

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

ОСТРІВНІ КРАЇНИ В ІНДІЙСЬКОМУ ОКЕАНІ ЯК ПОПУЛЯРНІ ЕКЗОТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконав:

студент IV курсу 410 групи
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
ОП «Міжнародний туризм»
Іващук Костянтин Васильович

Керівник: кандидат географічних наук,
доцент

Аніпко Наталя Петрівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри №_____

від «___» _____ 202_ р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Анотація

Бакалаврська робота присвячена дослідженню острівних держав Індійського океану як популярних екзотичних напрямів та аналізу їхнього представлення на українському туристичному ринку. Обґрунтовано актуальність розвитку екзотичного туризму в умовах зростання попиту на індивідуалізовані та якісні подорожі. Розглянуто туристичний потенціал Мальдівських Островів, Шрі-Ланки, Маврикію та Сейшельських Островів крізь призму їхнього географічного положення, кліматичних умов, рельєфу та сформованої інфраструктури.

У роботі проаналізовано наявні туристичні пропозиції українських туроператорів за цими напрямками, особливості просування екзотичних турів, сучасні тенденції попиту та формати комунікації з клієнтами. Практична частина дослідження базується на аналізі діяльності туристичного агентства "Tours&Tickets" (м. Чернівці), зокрема структури продажів, поведінки споживачів та результатів анкетного опитування. Результати дослідження можуть бути використані у практичній діяльності туристичних підприємств, що спеціалізуються на просуванні екзотичних DESTINACIY.

Ключові слова: екзотичний туризм, Індійський океан, острівні держави, туристичний попит, туристична пропозиція, туристичний ринок України, Tours&Tickets.

Abstract

This bachelor's thesis is devoted to the analysis of island nations of the Indian Ocean as popular exotic tourism destinations and their representation on the Ukrainian tourism market. The relevance of exotic tourism is justified in the context of increasing demand for personalized and high-quality travel. The study explores the tourism potential of the Maldives, Sri Lanka, Mauritius, and Seychelles based on their geographical location, climate, topography, and developed infrastructure.

The research includes an overview of existing travel offers from Ukrainian tour operators, trends in consumer demand, and promotional approaches for exotic travel products. The practical part is based on the case of the "Tours&Tickets" travel agency (Chernivtsi), focusing on sales structure, consumer preferences, and survey results. The findings can be applied in the practice of tourism enterprises to improve marketing strategies and positioning of exotic destinations.

Key words: exotic tourism, Indian Ocean, island countries, tourist demand, tourist offer, Ukrainian tourism market, Tours&Tickets.

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

К. В. Іващук

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕКЗОТИЧНИХ НАПРЯМІВ	7
1.1. Поняття та сутність туристичного ринку.....	7
1.2. Структура та сегментація туристичного ринку.....	10
1.3 Екзотичний туризм як складова українського туристичного ринку	13
1.4 Методи дослідження туристичного ринку.....	17
РОЗДІЛ II. ОСТРІВНІ ДЕРЖАВИ ІНДІЙСЬКОГО ОКЕАНУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	20
2.1. Географічна характеристика острівних держав Індійського океану	20
2.2. Туристичний потенціал острівних держав Індійського океану....	30
2.3. Аналіз пропозицій українських туроператорів щодо екзотичних напрямів.....	41
2.4. Авіатранспортне забезпечення турів: авіалінії та маршрути.....	57
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ПРОДАЖІВ ЕКЗОТИЧНИХ ТУРІВ У ТУРИСТИЧНОМУ АГЕНТСТВІ "TOURS&TICKETS" (М. ЧЕРНІВЦІ)	61
3.1. Загальна характеристика туристичних агентств мережі "Tours&Tickets"	61
3.2. Аналіз продажів турів до екзотичних країн (на прикладі острівних держав Індійського океану).....	64
3.3. Анкетування клієнтів туристичного агенства "Tours&Tickets" (м. Чернівці)	73
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ.....	98

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних умовах глобалізації та зростання мобільності населення світовий туристичний ринок демонструє стійке зростання попиту на нестандартні, нетрадиційні маршрути. Особливу популярність серед мандрівників набувають так звані «екзотичні напрями», серед яких значну частку займають острівні держави Індійського океану, зокрема Мальдівські Острови, Шрі-Ланка, Маврикій, Сейшельські Острови та інші. Їхня привабливість зумовлена унікальними природними ландшафтами, кліматичними умовами, культурною самобутністю та високим рівнем туристичної інфраструктури.

Актуальність обраної теми зумовлена зростанням інтересу українських туристів до відпочинку в острівних державах Індійського океану, а також необхідністю науково обґрунтованого аналізу способів представлення цих напрямів на вітчизняному туристичному ринку. У контексті воєнного стану, обмежених варіантів подорожей до деяких європейських країн та загальної трансформації ринку туризму в Україні, екзотичні тури стали важливим стратегічним сегментом діяльності туристичних компаній. Саме тому постає необхідність дослідження особливостей формування попиту та пропозиції в цій сфері, а також ефективності їх реалізації на практиці.

Тема екзотичних туристичних напрямів знаходить відображення у наукових працях вітчизняних і зарубіжних дослідників, зокрема таких як А.В. Гулієва, О.В. Шаблій, М. Габи, З. Кручека, М.Ф. Реймерса, Д. Крейна та інших. Однак більшість праць зосереджені на загальних питаннях географії туризму або маркетингових аспектах туристичної діяльності, тоді як цілісне вивчення представлення острівних держав Індійського океану на українському туристичному ринку є недостатньо розвиненим. Це обґрунтовує необхідність проведення дослідження, спрямованого на вдосконалення функціонування туристичного підприємства, яке реалізує тури до цих країн.

Об'єктом дослідження виступають острівні держави Індійського океану як туристична дестинація.

Предметом дослідження є особливості представлення екзотичних турів до острівних держав Індійського океану на українському туристичному ринку, а також ефективність їх реалізації на прикладі туристичного агентства «Tours&Tickets».

Метою дослідження є удосконалення процесу формування та реалізації туристичних продуктів за напрямками до острівних держав Індійського океану на українському туристичному ринку шляхом вивчення їх туристичного потенціалу, аналізу пропозицій українських туроператорів та оцінки ефективності реалізації екзотичних турів у діяльності туристичного агентства «Tours&Tickets» в м. Чернівці.

Для досягнення вищезазначеної мети, визначено наступні **завдання**:

- розкрити сутність, структуру та особливості сегментації туристичного ринку, а також визначити місце екзотичних напрямів у його структурі;
- обґрунтувати теоретичні засади дослідження туристичного ринку та застосування відповідних методів аналізу;
- охарактеризувати туристичний потенціал острівних держав Індійського океану як перспективних екзотичних дестинацій;
- проаналізувати пропозиції українських туроператорів щодо турів на острівні держави Індійського океану та визначити основні тенденції попиту;
- дослідити особливості авіатранспортного забезпечення турів: авіалінії та маршрути;
- здійснити аналіз результатів реалізації турів до острівних держав Індійського океану у туристичному агентстві «Tours&Tickets»
- провести анкетування клієнтів ТА з метою виявлення факторів впливу на вибір екзотичних напрямів.

Методи дослідження, застосовані в дипломній роботі, включають: загальнонаукові методи (аналізу, синтезу, узагальнення, класифікації),

методи системного і порівняльного аналізу, графічні методи представлення інформації, а також елементи статистичного аналізу — для оцінки динаміки продажів і вивчення тенденцій попиту на екзотичні тури.

Структура і обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕКЗОТИЧНИХ НАПРЯМІВ

1.1. Поняття та сутність туристичного ринку

У сучасних умовах глобалізаційних процесів ринок відіграє важливу роль і може розглядатися з двох основних позицій. З одного боку, ринок виступає як концепція, що охоплює філософський і політико-економічний підхід. У цьому випадку акцент робиться на сприйнятті ринку як форми ментальності та поведінкової моделі, а також як інструменту організації виробничих відносин у суспільстві. З іншого боку, ринок розглядається як економічне явище — простір, у межах якого відбувається взаємодія попиту і пропозиції на товари та послуги в конкретній географічній зоні, забезпечуючи їхню рівновагу [23].

Туристичний ринок посідає провідне місце в структурі світової економіки, відіграючи важливу роль у стимулюванні соціально-економічного розвитку держав, створенні нових робочих місць, залученні зовнішніх інвестицій і формуванні валового національного продукту. Його особливістю є висока динамічність і чутливість до змін, що зумовлено стрімким розвитком транспортної інфраструктури, глобальними економічними трансформаціями, технологічними інноваціями, а також еволюцією споживчих потреб і туристичних мотивацій.

На даний момент у словнику туристичних термінів Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) відсутнє офіційне тлумачення поняття «туристичний ринок». Це зумовлено як порівняно недавнім впровадженням самого терміна у науковий обіг (його перші визначення датуються 1970-ми роками), так і значною варіативністю підходів до його розуміння серед дослідників у сфері туризму [7].

Щоб сформулювати визначення терміна «туристичний ринок», необхідно спочатку чітко визначити поняття «ринок». Видання The Economic Times подає визначення «ринок», як сукупність усіх покупців і продавців у

певному місці чи регіоні, що розглядається. Місцем може бути певна територія країни, регіону, штату чи міста [54].

Перед тим, як розкрити всі нюанси та особливості туристичного ринку, слід ретельно вивчити і зрозуміти його основне визначення.

Визначення терміну “туристичний ринок”		
		Туристичний ринок - це сфера економіки, де формується попит і пропозиція на туристичні продукти та послуги, а також здійснюється їх купівля-продаж [25].
		«Туристичний ринок — сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг. Цей ринок, як і будь-який інший, пов'язує разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників). Від звичайних товарних ринків туристичний ринок відрізняється тим, що на ньому товар не просувається від продавців до покупців. Навпаки, покупці самі переміщуються до місця призначення, щоб отримати зарезервовані послуги» [9].
		Туристичний ринок - це складна система економічних, організаційних і правових відносин, що виникають між суб'єктами туристичної діяльності з приводу виробництва, обміну та споживання туристичних продуктів і послуг, а також формування попиту і пропозиції на них [2].
		«Туристичний ринок – це система внутрішніх і зовнішніх зв'язків, в якій здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг у гроші, перетворення грошей у туристсько-екскурсійні послуги, а також сукупність споживачів туристичного продукту» [8].
		«Туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням» [5].
		«Туристичний ринок – це суспільно-економічне явище, яке охоплює попит та пропозицію для забезпечення купівлі-продажу певних туристичних товарів та послуг у певний момент часу та певному місці» [4].

Рис. 1.1. Підходи авторів щодо трактування терміну «туристичний ринок»

На основі вище зазначених визначень поняття «туристичний ринок» можна сформулювати власне трактування даного визначення. Туристичний ринок - це економічний ринок, в основі якого лежить специфічний фізично-невідчутний продукт (емоції та враження), що в свою чергу спрямований на задоволення потреб споживача, що здійснює туристичну подорож. Туристичний ринок можна визначити як сукупність відносин між суб'єктами,

що виступають у ролях продавців та покупців туристичного продукту. Туристичний продукт включає в себе не тільки безпосередньо туристичні послуги, такі як проживання, транспорт, харчування, екскурсії, але й комплексний досвід, який отримує турист під час подорожі. Отже, туристичний ринок охоплює широкий спектр послуг та продуктів, що задовольняють різноманітні потреби та очікування туристів.

Сутність туристичного ринку полягає у взаємодії попиту й пропозиції на туристичні послуги. Попит формують туристи з різними цілями подорожей — від відпочинку до навчання чи лікування. Пропозицію представляють підприємства, що надають послуги: готелі, ресторани, транспортні компанії, туроператори, музеї тощо.

Важливою особливістю функціонування туристичного ринку є його виражена сезонність. Коливання попиту й пропозиції зумовлюються низкою факторів, зокрема кліматичними умовами, періодами навчальних канікул, державними святами та календарем культурно-масових заходів. Сезонна динаміка породжує нерівномірність завантаження туристичної інфраструктури, поділяючи рік на високі, середні та низькі сезони. У зв'язку з цим підприємства туристичного сектору змушені впроваджувати адаптивні стратегії управління, зокрема шляхом оптимізації ресурсів, регулювання цінової політики та запровадження спеціальних акцій і пакетних турів, спрямованих на стимулювання попиту у міжсезоння.

Туристичний ринок є складною системою взаємодії між численними суб'єктами та компонентами, до якої входять не лише постачальники туристичних послуг, а й транспортна інфраструктура, інформаційні технології, реклама, страхові послуги та інші галузі, що забезпечують ефективне функціонування туристичного продукту. Вирішальним чинником успіху на цьому ринку виступає формування комплексної пропозиції, яка відповідає запитам цільових груп туристів і забезпечує конкурентні переваги[7].

Туристичний ринок знаходиться під впливом численних внутрішніх і

зовнішніх чинників. До внутрішніх належать якість і різноманітність послуг, рівень сервісу, цінова політика та доступність туристичних продуктів. Зовнішні чинники охоплюють економічну ситуацію, політичну стабільність, природно-кліматичні умови, законодавче регулювання та культурні особливості. Важливе значення мають також технологічні інновації, насамперед розвиток інтернету, який сприяє інформованості туристів і спрощує бронювання та планування подорожей.

Отже, туристичний ринок являє собою складну й динамічну систему, яка охоплює не лише взаємодію між постачальниками та споживачами туристичних послуг, а й широкий спектр внутрішніх і зовнішніх чинників, що формують його розвиток. Усвідомлення специфіки та актуальних тенденцій цього ринку дає змогу його учасникам ефективно організовувати свою діяльність, створювати конкурентоспроможні продукти та оперативно реагувати на зміни у середовищі функціонування.

1.2. Структура та сегментація туристичного ринку

Туристичний ринок, що вирізняється своєю структурною складністю та розгалуженістю, охоплює широкий спектр економічної діяльності, зорієнтованої на задоволення туристичного попиту. До нього входять не лише підприємства, безпосередньо пов'язані з туризмом, а й численні суміжні галузі, які забезпечують функціонування та розвиток пропозиції туристичних послуг.

Туристичний ринок складається не лише з постачальників послуг (комерційних підприємств), але й з установ, які створюють сприятливе середовище для формування та розподілу туристичної пропозиції. До таких належать, перш за все, органи місцевого самоврядування та некомерційні туристичні організації. Діяльність некомерційних суб'єктів охоплює як товари, так і послуги. Проте, саме вони формують умови для розвитку туристичної пропозиції. Це досягається шляхом запровадження податкових пільг, надання можливості участі у державних та міжнародних грантах, та, найголовніше, формування та реалізації політики розвитку туризму [7].

Туристичний ринок – це сукупність покупців і виробників туристичних товарів і послуг, що здійснюють ринкові операції.

Структура даного ринку визначається:

Суб'єктами: продавцями (виробниками) та покупцями (споживачами) туристичних товарів і послуг, їх кількістю та характеристиками; регуляторами: органами державної влади, що впливають на функціонування ринку.

Об'єктами: туристичними товарами та послугами, також ціною - співвідношенням попиту та пропозиції.

Отож, структура туристичного ринку виглядає наступним чином:

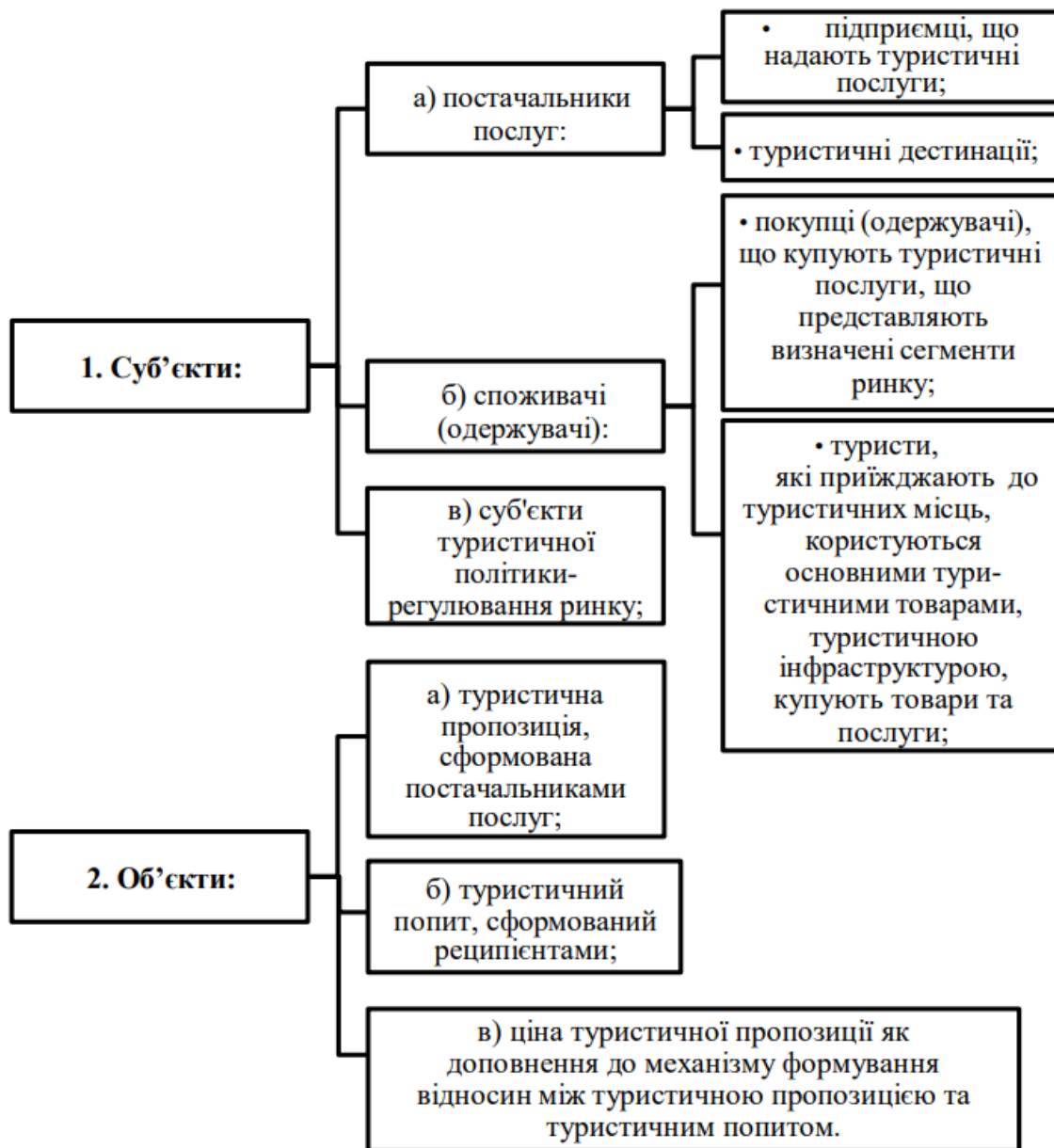


Рис. 1.2. Структура туристичного ринку [7]

Любіцева О. О., в своїх роботах теж підкреслює структурованість туристичного ринку, та виокремлює два його ключові компоненти: споживчий та виробничий ринки. Однак у своїй праці авторка зосереджується на територіальному аспекті структури даних компонентів.

Жоден туристичний продукт не може задовольнити абсолютно всіх споживачів, але він може успішно відповідати потребам та запитам певної їх групи.

Сегментація туристичного ринку полягає у поділі ринку на групи чи сегменти, де споживачі в межах одного сегмента мають подібні характеристики та відрізняються від споживачів в інших сегментах.

Ознаки, за якими проводиться сегментація, можуть бути наступними:

- Однорідність попиту: споживачі в межах одного сегмента мають схожі потреби, бажання та очікування щодо туристичного продукту.
- Смаки та уподобання: споживачі в межах одного сегмента мають схожі вподобання щодо типу відпочинку, DESTИНАЦІЙ, видів активностей тощо.
- Реакція на маркетингові заходи: споживачі в межах одного сегмента реагують схожим чином на маркетингові кампанії, рекламу та інші стимулюючі процеси.

Сегментація дозволяє туристичним підприємствам та організаціям підвищити ефективність своєї діяльності за рахунок обслуговування конкретного попиту на певні туристичні продукти.

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) пропонує модель сегментації туристичного ринку, яка базується на двох ключових ознаках: **рівні доходу та рівні обслуговування** [24]. Дана модель, включає наступні сегменти:

- **Люди із середнім та низьким рівнем доходу.** Підкатегорія туристів, чия основна мета - доступний відпочинок на морі у недорогих готелях та пансіонатах, вимагаючи повного використання витрат. Цей сегмент є наймасовішим у туристичному потоці [24].
- **Люди із вищим рівнем доходу.** Туристи, які зазвичай мають вищу

освіту, прагнуть до поєднання відпочинку з культурно-пізнавальними програмами, спортом, та іншими розважальними заходами. Ці туристи часто вирушають у віддалені місця за кордоном [24].

- **Особи з високим рівнем доходу та вищою освітою**, переважно середнього або старшого віку (туристи третього віку), які зацікавлені в міжнародних подорожах, покупці сувенірів, антикварних речей та предметів розкоші [24].
- **Високоосвічені особи**, які проявляють інтерес до вивчення природних та культурних пам'яток різних країн. Ці туристи досліджують історію, культуру та традиції народів, відвідуючи визначні місця та музеї [24].

Отже, аналіз структури та сегментації туристичного ринку засвідчує, що він охоплює комплекс взаємопов'язаних елементів, серед яких туристи, туристичні підприємства, державні органи та суміжні галузі. Ринкова сегментація дає змогу виділити окремі групи споживачів із подібними потребами й характеристиками, що дозволяє суб'єктам ринку більш цілеспрямовано адаптувати свої послуги, оптимізувати маркетингову політику та ефективно працювати з тими сегментами, які мають найвищий комерційний потенціал.

1.3 Екзотичний туризм як складова українського туристичного ринку

В останні роки спостерігається зростання зацікавленості туристів до нетипових напрямків, що дозволяють отримати нові враження, емоції та досвід. Така тенденція сприяла активному розвитку одного з сучасних видів туризму — екзотичного. Слід зауважити, що термін «**екзотичний туризм**» у науковій літературі та електронних джерелах трактується по-різному, однак основні характеристики цього явища залишаються незмінними.

Екзотичний туризм визначають як подорож до незвичних, маловідомих регіонів з метою переживання нових, часто екстремальних відчуттів. Одне з визначень зазначає: «**Екзотичний туризм — це подорож до незвичайних районів, прагнення до гострих відчуттів і, іноді, елементів екстриму**» [1].

Це тлумачення найбільш повно передає суть екзотичного туризму.

Сам термін «екзотика» походить від грецького слова *exotikos*, що означає «чужий», «іноземний». Відповідно, екзотичний туризм передбачає відвідування територій або культур, що суттєво відрізняються від звичних стандартів цивілізованого світу. Для багатьох мандрівників це — можливість дослідити нове, незвичне та захопливе.

Екзотичний туризм тісно пов'язаний з такими напрямками, як пригодницький і екстремальний туризм. Це зумовлено тим, що екзотичні подорожі часто включають відвідування унікальних природних або культурних об'єктів, участь у нетипових активностях, що можуть передбачати елементи ризику, наприклад, полювання, сафарі серед диких тварин або експедиції до джунглів. Таким чином, екзотичний туризм не лише розширює туристичний досвід, але й формує нові підходи до пізнання світу.

Однією з основних переваг екзотичного туризму є мальовнича природа, багатий і різноманітний рослинний та тваринний світ, а також чисті пляжі з унікальною місцевою флорою та фауною. Такий вид відпочинку часто передбачає активне дозвілля, зокрема дайвінг, серфінг та інші водні розваги. Водночас під час екзотичних подорожей туристам гарантується високий рівень безпеки та комфорту, що створює сприятливі умови для повноцінного відпочинку й релаксації. У готелях, як правило, надаються послуги спалонів і забезпечується обслуговування високого рівня з метою задоволення потреб туристів та заохочення до повторного відвідування.

Ще однією важливою характеристикою екзотичного туризму є його цілорічна доступність. Країни, популярні серед прихильників цього виду туризму, зазвичай мають теплий, м'який клімат, що дозволяє проводити рекреаційні заходи незалежно від пори року. Саме кліматичні умови, а також можливість побути наодинці з природою, є привабливими чинниками для туристів, особливо для тих, хто прагне втечі від буденності або проживає у помірних широтах і шукає нових, незвичних вражень.

Варто також зазначити, що екзотичний туризм може гармонійно

поєднуватися з гастрономічним туризмом. Хоча гастрономічний аспект не завжди офіційно відносять до екзотичного відпочинку, практика подорожей із метою ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями поширена серед туристів. Такі поїздки передбачають активне відвідування ресторанів і дегустацію національних страв, що додає нових емоцій до туристичного досвіду. У цьому контексті гастрономічне пізнання екзотичної кухні у віддалених регіонах світу цілком обґрунтовано можна вважати важливим компонентом якісного й незабутнього екзотичного відпочинку.

Екзотичний туризм з часом здобув популярність і серед українських туристів. Це пояснюється зростанням інтересу до нестандартних, нетрадиційних форм відпочинку, що значно відрізняються від звичного способу життя в Україні. Активний розвиток екзотичного туризму розпочався порівняно нещодавно — після стабілізації економіки та поступового розвитку туристичної галузі. Якщо в 1990-х роках такий вид відпочинку був доступний лише обмеженому колу осіб, то на початку XXI століття з розширенням туристичних можливостей він почав набувати популярності серед ширших верств населення.

На відміну від інших видів туризму, екзотичний туризм в Україні має переважно виїзний характер. **Попит з боку українських мандрівників** був зумовлений бажанням побути наодинці з природою, насолодитися унікальними краєвидами, відпочити на пляжах з високим рівнем сервісу. Незважаючи на відносно високу вартість таких подорожей, багато туристів все ж знаходили можливість відвідати екзотичні країни.

