

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення івент туру територією Бразилії та його
просування на ринку України»**

Студентки 4 курсу 18 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальності 242 «Туризм»,
освітньої програми «Міжнародний
туризм»

Васильєва
Анна Олегівна

(підпис)

Науковий керівник
к.геогр.н., доц.

Мазурець Роман
Русланович

(підпис)

Гарант освітньої програми
к.держ.упр., доцент

Кравцов Серій
Станіславович

(підпис)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

« »

2022 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Васильєвій Анні Олегівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення івент-туру територією Бразилії та його просування продукту на ринку України»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту івентивного туризму Бразилії та його просування на ринку України.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту івентивного туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти продукту івентивного туризму Бразилії та його просування на ринку України.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ

- 1.1. Теоретичний базис івентивного туризму
- 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку івентивного туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Бразилії для розвитку івентивного туризму

РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ БРАЗИЛІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи з просування туру на ринку України
- 2.3. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022- 25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022- 23.12.2022	23.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 10.02.2023	8.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023- 21.04.2023	20.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023- 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	1.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	12.06.2023

6. Дата видачі завдання «23» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Мазурець Р.Р.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ Васильєва А.О.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Васильєва Анна Олегівна, своєчасно закінчила випускну кваліфікаційну роботу відповідно до календарного плану. Зміст, структура та дизайн роботи відповідають всім вимогам. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі, були розглянуті концептуальні засади теоретико-прикладні засади формування продукту івентивного туризму. Було здійснено діагностику ринку івентивного туризму, була дана характеристика ресурсного потенціалу Бразилії для організації подієвого туризму

У другому розділі роботи авторка запропонувала власний проект туру у сфері івентивного туризму «Колорит Бразилії», розраховано його економічні показники, запропоновано заходи щодо його просування.

Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ та перевірено на плагіат.

Робота рекомендована до захисту в Екзаменаційній комісії

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Мазурець Р. Р..
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Васильєва А.О..
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С..
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І..
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТ- ТУРИЗМУ	9
1.1. Теоретичний базис івент туризму	9
1.2. Діагностика ринку івентивного туризму	16
1.3. Ресурсний потенціал Бразилії для розвитку івент туризму	22
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. . ПРОЄКТ ІВЕНТ ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БРАЗИЛІЇ	29
2.1. Розроблення маршруту та програми туру	29
2.2. Заходи та інструменти просування івент туру на ринку України.....	38
2.3. Економічне обґрунтування туру	44
Висновки до розділу 2	47
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	51

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туризм – одна з основних стабільних галузей економіки Бразилії. У міру її розвитку в країні паралельно розвивається транспортна інфраструктура, покращується екологічний стан навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств та рекреаційних зон, міська та комунальна інфраструктура. Проте ринок туризму дуже чутливий до криз різного походження, наприклад стихійних лих, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнних конфліктів, які в результаті призводять до погіршення ситуації всередині країни.

Івент – один з найбільш важливих мотиваційних чинників в туризмі. Івенти істотно впливають на розвиток і просування більшості туристських заходів. Роль івентів у туристичній діяльності є значною, адже навіть більшість туристичних ресурсів є вичерпними, а івентивна діяльність залежить лише від людського потенціалу, тому здатна суттєво підвищити конкурентоспроможність туристичних дестинацій. Івентний туризм як галузь економіки виник в науковій спільноті та в індустрії туризму в кінці ХХ століття. Тому даний напрям туристичної діяльності не забезпечений професійними кадрами в достатній мірі, адже на їх підготовку необхідне потужне наукове підґрунтя та навчальна база, які формуються десятиліттями.

Метою роботи є дослідження особливостей розроблення продукту івент туризму територією Бразилії та його просування на ринку України. Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких завдань:

- уточнити сутність та наукові засади івентивного туризму;
- провести діагностику ринку подієвого туризму;
- розглянути ресурсний потенціал Бразилії для розвитку івентивного туризму;
- розробити маршрут та програму туру територією Бразилії;
- обґрунтувати заходи просування івент туру на ринки України у післявоєнний період;
- зробити економічне обґрунтування туру.

Об'єктом дослідження виступає процес розроблення продукту івентивного туризму територією Бразилії та його просування на ринку України.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо процесу розроблення продукту івентивного туризму територією Бразилії та його просування на ринку України у післявоєнний період.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є логічно-діалектичні методи наукового пізнання, статистично-економічні, а також спеціальні методи, системного аналізу.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи є матеріали, що наведені в вітчизняній та закордонній літературі, законодавчих та нормативних актах, статистичні дані Державної служби статистики України

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що івентивний туризм може стати перспективним напрямком для Бразилії, адже унікальні тури, які поєднують традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах, поступово завойовують все більшу популярність у всіх країнах світу. Якщо сформувати широкий асортимент івент турів, у тому числі для українців, можна буде розраховувати на високий попит. Окрім того, позитивним наслідком стане приплив валюти від іноземного туризму, що має надзвичайне значення для покращення інфраструктури держави.

Структура та обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел та викладень на 58 сторінках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ІВЕНТ-ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис івент туризму

Івентивний туризм - це швидкорослий сегмент індустрії подорожей, котрий щороку приваблює мільйони туристів по всьому світі. За даними Всесвітньої Туристичної Організації являється однією з найбільш бурхливих галузей туристичної індустрії. Івент являється свого роду мотиваційним інструментом в туризмі. Івенти залишають суттєві відбитки на розвитку та просуванню великої кількості туристських заходів. Слід зазначити, що подієвий туризм є особливим видом туризму, оскільки він є не вичерпним за змістом.

Практично будь-яка територія, будь місто, використовуючи креативний потенціал мешканців і зацікавлених осіб, в якості яких можуть виступати органи влади, бізнесмени, ініціативна група молодиків мають змогу організувати захід подієвого характеру того чи іншого рівня охоплення та подія стане відправною точкою розвитку туризму, тому здатна суттєво підвищити конкурентоспроможність туристичних дестинацій. [1]

Історія подієвого туризму можна простежити з давніх часів, коли люди подорожували, щоб відвідати релігійні та культурні свята. Вперше термін «туризм» або «event tourism» був використаний в 1987 році Департаментом туризму та громадськості Нової Зеландії. В той час івентивний туризм не відокремлювався як окремий туристичний напрямок, а був частиною інших видів туризму. Лише згодом він відокремився і став повноцінною галуззю туризму, не зважаючи на те що івентивний туризм має набагато глибше коріння, адже в основі великої кількості сучасних фестивалей лежать історичні події, свята та традиції.

Джо Голдблатт, відомий менеджер івентів, заявляє, що галузь свят почала розвиватися в ХІХ столітті, коли почали продавати квитки на професійні спортивні

заходи. В 1950-х роках галузь все ж професіоналізувалася, а почалось все з відкриття Діснейленду в 1955 році.

Саме слово івент (в англійській мові Event) в нашому лексиконі з'явився відносно нещодавно, ще декілька років тому використовувались такі слова як захід, подія, свято, культурний захід. Історія подієвого туризму в нашій країні тільки зароджується, а от в країнах Заходу він вже давно і міцно закріпився в списках найбільш перспективних і рентабельних видів бізнесу.

Втім в англійській мові слово «івент» має дуже багато значень, як соціально – культурне, так і технічне і навіть філософське, або ж запланована соціально суспільна подія / захід, яка відбувається в певний час і з певною метою, і має певний резонанс для суспільства. У наш час концепція подієвого туризму виникла наприкінці 20-го століття, оскільки зростання масового розвитку інфраструктури та збільшення вільного часу спростили відвідування заходів за межами країни.

Основною метою подієвого туризму полягає у вихованні інтересу у людей до подій, історії, традицій та культури певної місцевості. У зв'язку з цим виділяють подієві тури, які мають культурно-пізнавальний та розважальний характер, в межах яких можна відвідувати подій, котрі відбуваються в межах держави або за межами країни, отже головною метою подорожі являється подія, в котрій турист братиме пасивну або активну участь.

Подія може відбуватись у вигляді разового виняткового явища або періодичного (щорічно чи в певні проміжки часу). Туристичний бізнес впродовж віків активно використовує події для формування туристичного продукту і залучення туристів саме на подію. Якщо в житті країни (туристичного об'єкта) немає події сформованої історично як традиції, її створюють навмисно[2].

