ранок», 2007. - 480 с.
21. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие / Под общей ред. З.М. Горбылевой. - Мн.: «Экономпресс», 1998. - 400 с.
22. Жарій О. Батальне братання // Міжнародний туризм. - листопад, 2009. - №6. - С. 78-80.

23. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навч. посіб. - К.: Музична Україна, 2002. - 196 с.
24. Зінченко О.А. Визначення показників рентабельності на основі величини якості прибутку / О.А. Зінченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 28. – С. 150–155.
25. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 256-260 с.
26. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособ. - Мн.: БЭГУ, 2004. - 644 с.
27. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 298 с.
28. Король О.Д. Основи туристичного маркетингу / Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. - Чернівці: Рута, 2002. - 110 с.
29. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. - Чернівці: Рута, 2008. - 240с.
30. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз: [навч. посібник] / Л.А. Лахтіонова. – К. : КНЕУ, 2009. – 365 с.
31. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент: учебник / И. Я. Лукасевич. – М. : Эксмо, 2017. – 377 с.
32. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. - К.: Альтерпрес, 2003. - 436 с.
33. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
34. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. - 2-е вид., перероб та допов. - К.: Альтерпрес, 2008. - 300 с. - (Бібліотека професійного менеджера) - С. 16, 20-25, 30-35, 73-83, 89-92, 95-96, 103, 113.
35. Любушин Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие вузов / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. - 471 с.

36. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. - К.:Знання, 2008. - С. 148-370.
37. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 165 с
38. Масляк П.О. Країнознавство Підручник. - К.: Знання, 2008. - 292 с.
39. Михайліченко Г.І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. / Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К.: КНТЕУ, 2007. - 155 с.
40. Москаленко В. П. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа для діагностики його банкрутства / В. П. Москаленко, О. Л. Пластун // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 6. – С. 181–191.
41. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31–45.
42. Окладникова Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира: Учебное пособие. - М., СПб.: ИФК Омега-Л; Учитель и ученик, 2002. - 384 с.
43. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання / Т. В. Осипова // ХНЕУ – 2012 – № 1. – С. 82-84.
44. Офіційний сайт туристичної фірми «Пегас туристік» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pegast.com.ua/ru/agency>
45. Папирян Н.О., Геворк А.П. Модели туризма в ведущих туристических странах и регионах мира // Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2000. - С. 54-85.
46. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 208 с.

47. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / Г. В. Савицька – К.: Знання, 2005. – 662 с.
48. Семенов Г.А. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства / Г.А. Семенов, О.В. Ярошевская // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 1. – С. 136–141.
49. Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. «Менеджмент». - Изд. 2-е, перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 398 с.
50. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси світу. Європа, Азія, Австралія та Океанія. Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2009. - 427 с.
51. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 286 с.
52. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: Навчальний посібник. - К.: Вид-во ФПУ, 2007. - 233 с.
53. Шадура Т. В. Теоретичні основи комплексного аналізу фінансового стану підприємства / Т. В. Шадура [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://intkonf.org/shadura-t-v-teoretichni-osnovi-kompleksnogo-analizu-finansovogostanu-pidpriemstva/>.
54. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А. Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 416 с.
55. Школа І.М., Ореховська Т.М., Козьменко І.Д. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посіб. - Чернівці: Книги-XXI, 2005. - 596 с.

Додаток А



Додаток Б

Баланс підприємства ТОВ «Дельта Тревелл»

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
17	01	01
32383607		

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2016 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801003

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	27	12
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	5749	5388
первісна вартість	1011	-	-
знос	1012	-	-
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	11310	15837
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	23	23
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	17109	21260
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	111	74
Поточні біологічні активи	1110	80	57
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	40	46
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	519	165
з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	148	2227
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	64	33
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	883	2547
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	17992	23807

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	15356	15356
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2050	826
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Усього за розділом I	1495	17406	16182
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	8	7055
розрахунками з бюджетом	1620	145	104
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	282	343
Поточні забезпечення	1660	120	123
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	31	0
Усього за розділом III	1695	586	7625
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
	1700	-	-
Баланс	1900	17992	23807