Значний внесок у популяризацію екзотичного туризму зробили українські туроператори, які поступово виходили на ринок із відповідними пропозиціями. Бронювання подорожей здійснювалося переважно через офіційні сайти в Інтернеті, що також сприяло зростанню інтересу до цього виду туризму. Найбільший сплеск активності в цьому напрямку спостерігався у **період 2013–2019 років**. Особливий інтерес викликали поїздки до віддалених від цивілізації районів, що забезпечували яскраві

емоції, гострі враження та елементи екстриму.

Для одних туристів екзотичний туризм - це романтична подорож, можливість ознайомитися з новим способом життя та культурою, для інших - нагода пережити адреналін у джунглях чи дикій природі. У відповідь на зростання попиту, туроператори регулярно оновлювали туристичні пакети, впроваджували нові формати відпочинку - як індивідуального, так і групового - з урахуванням фінансових можливостей українців. Це дало змогу зробити екзотичний туризм більш доступним.

Проте слід зазначити, що український туристичний ринок **не охоплює усіх екзотичних напрямків світу**. Причинами цього можуть бути відсутність налагоджених міжнародних туристичних зв'язків, нерозвинена інфраструктура в окремих країнах або низький попит на певні регіони.

Період стабільного розвитку екзотичного туризму тривав до 2019 року. У 2020 році цей процес був призупинений через глобальну пандемію COVID-19. У зв'язку з введенням карантинних обмежень, заборонаю масових зібрань і необхідністю дотримання маскового режиму, більшість міжнародних подорожей була тимчасово припинена. Однак вже у 2021 році ситуація частково нормалізувалася: ряд екзотичних країн спростили карантинні вимоги, що зробило можливими подорожі за умови наявності ПЛР-тесту, на відміну від країн Європи, де кордони залишалися закритими.

У 2022 році, внаслідок повномасштабного вторгнення російських військ на територію України, в країні було запроваджено воєнний стан. Це призвело до тимчасового призупинення діяльності багатьох підприємств, зокрема й туристичних компаній. Згодом діяльність туроператорів частково відновилася, однак через заборону на пасажирські авіаперельоти всередині країни, організація турів здійснюється через сусідні держави — Польщу, Румунію, Молдову та ін. Туристичні компанії налагодили співпрацю з іноземними авіалініями, що дозволило забезпечити українським громадянам можливість подорожувати до екзотичних країн у 2025 році попри складну ситуацію.

1.4 Методи дослідження туристичного ринку

Дослідження туристичного ринку потребує застосування комплексу наукових методів, які забезпечують як теоретичне осмислення явищ і процесів, так і практичний аналіз конкретних даних. У межах даної бакалаврської роботи було використано низку взаємопов'язаних методів, що дозволили всебічно вивчити специфіку функціонування ринку екзотичного туризму, охарактеризувати пропозиції українських туроператорів, проаналізувати продажі туристичного агентства "Tours&Tickets" та здійснити соціологічне дослідження споживчої поведінки клієнтів.

Метод аналізу та синтезу — застосовувався на всіх етапах роботи для теоретичного осмислення понятійного апарату, узагальнення літературних джерел і нормативних документів, а також під час систематизації статистичної інформації та порівняння пропозицій туроператорів. Аналітичний підхід дав змогу виявити взаємозв'язки між ціновими характеристиками, географічними особливостями DESTINACIY та попитом серед українських туристів.

Статистичний метод — використовувався для обробки кількісних даних, зокрема при аналізі обсягів продажів турів до екзотичних країн за даними агентства "Tours&Tickets". Завдяки цьому методу було можливим визначити динаміку попиту, структуру реалізованих турів за країнами, туроператорами, типами розміщення та кількістю туристів.

Метод порівняльного аналізу — дозволив оцінити рівень цін на наземне обслуговування та пакетні тури до Мальдів, Шрі-Ланки, Маврикію та Сейшельських Островів у розрізі різних туроператорів. На основі цього методу було побудовано візуалізації (діаграми та таблиці), які відображають відмінності у вартості турів залежно від оператора, готелю, типу харчування та міста вильоту.

Маркетингове анкетне опитування — застосовано як основний метод первинного соціологічного дослідження, спрямованого на з'ясування характеристик споживчого попиту та поведінкових моделей клієнтів

агентства. У рамках анкетування було зібрано інформацію про вік, стать, кількість подорожей, улюблені DESTINACIЇ, тип відпочинку, орієнтовний бюджет і ключові критерії вибору туру. Опитування було проведено онлайн у формі Google-форми серед клієнтів агентства "Tours&Tickets", що дозволило оперативно зібрати репрезентативні дані для аналізу.

Графоаналітичний метод (візуалізація результатів) — широко застосовувався для наочності подання результатів дослідження. Побудовані кругові, стовпчикові та лінійні діаграми дали змогу ефективно структурувати статистичну інформацію, порівняти окремі показники та виявити ключові тенденції в поведінці споживачів і динаміці продажів.

Емпіричне спостереження та узагальнення практичного досвіду — здійснювалось у процесі ознайомлення з діяльністю туристичного агентства "Tours&Tickets", вивчення внутрішньої документації, програмного забезпечення (зокрема CRM-системи TAT), комунікаційних каналів, а також у ході безпосереднього аналізу реальних кейсів бронювання турів до екзотичних країн.

Геопросторовий аналіз (елементи) — був задіяний при оцінці логістичних маршрутів та визначенні міст, з яких здійснюються вильоти до досліджуваних країн. Враховувалась географічна віддаленість, наявність прямих або транзитних рейсів, зручність стиковок.

Таким чином, у процесі дослідження туристичного ринку було застосовано комплекс методів, кожен з яких виконував окрему аналітичну або пояснювальну функцію. Їх поєднання дозволило забезпечити системний і водночас практично орієнтований підхід до аналізу сучасного стану екзотичного туризму. Застосування методів аналізу, статистики, порівняння, анкетування, графічної інтерпретації та емпіричного спостереження надало можливість не лише структурувати вторинні джерела, але й сформувати новий масив первинної інформації щодо поведінки споживачів.

Таке методологічне підґрунтя стало основою для виявлення актуальних тенденцій у сфері екзотичних подорожей, оцінки комерційної ефективності

роботи туристичного агентства, а також визначення ключових чинників, які впливають на вибір DESTИНАЦІЙ українськими туристами. Ретельне поєднання теоретичних та емпіричних підходів сприяло досягненню високого рівня достовірності та практичної цінності отриманих результатів.

РОЗДІЛ II. ОСТРІВНІ ДЕРЖАВИ ІНДІЙСЬКОГО ОКЕАНУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

2.1. Географічна характеристика острівних держав Індійського океану

Індійський океан, який займає площу близько 70,5 млн км², є третім за величиною океаном світу після Тихого та Атлантичного. Він омиває береги трьох континентів — Азії, Африки та Австралії — та включає численні острови, що мають як континентальне, так і вулканічне чи коралове походження. На території цього океанського басейну розташовані кілька незалежних острівних держав, серед яких туристичне значення мають насамперед Мальдівські Острови, Демократична Соціалістична Республіка Шрі-Ланка, Республіка Маврикій та Сейшельські Острови. Саме ці країни будуть детально розглянуті в кваліфікаційній роботі.

Перелічені країни географічно об'єднані спільним просторовим положенням у тропічній та субекваторіальній кліматичній зоні, що забезпечує сприятливі умови для розвитку туризму протягом усього календарного року. Цілорічна сприятлива погода, висока сонячна активність та теплі океанічні течії створюють комфортне середовище для пляжного та рекреаційного відпочинку. Основними природними принадами є бірюзові води океану, коралові рифи, білосніжні пляжі, ендемічна флора і фауна, а також унікальні ландшафтні форми — атоли, лагуни, вулканічні плато та джунглі. Багато з цих елементів мають високий ступінь збереження, оскільки значна частина територій перебуває під охороною як природні парки, морські заповідники чи об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Саме ця геоекологічна цілісність та різноманітність природних ресурсів формують основу туристичної привабливості острівних держав Індійського океану, сприяючи зростанню потоку міжнародних туристів та активному розвитку туристичної інфраструктури.

Індійський океан також є важливим кліматоутворювальним чинником для прибережних і острівних територій. Його теплі течії — зокрема

Південно-екваторіальна, Мозамбіцька та Західно-Австралійська — значною мірою визначають сезонність, характер мусонів і розподіл опадів у регіоні. Завдяки цим океанічним процесам острівні держави Індійського океану отримують стабільне сонячне тепло та вологу, що створює ідеальні умови для розвитку рекреаційної інфраструктури. Крім того, багатство підводного світу, у тому числі коралових рифів і морських заповідників, сприяє популярності регіону серед шанувальників дайвінгу, снорклінгу та морських сафарі, що зміцнює його туристичну унікальність у глобальному масштабі.

Республіка Мальдівські Острови

Географічне положення: Мальдіви розташовані в південній частині Індійського океану, на південний захід від Індії та Шрі-Ланки. Архіпелаг складається з 26 атолів, які включають приблизно 1190 коралових островів, що простягаються на 871 км з півночі на південь і на 130 км із заходу на схід. Загальна площа суші становить лише 298 км², що робить Мальдіви однією з найменших країн Азії, проте виключна економічна зона охоплює близько 90000 км² морського простору [30].

Клімат Мальдівських Островів — тропічний екваторіальний, з характерною для цього типу стабільністю температур, високою вологістю та чітко вираженою сезонною динамікою опадів, зумовленою дією мусонів. Річна амплітуда температур є незначною, і середньомісячні показники варіюються в межах від +28°C до +31°C. Температура морської води протягом усього року залишається стабільною — близько +28°C, що сприяє цілорічному відвідуванню курортів.



Рис. 2.1.1. Географічне положення Мальдівських Островів

Сезонна варіативність клімату зумовлена двома основними вітровими

системами:

- Південно-західний мусон (травень–жовтень) — приносить підвищену хмарність, посилення вітру до 20–25 км/год, часті короткотривалі, але інтенсивні зливи. Цей сезон характеризується дещо вищою кількістю опадів (до 200 мм/міс.) і підвищеною вологістю.

- Північно-східний мусон (листопад–квітень) — забезпечує стабільну, сонячну погоду з мінімальною кількістю опадів, що визначає високий туристичний сезон у регіоні.

Щорічна кількість опадів коливається від 1 900 до 2 300 мм, залежно від географічного положення атолу (південні острови отримують більше вологи). Попри наявність дощів упродовж усього року, переважна частина днів — сонячні або з незначною хмарністю, що робить клімат надзвичайно комфортним для відпочинку.

Кліматичні характеристики сприяють розвитку таких видів туризму:

- пляжний (класичний релакс і сімейний відпочинок),
- романтичний (весільні церемонії, honeymoon),
- SPA- та wellness-туризм,
- активний морський туризм (дайвінг, снорклінг, віндсерфінг, морські круїзи),
- еко-туризм (відвідування морських заповідників, черепаших островів тощо).

Рельєф: Мальдіви — одна з найбільш геоморфологічно унікальних держав світу. Геологічно архіпелаг є частиною великого коралового плато, яке розташоване на вершині зануреного вулканічного хребта в центрі Індійського океану. Переважна частина островів має коралове походження, що формувалося внаслідок багатовікової діяльності морських організмів — поліпів.

Рельєф території надзвичайно низинний — середня висота не перевищує 1,5 м над рівнем моря, а максимальна зареєстрована точка (штучно насипаний пагорб на острові Вілінгіллі) становить лише 5,1 м [49].

Така топографічна особливість робить країну надзвичайно вразливою до глобального підняття рівня моря, що є серйозною екологічною загрозою в найближчій перспективі.

Низинний рельєф, піщані пляжі, природні лагуни, мангрові зарості та коралові рифи є визначальними елементами туристичної привабливості країни. Ці особливості сприяють розвитку пляжного, дайвінг-

, снорклінг- та SPA-туризму, зокрема завдяки створенню візуально привабливих ландшафтів та високого рівня приватності для туристів.



Демократична Соціалістична Республіка Шрі-Ланка

Географічне положення: Шрі-Ланка — острівна держава, розташована в південно-західній частині Бенгальської затоки, на південному сході від півострова Індостан. Вона займає однойменний острів, відокремлений від Індії протокою Полк. Країна простягається між 5°55' та 9°51' північної широти і 79°41' та 81°53' східної довготи. Максимальна довжина острова — 432 км, ширина — 224 км [39].

Клімат Шрі-Ланки класифікується як тропічний мусонний із субекваторіальними рисами, що формується під впливом океанічного положення острова та гірського рельєфу. Основними кліматотвірними факторами є мусонні вітри та Гімалаї, які затримують холодні повітряні маси, забезпечуючи стабільне тепле повітря протягом усього року. На кліматичну систему також суттєво впливають південно-західний мусон (Yala) — з травня по вересень, який приносить рясні опади на південно-західне узбережжя та гірські райони, і північно-східний мусон (Maha) — з грудня по лютий, що зволожує східну і північно-східну частину острова [6].

Середньорічна температура в низинах становить +26...+30°C, у

гірських районах (зокрема в Нувара-Елії) — знижується до $+15...+20^{\circ}\text{C}$ [6]. Амплітуда температур між сезонами є незначною, що характерно для приекваторіальних широт. Річна кількість опадів змінюється залежно від регіону: від 1 000 мм у північних і східних районах до понад 2 500 мм у південно-західних гірських зонах. У таких регіонах, як Ратнапура чи Канді, опади можуть випадати майже щодня під час сезону мусонів.

Завдяки цілорічно теплим температурним умовам та відносно прогнозованій сезонності, Шрі-Ланка є привабливою дестинацією для туристів протягом усього року, при цьому найбільш сприятливі періоди для відпочинку на півдні — з грудня по квітень, а на сході — з травня по вересень. Така сезонна комплементарність забезпечує рівномірний розподіл туристичних потоків у межах країни.

Рельєф Шрі-Ланки відзначається яскраво вираженою тризональною структурою, яка поділяє територію на:

- Низовинну зону, що охоплює переважно прибережні території, розташовані на висотах до 100 м над рівнем моря [3]. Вона характеризується рівнинним рельєфом, лагунами, пляжами та дельтами річок. Тут зосереджені основні курорти, порти й міста, зокрема Коломбо, Галле, Бентота.

- Проміжну хвилясту зону, що охоплює центральну частину острова з висотами 100–500 м, де розташовані плантації чаю, каучуку, спецій та традиційні села [3]. Ця територія вирізняється родючими ґрунтами, пагорбами й культурно-пізнавальними об'єктами.

- Гірську (високогірну) зону, центр якої — Центральне плато — має висоти 1000 – 2000 м. Найвища точка країни — гора Підуруталагала (2524 м), поблизу якої знаходиться курортне місто Нувара-Елія, часто назване «маленькою Англією» за прохолодний клімат і колоніальну архітектуру [3].

Такий рельєф сприяє формуванню мікрокліматичних регіонів, де навіть на невеликій відстані може суттєво змінюватися температура, вологість та кількість опадів. Різноманітність ландшафтів дозволяє розвивати широкий спектр видів туризму: від традиційного пляжного (на південному та східному

узбережжі), до еко-, трекінг-, гірського, аграрного та рекреаційного туризму.

Крім того, в гірських районах сформувалися численні водоспади, каньйони, чайні тераси, а також джунглі з ендемічними видами флори й фауни, що робить їх ідеальними для любителів природи, фотографів і дослідників. У межах гірської зони також знаходяться священні гори, такі як Сігірія й Пік Адама (Срі-Пада), які мають культурно-релігійне значення і формують додаткову цінність для паломницького та духовного туризму.

Республіка Маврикій

Географічне положення: Маврикій розташований у південно-західній частині Індійського океану, приблизно за 900 км на схід від Мадагаскару. Країна включає головний острів Маврикій та кілька дрібних островів, зокрема Родрігес, Агалега та Каргадос-Карахос. Острів Маврикій має форму овалу, довжиною близько 65 км і шириною 45 км [36].

Клімат Маврикію класифікується як тропічний морський, з чітко вираженими сезонами, які зумовлені положенням острова на південній півкулі між $19^{\circ}58'$ та $20^{\circ}32'$ південної широти. Такий клімат характеризується високою вологістю, інтенсивною сонячною радіацією та теплими температурами протягом усього року.

Рік умовно поділяється на два сезони:

- літо (листопад–квітень) — вологе, спекотне, з температурами вдень від $+28^{\circ}\text{C}$ до $+33^{\circ}\text{C}$ і високим рівнем опадів [35];
- зима (травень–жовтень) — сухіша й прохолодніша, середні температури коливаються від $+20^{\circ}\text{C}$ до $+26^{\circ}\text{C}$ [35].

Особливістю Маврикію є вплив тропічних циклонів, які формуються в



Індійському океані, зазвичай у період з січня по березень. Хоча острів має ефективну систему попередження про штормові явища, наявність циклонів впливає на туристичний потік у цей сезон. У середньому, кількість опадів становить 1 400–2 000 мм на рік, причому найвища кількість випадає на південному та центральному плато [35].

Кліматичні умови сприятливі для рекреаційного туризму, зокрема пляжного, медового, водного й SPA-туризму. Крім того, м'яка зима робить Маврикій популярним напрямком серед європейських туристів, які шукають теплу альтернативу холодним місяцям у своїх країнах.

Рельєф: Маврикій є островом вулканічного походження, який сформувався близько 8–10 мільйонів років тому внаслідок підводної вулканічної активності [42]. Геоморфологічно територія острова поділяється на центральне плато, крайцеві гірські масиви та прибережні рівнини.

- Центральне плато, висотою від 400 до 600 метрів, є ядром острова і включає найбільш населені райони — столиці Порт-Луї, Кюріп, Вакоа-Пхоєнікс [42]. Тут панує помірніший клімат, нижча температура та вища кількість опадів.

- Найвищою точкою є гора Пітон-де-ла-Петіт-Рів'єр-Нуар (828 м) — залишок згаслого вулкана, розташований у національному парку Блек-Рівер-Горжес [42].

- Гірські пасма, такі як Мока, Саванне та Гранд-Порт, формують мальовничі пейзажі з численними водоспадами, каньйонами та печерами, які приваблюють туристів і є важливими ресурсами для активного й екотуризму.

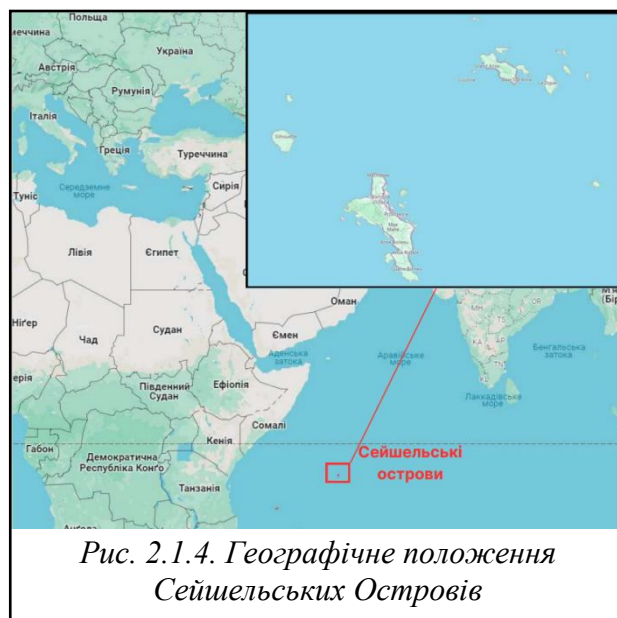
Прибережні рівнини мають родючі ґрунти, які використовуються під цукрову тростину, ананаси та експортне садівництво, а також для розміщення туристичних курортів і готелів. Важливою особливістю є наявність коралового рифу, який повністю оточує острів, створюючи внутрішні лагуни, спокійні пляжі, а також захищаючи берегову лінію від ерозії. Це забезпечує ідеальні умови для снорклінгу, каякінгу, віндсерфінгу та морських прогулянок. Завдяки поєднанню гірських та морських ландшафтів, Маврикій

позиціонує себе як універсальна туристична дестинація, яка однаково підходить для спокійного відпочинку, екскурсійної діяльності та активного спорту. Рельєфна різноманітність та візуальна привабливість пейзажів часто використовуються у туристичному брендингу країни..

Сейшельські Острови

Географічне положення: Сейшельські Острови розташовані в західній частині Індійського океану, приблизно за 1600 км на схід від узбережжя Кенії. Архіпелаг складається з 115 островів, з яких 42 — гранітні (внутрішні), а решта — коралові (зовнішні). Найбільші острови: Має, Праслін і Ла-Діг [32].

Клімат: Сейшельські Острови належать до екваторіального кліматичного поясу, тому їхній клімат класифікується як екваторіально-тропічний морський, із високим рівнем вологості (середньорічна вологість коливається у межах 80–85%) та стабільно високими температурами повітря. Річна амплітуда температур є дуже низькою — денна температура рідко опускається нижче +26°C або



перевищує $+31^{\circ}\text{C}$, а температура морської води тримається на рівні $+26...+29^{\circ}\text{C}$ упродовж усього року [43].

Кліматичні умови формуються під впливом південно-східного пасату (з червня по вересень) та північно-західного мусону (з грудня по березень). Період з жовтня по листопад та з квітня по травень вважається перехідним, із найменшою кількістю вітрів і хвиль, що робить його найкращим для снорклінгу та дайвінгу.

- Вологий сезон (листопад–березень): супроводжується теплими дощами, підвищеною вологістю, рідкими, але інтенсивними тропічними

зливами, особливо у грудні—лютому.

- Сухий сезон (червень—вересень): відзначається прохолоднішими вітрами, меншою кількістю опадів і приємнішою погодою для трекінгу, екскурсій і морських прогулянок.

Щорічна кількість опадів значною мірою залежить від острова: внутрішні гористі острови, такі як Мае, отримують до 3000 мм на рік, тоді як низинні коралові острови — близько 1000–1200 мм [43]. Завдяки сталій погоді, туризм на Сейшелах є всесезонним, але туристи обирають різні острови та види активності залежно від періоду року.

Рельєф: Геоморфологічно архіпелаг Сейшелів поділяється на внутрішні (гранітні) та зовнішні (коралові) острови, що відрізняються як за походженням, так і за рельєфом.

- Внутрішні острови, які є одними з найдавніших гранітних утворень на планеті (вік порід — понад 750 млн років), мають гористий, розчленований рельєф. Найбільший острів - Мае - містить гору Морн-Сейшелуа (905 м), яка є найвищою точкою архіпелагу [44]. Цей гірський масив охоплено національним парком Morne Seychellois, який слугує не лише екологічним заповідником, а й важливою трекінговою зоною для туристів.

- Гранітні острови також вирізняються наявністю глибоких ущелин, коротких стрімких річок і скель уздовж узбережжя, що формують мальовничі панорами та унікальні ландшафтні контрасти: бірюзова вода, білосніжні пляжі, червонуваті скелі та смарагдові джунглі.

- Зовнішні острови, що розташовані далі на південь і схід, є атолами та кораловими плато, з максимальною висотою до 2–3 метрів над рівнем моря. Вони мають рівнинний рельєф, сформований переважно з коралових відкладень. Саме ці острови слугують осередками еко- та ізольованого туризму, а також є важливими зонами збереження біорізноманіття (пташині колонії, черепахи, коралові рифи).

Особливістю рельєфу є також поєднання прибережних рівнин з масивами пальмових гаїв, тропічних лісів і мангрових болот, що створює

сприятливі умови для розвитку пішохідного, фототуризму, спостереження за дикою природою та яхтового відпочинку. Завдяки високому ступеню збереження природного середовища, велика частина територій островів перебуває під охороною як національні парки, біосферні резервати або охоронювані морські зони.

Таким чином, поєднання теплого вологого клімату з унікальним геологічним походженням і збереженим природним середовищем формує потужний потенціал Сейшельських Островів для розвитку різноманітних видів туризму. Від пляжного відпочинку до екологічного, весільного, глемпінгового чи яхтового туризму — рельєф і клімат дають змогу охопити потреби найвимогливіших туристів у сегменті преміального та сталого туризму.

Таблиця 2.1.1

**Основні географічні характеристики острівних держав
Індійського океану**

Країна	Площа (км²)	Кількість островів	Клімат	Тип рельєфу	Туристичний профіль
Мальдівські Острови	298	≈ 1100	Екваторіальний	Атоли, лагуни, коралові острови	Нонеуптоон, дайвінг, релакс
Шрі-Ланка	65610	1 (великий острів)	Субекваторі- альний	Низовини, плато	Пляжний, культурний, еко-туризм
Маврикій	2040	1 основний + дрібні	Тропічний морський	Вулканічний	Пляжний, весільний, гольф-туризм
Сейшельські Острови	455	115	Екваторіально- мусонний	Гранітні й коралові острови	Еко-туризм, елітний відпочинок

Джерело: узагальнено автором

Отже, географічне положення, кліматичні умови та рельєф острівних держав Індійського океану створюють унікальні передумови для розвитку

туризму. Мальдіви приваблюють кораловими атолами та лагунами, Шрі-Ланка — поєднанням пляжів і гірських ландшафтів, Маврикій — вулканічними формами рельєфу та природною гармонією, а Сейшельські Острови — своїм поєднанням гранітних гір і білих пляжів.

Ці характеристики забезпечують привабливість кожної з країн для різних цільових аудиторій, формують туристичну спеціалізацію територій та визначають пріоритетні види відпочинку, що тут пропонуються.

Зокрема, Мальдіви орієнтуються на елітний пляжний відпочинок, романтичні подорожі, медовий місяць і дайвінг-туризм. Шрі-Ланка поєднує пляжні курорти з культурно-пізнавальними маршрутами, екотуризмом та активним відпочинком у гірських регіонах. Маврикій вирізняється високим рівнем сервісу, гармонійним природно-культурним ландшафтом і пропозиціями весільного, гастрономічного й гольф-туризму. Сейшельські острови – це приклад екологічно сталого елітного туризму з акцентом на унікальні природні комплекси та індивідуальний сервіс.