Останніми роками подієвий туризм набуває все більшої популярності завдяки зростанню світової економіки, зростанню наявного доходу та розширенню індустрії туризму. Розвиток технологій також полегшив доступ до інформації про події та бронювання подорожей і проживання.

Однією з ключових тенденцій у подієвому туризмі є зростання нішевих подій, таких як музичні фестивалі, гастрономічні та винні заходи, екстремальні

види спорту. Ці події задовольняють конкретні інтереси та пропонують унікальні враження, які недоступні в традиційних туристичних напрямках. Іншою тенденцією є використання технологій, таких як соціальні медіа та мобільні додатки, для просування та покращення досвіду проведення заходів. Ці інструменти дозволяють організаторам заходу взаємодіяти з відвідувачами та надавати інформацію та оновлення в реальному часі про подію.

Зростання подієвого туризму позитивно впливає на світову економіку, приносячи мільярди доларів доходу та створюючи робочі місця в індустрії подорожей і гостинності. Він також сприяє розвитку місцевих громад, підтримуючи місцевий бізнес і надаючи культурні та розважальні можливості для жителів.

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія щодо організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою. До типів івенту (event) можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри); концерти, покази фільму, театральні постановки; ювілеї, весілля, урочисте свято; ділові події: виставки, ярмарки, торгівельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки і т. д.[3] Це лише кілька прикладів, оскільки індустрія організації подій постійно розвивається, а нові типи івентів виникають залежно від потреб та інтересів суспільства.

Дж. Біч, Г. Боудін, Дж. Голдблатт, Д. Гетц, Р. Гріффін, Й. Лампел, С. Магуайр, А. Мейер, К. Монтгомері, А. Нігам, Д. Олсен, О. Радіонова, Х. Ролф, Д. Тімоті, К. Харді, М. Шеклі та ін. Цими авторами, зокрема, розглянуто сутність поняття «івент», виокремлено характерні ознаки івентів, схарактеризовано особливості їхнього проведення, наведено окремі їхні види тощо [4]

В таблиці 1.1 наведено типологія основних категорій івентів, поділ здійснено за критерієм їх характеру та форми, що являє очевидну різницю у їх цілях і програмах.

Типологія івентів

За характером проведення заходу			
Культурні урочистості:	Політичні та державні:	Бізнес і торгівля:	Мистецтво та розваги:
- фестивалі; - карнавали; - пам'ятні церемонії; - релігійні свята	- саміти; - політичні - події; - візити - VIP-персон	- зустрічі, - наради; - ярмарки, - виставки	- концерти; - церемонії
Освітні та наукові:	Спортивні змагання:	Розважальні:	Приватні івенти:
- конференції; - семінари; - практичні заняття	- серед професіоналів та аматорів; - для глядачів та учасників	- спорт та ігри для розваги	- весілля; - вечірки; - зустрічі

Джерело: складено автором на основі [4]

Культурні свята, такі як фестивалі, карнавали та пам'ятні церемонії, зазвичай мають високу культурну цінність і спрямовані на відзначення традицій і культурних цінностей. Релігійні івенти також можуть бути важливими культурними подіями, які сприяють зближенню та співпраці між різними конфесіями. Діяльність цієї категорії спрямована на підвищення культурного рівня та розвиток мистецтва та культури.

Політичні та громадські івенти, такі як саміти, політичні та VIP-візити, спрямовані на розробку політики та вдосконалення державного управління. Ці заходи можуть мати велике значення для зміцнення міжнародних зв'язків і розвитку бізнесу, але вони також можуть бути дещо формальними й нудними. Ділові та торговельні події, такі як зустрічі, конференції та виставки, спрямовані на збільшення продажів і підвищення обізнаності про продукти та послуги. Ці заходи можуть бути корисними для бізнесу, але вони також можуть супроводжуватися великою кількістю рекламних матеріалів і пропаганди.

В таблиці 1.2 наведено типологія основних категорій івентів, поділ здійснено за різними критеріями що являє очевидну різницю у їх цілях і програмах.

Таблиця 1.2

Типологія івентів				
За періодичністю проведення	За масштабністю	За місцем проведення	За змістом	За особливостями фінансування
-Періодичні; -Постійні; -Разові;	-Мікроподії; -Макроподії; -Мегаподії;	- На території замовника; - Поза межами території замовника;	-Ділові ; Тімбілдінг;	-Періодичні; -Постійні; -Разові;
За прикріпленістю до місця	За характером взаємодії учасників	За часовою спрямованістю	За новизною	За особливостями фінансування
-Мобільні; -Прикріплені до місця; -Змішані;	-Віртуальні -Офлайн	-Перспективні; -Поточні; Ретроперспективні;	-Класичні; -Креативні;	-організацією замовником; -сторонніми організаціями; -Змішане ;

Джерело: складено автором на основі [4]

Так, наприклад, Кифяк В.Ф. класифікує види туризму за такими ознаками: мета подорожі, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів [5]. Любіцева О.О. вважає за доцільне розділяти їх на види відносно мети подорожі і на форми, які щодо організаційних заходів класифікуються за масштабністю, видами транспортних засобів мандрівників, способами подолання маршрутів турів, типами маршруту, набором послуг, класом обслуговування, строками подорожі, сезонністю, кількістю учасників [5].

Александрова А.Ю. для класифікації вибрала такі ознаки, як: вид використовуваних природних ресурсів, джерела фінансування, віковий склад учасників подорожі, кількість учасників подорожі, спосіб організації подорожі,

спосіб розміщення туристів, вид використовуваних транспортних засобів, дальність поїздки, тривалість подорожі, ритмічність туристських потоків [6]

В таблиці 1.3 наведено основні функції івентивного туризму та їх характеристики.

Таблиця 1.3

ФУНКЦІ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ	
Культурно-пізнавальна функція	Здобуття та поповнення знань, знайомство з природою, історією, культурою як свого регіону і країни, так і інших країн та народів. Ця функція дозволяє краще розуміти етапи розвитку свого народу та світу загалом.
Економічна функція	Подієвий туризм може сприяти місцевій економіці шляхом отримання прибутку, створення робочих місць та залучення інвестицій.
Політична функція	сприяє розвитку міжнародних економічних відносин. події можуть стати платформою для участі в політичних подіях та активностях, дозволяючи громадянам висловлювати свої погляди та брати участь у публічному дискурсі
Функція брендування напрямків	події можуть допомогти просувати напрямок, підвищити його репутацію та залучити більше відвідувачів у майбутньому.
Освітня функція	події можуть надати можливості для навчання, освіти та підвищення обізнаності про важливі проблеми та питання
Професійна	ділові заходи можуть надати можливості для професійного розвитку, спілкування, обміну досвідом та навчання

Рекреологічна функція	події сприяють відновленню духовних та фізичних сил, за допомогою зміни природного середовища, нових вражень, розваг та дозвілля.
Соціальна функція	події можуть створити відчуття спільноти та об'єднати людей, сприяючи соціальній єдності та культурній ідентичності.

Джерело: складено автором на основі [7]

На тенденції розвитку подієвого туризму в Бразилії впливає низка факторів, у тому числі зростаюча економіка країни, її різноманітна культурна спадщина та її репутація як центру музичних, спортивних і культурних подій. Протягом останніх кількох років уряд Бразилії активно просуває подієвий туризм як спосіб стимулювати економічне зростання, створювати робочі місця та залучати більше іноземних відвідувачів.

Однією з тенденцій, що виникла в останні роки, є зростання музичних фестивалів, які приваблюють великі натовпи як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Бразилія є домом для кількох відомих музичних фестивалів, зокрема Rock in Rio, Lollapalooza та Planeta Terra, які демонструють яскраву музичну сцену країни та її різноманітну культурну спадщину.

Спортивні заходи також стали популярною формою подієвого туризму в Бразилії, оскільки країна приймає кілька великих міжнародних змагань, таких як Чемпіонат світу з футболу та літні Олімпійські ігри. Ці події не тільки привабляють тисячі відвідувачів з усього світу, але й допомогли створити нову інфраструктуру, покращити наявні об'єкти та підняти місцеву економіку.