Керівник
Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Серія А01	СВІДОЦТВО	№ 095857
ПРО ДЕРЖАВНУ РЕЄСТРАЦІЮ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ		
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ДЕЛЬТА-ТРЕВЕЛ"		
Ідентифікаційний код юридичної особи	32383607	
Місцезнаходження юридичної особи	04070, М.КИЇВ, ВУЛИЦЯ БОРИЧІВ ТІК, БУДИНОК 35	
Місце проведення державної реєстрації	ПОДІЛЬСЬКА РАЙОННА У МІСТІ КИЄВІ ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ	
Дата проведення державної реєстрації	03.03.2003	
Підстава (підстави) заміни свідоцтва про державну реєстрацію	частина друга Прикінцевих положень Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців"	
Дата заміни свідоцтва про державну реєстрацію	05.12.2007	



Серія АГ № 580876

ЛІЦЕНЗІЯ

ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО УКРАЇНИ З ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ

Вид господарської діяльності: **туроператорська діяльність**

Найменування юридичної особи: **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ДЕЛЬТА-ТРЕВЕЛ"**

Ідентифікаційний код юридичної особи: **32383607**

Місцезнаходження юридичної особи: **04070, м. Київ, вулиця Боричів Тік, будинок 35**

Дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії: **03.03.2012 №23**

Строк дії ліцензії: **з 03.03.2012 необмежений**

Номер в ліцензійному реєстрі - **84/2012**

Голова м.п.  **О. О. Шаповалова**

Дата видачі ліцензії: **06 БЕР 2012**



Програма туру

День 1	<p>Тбілісі - Телаві Приліт в Тбілісі Зустріч з представником приймаючої сторони. Трансфер на батьківщину виноробства – в сонячну Кахетію. Розміщення в готелі - замку «CHATEAU MERE» (Вардісубані, недалеко від Телаві) У розпорядженні гостей винне виробництво з погребом компанії «Вініверія». Вітальна вечерея в готелі з грузинським багатоголоссям (живе виконання 4х народних співаків). Ніч в Телаві.</p>
День 2	<p>Телаві Телаві -винзавод «Шухманн» - Алаверди -Ікалто- Телаві Сніданок у готелі. На сніданок туристам надається можливість спробувати справжній грузинський хаші- традиційний суп для похмілля зі стопкою грузинської горілки - чача. Далі Ви виїжджаєте в центр регіону - Телаві. Невелика оглядова екскурсія. Відвідування німецько-грузинського заводу Шухманн і дегустація вин. Далі відвідання винного погребу «Будинок близнюків» в Напареулі: справжній грузинський обід з річками вина. Відвідування Кафедрального собору «Алаверди», який був побудований на початку XI століття в честь Святого Георгія, одного з найбільш шанованих християнських святих в Грузії, а також архітектурного комплексу VI ст "Ікалто" відповідно до легенд, саме в стародавній академії Ікалто вчився великий грузинський поет і державний діяч Шота Руставелі, що жив в XII столітті. Повернення в готель. Вечерея з кулінарним майстер-класом грузинської кухні: хінікалі, хачапурі. Ніч в Телаві.</p>