Таким чином, географічні особливості є базовим чинником формування туристичного потенціалу кожної острівної держави Індійського океану. Їх вивчення дозволяє краще розуміти спеціалізацію регіону, орієнтацію на певні туристичні сегменти, сезонність попиту та пріоритети в стратегічному плануванні туристичного бізнесу.

2.2. Туристичний потенціал острівних держав Індійського океану

Сучасний світовий туристичний ринок дедалі активніше орієнтується на унікальні, емоційно насичені та географічно віддалені напрями, які виходять за межі масового туризму. У цьому контексті особливе місце посідають острівні держави Індійського океану, зокрема Мальдіви, Шрі-Ланка, Маврикій та Сейшельські Острови, які об'єднує вигідне географічне положення, багатство природних ресурсів та високий рівень розвитку рекреаційної інфраструктури.

Ці країни демонструють приклади успішної туристичної спеціалізації в умовах обмеженості території, чутливості до кліматичних змін та залежності

від міжнародного попиту. Їхній туристичний потенціал формується на основі поєднання тропічного клімату, унікального біорізноманіття, розвиненого пляжного сервісу та авторитетного міжнародного іміджу як «екзотичних раїв».

Водночас, кожна з держав має свої особливості у структурі туристичної пропозиції, моделі просторового розвитку, стратегіях позиціонування та екологічних підходах до ведення туристичної діяльності. Аналіз туристичного потенціалу цих країн дає змогу виявити спільні риси й відмінності, а також краще зрозуміти можливості їх представлення на українському туристичному ринку.

У межах даного підрозділу буде здійснено поетапну характеристику туристичного потенціалу чотирьох острівних держав — Мальдівської Республіки, Демократичної Соціалістичної Республіки Шрі-Ланка, Республіки Маврикій та Республіки Сейшельські Острови — з урахуванням природно-географічних, соціально-економічних і туристично-інфраструктурних чинників.

Природно-рекреаційний потенціал Мальдівських Островів є основною складовою їхньої туристичної привабливості, адже саме природні умови і ландшафти формують унікальне середовище для відпочинку, релаксації та відновлення. Архіпелаг відомий своєю мальовничою береговою лінією, що включає **білий кораловий пісок**, кристально чисту воду, **мілководні лагуни**, **мангрові зарості**, а також **багаті коралові рифи**, які становлять основу морських екосистем.

Одним із ключових елементів природної унікальності Мальдів є **коралові атоли** — утворення, які не лише захищають острови від ерозії, але й формують сприятливі умови для розвитку **дайвінгу**, **снорклінгу** та **фрідайвінгу**. Станом на 2023 рік, понад 70 дайв-сайтів були офіційно зареєстровані як зони особливого екологічного значення, де можна спостерігати морських черепах, рифових акул, мант, дельфінів, а в окремі періоди — і китових акул, що є рідкісним видовищем навіть на глобальному

рівні [29].

Вибір конкретного курорту визначається індивідуальними цілями подорожі: для тих, хто прагне розкоші, підійдуть атоли Фаафу, Північний Мале та Баа; оздоровчі процедури пропонують атоли Південний та Північний Арі; шанувальники дайвінгу оцінять атоли Лавані, Алавелі, Маччафуші, Вілігілі-вару, Елаїду, Батала та Рангалі; для романтичної подорожі, зокрема медового місяця, ідеальним буде Атол Південний Мале; а для сімейного відпочинку оптимальним є Атол Північний Мале.

Мальдівські рифи налічують близько 200 видів коралів та понад 1100 видів риб, серед яких зустрічаються як поширені рифові види, так і рідкісні ендеміки. Це створює ідеальні умови для морських фото-сафарі та екотурів, орієнтованих на спостереження за природними процесами у їхньому первозданному вигляді. Туристам доступні подорожі на екологічних човнах зі скляним дном, що не порушують цілісності рифів, а також нічні занурення у флуоресцентному світлі, що відкривають унікальні аспекти морського життя.

Крім того, багато островів покриті тропічною рослинністю — кокосовими пальмами, хлібними деревами, бананами, декоративними орхідеями — що створює атмосферу тропічного едемського саду. Частина з них має статус природоохоронних територій або включена до складу біосферних резерватів ЮНЕСКО (наприклад, атол Баа), що сприяє збереженню природного середовища та водночас дозволяє реалізовувати принципи сталого туризму.

Особливої уваги заслуговують мангрові екосистеми, які розташовані переважно на північних і південних атолах. Вони відіграють важливу роль у захисті узбережжя від ерозії, а також є осередками біорізноманіття для численних видів птахів, риб, крабів і молюсків. Туристичні програми, що передбачають екскурсії мангровими маршрутами, набувають популярності серед поціновувачів **slow tourism** — концепції повільних, усвідомлених подорожей з фокусом на споглядання природи.

Туристична інфраструктура та модель розвитку

Мальдівський туризм історично розвивався за моделлю **«один острів — один курорт»**, що передбачає розміщення одного готельного комплексу на окремому острові. Така модель забезпечує високий рівень приватності та ексклюзивності, що приваблює туристів преміум-сегменту. Станом на 2023 рік, на Мальдівах функціонувало понад 160 курортів, які забезпечують понад 70% загальної місткості місць для проживання [40].

Останніми роками спостерігається тенденція до розвитку гостьових будинків на населених островах, що сприяє залученню туристів середнього класу та розвитку місцевих громад. У 2023 році на Мальдівах діяло понад 800 гостьових будинків, що становить близько 30% загальної місткості місць для проживання [41].

Інфраструктура транспорту включає міжнародний аеропорт Велана в столиці Малє, а також мережу внутрішніх аеропортів і гідролітаків, що забезпечують доступ до віддалених островів. У 2024 році було відкрито новий міжнародний аеропорт на острові **Ханімаадхоо**, здатний обслуговувати до 1,3 млн пасажирів на рік, що сприяє покращенню доступності північних атолів [33].

Соціально-економічні чинники

У 2024 році Мальдіви досягли рекордного показника туристичних прибуттів — понад 2,05 млн осіб, що на 9,1% більше порівняно з 2023 роком (див. Додаток А). Основними ринками залишаються Китай (12,9% від загальної кількості прибуттів), росія (11%) та Велика Британія (8,9%) [27].

Туризм є ключовим сектором економіки Мальдівів, забезпечуючи близько 30% ВВП та понад 60% надходжень іноземної валюти. У 2024 році зростання ВВП становило 5,5%, значною мірою завдяки відновленню туристичної галузі після пандемії COVID-19 [55].

З огляду на вразливість до змін клімату, Мальдіви активно впроваджують стратегії сталого розвитку туризму. Зокрема, розвиваються екологічні курорти, які використовують відновлювані джерела енергії,

системи очищення води та програми збереження коралових рифів. Наприклад, курорт Soneva Fushi впровадив систему переробки відходів та використовує сонячну енергію для забезпечення потреб гостей [34].

Крім того, уряд Мальдівів реалізує п'ятирічний план розвитку туризму (2023–2027), який передбачає диверсифікацію туристичних продуктів, розвиток нових ринків та впровадження стандартів сталого туризму.

Природно-рекреаційний потенціал Шрі-Ланки надзвичайно різноманітний та багатофункціональний, що дозволяє країні розвивати широкий спектр туристичних активностей. Перш за все, це морське узбережжя з пляжними зонами світового класу, які простягаються як на півдні та заході, так і на менш розвиненому східному узбережжі. Пляжі, такі як Унаватуна, Мірісса, Веллігама, Пасікуда, Трінкомалі, стали синонімами високоякісного відпочинку. Вони ідеально підходять для серфінгу, снорклінгу, спостереження за морськими ссавцями, а також романтичного та сімейного туризму.

Особливу привабливість мають регіони морської фауни, де проводяться тури зі спостереження за блакитними китами, дельфінами та черепахами у відкритому океані (особливо в Міріссі та Калпітті). Такі активності організовуються з дотриманням принципів екологічного туризму та користуються попитом у міжнародних туристів, орієнтованих на природу та сталий відпочинок [46]

Значний рекреаційний потенціал мають тропічні ліси, заповідники та водоспади. Зокрема, Сінхараджа — біосферний заповідник ЮНЕСКО — не тільки важливий осередок ендемізму (зокрема понад 60% дерев та 50% ссавців тут — ендеміки), але й потужний ресурс для трекингового, наукового й освітнього туризму [52].

Також на території країни знаходяться місця духовного та природного відновлення, такі як садибні чайні маєтки, ботанічні сади (Пераденія, Хакгала), гірські маршрути до Адама-Піку та водоспади Равана Елла, Діялума, Бамбараканда — одні з найвищих у Південній Азії. Ці об'єкти

особливо популярні серед любителів активного та фототуризму.

Іншою важливою складовою рекреаційного ресурсу є **медитативно-оздоровчі практики**: у багатьох районах країни розташовані центри аюрведи, ретрити йоги та медитаційні храми, які поєднують оздоровчі процедури з природним ландшафтом і традиційною філософією. Все це формує підґрунтя для розвитку **wellness-туризму**, який дедалі більше привертає увагу туристів з Європи та Північної Америки.

Туристична інфраструктура Шрі-Ланки активно розвивається, поєднуючи традиційні готелі з екологічними та бутік-курортами. Станом на 2024 рік, у країні зареєстровано 4519 закладів розміщення, включаючи готелі, гостьові будинки та хостели, що свідчить про зростання на 4% порівняно з попереднім роком [47].

Особливу увагу приділено розвитку екотуризму. Уряд підтримує створення екооджів та організацію екскурсій у природні заповідники, зокрема в національному парку Яла. Це сприяє збереженню природних ресурсів та залученню туристів, зацікавлених у сталому туризмі.

Транспортна інфраструктура включає міжнародний аеропорт Бандаранаїке поблизу Коломбо, аеропорт Маттала Раджапакса (найчастіше априймає українських туристів), а також розгалужену мережу залізниць і автобусних маршрутів, що забезпечують доступ до основних туристичних напрямків. Особливо популярним серед туристів є залізничний маршрут від Канді до Елли, який проходить через мальовничі гірські ландшафти та чайні плантації.

Соціально-економічні чинники

У 2024 році Шрі-Ланка прийняла понад 2,05 млн туристів, що на 38,1% більше порівняно з попереднім роком (див. Додаток Б). Доходи від туризму склали приблизно 3,17 млрд доларів США, що свідчить про значне відновлення галузі після пандемії COVID-19 [48].

Основними ринками залишаються Індія, Велика Британія, Німеччина та Китай. Уряд ставить за мету досягти 3 млн туристів у 2025 році,

зосереджуючись на розвитку сталого туризму та збереженні культурної спадщини [53].

Шрі-Ланка активно впроваджує стратегії сталого розвитку туризму, спрямовані на збереження природних ресурсів та культурної спадщини. Проекти включають розвиток екотуризму, підтримку місцевих громад та впровадження екологічно чистих технологій у туристичній інфраструктурі.

Крім того, країна розвиває напрямок медитаційного туризму, використовуючи свою багату духовну спадщину та природні ресурси для залучення туристів, зацікавлених у духовному відновленні та релаксації.

Природно-рекреаційний потенціал Республіки Маврикій

характеризуються значним різноманіттям і є однією з головних причин привабливості острова для міжнародних туристів. Насамперед, країна славиться своїми унікальними природними ландшафтами, які є поєднанням морських, прибережних та внутрішніх екосистем. Узбережжя Маврикію облямоване багатокілометровими піщаними пляжами, зокрема, **Флік-ан-Флак, Ле-Морн, Тру-о-Біш, Бель-Мар і Перейбер**, що регулярно займають провідні позиції у міжнародних рейтингах пляжних курортів. Море навколо острова характеризується багатим кораловим різноманіттям, нараховуючи понад **400 видів морських організмів**, серед яких особливо привабливими для туристів є дельфіни, кити, черепахи та численні види тропічних риб [26].

Особливістю Маврикію є наявність **одного з найбільших у світі бар'єрних коралових рифів**, який не лише захищає берегову лінію, але й створює ідеальні умови для розвитку дайвінгу, снорклінгу та інших морських видів туризму. Популярними дайвінг-локаціями є лагуна Блю-Бей, коралові рифи на північному узбережжі та острів Іль-о-Серф, які регулярно приваблюють професійних дайверів та любителів морського біорізноманіття [37].

Важливою природною пам'яткою Маврикію є національний парк Блек-Рівер-Горджес, який займає понад 6,5 тисяч гектарів і є місцем проживання рідкісних та ендемічних видів рослин і тварин. Парк нараховує

понад 300 видів квіткових рослин і більше 50 видів птахів, серед яких знаменитий маврикійський рожевий голуб та маврикійський кестрел — рідкісні ендеміки, які знаходяться під охороною держави.

Туристична інфраструктура Республіки Маврикій характеризується високим рівнем розвитку та орієнтацією на різноманітні категорії туристів. У країні працюють понад 110 готелів, більшість з яких належать до категорій 4 та 5 зірок, що сприяє залученню заможних туристів із Західної Європи, США та країн Перської затоки. Поряд з розкішними курортами, активно розвивається сегмент бутік-готелів та еко-лож, що дозволяє розширювати туристичні пропозиції та відповідати сучасним тенденціям на ринку [28].

Маврикій володіє сучасною транспортною інфраструктурою, основу якої складає міжнародний аеропорт імені сера Сівусагура Рамгулама, здатний обслуговувати до 4 млн пасажирів на рік. Аеропорт з'єднує країну з усіма великими туристичними ринками, включаючи Європу, Азію, Австралію та Африку. В середині острова розвинена якісна мережа доріг, що забезпечує швидке та комфортне пересування між туристичними об'єктами [28].

Соціально-економічні чинники

У 2023 році Республіку Маврикій відвідало понад 1,5 млн туристів, що значно перевищує показники попередніх років та свідчить про стрімке відновлення туристичного сектора після пандемії COVID-19. Основними туристичними ринками залишаються Франція (майже 25% від загальної кількості туристів), Велика Британія, Південна Африка та Німеччина. Також помітно зростає частка туристів із азійських країн, зокрема Китаю та Індії, що відповідає новій стратегії диверсифікації ринків (див. Додаток В) [37].

Важливою складовою туристичної політики Маврикію є реалізація принципів сталого розвитку. Країна активно впроваджує екологічні програми, такі як збереження коралових рифів, захист біорізноманіття та зменшення впливу туризму на навколишнє середовище. Значна кількість готелів та курортів переходять на екологічні технології, впроваджують енергоефективні рішення та скорочують використання одноразового

пластику. Уряд Маврикію затвердив спеціальну програму сталого розвитку до 2030 року, яка включає суворі стандарти та рекомендації для туристичних підприємств [31].

Природно-рекреаційний потенціал Сейшельських островів

Сейшельські острови володіють багатими природно-рекреаційними ресурсами, які відіграють визначальну роль у формуванні туристичної привабливості регіону. Важливим природним об'єктом є заповідник Валле-де-Ме (Vallée de Mai) на острові Праслін, що внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Заповідник охоплює унікальну екосистему первісного пальмового лісу з домінуванням пальми **Coco de Mer**, яка має найбільше насіння у світі. Тут мешкає й один із символів країни — рідкісний чорний сейшельський папуга [51].

Ще одним важливим природним надбанням Сейшел є Атол Альдабра, найбільший кораловий атол у світі, також внесений до списку ЮНЕСКО. Альдабра є домом для понад 150 тисяч гігантських сухопутних черепах Aldabra, численних видів морських птахів та унікальних коралових формацій. Атол є одним з найбільш охоронюваних природних об'єктів на планеті та служить взірцем збереження біологічного різноманіття [50].

Окрім атолу Альдабра, туристи відвідують морські національні парки, серед яких найбільш відомі **Сент-Анн, Іль-Коко та Бай Терне**. Ці території є популярними для дайвінгу та снорклінгу, де туристи можуть спостерігати різноманітну морську фауну, зокрема рифових акул, морських черепах, скатів, барвистих риб та дельфінів [38].

Пляжі Сейшел, такі як **Анс Сурс д'Аржан** (острів Ла-Діг), **Анс Лаціо** (Праслен), **Бо-Валлон** (острів Мае) регулярно займають провідні позиції у рейтингах найкращих пляжів світу завдяки білосніжному піску, прозорій воді та видовищним гранітним валунам. Вони є важливою складовою природного ресурсу, що приваблює тисячі туристів щороку.

Туристична інфраструктура та модель розвитку

Сейшельські острови пропонують високоякісну туристичну

інфраструктуру, яка включає як люксові готелі та приватні вілли, так і невеликі бутік-готелі та гостьові будинки. Станом на 2023 рік загальний фонд засобів розміщення становив понад 700 об'єктів, що пропонують близько 7 тисяч номерів різної категорії [38].

Основний міжнародний аеропорт країни на острові Має забезпечує пряме авіасполучення з великими міжнародними туристичними центрами Європи, Близького Сходу, Азії та Африки. Для внутрішнього сполучення між островами використовується система поромних переправ та локальних авіарейсів, які забезпечують зручний доступ до віддалених островів архіпелагу.

Сейшельські острови роблять ставку на розвиток сталого туризму, який передбачає мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище. Це включає впровадження «зелених» технологій в готельній індустрії, заборону на одноразовий пластик, ефективну систему поводження з відходами та активну підтримку екотуризму. Влада країни також суворо контролює рівень забудови і туристичного навантаження на природні об'єкти[45].

Соціально-економічні чинники

За офіційними даними туристичного управління Сейшел, у 2023 році країну відвідало понад 350 тисяч туристів. Основними туристичними ринками є Європа (близько 65% від загального обсягу туристів), зокрема Франція, Німеччина та Велика Британія, а також країни Перської затоки, особливо Об'єднані Арабські Емірати (див. Додаток Г). Туризм є ключовим сектором економіки країни, забезпечуючи близько 50% ВВП і більшу частину валютних надходжень [38].

Сейшельські острови є прикладом успішного впровадження принципів сталого туризму на глобальному рівні. Зокрема, у 2022 році країна посіла перше місце в регіоні за індексом сталого розвитку туризму завдяки ефективним екологічним програмам, таким як реставрація коралових рифів, програми збереження морських черепах і біологічних коридорів для

збереження рідкісних видів птахів та рослин [45]. Також важливим досягненням є ініціатива "Blue Economy", що передбачає екологічно безпечне використання морських ресурсів, та проєкт , завдяки якому здійснюється систематичне очищення атолу "Aldabra Clean-Up" від пластикових відходів. Дані ініціативи залучають туристів, які шукають екологічно відповідальні напрямки для своїх подорожей.

Таблиця 2.2.1

Порівняльна характеристика туристичного потенціалу островних держав Індійського океану

Параметри	Мальдіви	Шрі-Ланка	Маврикій	Сейшельські Острови
Тип домінуючого туризму	Пляжний, дайвінг, люксовий, медовий місяць	Екскурсійний, екотуризм, пляжний, культурний	Пляжний, активний, екологічний, гастрономічний	Пляжний, дайвінг, екологічний, wellness
Природно-рекреаційні ресурси	Коралові атоли, лагуни, рифові екосистеми	Національні парки, водоспади, чайні плантації, тропічні ліси	Коралові рифи, парк Блек-Рівер, «Семибарвна земля», ботанічні сади	Coco de Mer, атол Альдабра, гранітні пляжі, морські заповідники
Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО	Відсутні	Сігірія, Сінхараджа, священні міста	Le Morne Brabant	Vallée de Mai, Aldabra Atoll
Рівень розвитку інфраструктури	Високий, модель «один острів – один курорт»	Середній, значні відмінності між регіонами	Високий, сучасна дорожня та готельна інфраструктура	Високий, обмежене будівництво, орієнтація на люксовий сегмент
Кількість туристів (2023)	≈ 2,05 млн	≈ 2,05 млн	≈ 1,5 млн	≈ 350 тис.
Основні туристичні ринки	Китай, росія, Індія, Велика Британія	Індія, Велика Британія, Німеччина, Китай	Франція, Велика Британія, Німеччина, Південна Африка	Франція, Німеччина, ОАЕ, Велика Британія
Внесок туризму у ВВП	~30%	~12%	~24%	~50%
Сталий розвиток туризму	Програми збереження рифів, контроль забудови островів	Розвиток екотуризму, підтримка національних парків	Екотуризм, політика зеленої енергетики	Програма "Blue Economy", відновлення рифів, обмеження

				масового туризму
Цінова категорія	Висока	Середня та доступна	Середня–висока	Висока

Отже, проведений аналіз туристичного потенціалу Республіки Мальдіви, Демократичної Соціалістичної Республіки Шрі-Ланка, Республіки Маврикій та Республіки Сейшельські Острови дозволяє констатувати, що зазначені острівні держави володіють значним природно-рекреаційним та інфраструктурним потенціалом, що робить їх привабливими для розвитку міжнародного екзотичного туризму.

Кожна з досліджених країн характеризується унікальними природними ресурсами та об'єктами природної спадщини світового значення, які формують основу для організації різноманітних видів туристичної діяльності, включаючи пляжний, дайвінг-, екологічний та культурний туризм. Водночас, розвинена туристична інфраструктура, що охоплює широку мережу засобів розміщення, транспортні комунікації та супутні послуги, забезпечує високий рівень задоволення потреб туристів різних сегментів.

Важливою спільною рисою цих острівних держав є активна реалізація стратегій сталого розвитку туризму, спрямованих на мінімізацію негативного впливу туристичної діяльності на довкілля, збереження біорізноманіття та культурної спадщини. Це відповідає глобальним тенденціям зростання попиту на екологічно орієнтовані туристичні продукти, що створює сприятливі передумови для подальшого зміцнення конкурентних позицій цих країн на світовому та українському туристичних ринках.

2.3. Аналіз пропозицій українських туроператорів щодо екзотичних напрямів

В умовах глобалізації туристичного ринку та активного розширення географії туристичних потоків, екзотичні дестинації — зокрема острівні держави Індійського океану — набувають все більшої популярності серед українських споживачів туристичних послуг. У зв'язку з цим доцільним є аналіз сучасного стану та особливостей туристичних пропозицій, які

формується українськими туроператорами щодо напрямів, що включають Республіку Мальдіви, Демократичну Соціалістичну Республіку Шрі-Ланка, Республіку Маврикій та Республіку Сейшельські Острови.

Зазначені напрями відносяться до категорії далеких і, як правило, високовартісних подорожей, що потребує від туроператорів ретельного підбору туристичного продукту, оптимізації логістики, сезонної адаптації пакетів та відповідності сучасним вимогам до якості обслуговування. Крім того, конкурентоспроможність таких пропозицій значною мірою залежить від рівня професійної спеціалізації компаній у сфері організації турів до екзотичних країн.

Метою даного підрозділу є проведення комплексного аналізу спектра туристичних продуктів, представлених українськими туроператорами на зазначених напрямках, з урахуванням особливостей асортименту, цінової політики, тривалості перебування, сезонності та доступності супутніх послуг. Такими туристичними операторами є: Coral Travel, Tez Tour, Компас, Alliance, Aristeya, ALF, Join UP!, TPG, Anex Tour, TravelOn, Center, Siesta та Орбіта (див. рис. 2.3.1).



Рис. 2.3.1 Туроператори які мають пропозиції до острівних держав Індійського океану

Особливий акцент у дослідженні зосереджено на аналізі туристичних продуктів, що пропонуються українськими туроператорами, зокрема на

структурі пакетних турів та особливостях обслуговування клієнтів. Такий підхід дає змогу не лише виявити загальні тенденції розвитку пропозицій на екзотичних напрямках, але й простежити специфіку діяльності кожного з провідних туроператорів. Дослідження цих аспектів є важливим для розуміння стратегій адаптації туристичних компаній до умов сучасного конкурентного ринку.

Незважаючи на складну геополітичну ситуацію, зокрема наслідки повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну у 2022 році, вітчизняні туроператори, які мають стійку репутацію на ринку, продовжують здійснювати свою діяльність. Формат їхньої роботи переважно трансформувався у дистанційний, що дозволяє забезпечити безперервність надання послуг, зберігши при цьому клієнтську базу та розширивши канали дистрибуції туристичних продуктів.

Актуальні пропозиції туроператорів залишаються доступними в туристичних агенціях по всій країні. Завдяки професіоналізму та досвіду менеджерів з туризму, українські споживачі мають змогу отримати компетентну консультацію й підібрати оптимальний варіант подорожі відповідно до власних уподобань, потреб і фінансових можливостей.

Coral Travel — міжнародний туроператор, присутній в Україні, що входить до складу Coral Travel Group. Пропонує широкий спектр турів до понад 15 країн, включаючи екзотичні напрямки. Компанія володіє власною мережею готелів та співпрацює з надійними авіаперевізниками, забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів.

Tez Tour — заснований у 1994 році, Tez Tour є одним із провідних туроператорів, що пропонує тури до понад 30 країн світу, включаючи Мальдіви та Шрі-Ланку. Компанія відома високою якістю обслуговування та широким вибором турів, включаючи сімейні, VIP та екскурсійні програми.

Kompas — міжнародний туроператор з понад 70-річним досвідом, представлений в Україні. Спеціалізується на організації турів до Європи та екзотичних країн, таких як Мальдіви, Маврикій та Сейшельські Острови.

Компас пропонує як стандартні, так і індивідуальні тури, забезпечуючи високий рівень сервісу.

Alliance — український туроператор, що пропонує широкий вибір турів до Європи, Туреччини та екзотичних країн. Компанія має чартерні та блокові місця на авіарейсах, що дозволяє забезпечити конкурентоспроможні ціни та гнучкість у плануванні подорожей.

Aristeya — заснована у 2007 році, компанія спеціалізується на турах до Азії, Близького Сходу, Карибського басейну та експедиціях до Антарктиди. Пропонує як індивідуальні, так і групові тури, включаючи бізнес-подорожі.

ALF — багатoproфільний туроператор, що спеціалізується на міжнародному туризмі. Пропонує широкий вибір готелів на найкращих курортах світу, включаючи екзотичні напрямки.