Ще одна тенденція подієвого туризму в Бразилії – це зростання культурних і гастрономічних фестивалів, які відзначають багату історію країни та різноманітну кухню. Ці фестивалі пропонують відвідувачам унікальний погляд на місцеву

культуру та надають можливість скуштувати традиційні страви та зустрітися з місцевими жителями.

Попри ці позитивні тенденції, подієвий туризм у Бразилії все ще стикається з низкою проблем, таких як недостатня інфраструктура, обмежена місткість готелів і занепокоєння щодо безпеки. Однак за умови належних інвестицій та планування подієвий туризм у Бразилії має потенціал стати головним рушієм економічного зростання та культурного обміну.

Підсумовуючи, івентивний туризм є динамічним і зростаючим сегментом індустрії подорожей, який пропонує унікальні враження для туристів і економічні вигоди для приймаючих громад. За допомогою подієвого туризму можна регулювати наплив туристів поза піком туристичного сезону і розподіляти туристичні потоки протягом року. Це не тільки допомагає регулювати приплив туристів, але й забезпечує економічні вигоди для місцевих громад, забезпечуючи постійний потік доходів.

Однак важливо зазначити, що успішне впровадження подієвого туризму як засобу регулювання туристичного руху вимагає ретельного планування та врахування різних факторів, таких як типи заходів, цільові ринки та інфраструктура. Постійний розвиток технологій і зростання нішевих подій, ймовірно, сформує майбутнє подієвого туризму, зробивши його захоплюючою сферою, що розвивається.

1.2. Діагностика ринку івентивного туризму

Спалах пандемії Covid-19 у 2020 році мав вагомий вплив на світову індустрію туризму. Пандемія зіграла вирішальну роль з обмеженням на подорожі та карантину, запровадженим у всьому світі. Значно зменшилась кількість людей, котрі подорожували за кордон, це призвело до різкого спаду в туристичному секторі. Пандемія не тільки змусила багато туристичних напрямків закрити свої двері, але й призвела до широкого поширення страху перед подорожами серед людей (рис. 1.4).

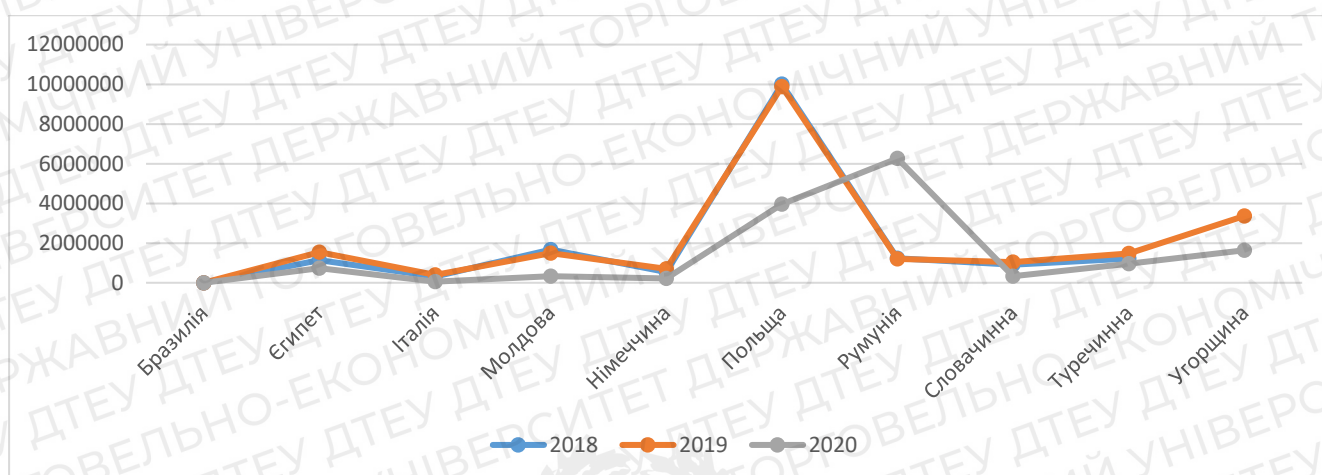


Рис 1.4 Динаміка виїзного туристичного потоку з України за пріоритетними країнами та Бразилії 2018-2020 рр., млн осіб.

Джерело: складено автором за даними[8]

Раптова зміна обставин призвела до зміни пріоритетів мандрівників, і багато хто шукає більш безпечні та відокремлені місця відпочинку. Крім того, пандемія Covid-19 змусила багато туристичних компаній адаптуватися до мінливих обставин: одні обирають віртуальні тури, а інші інвестують у безконтактні технології, щоб мінімізувати поширення вірусу.

Попри виклики, індустрія туризму продемонструвала свою стійкість і показала ознаки відновлення у 2021 році, зокрема в Україні та Бразилії. З розгортанням вакцин і пом'якшенням обмежень на подорожі багато країн починають спостерігати поступове збільшення кількості туристів.

Індустрія пристосовується до нової реальності, а туристичні компанії пропонують більш гнучку політику бронювання та впроваджують заходи охорони здоров'я та безпеки, щоб пом'якшити поширення вірусу.

Головний потік туристів, які відвідують Бразилію, приходить з Аргентини, США, Уругваю, Парагваю та Німеччини, Португалії та Перу, що свідчить про сприятливу взаємодію з країнами-сусідами, які встановлюють з Бразилією безвізовий режим. За даними міністерства промисловості, торгівлі та туризму Бразилії, тільки Південна Америка може забезпечити країну від 7 млн туристів в межах одного року. [6]

За довгі роки найпопулярнішими містами в Бразилії залишаються Ріо-де-Жанейро, Сан-Паулу, Флоріанополіс, Фош ду Ігуасу та Порто Алегре. Лідерство перших двох міст обумовлено їхньою роллю як важливих транспортних вузлів та ділових центрів країни.

На рисунку 1.5 представлена структура в'їзного туристичного потоку Бразилії за регіонами походження відвідувачів

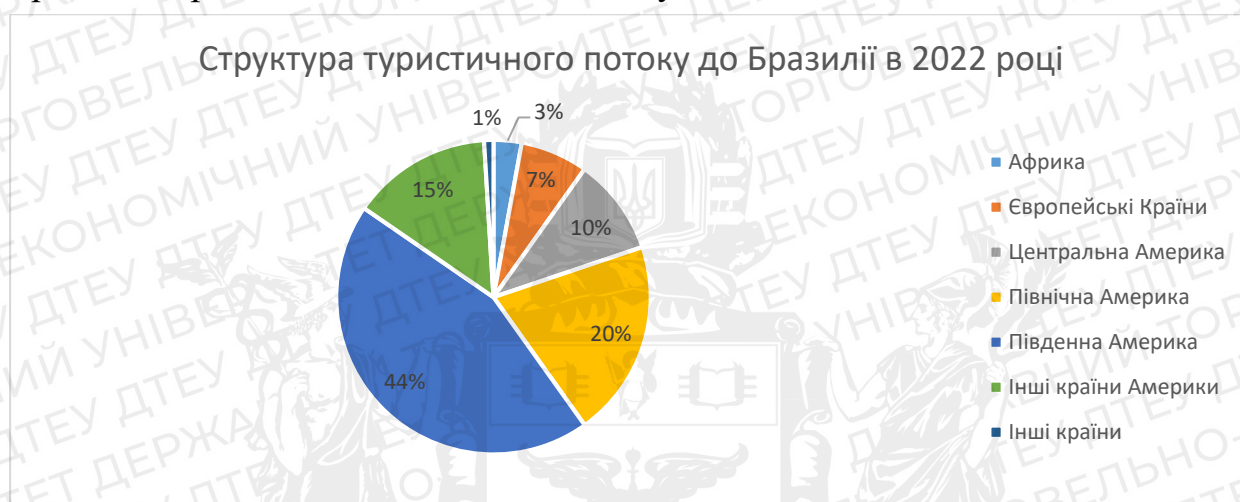


Рис. 1.5 Структура туристичного потоку до Бразилії у 2022 році з регіонами надходження.