Продовження додатку Д

День 3	<p>Кварелі - Сигнахи Кварелі - Грємі - Некресі-Кварелі-Велісціхе - Сігнахі Сніданок у готелі. Виїзд з готелю. Екскурсія в царську фортеця Грємі і монастир Некресі. Відвідування та дегустація + майстер-класи на виноробні Хареба. Винний льох, знаходиться в тунелі довжиною в 7 км. і не має аналогів у всій Грузії. Гості зможуть продегустувати кілька сортів вина. Після дегустації вин одного з кращих грузинських виробників-завод "Хареба" обід. Далі відвідування музею і винного льоху «Веранда Велісціхе»: дегустації вин з кевєрі, туристи ознайомляться з процесом випічки Грузинського хліба Трансфер в Сигнахи. Розміщення в готелі Solomonі 4 . Відмінна вечеря, дегустації вина і грузинської чачі в винному погребі "Мир Вина". Ніч в Сигнахи.</p>
День 4	<p>Сигнахи - Мцхета - Казбегі Сніданок у готелі. «Сигнахи» - це місто кохання, знаменитий своєю однойменною фортецею, що входить в список найбільш відомих і великих фортець Грузії 18 століття і цілодобовим будинком одруження, які ми відвідаємо. Далі Ви зможете подивитися монастирський і єпископальний комплекс Святого Георгія- жіночого монастиря «Бодбе». Тут розташована базиліка Святої Ніно, а спустившись до її чудотворним джерелам можете загадати бажання, яке обов'язково збудеться (піша ходьба 30 хв). Трансфер в Мцхету (2 години) Відвідування винної палати заводу КТW ("Кахетинське традиційне виноробство"): Нам випаде шанс спробувати вино з кевєрі. Сомельє проведе екскурсію по заводу і виноградникам. Вас чекають майстер-класи приготування грузинського ароматного хліба і шашлику. Ситний обід для всіх гостей Трансфер в Казбегі. Розміщення в дизайнерському готелі Rooms Hotel 4 в Степанцмінда (район Казбегі). Вечеря в ресторані готелю і ніч в «Казбегі Румс».</p>

Продовження додатку Д

День 5	<p>Казбегі - Гергети Сніданок у готелі. День присвячений відпочинку і неймовірним гірським пейзажам. Майстер-клас з ліплення хінкалі, рубка фаршу кинджалами + обід в селянській родині в Степацмінде. Екскурсія до церкви Гергети Самеба на позашляховиках (підйом високо в гору). Вечера в готелі і дегустація річкової риби з Терека. Ніч в Степанцмінда.</p>
День 6	<p>Казбегі - Мцхета - Тбілісі Сніданок у готелі. Трансфер в Мцхету. Через хрестовий перевал ми проїдемо до курорту Гудаурі, по дорозі оглянемо мальовничу фортеця Ананурі Жінвальського озера. Далі огляд Мцхета. Мцхета-живий літопис Грузії. Розкопки на її території дали величезний археологічний матеріал, що охоплює кілька тисячоліть. Екскурсія на завод і винну студію «Шато Мухрані». Шато Мухрані "перший грузинський шато, діяльність якого ґрунтується на продовженні тих унікальних традицій виноробства, які були створені представником династії Багратіонів-Івані Мухранбатоні." Шато Мухрані "ґрунтується на чотирьох головних цінностях: виноградники, льох, дворець та історія. Екскурсія по винному комплексу і палацу. Смачний обід . Трансфер в Тбілісі. Розміщення в готелі. Трансфер на вечерю в один з найкращих і висококласних ресторанів столиці. Ніч в Тбілісі.</p>
День 7	<p>Тбілісі Сніданок у готелі. Відвідування унікальних сірчаних лазень, а саме ВІП-лазні «Бахмаро», знаменитої своїми лікувальними властивостями. Відвідування та дегустація на коньячному заводі «Сараджішвілі» Ознайомлення з архітектурною спадщиною міста. Почнемо з автомобільного туру по головній авеню столиці - вулиці Руставелі і красивіше вулиці Марджанешвілі. Далі відвідаємо парк «Ріці», якщо на нього дивитися зверху, він має вигляд карти Грузії. Відвідування сучасного моста, якому було дано назву Міст Миру, президентом країни. Далі на новому підйомнику ми з Вами всього за кілька хвилин опинимося на фортеці «Нарікала».</p>

Продовження додатку Д

	<p>Обід в національному колоритному ресторані</p> <p>Продовження екскурсії:</p> <p>Кафедральний собор «Самеба» символ грузинського відродження, єдності та безсмертя.</p> <p>Прощальна вечеря в національному ресторані з фольклорною програмою.</p> <p>Ніч в Тбілісі.</p>
День 8	<p>Тбілісі</p> <p>Сніданок у готелі.</p> <p>Купівля сувенірів на «Сухому мосту».</p> <p>Трансфер в аеропорт.</p> <p>Виліт з аеропорту Тбілісі.</p>