Join UP! — міжнародний туристичний бренд, заснований в Україні у 2010 році. Є частиною UPfamily group. Пропонує тури до понад 40 країн світу, включаючи Мальдіви, Шрі-Ланку, Маврикій та Сейшельські Острови. Компанія активно розширює свою присутність на міжнародному ринку.

TPG (Travel Professional Group) — один із найбільших українських туроператорів, заснований у 1994 році. Пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи тури до екзотичних країн. Компанія відома своєю надійністю та високим рівнем обслуговування клієнтів.

Anex Tour - міжнародний туроператор, заснований у 1996 році, з представництвом в Україні. Пропонує доступні та якісні тури до багатьох країн світу, включаючи екзотичні напрямки. Компанія постійно розширює свою пропозицію та інвестує в розвиток туризму.

TravelOn — новий український туроператор, що активно розвивається та пропонує тури до понад 20 країн світу. Компанія орієнтована на розширення горизонтів для українських мандрівників, включаючи екзотичні напрямки.

Center — це компанія з багаторічним досвідом у сфері туризму, з 1999 року. Компанія пропонує різноманітні варіанти відпочинку, ретельно

підбираючи напрямки, готелі та програми.

Siesta — країнська туристична компанія, що функціонує з 2003 року, надає різноманітні туристичні послуги. Ключовою спеціалізацією підприємства є організація подорожей автобусним, авіаційним та морським (круїзні лайнери) транспортом до численних міжнародних напрямків. Особливу увагу компанія приділяє формуванню турів на екзотичні острови Індійського океану та Океанії, а також на популярні курорти з пляжним відпочинком.

Орбіта — туроператор, який з 1994 року працює у сфері туризму. Завдяки багаторічному досвіду роботи, високому професіоналізму співробітників та політиці взаємоповаги щодо клієнтів та партнерів, компанія заслужила довіру та авторитет як серед туристичних агенцій, так і серед приватних клієнтів. Географія діяльності компанії досить широка, щоб задовольнити будь-які смаки.

Зазначені компанії демонструють не лише здатність відповідати на наявний попит туристичного ринку, але й гнучкість у пристосуванні до його динаміки. Це досягається шляхом впровадження новаторських підходів та застосування актуальних технологічних рішень, спрямованих на підвищення рівня сервісу.

Острівні держави Індійського океану приваблюють українських туристів своєю унікальною природою та високим рівнем сервісу. Туроператори, в свою чергу, пропонують широкий спектр послуг, від проживання в різних типах готелів чи апартаментів до комплексних пакетних турів з авіаперельотами та екскурсіями (див. Додаток Д).

З даних таблиці (Додаток Д), стає зрозумілим, що серед українських туроператорів, які пропонують подорожі до екзотичних острівних держав Індійського океану, спостерігається суттєва відмінність у структурі туристичних послуг. Зокрема, частина операторів — Coral Travel, Tez Tour, Anex Tour, TravelOn та Орбіта — переважно реалізують туристичні продукти у форматі наземного обслуговування, що включає розміщення в готелях,

трансфер та медичне страхування. У більшості випадків авіапереліт не входить до складу турпакета, що зумовлює необхідність його окремого бронювання туристом або турагентом.

Натомість інші компанії, зокрема Kompas, Alliance, Aristeya, ALF, JoinUP!, TPG, Center та Siesta, демонструють більш комплексний підхід до формування туристичних продуктів. Вони пропонують повні пакети туристичних послуг, які, окрім розміщення та трансферу, включають також авіапереліт, обов'язкові збори (наприклад, Green Tax для Мальдівських островів) і додаткові послуги, що полегшують планування відпочинку для клієнтів.

З точки зору географії пропозицій, усі туроператори зосереджені на популярних курортах екзотичних країн: найбільше уваги приділяється Мальдівським Островам, які присутні у переліку у всіх без винятку компаній. Значна частина туроператорів має пропозиції до Шрі-Ланки, Маврикію та Сейшельських Островів, проте частка турів до останніх часто обмежується лише варіантами наземного обслуговування.

Загалом, тенденція до збереження повного пакета туристичних послуг простежується у більш досвідчених або вузькоспеціалізованих компаніях, які адаптувалися до умов ринку в період воєнного стану. Натомість оператори, що надають лише наземне обслуговування, можливо, оптимізують свої витрати, залишаючи частину відповідальності за планування подорожі на туриста або агента.

Проаналізувавши цінову політику туроператорів на українському ринку, можна дійти висновку, що кожне туристичне підприємство орієнтується на певний сегмент якості туристичного продукту. Вартість екзотичної подорожі залежить від комплектації турпакета, тривалості перебування, обраного напрямку та рівня комфорту, якого очікує турист.

З метою глибшого розуміння цінової політики українських туроператорів, що пропонують подорожі до екзотичних острівних країн Індійського океану, було здійснено порівняльний аналіз вартості наземного

обслуговування, яке включає проживання, харчування, трансфери та інші додаткові послуги, що входять до стандартних туристичних пакетів. Такий підхід дозволяє оцінити рівень вартості послуг у розрізі кожної дестинації та простежити, як ці показники змінюються в залежності від цінової політики туристичних операторів.

Зібрані дані подано у вигляді діаграм, що окремо відображають цінові пропозиції по кожній із досліджуваних країн — Маврикію (див. Рис. 2.3.2), Мальдівських Островах (див. Рис. 2.3.3), Сейшельських Островах (див. Рис. 2.3.4) та Шрі-Ланці (див. Рис. 2.3.5).

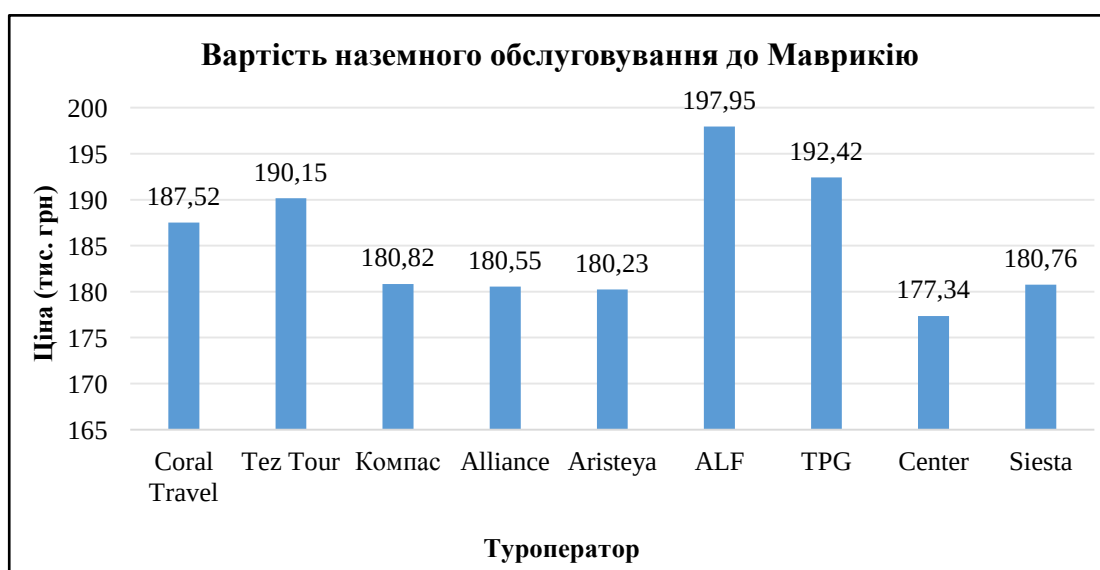


Рис. 2.3.2 Динаміка вартості наземного обслуговування до Республіки Маврикій (на прикладі готелю LUX* Grand Gaube 5*)

На діаграмі представлено порівняльний аналіз вартості наземного обслуговування до Республіки Маврикій за пропозиціями різних українських туроператорів. Для забезпечення коректності порівняння було обрано один готель — LUX Grand Gaube 5*, який є наявним у всіх туроператорів, із фіксованими параметрами: система харчування «все включено», тривалість туру — 7 ночей, дата заїзду — 16 червня 2025 року, з врахуванням додаткових послуг (трансфер та медичне страхування).

Отримані результати демонструють суттєві коливання у вартості залежно від туроператора. Найвищу вартість пропонує компанія ALF (197,95 тис. грн), тоді як найнижча цінова пропозиція — від оператора Center (177,34

тис. грн).

Острів позиціонується як напрямок преміального туризму, що формує відповідний рівень вартості туристичних послуг. Порівняння вартості наземного обслуговування дає змогу оцінити, наскільки гнучкою є цінова політика операторів у сегменті високого комфорту та допомагає визначити найвигідніші пропозиції на ринку.

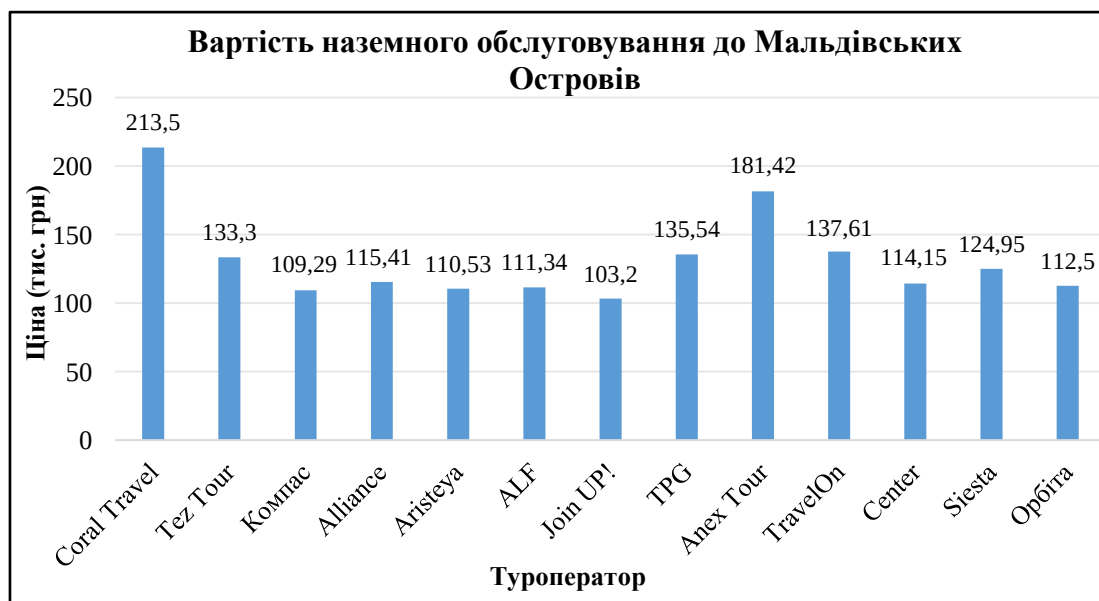


Рис. 2.3.3 Динаміка вартості наземного обслуговування до Мальдівських Островів (на прикладі готелю Cinnamon Nakuraa Huraa 4*)

На діаграмі подано порівняння вартості наземного обслуговування до Мальдівських Островів, розрахованої за єдиними умовами: проживання у готелі Cinnamon Nakuraa Huraa 4*, система харчування — "все включено", тривалість туру — 7 ночей, дата заїзду — 16.06.2025, з врахуванням додаткових послуг (трансфер, Green Tax та медичне страхування). Вибір саме цього готелю зумовлений його наявністю у всіх розглянутих туроператорів, що забезпечує об'єктивність порівняння.

Мальдіви є найпопулярнішою екзотичною дестинацією серед українських туристів і представлена на сайтах усіх проаналізованих операторів з Таблиці 2.3.1. Саме тому конкуренція між туроператорами за цей напрямок зумовлює широкий діапазон цін.

Результати дослідження виявили значні цінові коливання між

операторами. Найвища вартість фіксується у компанії Coral Travel (213,5 тис. грн), а найнижча — у Join UP! (103,2 тис. грн). Аналіз цих даних дає змогу окреслити цінову стратегію основних гравців на ринку туризму до Мальдівських Островів.

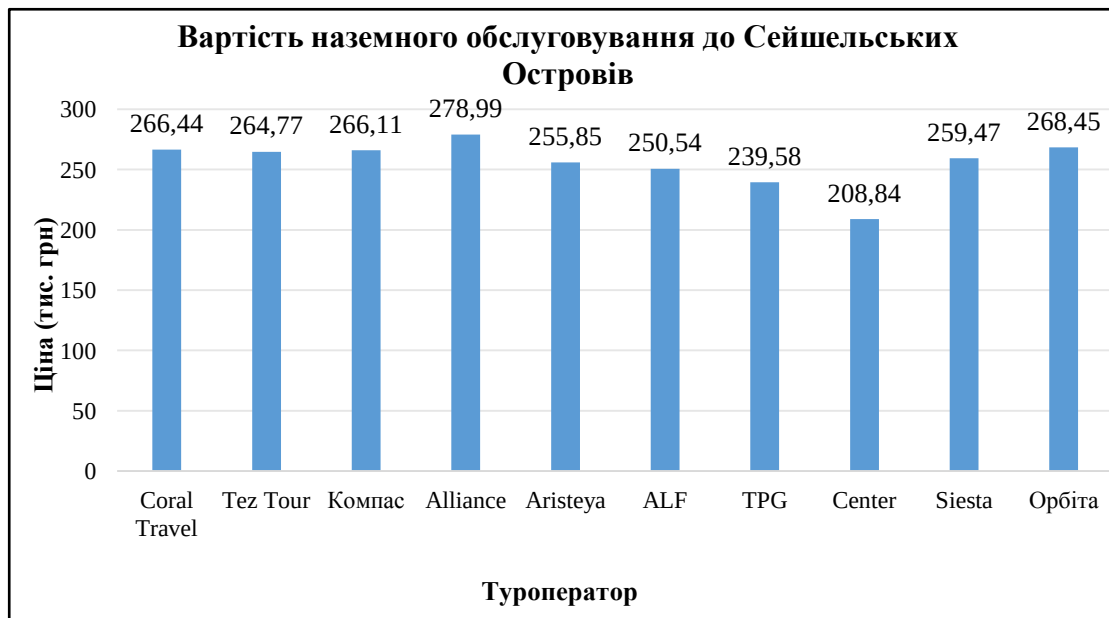


Рис. 2.3.4 Динаміка вартості наземного обслуговування до Сейшельських Островів (на прикладі готелю DoubleTree by Hilton Seychelles Allamanda Resort & Spa 4*)

На діаграмі представлено порівняння вартості наземного обслуговування до Сейшельських Островів за пропозиціями українських туроператорів на прикладі готелю DoubleTree by Hilton Seychelles Allamanda Resort & Spa 4*. Для забезпечення об'єктивності аналізу було використано єдині параметри: тривалість туру — 7 ночей, харчування — “все включено”, дата заїзду — 16.06.2025, з врахуванням додаткових послуг (трансфер та медичне страхування). Обраний готель є популярним і доступний у системах більшості провідних туроператорів, що дозволило провести репрезентативне порівняння.

Найвища вартість зафіксована у туроператора Alliance (278,99 тис. грн), тоді як найнижчу пропозицію надає компанія Center (208,84 тис. грн). Значний діапазон цін (понад 70 тис. грн) свідчить про різну політику ціноутворення, зокрема щодо контрактних умов із готельною мережею Hilton,

обсягів бронювання, а також наявності спеціальних умов для агентств.

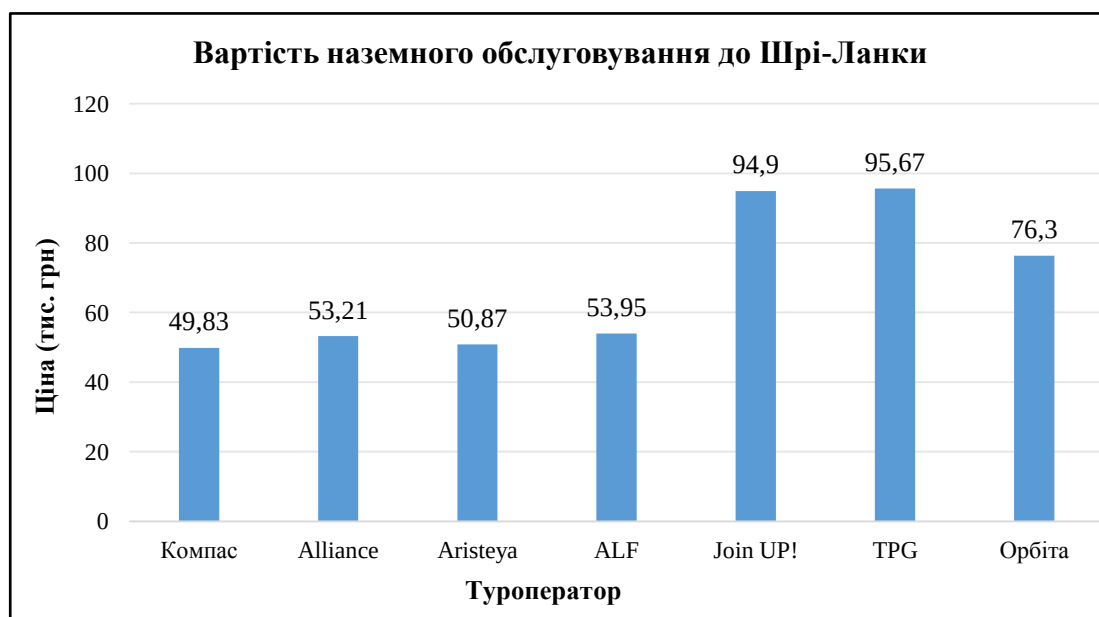


Рис. 2.3.5 Динаміка вартості наземного обслуговування до Шрі-Ланки (на прикладі готелю *Thaala Bentota* (ex. *Avani Bentota*) 4*)

На діаграмі зображено порівняльну вартість наземного обслуговування до Демократичної Соціалістичної Республіки Шрі-Ланка за пропозиціями українських туроператорів, сформовану на основі єдиних параметрів: готель *Thaala Bentota* (ex. *Avani Bentota*) 4*, система харчування — “все включено”, тривалість — 7 ночей, дата заїзду — 16 червня 2025 року. Вибір саме цього готелю обумовлений його наявністю у більшості туроператорів.

З-поміж досліджених напрямків Шрі-Ланка вирізняється найбільш доступною вартістю наземного обслуговування, що робить її привабливою альтернативою дорожчим дестинаціям Індійського океану, таким як Маврикій, Сейшели чи Мальдіви. Найнижчу вартість пропонують оператори Kompas (49,83 тис. грн), Aristeya (50,87 тис. грн) та Alliance (53,21 тис. грн), тоді як Join UP! і TPG формують ціну на рівні 94,9 тис. та 95,67 тис. грн відповідно.

Варто зауважити, що наведені ціни стосуються непікового туристичного періоду, що також позначається на загальному рівні вартості. Відповідно до таблиці 2.3.1, пропозиції по Шрі-Ланці наявні також у Coral

Travel, Tez Tour, Center та Siesta, однак їхня кількість є вкрай обмеженою та носить нестабільний, сезонний характер. Це свідчить про обмежений інтерес окремих компаній до напрямку, що, втім, не зменшує його потенціал серед споживачів, орієнтованих на помірні витрати та поєднання пляжного відпочинку з екскурсійною програмою.

Отже, порівняльний аналіз вартості наземного обслуговування за основними екзотичними напрямками — Мальдівські Острови, Республіка Маврикій, Шрі-Ланка та Сейшельські Острови — виявив суттєві відмінності у ціновій політиці різних туроператорів, навіть за умов єдиних параметрів розміщення, тривалості та харчування. Найвищі середні показники зафіксовано по Сейшелах і Маврикію, тоді як Шрі-Ланка, згідно з отриманими результатами, є найбільш бюджетним варіантом серед розглянутих країн. Поряд з цим, спостерігається різна щільність присутності туроператорів по кожному з напрямків, що свідчить про неоднорідність попиту та стратегій просування DESTINACIЙ на українському ринку.

Водночас, для кінцевого споживача вирішальним фактором при виборі туру є не лише вартість розміщення, а й повна ціна комплексної туристичної послуги, яка включає авіапереліт, трансфери, страхування та інші складові. Саме тому наступним етапом дослідження є аналіз пакетних турів, які туроператори формують до Мальдівських Островів, Шрі-Ланки, Маврикію та Сейшельських Островів.

У межах виконаного аналізу здійснено розгляд міст вильоту, що є доступними для українських туристів в умовах обмеженого авіасполучення, а також представлено порівняльні діаграми повної вартості турів, що дозволить оцінити співвідношення ціни та цінності пропозицій для різних напрямків. Такий підхід забезпечить комплексне уявлення про економічну доступність та логістичну зручність кожного з екзотичних маршрутів у структурі сучасного українського туристичного ринку.

Окрему увагу буде приділено географії актуальних вильотів (див. Таблицю 2.3.2), оскільки в умовах воєнного стану туроператори здійснюють

маршрути переважно через суміжні країни, зокрема Польщу, Молдову та Румунію. Це безпосередньо впливає на тривалість подорожі, кінцеву вартість туру та зручність для туриста.

Таблиця 2.3.1

Міста з яких туроператори здійснюють виліт до острівних держав в Індійському океані

Туроператор	Країна	Міста вильоту
Компас	Маврикій	Відень, Варшава, Баку, Будапешт, Алмати, Астана, Бішкек, Кишинів, Краків, Бухарест, Ташкент.
	Мальдівські Острови	Відень, Варшава, Баку, Будапешт, Алмати, Астана, Бішкек, Кишинів, Краків, Бухарест, Ташкент.
	Сейшельські Острови	Відень, Варшава, Баку, Будапешт, Краків, Бухарест, Ташкент.
	Шрі-Ланка	Відень, Варшава, Баку, Краків.
Alliance	Маврикій	Будапешт, Варшава, Краків, Бухарест.
	Мальдівські Острови	Відень, Берлін, Кишинів, Прага, Варшава, Краків, Бухарест.
	Сейшельські Острови	Будапешт, Варшава, Бухарест.
	Шрі-Ланка	Кишинів, Будапешт, Варшава, Краків.
Aristeya	Маврикій	Кишинів, Франкфурт-на-Майні, Варшава.
	Мальдівські Острови	Бухарест, Будапешт, Берлін, Мюнхен, Краків, Варшава.
	Сейшельські Острови	Франкфурт-на-Майні, Варшава.
	Шрі-Ланка	Бухарест, Берлін, Краків, Варшава.
ALF	Маврикій	Відень, Кишинів, Варшава, Прага.
	Мальдівські Острови	Відень, Кишинів, Варшава, Бухарест, Будапешт, Прага.
	Сейшельські Острови	Кишинів, Варшава, Прага.
	Шрі-Ланка	Кишинів, Варшава, Шрі-Ланка, Будапешт.
Join UP!	Мальдівські Острови	Алмати, Астана, Кишинів, Варшава, Бухарест.
	Шрі-Ланка	Кишинів, Варшава, Катовіце.
TPG	Маврикій	Бухарест, Кишинів.
	Мальдівські Острови	Варшава, Берлін, Будапешт, Бухарест, Кишинів, Франкфурт-на-Майні, Краків, Познань, Прага.
	Шрі-Ланка	Варшава, Краків.
Center	Маврикій	Відень, Кишинів, Франкфурт-на-Майні, Варшава, Краків, Бухарест, Стамбул, Будапешт.
	Мальдівські Острови	Відень, Кишинів, Франкфурт-на-Майні, Варшава, Краків, Бухарест, Стамбул, Будапешт.
	Сейшельські Острови	Відень, Франкфурт-на-Майні, Варшава, Краків, Бухарест, Будапешт.

	Шрі-Ланка	Варшава, Краків, Бухарест, Будапешт.
Siesta	Маврикій	Варшава.

Джерело: розроблено автором

Зміна географії вильотів, зафіксована в пропозиціях українських туроператорів, свідчить про їхню здатність оперативно адаптуватися до зовнішніх викликів і трансформацій туристичного ринку. Така гнучкість є проявом інноваційного підходу в умовах зростаючих ризиків та обмежень, зумовлених, зокрема, повномасштабною війною. До 2022 року з України здійснювались прямі чартерні рейси до більшості екзотичних країн, зокрема на Мальдіви, до Шрі-Ланки, Маврикію та Сейшельських Островів, що значно спрощувало логістику подорожей. Нині ж, у зв'язку з обмеженням авіасполучення, оператори були змушені перенаправити базові аеропорти до закордонних хабів.

Отож, зазначені в таблиці 2.3.2 туристичні оператори, пропонують туристам повний пакет туристичних послуг, що в свою чергу включає в себе такі послуги як: **авіапереліт в обидві сторони, трансфер з аеропорту до готелю та назад, проживання в готелі, обране туристами харчування, медичне страхування, та інші додаткові послуги за вимогою туристів.**

Ціни туроператорів на тури до острівних держав Індійського океану мають своєрідну динаміку. Розглянемо пропозиції з харчуванням “Все включено”, проживанням в готелі на 7 ночей, вильотом із Варшави.