Джерело: складено автором за даними [9]

Дані показують, що кількість іноземних відвідувачів, які перетнули кордон із Бразилією у 2021 році, зменшилася на 65,25% порівняно з 2020 роком і досягла лише 745 871 осіб. Це означає зменшення на 1 400 564 особи порівняно з 2020 роком. Таке значне зменшення іноземних відвідувачів, ймовірно, можна пояснити тривалою пандемією COVID-19, яка справила глибокий вплив на туристичну індустрію в усьому світі. Через обмеження на міжнародні поїздки та зниження попиту кількість людей, які перетинають кордон із Бразилією, значно скоротилася. Це скорочення іноземних відвідувачів, ймовірно, негативно вплинуло на бразильську економіку, яка значною мірою залежить від туризму. Зменшення кількості відвідувачів означає зменшення доходів від галузей, пов'язаних з туризмом, таких як готелі, ресторани та сувенірні магазини. [9]

На завершення дані підкреслюють значний вплив пандемії COVID-19 на туристичну індустрію та міжнародні кордони. Зменшення кількості іноземних відвідувачів Бразилії свідчить про проблеми, з якими стикаються багато країн у сфері туризму та міжнародних подорожей. Однак, оскільки світ продовжує оговтуватися від пандемії та скасовуються міжнародні обмеження на подорожі, цілком можливо, що в майбутньому кількість іноземних відвідувачів Бразилії знову зросте. [45]

В'їзд іноземних громадян за метою подорожі являє собою важливий компонент в межах міжрегіональної мобільності людей. Відвідування нових країн та культур представляє цікаву можливість для розширення кордонів знань та відкриття нових горизонтів. Ціль подорожей може бути різною в залежності від потреб та заходів кожного індивідуального туриста. Отже, на рисунку 1.6 зображено відомості про в'їзд туристів у країну за метою подорожей, оскільки вони мають вплив на формування пропозиції туристичного продукту.

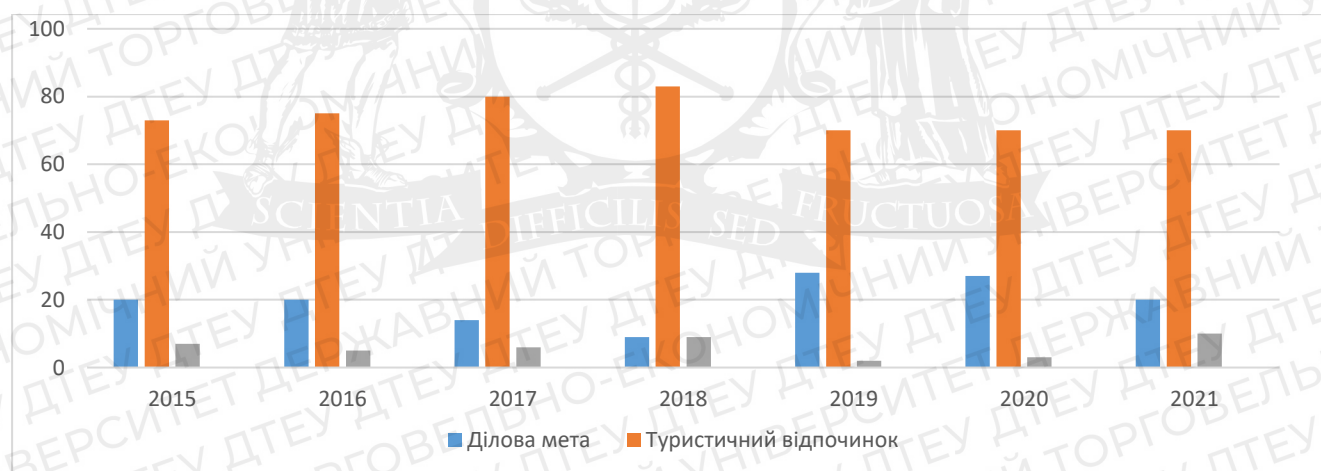


Рис. 1.6 Структура туристичного потоку до Бразилії у 2022 році за регіонами надходження. Складено автором за даними[10]

Виходячи з наданих статистичних даних, стає зрозуміло, що більшість поїздок, здійснених протягом всього часу, особливо у 2021 році, були з метою відпочинку, тоді як менша частина – з метою бізнесу. Ця тенденція підкреслює важливість дозвілля та відпочинку в житті людей, а також необхідність відпочити від повсякденних турбот та відновити свій енергійний ресурс. В той самий час 20%

ділових поїздок підкреслюють важливість особистого спілкування та цінність особистих зустрічей і дискусій у діловому світі. Всупереч прогресу у технологіях і комунікації, все ще існує потреба у фізичній присутності та прямому контакті в деяких ділових відносинах.

Важливо зазначити, що вплив пандемії COVID-19 міг відіграти певну роль у цій статистиці: обмеження на поїздки та зменшення кількості міжнародних поїздок вплинули на кількість ділових поїздок.

Сьогодні в Україні небагато компаній як туристичних, так і спеціалізованих, які займаються організацією івентивних турів, а саме до Бразилії. Як правило, українські туроператори пропонують чотири види івент турів: культурні (відвідування музеїв, фестивалів), історичні (відвідування місць, пов'язаних з історією та культурою, таких як музеї, замки, фортець та ін., участь у реконструкції), природні (відвідування місць, які характеризуються відомою природою, таких як національні парки, заповідники та інші), спортивні (поїздки з метою участі в спортивних заходах та підтримки улюблених команд).

Найчастіше компанії пропонують комбіновані варіанти, не поділяючи тур з івентивної тематики. Найпростіший сценарій туру включає такі міста як Ріо, Петрополіс, Салвадор, Ігуасу, Сан Паулу. саме ці місця поєднують в собі дуже багато ресурсів. Наприклад, якщо клієнти хочуть політати на дельтаплані, то, в Ріо-де-Жанейро це можна зробити, насолодитись найбільш повноводними водоспадами можна в Ігуасу, Сан Паулі насолодитись історичними та культурними надбаннями міста, Сальвадор відомий своєю колоніальною архітектурою та прекрасними пляжами.

Таблиця 1.7

Пропозиція Івентивного туризму українських туроператорів

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
ТО «Каліпсо Україна»	Буенос-Айрес - Барілоче -	Карнавал у Ріо 2023 + Аргентина, Уругвай,	1800\$

	Буенос-Айрес - Монтевідео - Асунсьйон - Водоспади Ігуасу - Ріо-де- Жанейро	Парагвай+екскурсійна програма+Ігуасу	
Авторські тури	Ріо Де Жанейро - Водоспади Ігуасу - Бузіос.	Набережною Капакабана в Ріо+пляжах півострова Бузіос + Ігуасу+екскурсійна програма	1461 \$
MANDRY MRIY TRAVEL COMPANY	Ріо-де-Жанейро – Ангра-дус- Рейс - Ігуасу - Ріо-де-Жанейро	Карнавал у Ріо-де- Жанейро(самбасадор)+ вуличні карнавали + водоспади Ігуасу+екскурсійна програма	1880\$
Yeremenko & Partners	Ріо-де-Жанейро- Ігуасу (Бразилія)	Карнавал у Ріо-де- Жанейро(самбасадор)+вуличні карнавали+ водоспади Ігуасу+екскурсійна програма	2000\$
AvesTravel	Ріо-де-Жанейро- Фо ді Ігуасу- Флоріанополіс- Сан-Паулу- Ріо- де-Жанейро	Карнавал у Ріо-де- Жанейро(самбасадор)+вуличні карнавали+ Флоріанополіс+Сан Пауло+Ігуасу+екскурсійна програма	1800 \$

Джерело: побудовано автором на підставі[31;32;33;34;35; 36;]

Отже, туристичний ринок України не має достатньої кількості туристичного продукту, що може в повному обсязі задовільнити потреби туристів. А тури що існують однотипні пропозиції відвідати карнавал чи водоспади. Бразилія володіє

величезною кількістю туристичних ресурсів, для розвитку та заповнення більшості туристичних потреб, адже в її чисельності природні та екологічні парки, клуби, пляжі, музеї тощо. За рішенням ЮНЕСКО, 9 пам'яток Бразилії вважаються культурним надбанням людства. Також є можливість розвитку екстремального туризму. [11]

Вважаємо за необхідне вдосконалення пропозицій товару івентивного туризму та його просування. Можемо констатувати, що зацікавлених в івентивній тематиці значно більше ніж таких, що взяли участь у подієвих турах. З огляду на це, можемо припустити, що популярними стануть комбіновані тури (поєднані, доля прикладу фестивальний з поєднаний гастрономічним туризмом). Підсумовуючи, пандемія Covid-19, безсумнівно, залишила тривалий слід на індустрію туризму. Однак це надає можливості для зростання та інновацій, оскільки галузь продовжує розвиватися та знаходити нові способи задоволення мінливих потреб мандрівників.