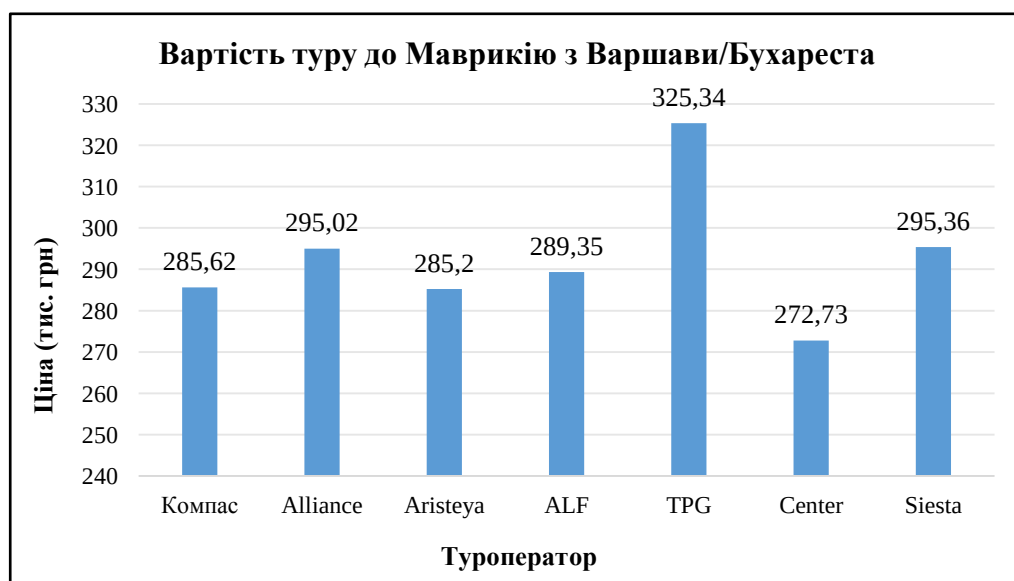


Рис. 2.3.6 Динаміка вартості турів до Республіки Маврикій (на прикладі готелю LUX Grand Gaube 5*)*

Відповідно рис. 2.3.6 представлено динаміку вартості турів станом на червень 2025 року, враховуючи пропозиції з вильотом із Варшави або Бухареста. При цьому для туроператорів TPG та Center наведено дані про тури з вильотом із Бухареста, оскільки рейси з Варшави вони не пропонують. Незважаючи на меншу тривалість перебування в готелі (6 ночей проти 7 у решти пропозицій), саме пакетний тур від TPG характеризується найвищою ціною серед усіх представлених — 325,34 тис. грн.

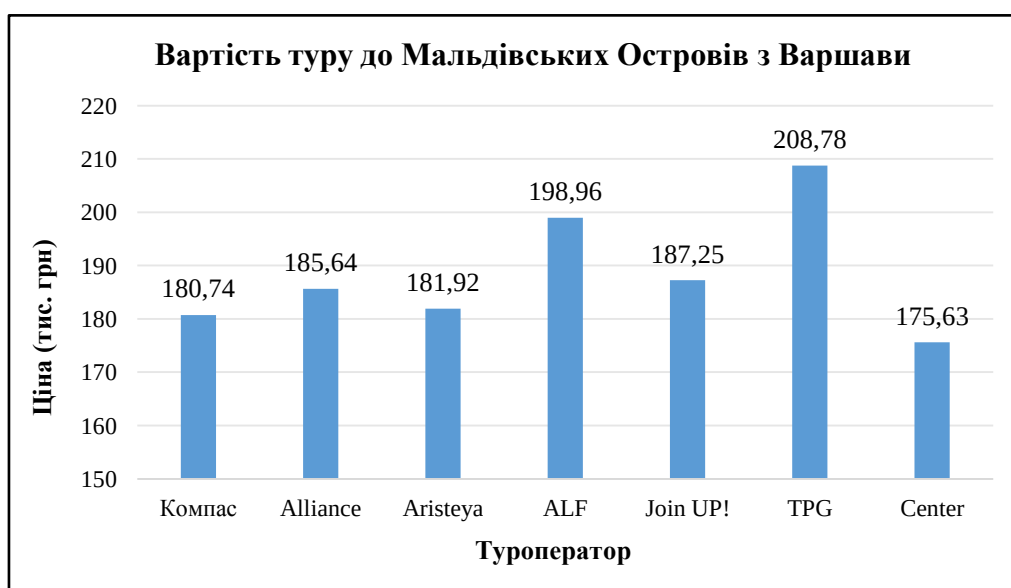


Рис. 2.3.7 Динаміка вартості туру до Мальдівських Островів (на прикладі готелю Cinnamon Dhonveli Maldives 4)*

З даних Рис. 2.3.7, стає зрозуміло, що ціни варіюються від 175,63 тис. грн до 208,78 тис. грн, що вказує на суттєву різницю у вартісному позиціонуванні пропозицій. Найвищу ціну пропонує оператор TPG, тоді як найбільш економічно доступною є пропозиція від Center. Водночас, цінові пропозиції більшості операторів знаходяться в діапазоні 180–190 тис. грн, що свідчить про високий рівень конкуренції на напрямку Мальдів — одному з найпопулярніших серед українських туристів.

Щодо цінових пропозицій до Сейшельських Островів (див. Рис. 2.3.8), спостерігається менша кількість активних туроператорів порівняно з іншими напрямками. Найвищу вартість туру зафіксовано у компанії Alliance (390,51

тис. грн), натомість найнижчу — у Kompas (338,26 тис. грн). Загальний ціновий діапазон свідчить про преміальне позиціонування цього напрямку на туристичному ринку.

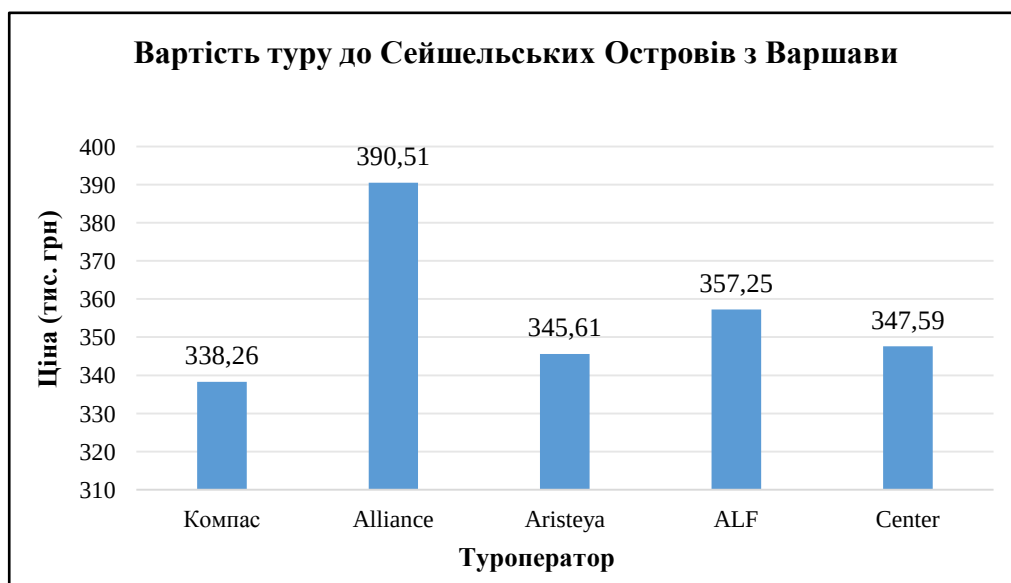


Рис. 2.3.8 Динаміка вартості туру до Сейшельських Островів (на прикладі готелю DoubleTree by Hilton Seychelles Allamanda Resort & Spa 4)*

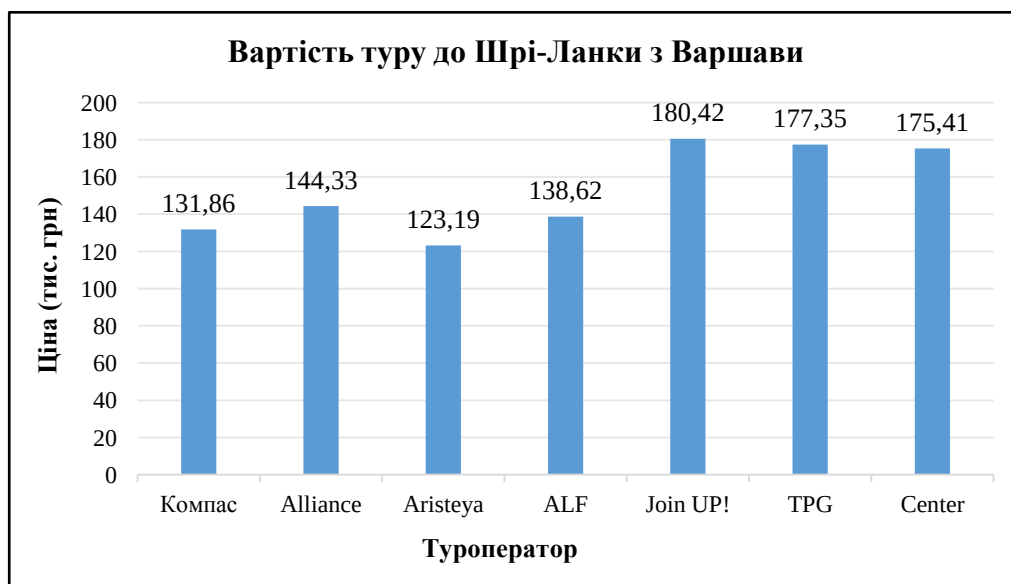


Рис. 2.3.9 Динаміка вартості туру до Шрі-Ланки (на прикладі готелю The Calm Resort 4)*

Щодо Шрі-Ланки, пропозиції більшості туроператорів сформовані на червень та розраховані на стандартну тривалість туру — 7 ночей. Водночас туроператор Join UP! пропозицій на червень немає, проте пропонує тур із прямим чартерним перельотом на 11 ночей, який доступний лише з листопада — початку туристичного сезону на Шрі-Ланці. Незважаючи на

більшу тривалість, ціна його пропозиції залишається співмірною з вартістю інших операторів, що вказує на конкурентну цінову політику. Найнижчу вартість зафіксовано у компанії Aristeya — 123,19 тис. грн.

Варто зазначити, що у літній період, коли основна увага туристів зосереджена на європейських курортах, а також на Туреччині та Єгипті, попит на далекомагістральні екзотичні напрямки, такі як Мальдіви, Шрі-Ланка, Маврикій та Сейшельські Острови, суттєво знижується. У зв'язку з цим більшість туроператорів у міжсезоння формують пропозиції на основі GDS-турів, які передбачають перельоти регулярними авіарейсами. Так як ці напрямки є досить віддаленими то рейси зазвичай відбуваються з пересадками. Це дозволяє підтримувати присутність продукту на ринку, навіть за умов низької сезонної активності.

Натомість, починаючи з жовтня/листопада, коли розпочинається високий сезон для екзотичних країн, туроператори розширюють асортимент і переходять до прямого чартерного авіасполучення, що значно підвищує комфортність подорожей. У цей період тури, як правило, включають більшу тривалість перебування, зручні умови трансферу та оптимальне співвідношення вартості й якості, що задовольняє потреби сегменту туристів, орієнтованих на зимовий пляжний відпочинок.

Отже, Мальдівські Острови, Шрі-Ланка, Маврикій та Сейшельські Острови належать до числа популярних екзотичних напрямків на українському туристичному ринку, однак відрізняються за рівнем доступності, географією вильотів та характером туристичного продукту. Найдорожчими залишаються тури на Сейшели та Маврикій, у той час як Шрі-Ланка є найбільш ціново доступною DESTINATION. Мальдіви утримують позицію найзатребуванішого напрямку серед запропонованих варіантів.

У літній період пропозиції переважно базуються на регулярних авіарейсах з пересадками, що зумовлено сезонною переорієнтацією попиту на європейські напрямки. Починаючи з листопада, з настанням високого сезону для екзотики, відновлюється пряме чартерне авіасполучення.

Географія вильотів зміщена за межі України — найчастіше використовується інфраструктура Варшави, Бухареста, Кишинєва та інших міст ближнього зарубіжжя. Туристичні оператори адаптують свої пропозиції під поточні умови, зберігаючи конкурентну привабливість навіть в умовах логістичних обмежень.

2.4. Авіатранспортне забезпечення турів: авіалінії та маршрути

Авіатранспорт є ключовим елементом у формуванні туристичного продукту на далекомагістральних напрямках, зокрема до острівних країн Індійського океану. Якість авіасполучення, наявність прямих рейсів, кількість пересадок та вибір авіакомпанії безпосередньо впливають на комфортність, тривалість та загальну вартість подорожі.

Унаслідок запровадження воєнного стану в Україні туроператори були змушені адаптувати свою діяльність до нових умов, зокрема до повної заборони на комерційні авіарейси з території України. В таких обставинах компанії налагодили партнерські зв'язки з іноземними аеропортами та авіаперевізниками, забезпечивши можливість організації турів із ближнього зарубіжжя.

Станом на 2025 рік більшість туроператорів уклали відповідні договори на організацію турів із використанням регулярних або чартерних рейсів іноземних авіакомпаній. Кожен оператор формує власні логістичні маршрути з урахуванням наявних угод, доступних слотів і сезонного попиту, що дозволяє зберігати доступність екзотичних напрямків для українських туристів навіть в умовах обмеженої мобільності.

Серед основних **чартерних** авіакомпаній, що обслуговують український туристичний сегмент (див. Додаток Е), варто виокремити:

HiSky Europe — швидко зростаючий молдовсько-румунський перевізник, який виконує як регулярні, так і чартерні рейси. Компанія активно використовується туроператорами для перевезення туристів до екзотичних DESTINACIЙ, зокрема на Мальдіви, Шрі-Ланку. Основні аеропорти базування: Кишинів, Бухарест, Клуж-Напока. Компанія вирізняється

надійним обслуговуванням і стабільною співпрацею з туроператорами у сегменті далекомагістральних турів.

SkyUp Airlines — незважаючи на призупинення регулярних польотів з України, SkyUp продовжує здійснювати чартерні рейси з іноземних аеропортів (особливо з Польщі та Литви). У сезоні 2023–2024 рр. компанія виконувала рейси до Мальдів, Занзібару та Домінікани. Рейси обслуговуються на замовлення туроператорів Join UP! та ін. SkyUp має сертифікацію EASA і дозволяє туроператорам формувати доступні за вартістю пакети з прямим авіасполученням.

Mavi Gök — турецька авіакомпанія, що спеціалізується на чартерних рейсах середньої та великої протяжності. В останні роки вона активно використовується українськими туроператорами для організації польотів із Польщі та Румунії до Шрі-Ланки, Мальдів. У 2023 році оператор розширив географію рейсів за рахунок співпраці з великими туроператорами Східної Європи. Перевагою Mavi Gök є гнучкий розклад і конкурентна цінова політика для чартерних груп.

Smartwings — одна з найбільших чартерних авіакомпаній у Центральній Європі. Здійснює польоти до понад 80 країн світу. Компанія має ліцензію на далекий радіус дії та співпрацює з туроператорами, які працюють із напрямками до Маврикію, Шрі-Ланки, Занзібару.

LOT Polish Airlines — окрім регулярного пасажирського сполучення, авіакомпанія LOT виконує замовні чартерні рейси для туристичних операторів з Варшави до Мальдів, Куби, Шрі-Ланки. Основною перевагою є наявність далекомагістральних літаків, що забезпечує підвищений комфорт при тривалих перельотах.

Авіап перевезення на регулярній основі здебільшого здійснюються з однією пересадкою в найбільших світових авіаційних хабах — Дубай, Абу-Дабі, Стамбул або Доха (див. Рис 2.4). Серед ключових перевізників, з якими українські туроператори укладають партнерські угоди (див. Додаток Ж),

варто виділити:

Emirates — флагманська авіакомпанія Об'єднаних Арабських Еміратів із базою в Дубаї. Входить до провідних світових перевізників за рівнем сервісу та кількістю напрямків.

Etihad Airways — авіаперевізник зі штаб-квартирою в Абу-Дабі, що також спеціалізується на маршрутах до Південної та Південно-Східної Азії. Характеризується преміальним сервісом і широкою мережею зручних стиковок, зокрема до Коломбо, Мале, Вікторії та Порт-Луї.

Fly Dubai — бюджетний підрозділ Emirates, який виконує рейси до низки екзотичних напрямків, включаючи Мальдіви та Шрі-Ланку. Завдяки нижчому тарифу є привабливим варіантом для туристів середнього цінового сегменту, особливо у комбінації з наземним обслуговуванням.

Qatar Airways — одна з найкращих авіакомпаній у світі, базується в Досі. Пропонує щоденні рейси до ключових курортів Індійського океану. Відомі стиковки з коротким часом очікування та високим рівнем обслуговування, особливо в економічному та бізнес-класах.

Turkish Airlines — провідна авіакомпанія

Туреччини, що виконує рейси з хабу в Стамбулі. Має найрозгалуженішу мережу міжнародних напрямків у світі. Завдяки вигідному географічному розташуванню забезпечує короткі стиковки та стабільне сполучення з Європи та Близького Сходу.

Партнерство українських туроператорів з цими авіакомпаніями дозволяє формувати індивідуальні **GDS-тури** з використанням оптимальних маршрутів та гарантувати надійність перевезення навіть у міжсезоння.



Завдяки співпраці з глобальними перевізниками тури залишаються доступними впродовж усього року, з гнучким підбором дати, аеропорту вильоту та тривалості подорожі.

Регулярні авіарейси, попри необхідність пересадок, забезпечують стабільне сполучення з екзотичними DESTINACIAMI та дозволяють підтримувати присутність таких напрямків у пропозиціях українських туроператорів навіть за умов зовнішньої нестабільності. У перспективі, за сприятливих обставин, саме комбіновані маршрути на базі регулярних рейсів залишатимуться основою екзотичного туризму в міжсезоння та в умовах обмеженого авіасполучення з Україною.

Отже, сучасна структура авіатранспортного забезпечення екзотичних турів для українських туристів характеризується високою адаптивністю та широким спектром міжнародних партнерств. У зв'язку з обмеженням польотів з території України, основна частина перевезень здійснюється з іноземних аеропортів як на основі чартерних рейсів (HiSky, SkyUp, Mavi Gök, Smartwings), так і регулярних маршрутів провідних авіакомпаній світу (Emirates, Qatar Airways, Turkish Airlines тощо). Використання комбінованих логістичних рішень, включаючи рейси з пересадками через ключові хаби, дозволяє підтримувати доступність далеких напрямків упродовж усього року.

РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ПРОДАЖІВ ЕКЗОТИЧНИХ ТУРІВ У ТУРИСТИЧНОМУ АГЕНТСТВІ "TOURS&TICKETS" (М. ЧЕРНІВЦІ)

3.1. Загальна характеристика туристичних агентств мережі "Tours&Tickets"

Мережа туристичних агентств "**Tours&Tickets**" є однією з відомих франчайзингових структур на туристичному ринку України, яка спеціалізується на реалізації повного спектру туристичних послуг — від бронювання стандартних пакетних турів до формування індивідуальних подорожей. Мережа об'єднує десятки офісів у різних містах України та функціонує на засадах тісної співпраці з провідними національними туроператорами. Такий формат діяльності забезпечує агентствам доступ до вигідних цін, актуальних пропозицій і гнучкої системи бронювання, що є ключовими факторами конкурентоспроможності в умовах сучасного туристичного ринку.

Мережа "**Tours&Tickets**" орієнтована на сучасного клієнта, який очікує індивідуального підходу, швидкого сервісу, актуальної інформації та можливості здійснювати бронювання онлайн. Водночас, значна увага приділяється **якісному офлайн-супроводу** — особистим консультаціям, оформленню документів, наданню страхових та супутніх послуг, а також підтримці туристів під час перебування за кордоном.

Основу партнерського портфеля агентств становлять найбільші туроператори, серед яких Join UP!, TPG, Coral Travel, Kompas, ALF, Tez Tour, Siesta, Pegas Touristik та інші. Водночас мережа "**Tours&Tickets**" підтримує партнерські та договірні відносини не лише з українськими операторами, а й **з закордонними туристичними компаніями**, зокрема операторами з Польщі, Румунії, Молдови, Чехії та країн Балтії. Така співпраця дозволяє агентствам мережі формувати комбіновані або ексклюзивні туристичні пропозиції за участі кількох сторін, а також забезпечувати бронювання турів із вильотом з європейських хабів, що особливо актуально в умовах обмеженого авіасполучення з території України.

Завдяки такій широкій та гнучкій партнерській системі клієнтам агентств доступний **вибір турів до понад 80 країн світу**, включаючи популярні морські курорти, культурно-пізнавальні подорожі, а також екзотичні напрями, зокрема Мальдіви, Шрі-Ланку, Маврикій, Сейшельські Острови, Занзібар, Домінікану та інші.

Окремо варто зазначити **розгалужену систему дистрибуції**, в якій використовуються як традиційні канали (вітрини офісів, друкована реклама, консультації в офісі), так і цифрові засоби просування — офіційний сайт, сторінки в соціальних мережах, месенджери, телеграм-боти для підбору турів, e-mail-розсилки та інтеграція з **онлайн-модулями туроператорів**. Така багатоканальність дозволяє компанії ефективно комунікувати з різними сегментами цільової аудиторії.

Функціонування агентств "Tours&Tickets" передбачає внутрішню стандартизацію процесів, включно з методами продажу, CRM-системами, політикою ціноутворення, використанням маркетингових шаблонів і корпоративної айдентики. Одним із ключових інструментів у щоденній діяльності є власна **CRM-система TAT (Tours&Tickets Automation Tool)** — програмне забезпечення, розроблене спеціально для оптимізації процесів взаємодії з клієнтами, обліку бронювань, контролю платежів, формування комерційних пропозицій, аналітики продажів і автоматизації маркетингової діяльності (див. Додаток 3).

Система TAT є однією з найпоширеніших у туристичному секторі України та використовується не лише в межах франчайзингової мережі "Tours&Tickets", але й **багатьма незалежними агентствами**. Це пояснюється її зручним інтерфейсом, інтеграцією з системами провідних туроператорів, а також можливістю адаптації під індивідуальні потреби конкретного офісу. Серед ключових переваг — **єдиний центр керування заявками, автоматичне оновлення залишків турів, нагадування про оплату, ведення клієнтської бази, гнучка система фільтрів і звітності**.

Використання TAT системи значно підвищує оперативність та якість

обслуговування клієнтів, знижує ймовірність помилок, сприяє ефективному розподілу ресурсів у межах агентства, а також дозволяє керівництву моніторити ключові показники діяльності в режимі реального часу. Система є не лише технічним, а й організаційним фундаментом, що забезпечує цілісність бренду та єдині стандарти обслуговування у всіх офісах мережі.

У місті **Чернівці** філія мережі "Tours&Tickets" є активним і впізнаваним представником регіонального ринку туристичних послуг. Агентство функціонує понад 8 років і за цей час здобуло репутацію надійного туристичного посередника серед мешканців Чернівецької області. Його діяльність охоплює як масовий туристичний сегмент, що включає популярні напрями — Туреччина, Єгипет, Греція, Іспанія, Чорногорія, так і нішеві тури індивідуального бронювання — екзотичні країни Азії, Африки, Карибського регіону.

Особливістю офісу є **індивідуальний підхід до кожного клієнта**, що проявляється у професійному підборі турів, наданні супутніх послуг (страхування, візова підтримка, трансфери) та високому рівні сервісу. Значна частина клієнтів — **постійні туристи**, які щорічно обирають це агентство завдяки якості обслуговування, оперативності та актуальності пропозицій. Агентство має **згуртовану команду фахівців**, які регулярно проходять навчання у провідних туроператорів, відвідують воркшопи, семінари та ознайомчі тури.

Важливо, що офіс у Чернівцях успішно реалізовує продажі турів до екзотичних DESTINACIJ, зокрема островних держав Індійського океану, працюючи як із великими операторами, так і з **локальними партнерами з Молдови та країн ЄС**. Значну частку таких бронювань становлять індивідуальні тури з вильотом із **Варшави, Кракова, Брюсселю, Бухареста та Кишинєва**, що потребують додаткової логістичної підтримки, зокрема трансферу до аеропорту або розширеного пакету послуг.

Таким чином, діяльність чернівецької філії "Tours&Tickets" є репрезентативною для аналізу механізмів продажу екзотичних турів в умовах

воєнного часу, змін авіалогістики, коливань попиту та адаптації туристичного бізнесу до нових викликів. Саме тому цей офіс обрано як **практичну базу** для подальшого прикладного дослідження, що дозволяє простежити реальні тенденції на ринку екзотичного туризму в Україні.

Отже, мережа туристичних агентств "Tours&Tickets" займає стійкі позиції на українському туристичному ринку, демонструючи високий рівень організаційної культури, інноваційності та адаптивності до змін зовнішнього середовища. Поєднання ефективної партнерської моделі співпраці з провідними українськими та зарубіжними туроператорами, широкої географії присутності, гнучких інструментів бронювання й розвиненої цифрової інфраструктури забезпечує компанії конкурентні переваги у сфері реалізації туристичних послуг.

3.2. Аналіз продажів турів до екзотичних країн (на прикладі островних держав Індійського океану)

Сегмент екзотичного туризму посідає особливе місце в структурі туристичного попиту, оскільки поєднує елементи преміального відпочинку, емоційної мотивації до подорожей та прагнення до унікального туристичного досвіду. Острівні держави Індійського океану — Мальдівські Острови, Шрі-Ланка, Маврикій та Сейшельські Острови — традиційно сприймаються як престижні та романтичні дестинації, що приваблюють туристів з високим рівнем платоспроможності або спеціалізованими інтересами (весільні тури, дайвінг, тропічна екзотика тощо).

У контексті діяльності туристичного агентства "**Tours&Tickets**" у **місті Чернівці**, реалізація турів до екзотичних країн є не лише важливою частиною загального продажу, а й свідченням рівня довіри клієнтів, професійності підбору логістичних рішень, а також здатності адаптуватися до нестабільного ринкового середовища. Агентство забезпечує повний супровід таких турів: від консультування і бронювання до логістики трансферів у європейські аеропорти, через які нині відбувається основний авіатрафік до далеких країн.

У межах даного підрозділу буде представлено аналіз фактичних продажів турів до **Мальдівських Островів, Шрі-Ланки та Республіки Маврикій** за 2023-2025 рр. Ці напрями залишаються найбільш затребуваними серед клієнтів чернівецького офісу завдяки їхній впізнаваності, регулярній наявності в системах туроператорів і порівняно стабільній авіадоступності (див. Рис. 3.2.1). Натомість **продажі до Сейшельських Островів у звітному періоді були відсутні**, що зумовлено поєднанням об'єктивних чинників — високим рівнем вартості турів, обмеженою пропозицією у GDS-системах, відсутністю прямих чартерів та низьким попитом серед локальних клієнтів.

Проведення кількісного та якісного аналізу реалізованих турів дозволить виявити реальні тенденції, сезонність, переваги споживачів, частоту бронювань, а також оцінити перспективи розвитку екзотичного туризму на регіональному рівні. Отримані результати стануть основою для подальшого дослідження ринку, а також дадуть змогу сформулювати практичні рекомендації щодо просування турів до країн Індійського океану в умовах воєнного стану та зміни глобальної логістики.

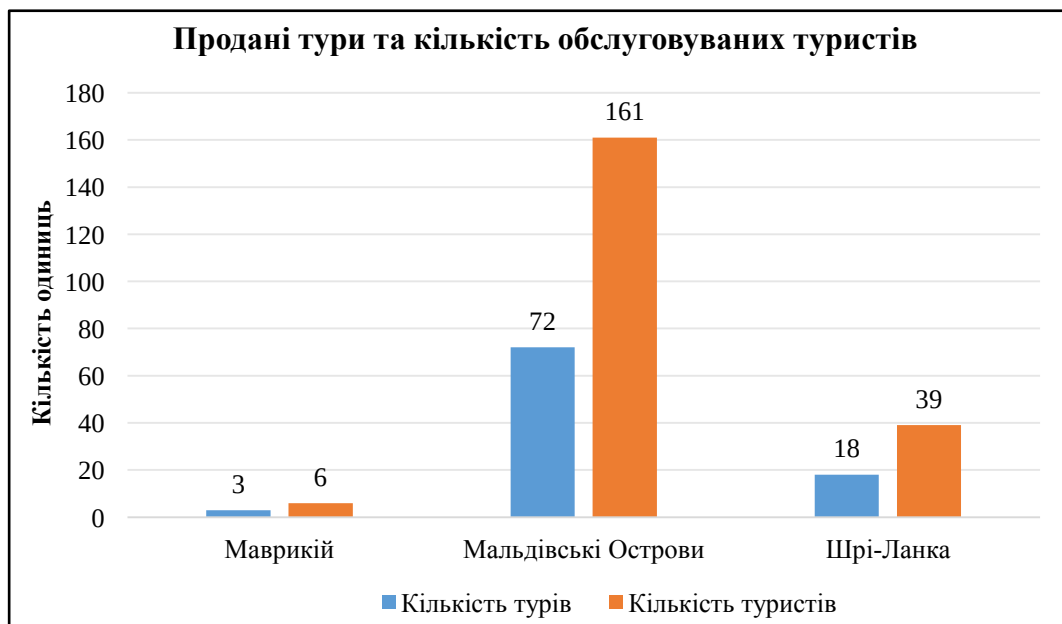


Рис. 3.2.1 Кількість проданих турів та обслуговуваних туристів за 2023 - 2025 рр.

Як видно з діаграми, найбільший обсяг продажів припадає на

Мальдівські Острови — 72 реалізованих тури, що охопили 161 туриста. Друге місце посідає Шрі-Ланка з 18 турами та 39 туристами відповідно. Значно нижчим є показник по Маврикію — лише 3 тури, які обслуговували 6 осіб. Такий розподіл свідчить про домінування Мальдівських Островів у структурі попиту на екзотику, що зумовлено як стабільною присутністю пропозицій у туроператорів, так і загальною впізнаваністю дестинації серед українських туристів.

Для глибшого розуміння структури продажів турів до Мальдівських Островів здійснено розподіл реалізованих турів, а саме пропозицій **наземного обслуговування** за туроператорами, з якими співпрацює агентство "Tours&Tickets" у місті Чернівці (див. Рис. 3.2.2). На поданій діаграмі відображено кількість проданих турів та кількість туристів, яких було обслуговано в межах кожної угоди.

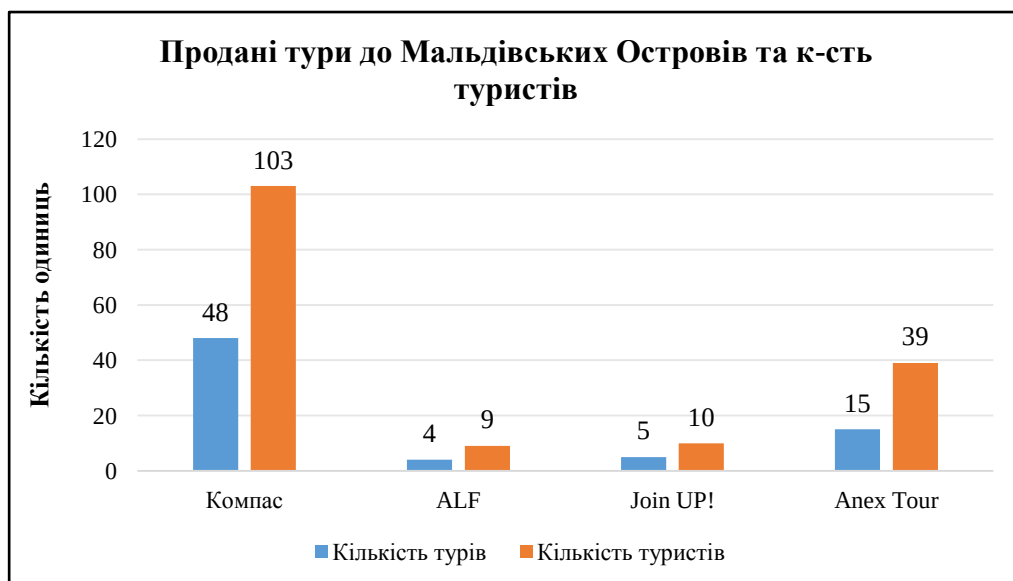


Рис. 3.2.2 Кількість проданих турів (наземного обслуговування) та обслуговуваних туристів за 2023 - 2025 рр.

Найбільший обсяг бронювань зафіксовано по туроператору Kompas, який забезпечив 48 заявок на наземне обслуговування, що охопили 103 туристи. Відносно високий результат також продемонстрував Anex Tour — 15 турів на 39 туристів. Інші оператори, зокрема Join UP! та ALF, мали скромніші показники — відповідно 5 і 4 тури, які обслуговували 10 і 9 туристів.

Розподіл продажів свідчить про перевагу окремих операторів у представленості готельної бази, політиці ціноутворення, гнучкості, а також про ступінь довіри клієнтів до бренду оператора. Наземне обслуговування, як важлива складова екзотичного туру, потребує від агентства точного підбору за комфортом, трансферами, харчуванням та рівнем сервісу, що, вочевидь, і зумовлює нерівномірність розподілу попиту між партнерами.

З метою виявлення переваг клієнтів агентства "Tours&Tickets" при виборі розміщення на Мальдівських Островах проаналізовано готелі, які найчастіше бронювалися в межах заявок на наземне обслуговування (див. Рис. 3.2.3). На діаграмі представлено топ-5 готелів, що лідирують за кількістю оформлених заявок та кількістю туристів, які були ними обслуговані.

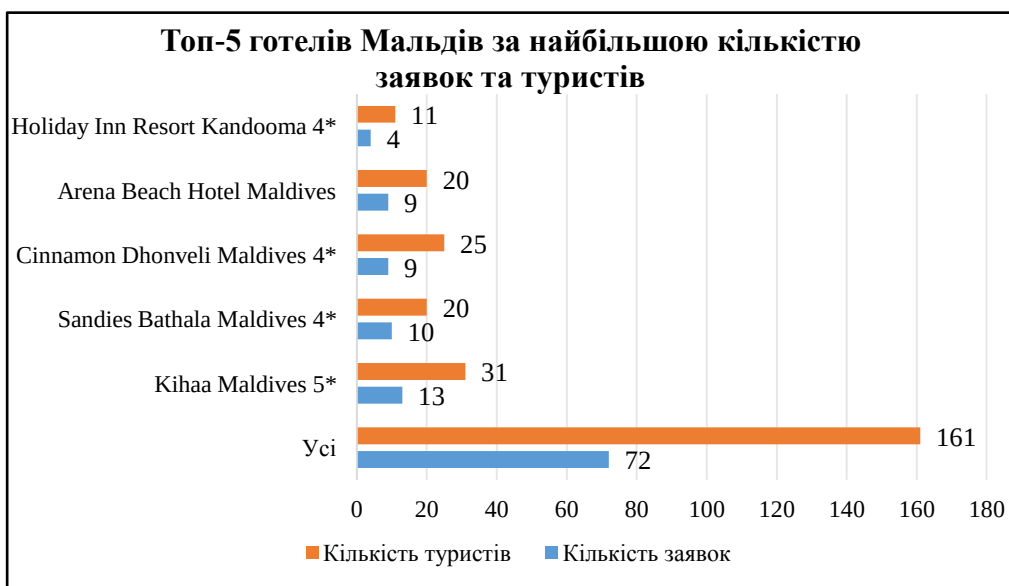


Рис. 3.2.3 Топ-5 готелів на Мальдівських Островах за найбільшою кількістю заявок та туристів

Найбільшу кількість заявок зафіксовано по готелю **Kihaa Maldives 5*** — 13 бронювань, що охопили 31 туриста, що свідчить про високий попит на готелі вищого класу з п'ятизірковим сервісом. До переліку лідерів увійшли й готелі категорії 4* з широкою впізнаваністю: **Sandies Bathala Maldives** (10 заявок, 20 туристів), **Cinnamon Dhonveli Maldives** (9 заявок, 25 туристів), **Arena Beach Hotel** (9 заявок, 20 туристів) та **Holiday Inn Resort Kandooma** (4 заявки, 11 туристів).

Ці результати свідчать про переважання попиту на середній і вище середнього ціновий сегмент, а також про значення бренду готелю, його розташування та умов проживання при прийнятті рішення про покупку туру. Більшість туристів обирають відомі готельні мережі, які мають усталену репутацію серед українських споживачів, що формує відповідну структуру попиту в екзотичному сегменті.

У структурі продажів екзотичних турів агентства "Tours&Tickets" (м. Чернівці) напрямок до **Шрі-Ланки** займає стабільне місце, поступаючись лише Мальдівам за кількісними показниками. Особливістю реалізації турів до цієї дестинації є те, що вони здійснюються виключно через співпрацю з **туроператором Join UP!**, який у зимово-весняний період пропонує прямі чартерні рейси з Кишинєва до міжнародного аеропорту в Коломбо або ж частіше до аеропорту Маттала. Завдяки відсутності пересадок та зручному часу вильоту, цей продукт є конкурентоспроможним на ринку і має стабільний попит серед туристів Західного регіону України.

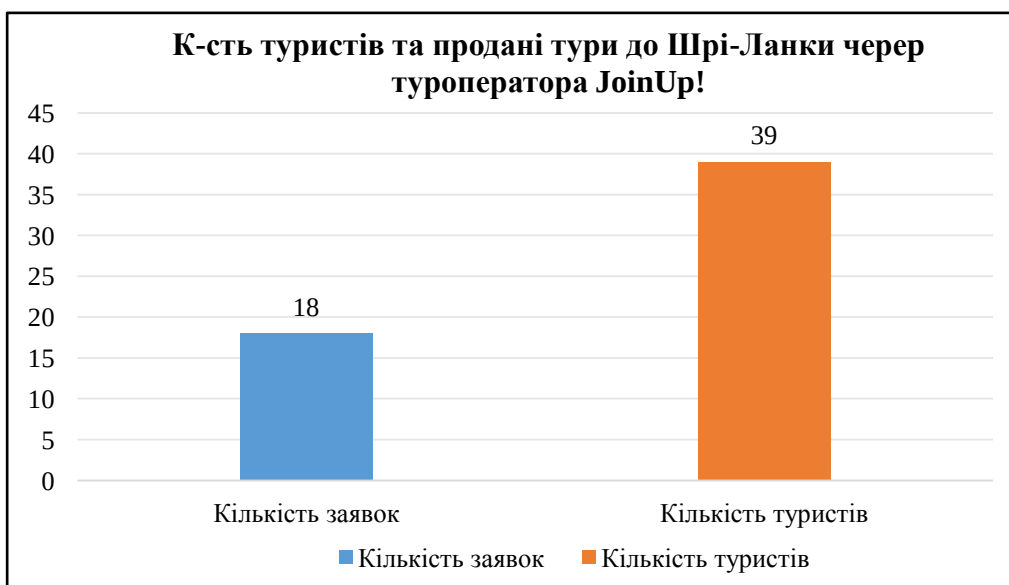


Рис. 3.2.4 Кількість проданих турів до Шрі-Ланки та обслуговуваних туристів за 2023 - 2025 рр.

Оператор пропонує **пакетні тури тривалістю 10 або 11 ночей**, з можливістю вибору різних типів харчування — від сніданків до all inclusive. Це дозволяє клієнтам обрати тур відповідно до своїх фінансових можливостей та очікуваного рівня комфорту, що є важливим чинником при

формуванні попиту на екзотичні напрями.

На діаграмі представлено **кількість заявок та туристів**, які обрали Шрі-Ланку як місце відпочинку. Усього було реалізовано **18 заявок**, що охопили **39 туристів**. Така різниця між кількістю заявок і туристів свідчить про переважання **парних і сімейних подорожей**, що є типовим для тропічних екзотичних курортів, орієнтованих на релакс-туризм і пляжний відпочинок.

Цей напрямок залишається перспективним для розвитку, особливо з урахуванням стабільного авіасполучення, помірної вартості турів порівняно з іншими екзотичними країнами та високого рівня лояльності клієнтів до бренду Join UP!

Для детальнішого розуміння переваг туристів, які бронювали тури до Шрі-Ланки через агентство "Tours&Tickets", було здійснено аналіз готелів, що найчастіше обирались у рамках оформлених заявок. Враховуючи специфіку цього напрямку та обмежену кількість операторів, які пропонують повноцінний туристичний продукт, усі продажі здійснювались через пропозиції туроператора Join UP!, який надає гнучкий вибір готельної бази у поєднанні з прямими чартерними рейсами (див. Рис. 3.2.5).

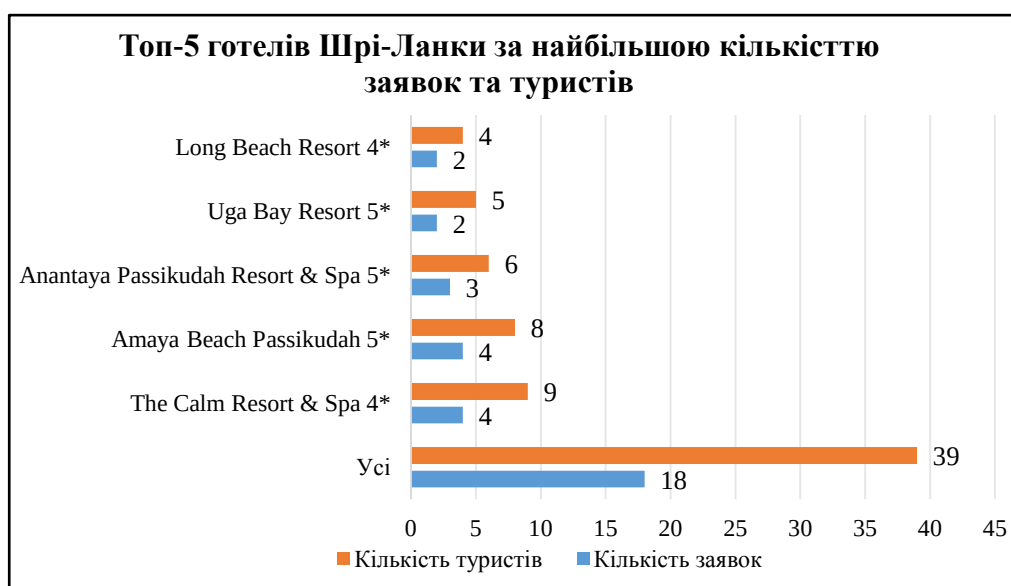


Рис. 3.2.5 Топ-5 готелів Шрі-Ланки за найбільшою кількістю заявок та туристів

Як видно з діаграми, найбільше туристів агентство "Tours&Tickets"

відправило до готелю **The Calm Resort & Spa 4*** – тут було розміщено 9 осіб у рамках 4 заявок. Цей об'єкт користується попитом завдяки поєднанню якісного сервісу, розташування на узбережжі Пасікуди та доступної ціни у своєму класі.

Інші готелі, що увійшли до п'ятірки лідерів, також розміщені на східному узбережжі Шрі-Ланки й належать до середнього та вищого середнього цінового сегментів. Серед них — **Amaya Beach Passikudah 5*** (8 туристів, 4 заявки), **Anantaya Passikudah Resort & Spa 5*** (6 туристів, 3 заявки), **Uga Bay Resort 5*** (5 туристів, 2 заявки) та **Long Beach Resort 4*** (4 туристи, 2 заявки).

Такий розподіл свідчить про **популярність напрямку Пасікуди серед туристів**, які обирають Шрі-Ланку для відпочинку в умовах тиші, природи та комфортного пляжного сервісу. Більшість заявок містила подорожі двох або більше осіб, що вказує на орієнтацію цього напрямку на парний або сімейний відпочинок. Водночас готелі 4* залишаються більш конкурентоспроможними за кількістю бронювань порівняно з п'ятизірковими об'єктами, що пов'язано з оптимальним співвідношенням ціни й якості.

У 2024 році туристичне агентство "Tours&Tickets" (м. Чернівці) **вперше здійснило продажі турів до Республіки Маврикій**, що стало важливою віхою у розширенні екзотичної пропозиції компанії. Хоча напрямок залишається нішевим, з огляду на вартість та логістичні особливості, його поява в структурі продажів свідчить про зростаючий інтерес клієнтів до нових форматів тропічного відпочинку поза межами традиційних DESTINACIЙ

Загалом було реалізовано **3 заявки на наземне обслуговування**, які охопили **6 туристів** (див. Рис. 3.2.6). Усі заявки стосувались одного готелю — **Sunrise Attitude (Adults Only 18+)**, що позиціонується як курорт із концепцією відпочинку для дорослих. Такий вибір підкреслює орієнтацію клієнтів на приватність, спокій та високий рівень сервісу без сімейного

сегменту.

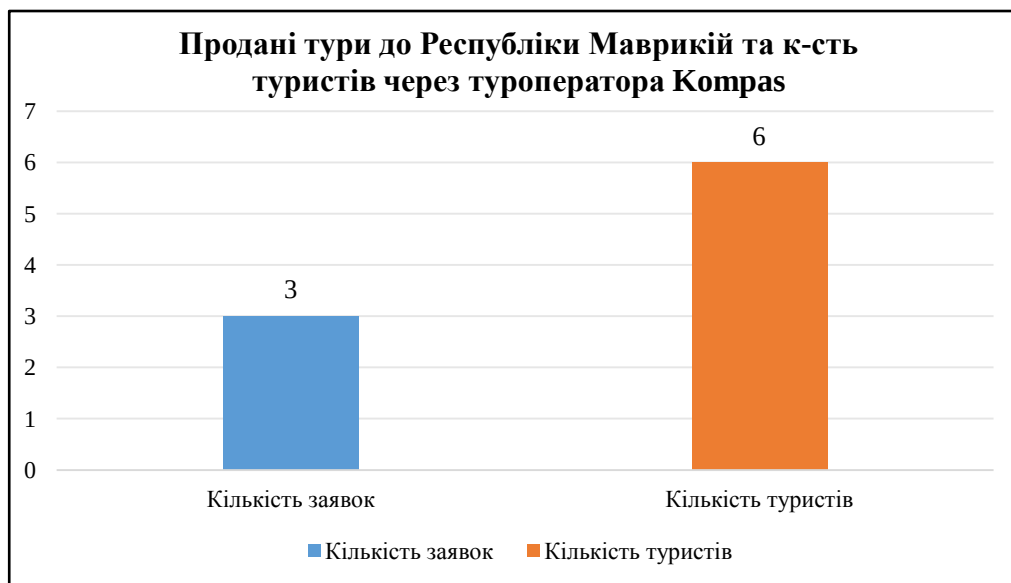


Рис. 3.2.6 *Кількість проданих турів до Республіки Маврикій та обслуговуваних туристів за 2023 - 2025 рр.*

Продажі були здійснені через туроператора Komras, який надає окремі пропозиції наземного обслуговування, що включають трансфери, розміщення, харчування та туристичний супровід. Переліт до Маврикію бронюється агентством окремо, як і у випадку з турами до Мальдівських Островів, із використанням GDS-систем і регулярних авіарейсів з пересадками. Це дозволяє сформувати індивідуальні тури з урахуванням запиту клієнта, обираючи оптимальні варіанти перельоту залежно від бюджету, тривалості подорожі та логістики.

На відміну від інших острівних держав Індійського океану, продажі турів до **Сейшельських Островів** у 2023-2025 році не були зафіксовані у діяльності туристичного агентства "Tours&Tickets" (м. Чернівці). Попри те, що напрямок доступний у системах туроператорів, він не сформував реального попиту серед клієнтів агентства, що пояснюється низкою об'єктивних факторів.

Передусім, вартість турів до Сейшельських Островів **суттєво перевищує ціновий діапазон інших екзотичних напрямків**, таких як Мальдівські Острови чи Шрі-Ланка. Аналіз цін на наземне обслуговування та пакетні тури свідчить, що навіть готелі середнього рівня на Сейшелах

коштують значно дорожче, що створює бар'єр для прийняття рішення про покупку. У переважній більшості випадків, навіть ті клієнти, які звертались із попередніми запитами щодо відпочинку на Сейшельських Островах, не були готові до запропонованого бюджету.

Менеджери агентства, прагнучи задовольнити запити клієнтів, пропонували альтернативні DESTИНАЦІЇ з подібним кліматом і рівнем сервісу, але з нижчими витратами. У таких випадках клієнтам найчастіше рекомендувались Мальдівські Острови, Домініканська Республіка, Занзібар або Шрі-Ланка, які дозволяють досягти аналогічного емоційного та відпочинкового ефекту за більш доступним бюджетом.

Таким чином, **відсутність реальних бронювань до Сейшельських Островів** у звітному періоді є результатом цінової чутливості ринку в умовах загального економічного спаду та воєнного стану в країні. Цей напрямок залишається перспективним, але потребує або зниження вартості, або зміщення акценту на преміальний сегмент клієнтів з високим рівнем доходів.

Отже, проведений аналіз продажів турів до острівних держав Індійського океану в туристичному агентстві "Tours&Tickets" (м. Чернівці) засвідчив наявність стійкого інтересу до екзотичних напрямків попри складну соціально-економічну ситуацію та обмежене авіасполучення. Найбільшим попитом користуються тури до Мальдівських Островів, що зумовлено широким вибором готельної бази, конкурентними цінами на наземне обслуговування та гнучкими умовами бронювання. Високий рівень продажів також зафіксовано до Шрі-Ланки, що пов'язано з наявністю прямих чартерних рейсів і тривалими пакетними турами за участі оператора Join UP!.

Окремо варто відзначити появу у 2024 році перших заявок до Республіки Маврикій — напрямку з високим потенціалом у преміальному сегменті, орієнтованого на дорослу аудиторію. Водночас продажі до Сейшельських Островів не були реалізовані, що пояснюється завищеним ціновим порогом і низьким рівнем платоспроможності споживачів у регіоні.

Загалом структура реалізованих турів демонструє чітко окреслені

переваги клієнтів, серед яких — наявність прямого перельоту, привабливе співвідношення ціни та якості, можливість індивідуального підбору готелю й гнучкість у виборі типу харчування. Отримані результати свідчать про перспективність екзотичних DESTИНАЦІЙ у продуктивній лінії агентства та формують підґрунтя для подальшої диверсифікації турпропозицій у відповідь на запити споживачів.

3.3. Анкетування клієнтів туристичного агентства "Tours&Tickets" (м. Чернівці)

Вивчення поведінки споживача у сфері туризму є важливим етапом у формуванні ефективної комерційної стратегії туристичного підприємства. Оцінка потреб, пріоритетів та очікувань клієнтів дозволяє не лише удосконалити сервіс і адаптувати туристичний продукт під ринковий запит, а й прогнозувати зміни попиту на окремі напрями в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

З метою отримання об'єктивних даних щодо структури туристичної аудиторії, особливостей прийняття рішень про подорож, впливу ціни, тривалості та типу відпочинку на вибір DESTИНАЦІЇ, було проведено **анкетування клієнтів туристичного агентства "Tours&Tickets" у місті Чернівці**. Опитування реалізовано у формі онлайн-анкети, яка була надіслана у клієнтську спільноту агентства з охопленням **респондентів, що подорожували до різних країн** — як традиційних, так і екзотичних напрямків. Участь в анкетуванні взяло **114 осіб**.

Структура анкети охоплювала кілька тематичних блоків: соціально-демографічні характеристики (вік, стать), склад туристичної групи (наявність дітей), країни, до яких планували або здійснили подорож, основні критерії вибору туру (ціна, готель, тривалість, харчування, авіасполучення), а також оцінка рівня задоволеності подорожжю та готовність повторно звернутися до агентства. Окремо в анкеті передбачались запитання щодо рівня обізнаності респондентів про такі екзотичні напрями, як Мальдівські Острови, Шрі-Ланка, Маврикій та Сейшельські Острови, що дозволяє оцінити ступінь

сформованості попиту на відповідні дестинації.

Отримані результати анкетування дозволяють не лише **кількісно охарактеризувати портрет клієнта**, але й глибше проаналізувати поведінкові моделі, які визначають попит на екзотичні тури. Подані у вигляді узагальнених діаграм та інтерпретацій, результати є аналітичною основою для виявлення потенціалу окремих напрямків, виявлення бар'єрів купівельної активності та формування більш адресних маркетингових стратегій у роботі туристичного агентства.

Одним із перших запитань анкети було з'ясування факту подорожі до острівних держав Індійського океану, що дозволяє оцінити рівень ознайомленості респондентів із досліджуваними напрямками (див. Рис. 3.3.1).