1.3. Ресурсний потенціал Бразилії для розвитку івент туризму

Туристичний потенціал містить в собі всі аспекти, які можуть залучати туристів до відвідування даної території, включаючи в них природні пам'ятки, етнокультурні шедеври, історичні музеї та заповідники, а також впроваджену інфраструктуру для туристів, таку як готелі, ресторани, магазини, комунікації та транспортні засоби. Відповідно, високий туристичний потенціал може привести до збільшення кількості туристів, а також до розвитку туристичної індустрії та підвищення економіки території. [10]

Бразилія відома своїм розмаїттям, включаючи різноманітність культур, ландшафтів та клімату, що може привести до чудових туристичних продуктів. Країна славиться великою кількістю історичних та культурних пам'яток, таких як Салават, Ріо-де-Жанейро та Бразилія, які можна використовувати як місця проведення різноманітних заходів. Бразилія має різноманітну культуру з численними музеями, галереями та історичними будівлями. У Бразилії є велика

кількість етнографічних музеїв і заповідників, які демонструють багату історію країни.

Громади корінного населення є важливою частиною культурної спадщини Бразилії, і по всій країні є багато поселень корінного населення. Деякі з найвідоміших корінних громад Бразилії включають яномамі в тропічних лісах Амазонки, сіngu в штаті Мату-Гросу та гуарані в штаті Парана. Ці спільноти мають свою унікальну культуру, традиції та спосіб життя, які часто тісно пов'язані із землею та її ресурсами. Відвідувачі Бразилії можуть дізнатися про культуру корінних народів країни, відвідуючи громади корінних народів, беручи участь у культурних заходах і фестивалях або відвідуючи музеї та культурні центри, які демонструють мистецтво та артефакти корінного населення. [44]

Гастрономія Бразилії — це міцна місцева традиція, яка поєднує різноманітні смакові традиції з культурним впливом місцевих жителів. Заклади громадського харчування, що спеціалізуються на гастрономічному туризмі, дозволяють відчутти гармонію та різноманітність бразильської гастрономії, важливого аспекту туристичного попиту. [23] Бразилія також пропонує широкий вибір розваг, включаючи нічні клуби, кафе та вишукані ресторани. [10] Спільноти корінного населення є невід'ємною частиною культурної спадщини Бразилії, і їх можна знайти по всій країні.

Країна має безліч природних пам'яток, включаючи ліси Амазонки, вулкани, пляжі, джунглі та природні парки. Також має десятки кілометрів прекрасних пляжів, таких як пляж Флоріана, пляж Порто-де-Галейн і пляж Ріо. Більшість цих пляжів простягаються на десятки кілометрів. Крім того, у Бразилії є велика кількість національних парків, відомих своєю різноманітністю флори та фауни та природною красою. [24]

Бразилія пропонує широкий спектр спортивних можливостей, включаючи футбол, кайтсерфінг, снорклінг і серфінг, що робить її привабливою для любителів активного відпочинку та спорту.

Бразилія, відома своїм лідерством у світовому футболі, а через свої географічні особливості приваблює поціновувачів кайтсерфінгу, особливо в

прибережні райони із сильними вітрами та хвилями. У країні є одні з найкращих місць для кайтсерфінгу, такі як Кумбуко в штаті Сеара, Баранова в штаті Піауї та Жерікоакоара, яке вважається одним із найкращих місць для кайтсерфінгу в світі. Бразилія пропонує чудові природні умови для спорту, включаючи теплу воду, сильний вітер і захоплюючі краєвиди. Крім того, в країні є багато шкіл кайтсерфінгу та пунктів прокату, де можна взяти уроки та спорядження напрокат та приєднатися до групових турів, завдяки чому туристам буде зручно насолодитися цим захоплюючим заняттям під час подорожі. [43]

Снорклінг та серфінг також є популярними видами активного відпочинку в Бразилії, особливо на півдні від Ріо-де-Жанейро. Ця країна відома своїми великими водоймами, гірськими озерами та природними каньйонами, які створюють відмінні умови для снорклінгу. А Атлантичний океан надає відмінні вітрові умови, що створюють хороші хвилі для серфінгу. Спортсмени з усього світу приїжджають сюди, щоб відчувати адреналін та зануритися у спортивні захоплюючі пригоди. У Бразилії також існує багато шкіл та прокатних магазинів, де можна отримати необхідне снорклінгове та серфінгове спорядження. Та масу прекрасних пляжів для серфінгу, таких як Ресіфе, Флоріанополіс, Порто Сегуро та Пінеїреїра. [40] [42]

Бразилія є домом для великої кількості музичних, танцювальних та культурних фестивалів, які протягом року проводяться в різних регіонах країни. Одним з найбільш відомих фестивалів є Карнавал Ріо-де-Жанейро, який відбувається в Ріо-де-Жанейро щороку у лютому та стає одним з найбільших культурних подій у світі. Інші відомі фестивалі, такі як Festival Internacional de Teatro de Curitiba та Festival Internacional de Teatro de São Paulo, проводяться в межах Бразилії, пропонуючи відвідувачам широкий вибір музики, театру та інших культурних заходів. [20]

Крім великого туристичного потенціалу, Бразилія має ряд негативних чинників, що суттєво впливає на туристичній пріоріс та розвиток туризму в цілому. Пропоную розглянути даний аспект більш детально.

1. Безпека: Високий рівень злочинності в деяких регіонах Бразилії може відштовхувати туристів. Безпека є важливим фактором у відвідуванні країни,

оскільки це впливає на відчуття комфорту та задоволення від подорожі туристів. Туристи хочуть бути впевнені в тому, що їхнє життя та майно в безпеці під час подорожі. Недостатня безпека може відразу вплинути на зацікавленість туристів у відвідуванні країни та знизити їхню популярність серед туристів. [38]

2. Інфраструктура: Недостатня інфраструктура, така як недостатня мережа перевезень та недостатня кількість готелів в деяких регіонах, може стати перешкодою для розвитку туризму в Бразилії. [38]
3. Екологічні проблеми: Екологічні умови є важливим фактором при відвідуванні країни, оскільки вони впливають на комфорт та безпеку туристів, а також на тривалість та якість їхнього відпочинку. Хороша екологія забезпечує чисте повітря, воду та навколишнє середовище, а також запобігає появі небезпечних забруднень, які можуть вплинути на здоров'я туристів. Добре збережена екологія також стає одним з головних атракторів для туристів, які шукають близькість до природи та контакт з нею. На відміну від цього, погані екологічні умови, такі як високий рівень забруднення, занедбані водойми, відсутність захисту ділянок природи, можуть стати перешкодою для туристів та вплинути на загальну відвідуваність країни. [38]
4. Візові вимоги: Візові вимоги є важливим фактором при відвідуванні країни, оскільки вони впливають на зручність та доступність для туристів. Якщо візові вимоги складні, довгі та дорогі, то це може стати перешкодою для туристів, які не мають необхідної інформації та документів, або які не можуть витратити відповідні кошти. Це, в свою чергу, може призвести до зниження кількості туристів, які відвідують дану країну. [37]
5. Високі витрати: Високі ціни на проживання та продукти потреби можуть стати перешкодою для розвитку туризму в Бразилії. Високі витрати є важливим фактором у відвідуванні країни, оскільки це впливає на відчуття комфорту та задоволення від подорожі туристів. Для більшості людей високі витрати можуть стати перешкодою для відвідування країни. Туристи, які не можуть відчути себе комфортно через високі витрати, можуть відійти від подорожі і вибрати іншу країну, яка буде дешевше. Тому важливо, щоб країна забезпечувала доступність та рівність цін для різних соціальних шарів, щоб заохочувати туристів до

відвідування. [38]

Щоб сприяти розвитку івент-туризм влада в Бразилії, повинна реалізувати низку заходів.для поліпшення ситуації в галузі туризму що наведені в табл. 1.8:

Таблиця 1.8

Інструменти ,що сприятимуть розвитку івентивного туризму

Розвиток інфраструктури	Розвиток інфраструктури, такої як готелі, конференц-центри, спортивні центри та парки, може допомогти забезпечити відповідні умови для проведення івентів та збільшити популярність івент
Удосконалення безпеки	Державні органи повинні підвищити захист для відвідувачів, зокрема за допомогою покращення мережі відеонагляду, підвищення відомостей про небезпеку та покращення професійності поліції.
Удосконалення екологічної безпеки:	Влада повинен відповідати за збереження природного середовища, а також відповідати за забезпечення надійності водойм, очищення відходів та створення екологічного туризму
Реклама туристичного потенціалу:	влада може провести масову рекламу туристичних місць та послуг в Бразилії, щоб залучити більше туристів.
Підтримка туризму та туристичного бізнесу:	влада може провести фінансування та підтримку туристичної інфраструктури, зокрема готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших підприємств, які працюють в туристичному секторі.
Прийняття та виконання екологічних законів і нормативних актів	Уряди можуть забезпечити виконання законів, які регулюють людську діяльність, яка завдає шкоди навколишньому середовищу, наприклад вирубку лісів, забруднення та утилізацію відходів
Інвестиції в сталий розвиток і відновлювані джерела енергії	Уряди можуть інвестувати в чисту енергію та стійкі технології, такі як сонячна та вітрова енергія, щоб зменшити залежність від викопного палива та зменшити викиди парникових газів.

Продовження таблиці 1.8

Заохочення громадської обізнаності та освіти	Уряди можуть інвестувати в освітні програми та кампанії з підвищення обізнаності громадськості, щоб покращити рівень життя.
Спрощення візових вимог	Спрощення візових вимог призведе до покращення туристичного потоку, адже складні, довгі та дорогі процедури, це може стати перешкодою для туристів, які не мають необхідної інформації та документів, або які не можуть витратити відповідні кошти
Надання стимулів для розвитку туристичного бізнесу	Уряди можуть надавати стимули, такі як податкові пільги та субсидії, підприємствам і окремим особам, які роблять внесок до туристичного бізнесу.

Джерело: побудовано автором на підставі[38;]

Підсумовуючи, можемо сказати, що індустрія туризму в Бразилії може принести значні переваги економіці країни, включаючи створення робочих місць, збільшення доходів для місцевих громад і розвиток інфраструктури. Однак вона також стикається з певними проблемами, зокрема збереженням природних і культурних ресурсів, сталим розвитком туристичних напрямків та управлінням впливом туризму на місцеві громади.

З одного боку, туризм може стати джерелом доходу для місцевих громад і допомогти зберегти традиційну культуру та спосіб життя. Він також може створити робочі місця та стимулювати економічне зростання, а також допомогти захистити природні та культурні ресурси, генеруючи кошти для збереження дестинацій.

З іншого боку, туризм також може мати негативний вплив на місцеві громади та навколишнє середовище. Наплив туристів може призвести до перенаселеності, погіршення навколишнього середовища, втрати традиційної культури та способу життя. Крім того, нерівний розподіл економічних видобутків може призвести до відсутності економічного розвитку для одних громад, тоді як інші можуть зазнати

негативних наслідків, таких як зростання злочинності та погіршення місцевого середовища.

Тому важливо ретельно керувати розвитком індустрії туризму в Бразилії, щоб отримати максимальні переваги та мінімізувати негативний вплив. Цього можна досягти шляхом розробки практик сталого туризму, впровадження заходів щодо збереження та збереження та залучення місцевих громад до процесу прийняття рішень.

Висновки до розділу 1

1. Визначено, що в умовах сьогодення івентивний туризм в Бразилії — це той вид туризму, який в майбутньому має не лише привертати увагу все більшої аудиторії світової спільноти, а й залучити нової аудиторії, а саме України.

2. Визначення та структурування основних підвидів івентивного туризму підтверджує факт, що після війни найбільш перспективним може бути розвиток виїзного туризму, який ґрунтується на відвідування різних подій, фестивалів, музеїв, відкриття для себе нових видів спорту, та відновлювати своє фізичне та духовне здоров'я.

3. Зазначено, що основною метою івентивного туризму закладається у вихованні інтересу у людей до подій, історії, традицій та культури певної місцевості. Також те що подієвий є моделювальний показником туризму.

4. Виявлено тенденції щодо розвитку івентивного туризму на території Бразилії, а також підібрані інструменти для стрімкого покращення туристичної галузі в країні.

РОЗДІЛ 2.

ПРОЄКТ ІВЕНТ ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ БРАЗИЛІЇ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Розробка нового туристичного продукту є важливим етапом у розвитку туристичної індустрії. Щоб створити ефективний тур і залучити якомога більше туристів, необхідно ретельно обґрунтувати основні передумови його розробки.

Такими передумовами є визначення потенційної аудиторії та її потреб, вивчення конкурентного середовища, аналіз туристичної інфраструктури, розробка привабливого маршруту та програми відпочинку з урахуванням погодних умов та сезонності, визначення можливостей активного відпочинку та екскурсійної програми. Всі ці фактори можуть вплинути на успіх нового туру і його прибутковість. Тому при розробці нового туристичного продукту важливо ретельно обґрунтувати всі основні передумови його розробки, які наведені в таблиці 2.1

За допомогою методу SWOT була здійснена оцінка перспективи розвитку подієвого туризму, результати якого подано в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Оцінка перспективи розвитку подієвого туризму за SWOT-аналізом

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - наявні природних об'єктів, що становлять інтерес для туристів; - наявність івентів та обладнання; - наявність туристичної пропозиції; - кліматичні умови - розвинена інфраструктура, що дозволяє забезпечувати високий рівень комфорту та безпеки для туристів. - популяризація країни в світовому просторі. 	<ul style="list-style-type: none"> - має високий рівень злочинності та корупції - недостатній розвиток транспортної мережі - низька якість готельного сервісу - недосконалість реклама туристичного напрямку - Мовний бар'єр - Фінансові обмеження

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - зростання попиту на туристичні послуги Бразилії ; - розширення існуючої туристичної пропозиції; - залучення зарубіжного досвіду удосконаленні туру; - Розвиток нових технологій для підтримки ефективного маркетингу та просування подійного туризму. -Потенційний розвиток підійного туризму в регіонах країни, які на даний момент не відомі своїми подійними туристичними маршрутами. -Можливості для співпраці з місцевими туристичними компаніями та іншими стейкхолдерами, щоб забезпечити більш широке просування і підтримку розвитку подійного туризму. 	<ul style="list-style-type: none"> - Візові обмеження - нечесні підходи до ведення туристичного бізнесу -політична та економічна нестабільність - конкуренція інших держав; - відсутність інвестицій -природні катастрофи

Джерело: складено автором

З SWOT-аналізу розвитку подієвого туризму в Бразилії ми зрозуміли, що галузь має значний потенціал для залучення туристів з усього світу. Широкий спектр подій, різноманітність природньої краси і хороша інфраструктура в туристичних місцях є сильними сторонами цієї галузі. Однак подальше вдосконалення транспортної і гостьової інфраструктури в туристичних місцях сприятиме зручності та комфорту для відвідувачів. Розширення готельного сектору, поліпшення доріг, забезпечення безпеки та доступу до місць проведення подій-це все допоможе залучити більше туристів.

Однак, івент туризм також стикається зі слабкими сторонами країни, такими як високий рівень злочинності недостатність реклами, а також сезонність попиту. Що означає, що варто подумати про додаткову безпеку та високі витрати на

маркетинг. Також впровадження цифрових технологій, таких як мобільні додатки, веб-сайти, соціальні медіа та віртуальна реальність, може позитивно сприяти просуванню подійового туризму в Бразилії. Це допоможе залучити більше туристів і спростить планування їх перебування.

Також виявлено можливості для розвитку нових технологій, маршрутів, співпраці з місцевими туристичними компаніями та розвитку подієвого туризму в регіонах країни, які на цей момент не відомі своїми туристичними маршрутами. Враховуючи унікальність кожного регіону та його потенціал для організації подій, що сприятиме розподілу туристів по всій країні.

Нарешті, загрозами можуть бути зміни в економічному середовищі або природні катастрофи, які можуть вплинути на бажання туристів відвідувати події в Бразилії. Отже, щоб розвивати подійний туризм в Бразилії, необхідно приділити увагу покращенню інфраструктури, зниженню витрат на маркетинг та забезпеченню безпеки туристів, а також просувати нові маршрути і співпрацювати з місцевими компаніями.