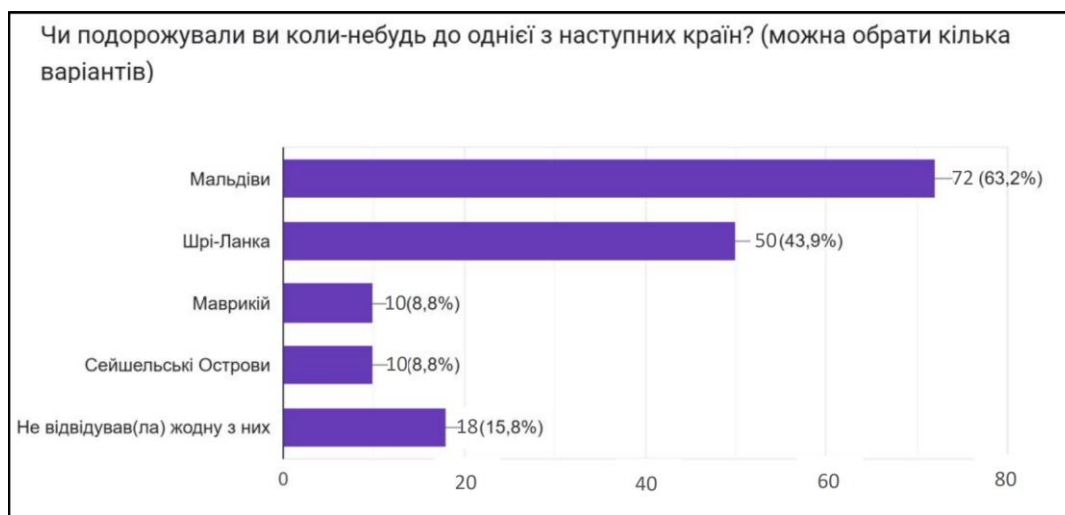


Рис. 3.3.1 Відповіді клієнтів щодо подорожей до зазначених країн

Як видно з результатів, найбільша частка опитаних (63,2%) **відвідувала Мальдівські Острови**, що підтверджує їх стабільну популярність та лідируючі позиції серед екзотичних напрямків у структурі попиту. **Шрі-Ланку відвідали 43,9% респондентів**, що також є високим показником для напрямку, який активно просувається оператором Join UP! із вильотами з Кишинева.

Натомість **Маврикій та Сейшельські Острови вказали по 8,8% опитаних**, однак у структурі продажів агентства "Tours&Tickets" (м. Чернівці) реальні бронювання були зафіксовані лише по Маврикію. Що

стосується Сейшельських Островів, то туристичне агентство не реалізовувало тури до цієї дестинації у звітному періоді, отже, ймовірно, опитані респонденти здійснювали такі подорожі до початку співпраці з агентством або самостійно.

Також 15,8% респондентів зазначили, що **не подорожували до жодної з перелічених країн**, що свідчить про наявність сегменту потенційних споживачів, які лише розглядають екзотичні напрямки як майбутній туристичний вибір. Отримані дані підтверджують **високий рівень впізнаваності та сформованого попиту на Мальдівські Острови й Шрі-Ланку**, а також вказують на **необхідність активнішого просування менш доступних або нових для ринку напрямків, зокрема Сейшельських Островів і Маврикію**.

На основі результатів анкетування проаналізовано, з ким респонденти зазвичай подорожують, що дозволяє визначити основні форми туристичних практик серед клієнтів агентства "Tours&Tickets" (м. Чернівці) та адаптувати туристичні пропозиції відповідно до характеру подорожей (див. Рис. 3.3.2).

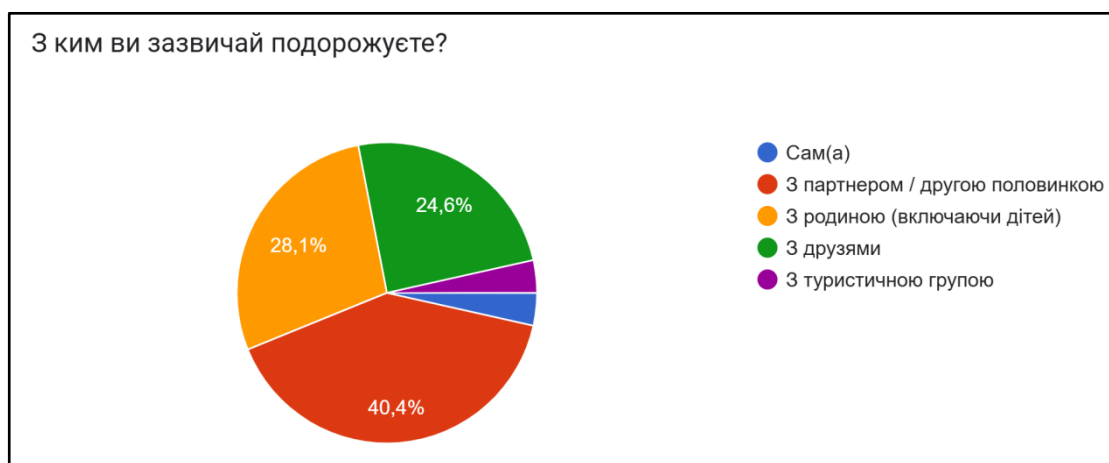


Рис. 3.3.2 З ким зазвичай подорожують клієнти туристичного агентства "Tours&Tickets"

Згідно з діаграмою, **найбільша частка опитаних (40,4%) подорожує з партнером або другою половинкою**, що свідчить про високу популярність парного туризму — формату, який є особливо актуальним для екзотичних напрямків, зокрема Мальдів, Шрі-Ланки та Маврикію. **28,1% респондентів обирають подорожі з родиною, включаючи дітей**, що вказує на потребу в

сімейно орієнтованих турах із відповідною готельною інфраструктурою та умовами проживання.

24,6% учасників опитування зазвичай подорожують з друзями, що характерно для молодіжного та активного відпочинку, де цінуються спільні враження, екскурсійна програма або розважальні локації. Натомість **лише 3,4% респондентів зазначили, що подорожують самотійно, а 3,5% — у складі туристичних груп**. Це свідчить про **низьку популярність індивідуальних подорожей без супроводу**, а також обмежений попит на організовані групові тури серед клієнтів агентства, які надають перевагу більш гнучким і персоналізованим варіантам відпочинку.

Загалом отримані результати вказують на **домінування подорожей — у супроводі партнера, родини або друзів**, що вимагає від туристичного агентства відповідної адаптації туристичного продукту. Особливо це актуально для екзотичних напрямків, де клієнти очікують високого рівня комфорту, приватності та можливості формування туру відповідно до власних побажань щодо тривалості, готелю, харчування та логістики.

З метою з'ясування структури туристичних груп, що включають дітей, респондентам було запропоновано відповісти на запитання щодо досвіду подорожей з дітьми до екзотичних країн (див. Рис. 3.3.3). Цей показник є важливим для аналізу попиту на сімейно орієнтовані тури, а також для розуміння бар'єрів, що можуть впливати на рішення здійснювати далекі подорожі у складі родини.



Рис. 3.3.3 Чи подорожують клієнти туристичного агентства "Tours&Tickets" з дітьми

Згідно з результатами опитування, **лише 19,3% респондентів мали досвід подорожі з дітьми до екзотичних країн**, що свідчить про відносно обмежене поширення такого типу відпочинку серед клієнтів агентства. **Більшість опитаних (54,4%) зазначили, що не подорожували з дітьми**, що може бути зумовлено низкою факторів: високою вартістю турів, логістичними складнощами, тривалими перельотами або небажанням ризикувати комфортом дитини під час перебування в тропічному кліматі.

Водночас **26,3% респондентів зазначили, що планують подорож із дітьми в майбутньому**, що вказує на наявність перспективного сегмента попиту. Цей результат свідчить про необхідність подальшого розвитку та просування сімейних турів до екзотичних дестинацій, з урахуванням спеціалізованої інфраструктури готелів, адаптованого трансферу та дитячих сервісів, які формують комфортні умови для всієї родини.

Одним із ключових запитань анкети було визначення найпривабливішого напрямку для екзотичної подорожі серед запропонованих варіантів (див. Рис. 3.3.4). Це дозволяє оцінити рівень сформованого попиту, іміджеву привабливість кожної дестинації та орієнтири майбутньої комунікаційної стратегії туристичного агентства.

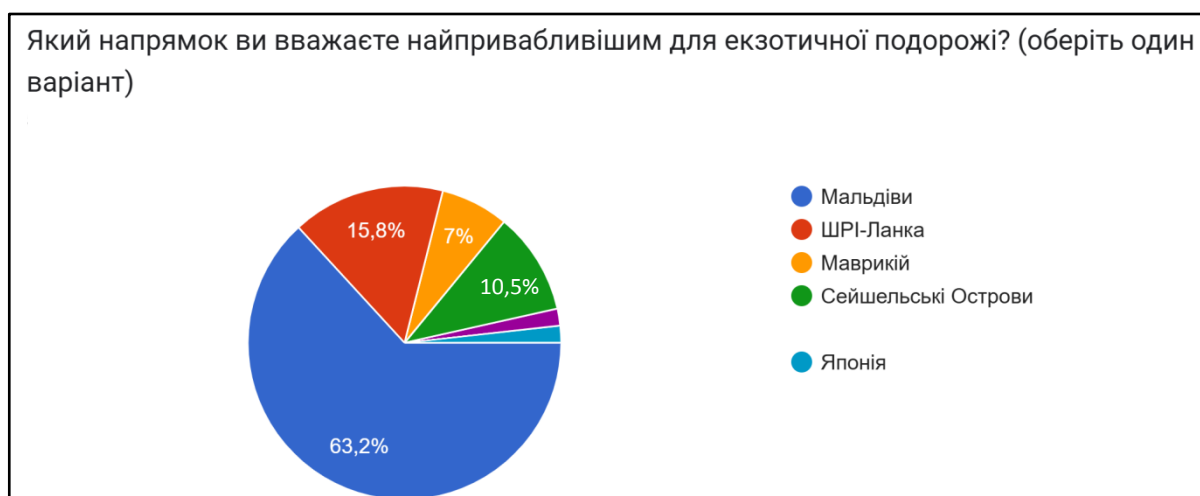


Рис. 3.3.4 Напрями, які респонденти вважають найбільш привабливими для екзотичного відпочинку

Згідно з результатами опитування, **абсолютну перевагу отримали Мальдівські Острови**, які вважають найбажанішим екзотичним напрямком **63,2%** респондентів. Такий високий показник підтверджує **стійке позиціонування Мальдів як символу тропічного раю з ексклюзивним сервісом, приватними віллами, високим рівнем безпеки та розвиненою туристичною інфраструктурою**. Це також узгоджується з фактичними показниками продажів агентства та загальною структурою бронювань.

На другому місці за привабливістю опинилася **Шрі-Ланка**, яку обрали **15,8%** опитаних. Вона приваблює туристів різноманітністю — поєднанням пляжного, культурного та екскурсійного туризму, більш доступною ціною та довшими програмами перебування.

Відносно помірну привабливість мають **Сейшельські Острови (10,5%) та Маврикій (7%)**, що свідчить про їх сприйняття як елітних або маловідомих напрямків, доступ до яких ускладнений високою вартістю, складною логістикою або низькою обізнаністю туристів. Також 1,8% респондентів вказали Японію як бажаний напрямок, що хоч і не входить до переліку індійськоокеанських острівних країн, проте свідчить про зацікавленість у нетипових екзотичних DESTINATIONAХ з яскравою культурною складовою.

Отримані результати демонструють домінування Мальдів як ключового екзотичного продукту, але водночас вказують на наявність нішевого попиту на альтернативні напрямки, які можуть бути активізовані через цільове просування, цінові акції та індивідуалізовані пропозиції.

Для виявлення інтенсивності звернення до екзотичного туризму було проаналізовано відповіді респондентів на запитання про кількість подорожей до екзотичних країн за останні п'ять років (див. Рис. 3.3.5). Цей показник дозволяє оцінити рівень туристичної активності клієнтів агентства та ступінь сталості попиту на відповідні напрямки.

Згідно з результатами опитування, **найбільші частки респондентів (по 33,3%) подорожували один раз або два-три рази**, що свідчить про стійкий

інтерес до екзотичних DESTИНАЦІЙ, навіть в умовах зовнішніх обмежень — воєнного стану та складної авіаційної логістики. Така частота також підтверджує, що екзотичні тури не є епізодичним явищем, а входять до регулярного туристичного досвіду значної частини клієнтів.



Рис. 3.3.5 Частота подорожей респондентів до екзотичних країн за останні п'ять років

Водночас **22,8% опитаних здійснювали подорожі до екзотичних країн чотири або більше разів**, що вказує на наявність активного сегмента туристів, які є лояльними споживачами відповідного туристичного продукту. Ця група є особливо важливою для агентства з огляду на їх високу вірогідність повторних бронювань, потребу в індивідуальних рішеннях та орієнтацію на преміальні умови відпочинку.

Натомість лише **10,5% респондентів не подорожували до екзотичних країн у зазначений період**, що свідчить про обмежений, але наявний потенціал розширення клієнтської бази за рахунок залучення нових туристів. Це також формує підґрунтя для інформаційних кампаній, спрямованих на **усунення бар'єрів до першої подорожі** — зокрема, шляхом просування акційних пропозицій, популяризації нових напрямків та підвищення обізнаності про переваги екзотичного відпочинку.

У межах анкетування респондентам було запропоновано вказати, якому типу відпочинку вони надають перевагу під час подорожі до екзотичних DESTИНАЦІЙ (див. Рис. 3.3.6). Це дозволяє виявити провідні мотивації туристів і сформулювати уявлення про найбільш затребувані туристичні продукти.

Згідно з результатами опитування, **майже половина респондентів (47,4%) обирають пляжний відпочинок**, що підтверджує домінування класичних курортних мотивацій у структурі попиту.

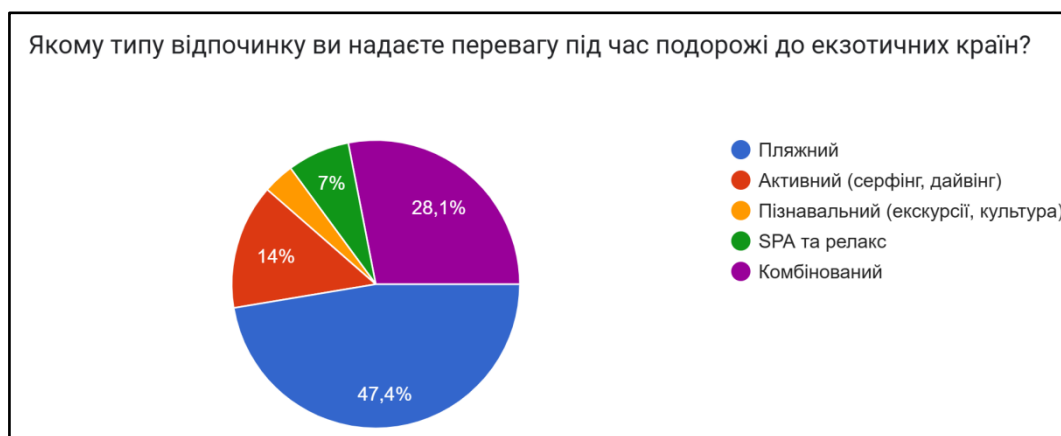


Рис. 3.3.6. Розподіл респондентів за типом відпочинку, якому вони надають перевагу під час подорожей до екзотичних країн

Це цілком узгоджується з особливостями екзотичних країн, які асоціюються з морськими лагунами, білосніжними пляжами, тропічним кліматом і можливістю повного релаксу. Пляжний відпочинок часто не потребує складної логістики чи насиченої програми, тому залишається базовою формою дозвілля для більшості туристів.

На другому місці за популярністю — **комбінований відпочинок (28,1%)**, який поєднує елементи пляжного, екскурсійного, активного чи оздоровчого дозвілля. Це свідчить про **поступове зростання запиту на різноманітність у межах одного туру**, а також про бажання клієнтів ефективно поєднувати пасивне відновлення з новими враженнями.

Інші види відпочинку мають менш виражене представлення. Зокрема, **активний відпочинок (серфінг, дайвінг) обрали 14% респондентів, а пізнавальний туризм (екскурсії, культура) — 7%**. Така структура свідчить про нішевий характер цих форматів, які приваблюють переважно туристів зі специфічними інтересами або досвідом. **SPA та релакс обрали також 7%** учасників, що вказує на стабільний, але обмежений сегмент оздоровчого попиту.

Загалом результати демонструють, що перевага надається варіантам

відпочинку, які забезпечують спокій, комфорт і естетичне задоволення, з тенденцією до зростання інтересу до комбінованих турів, що відкриває перспективи для розширення спектра пропозицій у межах одного пакету. Це вимагає від агентства гнучкості у формуванні індивідуальних маршрутів і глибшої сегментації цільової аудиторії.

Одним із важливих аспектів дослідження споживчої поведінки клієнтів туристичного агентства "Tours&Tickets" було виявлення пріоритетів під час прийняття рішення щодо бронювання екзотичного туру (див. Рис. 3.3.7). Респондентам було запропоновано обрати до двох найважливіших критеріїв, які визначають їхній вибір.



Рис. 3.3.7. Найважливіші фактори для респондентів при виборі туру до екзотичних країн

Згідно з результатами, **найвпливовішим фактором є ціна туру, яку зазначили 68,4% опитаних.** Це свідчить про високу цінову чутливість клієнтів, навіть у сегменті екзотичного туризму, який зазвичай асоціюється з преміальними витратами. Таким чином, доступність пропозиції та її співвідношення з очікуваним рівнем сервісу залишаються критично важливими умовами формування попиту.

Другим за важливістю критерієм є **природа та клімат дестинації, що зазначили 61,4% респондентів.** Це вказує на очікування унікального природного середовища, теплого клімату, мальовничих пляжів та умов для

релаксу, що є типовими уявленнями про екзотичний відпочинок. **Безпека країни** посіла третю позицію (**47,4%**), що є особливо актуальним у контексті сучасних геополітичних викликів, пандемічних наслідків та загального прагнення туристів до передбачуваного та контрольованого середовища.

Також **45,6% респондентів назвали рівень сервісу** як ключовий чинник вибору, що свідчить про зростання вимог до якості обслуговування та очікування високого стандарту послуг під час подорожі. Менш значущими, але все ж релевантними факторами стали **відсутність візових бар'єрів або зручність перельоту (22,8%)**, а також **наявність дитячої інфраструктури (10,5%)**, що актуально переважно для сімей з дітьми.

Отримані дані дозволяють стверджувати, що при виборі екзотичного напрямку туристи орієнтуються на оптимальний баланс між вартістю туру, природною привабливістю дестинації та гарантіями безпеки, тоді як додаткові умови (наявність віз, послуги для дітей) мають менший вплив і є важливими лише для окремих цільових груп. Це має бути враховано при формуванні туристичного продукту й комунікації з клієнтами.

З метою з'ясування платоспроможності клієнтів та орієнтовного бюджету, який вони готові витратити на екзотичні подорожі, респондентам було запропоновано вказати типову суму витрат на одного туриста (див. Рис. 3.3.8).



Рис. 3.3.8. Розмір звичайних витрат респондентів на тур до екзотичної країни (за одного туриста)

Це дозволяє оцінити цінові очікування споживачів і співвіднести їх із фактичними пропозиціями на ринку, а також визначити домінуючі цінові сегменти, у межах яких формується попит на тури до островних держав Індійського океану.

Аналіз витрат респондентів на тури до екзотичних країн показав, що **основна частина туристів витрачає від 1000 до 3000 доларів США за одного туриста**, причому **36,8% обирають сегмент 1000–2000 \$**, і така ж частка — **2000–3000 \$**. Це свідчить про орієнтацію більшості клієнтів на середній ціновий сегмент, який дозволяє отримати якісний сервіс за помірну ціну.

Лише 12,3% витрачають до 1000 \$, що вказує на обмеженість бюджетних турів у категорії екзотичного відпочинку, тоді як **14% респондентів готові витратити понад 3000 \$**, що формує нішу для преміального сегмента. Загалом результати підтверджують, що попит на екзотичні напрямки має фінансово спроможну основу, а структура витрат є важливим орієнтиром для формування турпродукту.

Одним із важливих елементів дослідження стало з'ясування намірів клієнтів щодо майбутнього вибору екзотичної дестинації, що дозволяє прогнозувати динаміку попиту та виявити напрями з найвищим потенціалом для подальшого просування (див. Рис. 3.3.9).



Рис. 3.3.9. Плани респондентів щодо вибору екзотичного напрямку для наступної подорожі

Результати опитування показали, що **Мальдівські Острови** залишаються **беззаперечним лідером вибору**, адже їх планують обрати **52,6% респондентів**. Такий показник підтверджує **високий рівень задоволеності попереднім досвідом відпочинку на Мальдівах** і стійкий імідж цієї дестинації як комфортного, ексклюзивного й романтичного напрямку.

Шрі-Ланку обрали 24,6% опитаних, що є свідченням стабільного інтересу до цього напрямку як до універсальної країни з поєднанням пляжного та пізнавального туризму. **Сейшельські Острови набрали 15,8%**, демонструючи зростаючу зацікавленість серед туристів, попри вищу вартість. **Маврикій зазначили лише 7%**, що свідчить про його нижчу впізнаваність та потребу в активнішій популяризації серед українських туристів.

Загалом діаграма ілюструє збереження орієнтації туристів на **вже знайомі, перевірені напрями**, з незначним, але перспективним інтересом до альтернативних екзотичних локацій. Це створює умови для розширення інформаційних кампаній, зміщення фокусу на менш популярні, але конкурентоспроможні ринки та підвищення їхньої туристичної привабливості.

Визначення соціально-демографічних характеристик респондентів є необхідною складовою для глибшого розуміння профілю споживачів туристичних послуг. Представлені діаграми ілюструють розподіл учасників анкетування за **віковими групами та статтю**, що дозволяє ідентифікувати основні цільові сегменти клієнтів агентства "Tours&Tickets" (див. Рис. 3.3.10).

Аналіз вікової структури показує, що **найчисельнішою категорією є молодь віком до 25 років (52,6%)**, що свідчить про активну участь молодих туристів у плануванні екзотичних подорожей, зокрема з метою відпочинку, розваг або святкування. **Вікова група 25–34 роки** посідає друге місце з часткою **24,6%**, що також свідчить про високу туристичну активність серед

молодих сімей або працюючих професіоналів. **35–44 роки** — **15,8%**, тоді як вікові групи **45 років і старше** в сукупності становлять лише близько **7%**, що вказує на значно нижчу представленість старших вікових категорій у цьому сегменті.

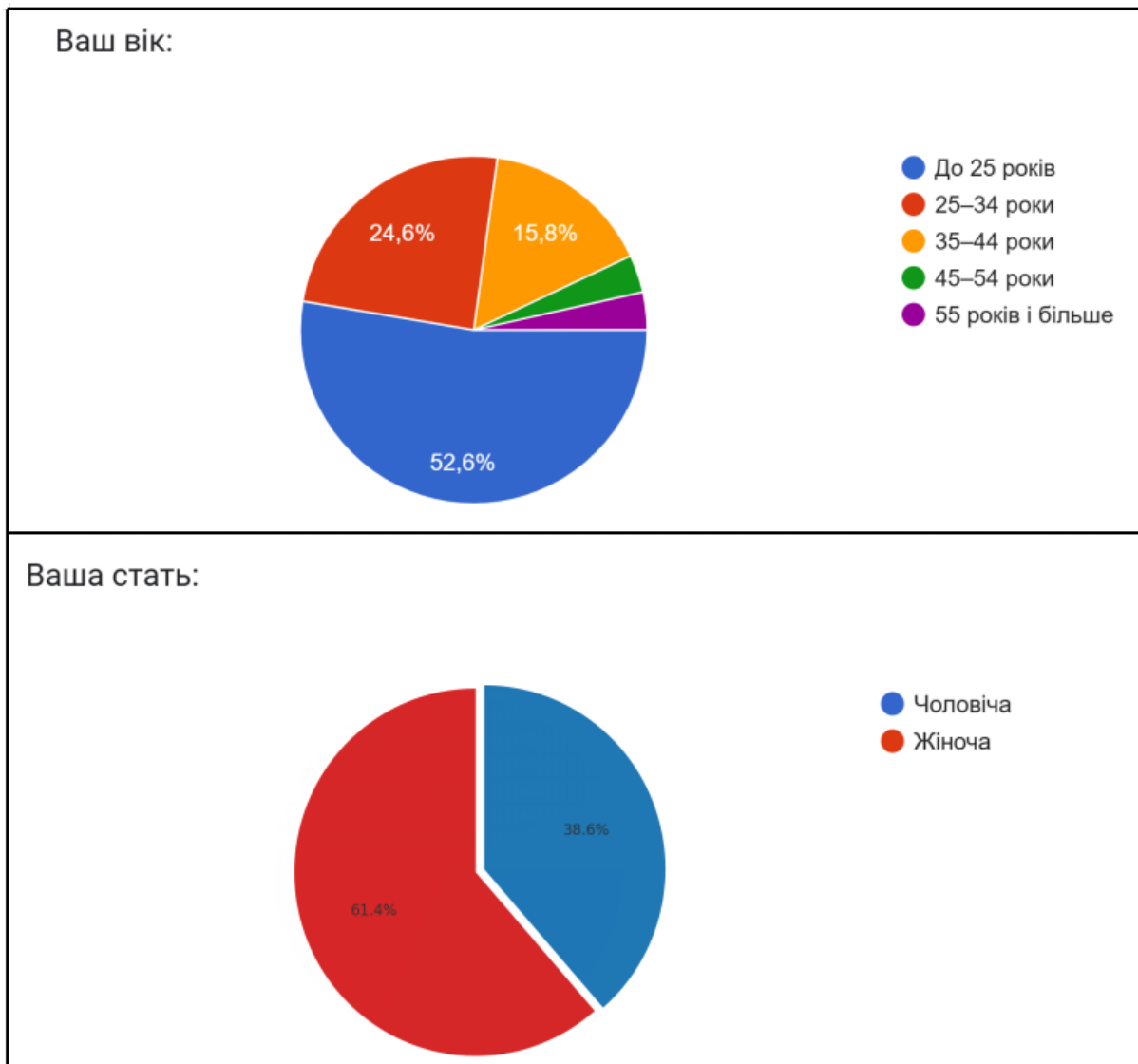


Рис. 3.3.10 Структура респондентів за віковими групами та статтю

Щодо статевого розподілу, **переважну частину опитаних становлять жінки** — **61,4%**, у той час як **чоловіки** — **38,6%**. Така диспропорція може свідчити про **більшу ініціативність жінок у плануванні туристичних подорожей**, особливо в межах сімейних або парних поїздок, а також активнішу участь жінок у виборі туристичних напрямків та оформленні бронювань.