При оформленні туру мандрівники отримують рекомендації щодо безпечного відвідування Бразилії, супровід професійного гіда, транспорт, а також страховий поліс з покриттям всіх ризиків.

Отже, пропонується до проектування івент тур «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами». В якості дестинацій авторський івент туру» (рис. 2) було взято Гора Корковадо, Corcovado Mountain (м.Ріо-де-Жанейро), Ліс Тіжука, Tijuca Forest(м.Ріо-де-Жанейро),Статуя Ісуса Христа, Christ the Redeeme (м.Ріо-де-Жанейро),Пляж Іпанема Ipanema Beach (м.Ріо-де-Жанейро),Бразильський карнавал Brazilian Carnival (м.Ріо-де-Жанейро),Водоспад Ігуасу Iguazu Falls (м. Аргентина),Португальська королівська бібліотека Royal Portuguese Reading Room (м.Ріо-де-Жанейро), Парк птах Ігуасу Parque das Aves (м.Парана),Гора Сахарна голова Sugarloaf Mountain (м.Ріо-де-Жанейро),Сходи Селорон Selaron Steps (м.Ріо-де-Жанейро),Пляж Пепіто Perito Beach (м.Ріо-де-Жанейро)(див. дод Б)

Узагальнена характеристика об'єктів івент туру «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами» представлена в табл. 2.2

Характеристика івент туру «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами».

Об'єкт	Характеристика
Гора Короковадо	1.Природні екскурсії
Ліс Тіжука	1.Сафарі на джипах 2.Природні екскурсії
Статуя Ісуса Христа	1.Оглядова екскурсія
Пляж Іпанема	1.Природні екскурсії 2.Рекреаційний відпочинок на пляжі 3.Екстремальна екскурсія:Дайвінг(не входить до вартості туру)
Бразильський карнавал	1.Участь в івенті
Водоспад Ігуасу	1.Природні екскурсії 2.Екстремальна Екскурсія: Катання на човні
Парк птах Ігуасу	1.Екскурсія природничим парком
Гора сахарна голова	1.Оглядова екскурсія 2.Відвідування канатної дороги
Сходи Селорона	1.Оглядова екскурсія
Пляж Пепіто	1.Оглядова екскурсія 2.Екстремальна Екскурсія: Літання на дельтаплані(не входить до вартості туру)
Леблон	1.Оглядова екскурсія
Ботанічний сад	1.Оглядова екскурсія
Португальська королівська бібліотека	1.Екскурсія бібліотекою

Джерело: складено автором

Для розвитку нового туристичного продукту пропонуємо обґрунтувати основні передумови для розробки туру, які наведено у табл. 2.3

Основні передумови для розробки івент туру «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами». у сфері подієвого туризму на території Бразилії

Критерії туру	Опис
1	2
Регіон туристичного маршруту	Гора Короковадо -м.Ріо-де-Жанейро Ліс Тіжука - м.Ріо-де-Жанейро Статуя Ісуса Христа – м.Ріо-де-Жанейро Пляж Іпанема -м.Ріо-де-Жанейро Бразильський карнавал – м.Ріо-де-Жанейро Водоспад Ігуасу - Бразилія та Аргентина Кафедральний собор – м.Ріо-де-Жанейро Португальська королівська бібліотека - м.Ріо-де-Жанейро Парк птах Ігуасу - м.Парана Гора Сахарна голова -м.Ріо-де-Жанейро Сходи Селорон - м.Ріо-де-Жанейро Пляж Пепіто-м.Ріо-де-Жанейро Національний парк Ігуасу - Бразилія та Аргентина
Туристичний маршрут	м.Київ – м.Варшава –м.Ріо-де-Жанейро – м.Фос-ду Ігуасу – м.Варшава – м.Київ
Туристичні об'єкти	Гора Корковадо, Corcovado Mountain (м.Ріо-де-Жанейро) Ліс Тіжука, Tijuca Forest(м.Ріо-де-Жанейро) Статуя Ісуса Христа, Christ the Redeemer (м.Ріо-де-Жанейро) Пляж Іпанема Ipanema Beach (м.Ріо-де-Жанейро) Бразильський карнавал Brazilian Carnival (м.Ріо-де-Жанейро) Водоспад Ігуасу Iguazu Falls (м. Аргентина) Португальська королівська бібліотека Royal Portuguese Reading Room (м.Ріо-де-Жанейро) Парк птах Ігуасу Parque das Aves (м.Парана) Гора Сахарна голова Sugarloaf Mountain (м.Ріо-де-Жанейро) Сходи Селорон Selaron Steps (м.Ріо-де-Жанейро) Пляж Пепіто Perito Beach (м.Ріо-де-Жанейро)

Туристичний оператор, через якого планується реалізація туристичного продукту	Wonders & Holidays – український туристичний оператор в'їзного, внутрішнього та корпоративного туризму, м. Київ
---	---

Джерело: складено автором

В сучасних умовах розвитку індустрії туризму формування ефективного туристичного маршруту потребує не лише ретельного вивчення побажань і потреб туристів, а й ретельного аналізу та врахування основних складових інфраструктури. До таких складових відносяться транспортна доступність та інфраструктура, розвиненість і доступність готельної бази, наявність різноманітних зон розваг і відпочинку, інфраструктура громадського харчування та торгових послуг. Усі ці компоненти мають суттєвий вплив на конкурентоспроможність туристичного маршруту та можуть визначати успіх чи невдачу у залученні туристів. Тому при плануванні туристичного маршруту важливо ретельно проаналізувати та врахувати всі основні компоненти інфраструктури, наведені в таблиці 2.4

Таблиця 2.4

Основні інфраструктурні компоненти формування івент туру

Елементи туристичного маршруту	Опис
Оренда автомобіля	цей елемент дозволяє туристам власноруч пересуватися між визначеними туристичними об'єктами, що дає їм більшу свободу в плануванні свого часу. Для пересування туристів будемо використовувати послуги контрагента
Трансфер	це послуга транспортування туристів з місця прибуття до готелю та назад. Для пересування туристів будемо використовувати послуги контрагента

Проживання	готелі Hotel Colonial Iguazu та Windsor Asturias Hotel надають туристам комфортні та зручні умови проживання в межах туристичного маршруту.
Харчування	сніданки в готелях включені у вартість туру, а харчування поза готелем залежить від вибору туриста.
Розваги	в межах туристичного маршруту передбачені екскурсії по визначених туристичних об'єктах, відвідування карнавалів та спеціальних майстер-класів, що робить подорож більш насиченою та цікавою.

Джерело: складено автором на підставі [39; 40;41;42]

Подієвий тур до Бразилії є концепцією туризму, що ґрунтується на відвідуванні різних заходів і пам'яток, екскурсій та інші туристичних маршрутів. Тур «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами» має вигляд пакета, якій містить в собі переліт, проживання в готелях, квитки,екскурсійні послуги, оренда авто та страхування на весь термін поїздки.

Такий тур є прекрасною можливістю для туристів не лише побачити і відчувати місцеву культуру, а й отримати незабутні враження та знайомитися зі світом. Програма івентивного туру до Бразилії наведено в табл. 2.5

Таблиця 2.5

Програма івентивного туру «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами»

День	Локація	Подія Локації	Час
День 1	Київ	Збір групи на вокзалі	16:30-17:00
		Відправлення Київ-Варшава	17:10-17:24
День 2	Варшава	Прибуття	10:00
		Трансфер аеропорт Шопен	10:10–10:20
		Переліт Шопен-Ріо-де-Жанейро	14:30