Отже, проведене анкетування клієнтів туристичного агентства

"Tours&Tickets" у місті Чернівці дозволило всебічно охарактеризувати структуру споживчого попиту на екзотичні тури, виокремити ключові мотиваційні чинники при виборі напрямку, визначити популярні формати подорожей та рівень платоспроможності туристів. Отримані результати свідчать про стійке лідерство Мальдівських Островів як найбільш впізнаваного та бажаного напрямку, що корелює з фактичними обсягами продажів агентства. Значний інтерес також демонструють Шрі-Ланка й, меншою мірою, Сейшельські Острови та Маврикій, які потребують цільового просування через високі витрати чи слабку інформованість туристів.

Аналіз соціально-демографічного профілю респондентів підтверджує, що основну частину клієнтів становлять молоді особи до 35 років, серед яких переважають жінки. Домінуючими моделями подорожей є поїздки з партнером або родиною, що формує попит на індивідуалізовані туристичні продукти з належним рівнем сервісу, безпеки та комфорту. Водночас лише незначна частина опитаних подорожувала самотійно або у складі туристичних груп, що свідчить про переважання індивідуального та парного туризму в сегменті екзотичних напрямків.

Важливим є також виявлення фінансових очікувань туристів: більшість респондентів орієнтуються на витрати в межах 1000–3000 доларів США, що дозволяє формувати тури середнього цінового сегменту із гнучкими параметрами. Серед основних критеріїв вибору туру виділяються ціна, природні характеристики дестинації, рівень безпеки та сервісу, що має слугувати орієнтиром для удосконалення комунікаційної стратегії агентства.

Загалом результати анкетування засвідчили високу лояльність клієнтів до перевірених екзотичних напрямків, одночасно демонструючи наявність зацікавленості у нових країнах за умови належної інформованості та економічної доступності. Отримані дані мають значну практичну цінність для розробки ефективних маркетингових інструментів, розширення цільових сегментів і стратегічного планування діяльності агентства "Tours&Tickets" у сфері екзотичного туризму.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було всебічно охарактеризовано острівні держави Індійського океану як перспективні екзотичні дестинації для українського туристичного ринку. Встановлено, що розвиток інтересу до подорожей у далекомагістральному напрямку, зокрема до Мальдів, Шрі-Ланки, Маврикію та Сейшельських Островів, є обґрунтованою тенденцією в умовах трансформації туристичних уподобань українців. Ці країни поєднують у собі унікальні природні ресурси, привабливий клімат, розвинену рекреаційну інфраструктуру та широкий спектр туристичних послуг, що забезпечує їхню стабільну конкурентну позицію на глобальному туристичному ринку.

У ході виконання роботи:

1. Розкрито сутність, структуру та особливості сегментації туристичного ринку, а також визначено місце екзотичних напрямів у його структурі. Було встановлено, що екзотичний туризм формує окрему стратегічну нішу в системі пропозиції турів, орієнтовану переважно на середньо- та високодохідні групи споживачів. Такий туризм характеризується специфічними вимогами до сервісу, логістики, кліматичних переваг і безпеки, що підтверджується структурою споживчого попиту, виявленого в результаті анкетування.

2. Обґрунтовано теоретичні засади дослідження туристичного ринку та застосування відповідних методів аналізу. У роботі застосовано поєднання загальнонаукових (аналіз, синтез, узагальнення), прикладних (порівняльний, графоаналітичний, анкетування) та емпіричних методів, що дозволило всебічно охопити як кількісні, так і якісні аспекти об'єкта дослідження. Використання статистичних та соціологічних інструментів сприяло об'єктивності оцінок і глибшому розумінню споживчих преференцій.

3. Охарактеризовано туристичний потенціал острівних держав Індійського океану. Дослідження виявило, що зазначені країни володіють значними природно-рекреаційними ресурсами, розвиненою інфраструктурою

та високим рівнем сервісу. Мальдівські Острови — найпопулярніший напрямок з точки зору українських туристів, Шрі-Ланка — універсальна країна з пляжним і культурним відпочинком, а Республіка Маврикій та Сейшельські Острови — менш популярні, але перспективні через свою елітність та природну унікальність.

4. Проаналізовано пропозиції українських туроператорів щодо екзотичних напрямів та виявлено основні тенденції попиту. Встановлено, що ключовими операторами на ринку екзотики є Join UP!, TPG, Kompas, Coral Travel та ін. Їхні цінові пропозиції та логістичні рішення суттєво варіюються. Було побудовано порівняльні діаграми для демонстрації цін на наземне обслуговування та пакетні тури, що дозволило ідентифікувати найбільш вигідні та доступні варіанти для клієнтів.

5. Досліджено особливості авіатранспортного забезпечення турів: авіалінії та маршрути. Проаналізовано як регулярні, так і чартерні рейси, що забезпечують сполучення з острівними країнами. В умовах заборони на польоти з території України туроператори організовують тури з вильотами з Польщі, Румунії, Молдови. Співпраця з авіакомпаніями SkyUp, HiSky, LOT, Turkish Airlines, Qatar Airways та ін. сприяє підтриманню туристичного потоку навіть у міжсезоння.

6. Здійснено аналіз реалізації турів у туристичному агентстві "Tours&Tickets". Продажі агентства підтвердили популярність Мальдівських Островів та Шрі-Ланки серед клієнтів, при цьому зафіксовано перші заявки до Маврикію. Сейшельські Острови залишаються поза активним попитом через високу ціну. Аналіз продажів дозволив виявити туроператорів, готелі та маршрути, які формують основний обсяг реалізованих турів.

7. Проведено анкетування клієнтів туристичного агентства, що дозволило встановити фактори впливу на вибір екзотичних напрямів. У дослідженні взяли участь багато респондентів. Було визначено, що більшість клієнтів — жінки віком до 35 років, які подорожують у парі або з родиною. Основні чинники вибору — співвідношення ціни та якості, сервіс,

унікальність місцевості та клімат. Цінова межа більшості бронювань становить 1000–3000 доларів США.

Серед позитивних аспектів, виявлених у ході дослідження, варто відзначити високу здатність туристичних агентств оперативно адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Попри обмеження, пов'язані з воєнним станом та заборобою на авіасполучення з території України, агентства ефективно реалізували альтернативні логістичні схеми через міжнародні аеропорти, зокрема в Польщі, Румунії, Молдові. Активний розвиток партнерств з іноземними туроператорами, гнучке ціноутворення, використання сучасних цифрових систем бронювання та CRM-рішень сприяли збереженню стабільного попиту на екзотичні напрямки. Крім того, було зафіксовано підвищений інтерес клієнтів до персоналізованих турів, зростання довіри до агентських послуг та готовність споживачів інвестувати в якісний сервіс.

Серед наявних викликів та обмежень варто виокремити низку факторів, що стримують розширення екзотичного туризму на українському ринку. Насамперед, це відсутність прямих чартерних авіарейсів з України до розглянутих країн, що зумовлює збільшення тривалості та вартості подорожей. Окремі напрями — зокрема Сейшельські Острови — залишаються доступними лише для вузького кола фінансово спроможних туристів через високий поріг входу. Крім того, дослідження виявило обмежену поінформованість потенційних клієнтів щодо таких напрямків, як Маврикій чи Сейшели, що потребує активнішої маркетингової комунікації та просвітницької роботи зі сторони агентств.

Отже, острівні держави Індійського океану — є конкурентоспроможними та перспективними напрямками на глобальному й українському туристичному ринку. Вони поєднують у собі унікальне поєднання природної привабливості, високого рівня сервісу та культурної самобутності, що формує стійкий інтерес з боку туристів, орієнтованих на якісний, безпечний та незабутній відпочинок. За умови ефективного

просування та логістичного супроводу ці дестинації можуть і надалі зберігати свою привабливість та стимулювати розвиток екзотичного туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. – К.: "Палітра", 1997. – 130 с.
2. Гаврилюк Н.М. Сутність та особливості туристичного ринку // Науковий вісник Херсонського державного університету. - 2014. - № 2. - С. 44-47.
3. Географія і природа Шрі-Ланки. *Шрі-Ланка - край світу*. URL: https://shrilanka1996.blogspot.com/p/blog-page_69.html (дата звернення: 27.05.2025).
4. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія. Одеса : Астропринт, 2013. 303 с.
5. Готнтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник. Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
6. Клімат Шрі-Ланки, погода в Шрі-Ланці. URL: <https://turne.ua/ua/countries/shri-lanka/climate> (дата звернення: 27.05.2025).
7. Лущик М. В., Витрикуш П. М. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТЕОРЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct67-23> (дата звернення: 09.04.2025).
8. Любіцева О. О. Територіальна організація національного туризму як проблема активізації туристичного бізнесу. Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу : міжнародна науково-практична конференція 22–23 травня 2008 р. : тези доповідей. Харків, 2008. С. 46–49. 5
9. Мальська М. П., Антонов Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
10. Офіційний сайт туристичного оператора ALF. URL: <https://alf.ua/>.
11. Офіційний сайт туристичного оператора Alliance. URL: <https://alliance.ua/>.

12. Офіційний сайт туристичного оператора Anex Tour. URL: <https://www.anextour.com.ua/>.
13. Офіційний сайт туристичного оператора Aristeya. URL: <https://aristeya.com.ua/>.
14. Офіційний сайт туристичного оператора Center. URL: <https://www.cntr.com.ua/>.
15. Офіційний сайт туристичного оператора Coral Travel. URL: <https://www.coraltravel.ua/uk/>.
16. Офіційний сайт туристичного оператора Join Up!. URL: <https://online.joinup.ua/>.
17. Офіційний сайт туристичного оператора Siesta. URL: <https://online.siesta.kiev.ua/>.
18. Офіційний сайт туристичного оператора Tez Tour. URL: <https://www.teztour.ua/>.
19. Офіційний сайт туристичного оператора TPG. URL: <https://www.tpg.ua/>.
20. Офіційний сайт туристичного оператора TravelOn. URL: <https://travelon.to/book/dashboard/index>.
21. Офіційний сайт туристичного оператора Компас. URL: <https://kompastour.com/ua/ukr/>.
22. Офіційний сайт туристичного оператора Обіта. URL: <https://orbita.ua/>.
23. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp12.htm (дата звернення: 27.05.2025).
24. Сегментація ринку в туризмі. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/books_ukr/mark_tur06.htm (дата звернення: 27.05.2025).

25. Школа І.В. Маркетинг в туризмі: Навч. посіб. - К.: ЦНЛ, 2008. - 304 с.
26. About MTPA – Mauritius. Mauritius Now. URL: <https://mauritiusnow.com/mtpa/> (дата звернення: 25.04.2025).
27. An Overview of the Maldives Tourism Industry in 2024. TRAVELTRADEMALDIVES.COM. URL: <https://www.traveltrademaldives.com/an-overview-of-the-maldives-tourism-industry-in-2024/> (дата звернення: 25.04.2025).
28. Association des Hôteliers et Restaurateurs de l'île Maurice (AHRIM). Annual Report 2023 [Електронний ресурс] / AHRIM. – Port Louis, 2023. – 84 с. – Режим доступу: https://www.ahrim.mu/wp-content/uploads/2023/10/HD-WEB-AHRIM_AR-2023_SPREAD.pdf.
29. Community Resilience Partnership Program Trust Fund Annual Report 2023. Manila, Philippines : Asian Development Bank, 2024. URL: <https://doi.org/10.22617/tcs240287-2> (дата звернення: 19.04.2025).
30. Contributors to Wikimedia projects. Geography of the Maldives - Wikipedia. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Geography_of_the_Maldives (дата звернення: 27.05.2025).
31. Economic Development Board Mauritius. Tourism Sector Performance – April 2024 [Електронний ресурс] / EDB Mauritius. – 2024. – Режим доступу: <https://edbmauritius.org/newsletter2024/april/tourism.html>.
32. Geographic location of the Seychelles | Seychelles Map | Seychelles Travel Guide. Seyvillas.com. URL: <https://www.seyvillas.com/en/guide/at-a-glance/geographic-location> (дата звернення: 27.05.2025).
33. Gray R. The Maldives is getting a £620million airport expansion - with huge new terminal. The Sun. URL: <https://www.thesun.co.uk/travel/29343946/airport-maldives-hanimaadhoo-expansion-passengers-stingray/> (дата звернення: 19.04.2025).

34. Halpern A. How a New Maldives Eco-Resort Is Returning Luxury to Its Roots. Condé Nast Traveler. URL: <https://www.cntraveler.com/story/how-a-new-maldives-eco-resort-is-returning-luxury-to-its-roots> (дата звернення: 12.04.2025).

35. Mauritius climate: average weather, temperature, rain, when to go. *Climates to Travel - world climate guide*. URL: https://www.climatestotravel.com/climate/mauritius#google_vignette (дата звернення: 27.05.2025).

36. Mauritius Geography | Mauritius | Landforms | Geography | People | Map. URL: <https://www.kids-world-travel-guide.com/mauritius-geography.html> (дата звернення: 27.05.2025).

37. Ministry of Tourism, Republic of Mauritius. Tourism Annual Report on Performance: FY 2023–2024 [Електронний ресурс] / Ministry of Tourism. – Port Louis, 2024. – 27 с. – Режим доступу: [https://tourism.govmu.org/Documents/publication/Tourism Annual Report on Performance FY 2023%20 2024.pdf](https://tourism.govmu.org/Documents/publication/Tourism%20Annual%20Report%20on%20Performance%20FY%2023%2024.pdf).

38. National Bureau of Statistics Seychelles - National Bureau of Statistics Seychelles. National Bureau of Statistics Seychelles. URL: <https://www.nbs.gov.sc/> (дата звернення: 11.04.2025).

39. Peiris G. H., Arasaratnam S. Sri Lanka | History, Map, Flag, Population, Capital, & Facts | Britannica. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/place/Sri-Lanka> (дата звернення: 27.05.2025).

40. Pioneering Community-Owned Tourism in the Maldives. GSTC. URL: <https://www.gstc.org/pioneering-community-owned-tourism-in-the-maldives/> (дата звернення: 11.04.2025).

41. Pocketbook Politics: The Impact of Wealth on Political Preferences and Participation / A. Brännlund та ін. Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research, 2024. URL: <https://doi.org/10.3386/w32777> (дата звернення: 15.04.2025).

42. Republic of Mauritius. Republic of Mauritius. URL: <https://govmu.org/EN/infoservices/environment/Pages/landforms.aspx> (дата звернення: 27.05.2025).

43. Seychelles climate: average weather, temperature, rain, when to go. Climates to Travel - world climate guide. URL: <https://www.climatestotravel.com/climate/seychelles> (дата звернення: 27.05.2025).

44. Seychelles Guide. Africa Travel Guide - Tours, safaris and Holidays. URL: <https://www.africaguide.com/country/seychel/> (дата звернення: 27.05.2025).

45. Seychelles Tourism Department Charts a Path to Sustainable Tourism with New Policy Framework. UN Tourism | Bringing the world closer. URL: <https://www.unwto.org/news/seychelles-tourism-department-charts-a-path-to-sustainable-tourism-with-new-policy-framework> (дата звернення: 15.04.2025).

46. Sri Lanka Tourism Development Authority. SLTDA. URL: <https://www.sltlda.gov.lk/en> (дата звернення: 12.04.2025).

47. Sri Lanka Tourism Development Authority. Year in Review 2024 [Електронний ресурс] / Sri Lanka Tourism Development Authority. – Colombo, 2024. – 70 с. – Режим доступу: https://www.sltlda.gov.lk/storage/common_media/Year_In_Review_2024_Final_2024_Jan-Dec1.pdf.

48. Sri Lanka Tourism: The Way Forward for Resilient, Inclusive, and Sustainable Development" - Ceylon Digest. Ceylon Digest. URL: https://www.ceylondigest.com/tourism-paves-the-way-for-resilient-inclusive-and-sustainable-tourism-development/#google_vignette (дата звернення: 12.04.2025).

49. The Editors of Encyclopaedia Britannica. Maldives | History, Points of Interest, Location, & Tourism | Britannica. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/place/Maldives> (дата звернення: 27.05.2025).

50. UNESCO World Heritage Centre. Aldabra Atoll URL: <https://whc.unesco.org/en/list/185/> (дата звернення: 21.04.2025).
51. UNESCO World Heritage Centre. Sacred City of Anuradhapura URL: <https://whc.unesco.org/en/list/261/> (дата звернення: 21.04.2025).
52. UNESCO World Heritage Convention. URL: <https://whc.unesco.org/en/soc/2501/> (дата звернення: 21.04.2025).
53. UNESCO World Heritage Convention. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/1259/>. (дата звернення: 25.04.2025).
54. What is Markets ? URL: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/markets> (дата звернення: 09.04.2025).
55. World Bank. Overview. URL: <https://www.worldbank.org/en/country/maldives/overview> (дата звернення: 25.04.2025).

ДОДАТКИ

Топ-десять провідних країн, громадяни яких відвідали Мальдівські Острови у 2023 році



Джерело:[27]

Динаміка кількості туристів за країнами походження до Шрі-Ланки у 2023–2024 роках

Країна походження	2024	2023
Індія	416 974	302 844
російська федерація	201 920	197 498
Сполучене Королівство	178 339	130 088
Німеччина	136 084	102 539
Китай	131 681	73 788
Австралія	89 573	67 436
Франція	88 772	56 251
Сполучені Штати Америки	59 532	46 344
Нідерланди	50 116	29 056
Мальдівські О-ви	47 222	37 328
Інші	653 252	444 131
Усього	2 053 465	1 487 303

Джерело: [48]

Динаміка авіаційних прибуттів туристів до Маврикію за країнами походження у 2022–2024 роках

Країна походження	Прибуття туристів авіаційним транспортом	
	2022–2023 рік	2023–2024 рік
Франція	292 153	327 740
Сполучене Королівство	147 764	148 752
Острів Реюньйон	119 285	135 936
Німеччина	107 274	111 015
Південно-Африканська Республіка	99 628	105 167
Індія	49 159	54 915
Швейцарія	32 992	34 669
Італія	28 793	29 684
російська федерація	12 432	26 190
Саудівська Аравія	24 794	21 312
Усього	914 274	995 380

Джерело: [37]

Топ-десять провідних країн, громадяни яких відвідали Сейшельські Острови у 2023 році

Країна проживання	2023
Німеччина	44 772
Франція	44 537
російська федерація	31 180
Велика Британія	21 646
Італія	18 619
Швейцарія	15 350
Австрія	8 184
Польща	6 888
Угорщина	5 167
Чехія	5 065
Інші	149 471

Джерело: [38]

Основні курорти та послуги, що пропонують українські туроператори

Туроператор	Країни та основні курорти	Послуги
Coral Travel	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Ронд, Силует, Нор, Дерош, Сьор, Кузін, Лабріз та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Коломбо, Пасікуда, Калутара, Хіккадува, Унаватуна, Бентона, Коггала	1) Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 2) Наземне обслуговування (готель + Green Tax), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 3) Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 4) Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування
Tez Tour	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Дерош та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Бентота, Негомбо, Хіккадува, Велігама.	1) Наземне обслуговування (готель + трансфер), додаткові послуги: мед. страхування. 2) Наземне обслуговування (готель + Green Tax + трансфер), додаткові послуги: мед. страхування. 3) Наземне обслуговування (готель + трансфер), додаткові послуги: мед. страхування. 4) Наземне обслуговування (готель + трансфер), додаткові послуги: мед. страхування.
Компас	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Іден, Ронд, Платт та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Коломбо, Пасікуда, Калутара, Хіккадува, Унаватуна, Бентона, Коггала.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax + трансфер), додаткові послуги: мед. страхування. 3) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги:

		трансфер, мед. страхування. 4) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування.
Alliance	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: О-ви Мае, Серф, Дерош, Праслін, Ла-Діг, Силует. 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Пасікуда, Бентона, Хіккадува, Унаватуна, Коггала.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax), додаткові послуги: мед. страхування, трансфер. 3) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 4) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування.
Aristeya	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: о-ви Мае, Серф, Праслін, Ла-Діг, Силует, Дерош, Платт 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Пасікуда, Калутара, Хіккадува, Унаватуна, Бентона, Коггала.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax), додаткові послуги: мед. страхування, трансфер. 3) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 4) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування

		(готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування.
ALF	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Ронд, Платт, Силует, Нор та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Пасікуда, Калутара, Хіккадува, Унаватуна, Бентона, Коггала.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 3) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 4) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер
Join UP!	1) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 2) <i>Шрі-Ланка</i>: Коломбо, Пасікуда, Калутара, Хіккадува, Унаватуна, Бентона, Коггала.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax + трансфер + мед. страхування) 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер.
TPG	1) <i>Маврикій</i>: Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови</i>: Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови</i>: о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Ронд, Силует, Нор, Дерош, Сьор, Лабріз та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка</i>: Пасікуда, Калутара, Хіккадува, Унаватуна, Бентона, Коггала.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 3) Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: немає. 4) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування

		(готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування.
Anex Tour	<i>Мальдівські Острови:</i> Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол.	Наземне обслуговування (готель + Green Tax + мед. страхування + трансфер), додаткові послуги: немає
TravelOn	<i>Мальдівські Острови:</i> Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Дхаалу Атол, Баа Атол.	Наземне обслуговування (готель + Green Tax + мед. страхування + трансфер), додаткові послуги: немає.
Center	1) <i>Маврикій:</i> Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови:</i> Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови:</i> о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Альфонс, Силует, Нор, Дерош, Сьор, Лабріз та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка:</i> Пасікуда, Калутара, Хіккадува.	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 2) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + Green Tax + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 3) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 4) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування.
Siesta	1) <i>Маврикій:</i> Гранд-Бей, Бель-Мар, Флік-ан-Флак, Блю-Бей. 2) <i>Мальдівські Острови:</i> Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Дхаалу Атол, Діффуші, Баа Атол. 3) <i>Сейшельські Острови:</i> о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Силует, Нор, Дерош, Сьор, Лабріз та Фелісіте. 4) <i>Шрі-Ланка:</i> Коломбо	1) Повний пакет туристичних послуг; Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 2) Наземне обслуговування (готель + Green Tax), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування. 3) Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 4) Наземне обслуговування (готель), додаткові послуги: трансфер, мед. страхування.

Орбіта	1) <i>Мальдівські Острови:</i> Атол Північний Мале, Атол Південний Мале, Арі Атол, Раа Атол, Маафуші, Лхавіяні Атол, Баа Атол. 2) <i>Сейшельські Острови:</i> о-ви Мае, Праслін, Ла-Діг, Силует, Дерош, Сьор, Лабріз та Фелісіте. 3) <i>Шрі-Ланка:</i> Коломбо	1) Наземне обслуговування (готель + Green Tax + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер. 2) Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: трансфер 3) Наземне обслуговування (готель + мед. страхування), додаткові послуги: немає.
---------------	---	--

Джерело: розроблено автором

**Авіакомпанії що здійснюють чартерні рейси до острівних держав
індійського океану**



**Авіакомпанії що здійснюють регулярні рейси до острівних держав
індійського океану**



CRM-система TAT

TOURS & TICKETS

Турсканер

Справи ⁵

Замовлення/Клієнти ²⁹¹

Звіти

Інфоцентр

+

🔍

🔔

⚙️

Тури

Чартери

Автобусні квитки

Авіаквитки

Готелі

Добірки

Колекції

Курси валют

Умови бронювання

Куди

Туреччина

Звідки

з Кишинєва ✕

Курорт або регіон

Пошук курортів ✕

☐ Анталійське узбережжя

☐ Егейське узбережжя

☐ Мармурове узбережжя

☐ Стамбул

☐ Центральна Туреччина

Зірки

2* 3* 4* 5*

Рейтинг за відгуками 4-х сайтів

5 6 7 8 9+

Готелі

Пошук готелю ✕

☐ 10 Karakoy Istanbul 5* Стамбул, Бейоглу

☐ 1461 Hotel 4* Аланія

☐ 2000 Kavaklidere Hotel 4* Анкара

☐ 212 Olympos 4* Кемер, Чирали

☐ 216 Ruby Suite 4* Стамбул, Малтепе

☐ 38 Hotel 4* Стамбул, Шішлі

☐ 7 Oda Kapadokya Cave House 4* Каппадокія, ...

☐ A Good Life Utopia Family Resort 5*/4* Аланія...

☐ A Royal Suites Hotel 4* Ерджієс

☐ A Suite Side 4*/2* Сіді, Мармарис

Фільтри

☐ аквапарк або гірки

☐ перша лінія

☐ друга лінія

☐ піщаний пляж

☐ піщано-гальковий пляж

☐ гальковий пляж

☐ готель для дорослих

☐ велика територія

☐ Спа або велнес-центр

Всі фільтри...

Дата початку

6 черв - 8 черв ✕

Тривалість, ночей

6 - 8

Харчування

ОВ ВВ НВ FB AI UAI

Дорослі

2

Діти

Додати

Оператор

Bci Mobseb MD Toco MD Travelon Travelon MD

Alf EU Alliance EU Aristeya Coral E.Line Tour

iTravel EU JoinUP! EU Kompas EU TPG Trendway

...

Ціна

Від До

UAH грн

Квитки

€ Під запит Немає

Номери в готелі

€ Під запит Немає

☐ Тільки прямі рейси

Код туру

➔

Знайти

🗑️ Очистити форму

🛒 Добірки (6)