День 3	Ріо-де-Жанейро	Заселення до готелю	8:20-8:40
		Сніданок у готелі	9:00-10:00
	Гори Короковадо	Ліс Тіжука	11:00-12:00
	Гори Короковадо	Статуя Христа спасителя	12:00-13:00
		Столичний Собор	13:30 -14:30
		Обід за вибором туриста	14:30-15:30
		Сходи Селарон	15:30-17:00
		Солодка голова	17:30- 18:30
		Вечеря за вибором туриста	19:00-20:00
		Вільний час	20:00-9:00
День 4	Ріо-де-Жанейро	Сніданок	9:00-10:00
		Вільний час(Додатково екстремальна екскурсія: політ на дельтаплані)	10:00-24:00
День 5	Ріо-де-Жанейро	Сніданок	9:00-10:00
		Вільний час	-
	Самбодром	Карнавал	18:00-5:00
День 6	Ріо-де-Жанейро	Сніданок	Зручний час
		Вільний день (Додатково МК з Бразильської самби)	-
День 7		Сніданок	8:00-9:00
	Ліс Тіжука	Китайський оглядовий майданчик	9:30-11:30
		Пляж Пепіно	11:30-13:00
		Ботанічний сад	13:30-15:30
		Португальська Королівська бібліотека	15:40-17:20
		Вечеря за вибором туриста	19:00-20:00

День 8	Сніданок в готелі	6:00-6:30
	Трансфер до аеропорту	6:40-7:00
	Внутрішній переліт	8:15-9:40
	Заселення до готелю Hotel Colonial Iguazu	11:00
	Відпочинок	11:30-13:00
	Збір групи	13:00-13:10
	Національний парк Ігуасу,	13:50-15:30
	Обід за вибором туриста	15:30-16:30
	Сафарі національним парком	16:30-17:50
	Парк птахів	18:00-19:00
	Парк тропічних метеликів	19:00-19:30
	Повернення до готелю. Вечеря в готелі	19:30-21:00
День 9	Сніданок в готелі	9:00-10:00
	Вільний час	10:00-16:00
	Збір групи.	16:00-16:15
	Реєстрація на рейс. Бразилія-Варшава	17:00-18:15
	Прибуття до Варшави	14:00-14:30
День 10	Варшава-Київ	16:00
	Повернення до Києва.	8:00-9:00

Джерело: складено автором

Програма розроблена досвідченими інструкторами, занурити туристів, зокрема іноземних, в місцеву культуру, й отримати незабутні враження від найвидовищніших подій країни.

В програму туру входить відвідування різних туристичних місць та івентів у Бразилії, включаючи пляжі, історичні та культурні пам'ятки, музеї, парки, а також різні культурні спортивні та подієві заходи. Організовані кулінарні екскурсії де туристи відвідають місцеві ресторани, продегустують традиційну бразильську кухню.

2.2. Заходи та інструменти просування івент туру на ринку України

Івент туризм є однією з найшвидше висхідній галузей туризму, яка охоплює подорожі людей за межі свого місця проживання з метою відвідування різних заходів, таких як конференції, фестивалі, виставки, спортивні змагання тощо. [25]

Проблема просування туристичного продукту на вітчизняному і міжнародному туристичному ринках залишається досить актуальною. Для того, щоб туристичний продукт мав успіх серед споживачів, якими виступають не лише населення України, а й іноземні туристи, необхідно більше уваги приділяти розширенню сфери наданих послуг через застосування новітніх інформаційних технологій (Інтернет, веб-сайти, портали, додатки, віртуальна реальність) та комунікацій (електронна пошта, Інтернет-телефонія, Інтернет-пейджинг соціальні медіа).[27]

На сьогодні мають місце спроби популяризації подієвого туризму в Бразилії через створення нових цікавих методів залучення туристів. Саме тому, створення VR-екскурсій Бразилією у вигляді 3D-турів дозволяє потенційним туристам відчувати атмосферу пляжів, зануритися в карнавальну ейфорію, досліджувати красу природи та культурні пам'ятки, не виїжджаючи з власного дому. Завдяки новим технологія віртуальної реальності потенційний турист зможе зробити більш обґрунтований вибір і підібрати тур, який відповідає його інтересам, потребам і очікуванням. Це може бути особливо привабливим для тих, хто не має можливості подорожувати фізично до Бразилії.

Проте, необхідно відзначити, що на сьогодні пропозиції зі створенням VR екскурсій Бразилією, не є поширеним форматом залучення туристів, через відсутність фінансування. Проте, на нашу думку, саме такі тури спрямовані на максимально ефективно залучення туристів, а їхньою метою є демонстрування якомога більшої кількості людей про ексклюзивний відпочинок.

Основними інструментами просування продукту подієвого туризму як в Україні, так і в країнах ЄС рекомендується вважати такі, що представлені в табл.

Інструменти для просування продукту подієвого туризму в Україні та країнах ЄС

№ з/п	Назва інструменту	Характеристика інструменту
1.	Створення сторінки в Tik Tok	Tik Tok – китайський соцмедійний застосунок для створення та поширення відеофайлів та онлайн-трансляцій. проєкт у TikTok і заслужити увагу перших передплатників потрібно зробити три основні кроки. Запуск проєкту у TikTok передбачає наступні кроки: Крок 1: Знайти свій формат та вивчити цільову аудиторію Крок 2: Визначити основні тренди TikTok Крок 3: Зняти та змонтувати ролик, який підходить за всіма критеріями TikTok
2.	Використання контент-маркетингу	Це можуть бути оригінальні фото з відпочинку, розміщені на топових розважальних майданчиках, фотовідгуки блогерів, лідерів думок, вірусні відео і багато іншого.
3.	Instagram Reels	Використовувати різні відео огляди, моменти з маркетингових турів, передаючи атмосферу та приваблювати людей візуальним контентом.
4.	Telegram бот	Бот може бути використаний для маркетингових цілей. Він може розсилати новини тур фірми, акції та спеціальні пропозиції нашим клієнтам. Також бот може бути використаний для бронювання турів. Клієнти можуть обрати тур, ввести свої дані та здійснити оплату безпосередньо через бота. За допомогою бота можна створити автоматизований клієнтський сервіс, який забезпечить швидку відповідь на запитання клієнтів. Бот може відповідати на запитання щодо турів, доступних дат, вартості
5	UGC реклама	Використання цього інструменту можливо за умови обмеженості фінансових ресурсів. Компанія може розміщувати певну інформацію про конкурси з унікальними хештегами, пропонуючи передплатникам взяти участь в них. Компанія просить мандрівників позначати, а потім використовує їх для публікації у своєму обліковому записі. Результат – ситуація win-win для обох сторін. Туристи отримують можливість виграти приз і домогтися того, щоб їх фото побачили тисячі осіб, а компанія отримує просування з унікальним контентом, створеним звичайними людьми.

Джерело: складено автором

Використовуючи перелічені способи просування туристичного продукту та проаналізувавши маркетингову діяльність й оцінивши присутність туристичного оператора Wonders & Holidays в соціальних мережах, пропонується розробити маркетингову стратегію розвитку просування туристичного продукту воєнного туризму в соціальних мережах.

Розпочинаємо створення стратегії(табл. 2.7)

Таблиця 2.7

Стратегія просування туристичного продукту у сфері івент туризму

№	Назва етапу	Характеристика
I	Виявлення цілей	Залучення потенційних клієнтів та підвищення уваги до туристичної фірми на ринку туризму до Бразилії. Збільшення кількості продажів турів до Бразилії протягом року на 20% порівняно з попереднім роком. Розширення асортименту турів до Бразилії на різні тематики та зниження відсотка повернення туристів на 15%. Встановлення стабільного та довготривалого співробітництва з місцевими туроператорами в Бразилії та отримання ексклюзивних пропозицій та знижок для клієнтів. Підвищення рівня задоволеності клієнтів від туристичних послуг до Бразилії на 90%
II	Визначення цільової аудиторії	Вік: 18-35 років Дохід: високий рівень доходу Зацікавленість: культурний досвід, музика, танці, пригоди, екзотичні місця, природа, місцева кухня, святкування карнавалу Географічне положення: можуть бути з різних країн, але переважно з країн, де є високий рівень доходу та інтерес до подорожей.
III	Аналіз конкурентів	Туроператор «Brazil Nuts»; Туроператор «G Adventures»; Туроператор «Viator»; Туроператор «Carnival Brazil»; Онлайн сервіс «Expedia»; Туроператор «TUI Group».
IV	Позиціонування власного продукту	Етап, що відповідає за позиціонування туристичного продукту не є одним із найголовніших в маркетинговій стратегії, проте є важливою частиною, щоб потенційних клієнтів туристичного оператора перетворити на реальних. Саме з цією метою потрібно для кожного сегменту ЦА розробити цікаві пропозиції: Для заможний туристів, які не зацікавлені в знижках, можна запропонувати додаткові пропозиції, які будуть направлені на комфорт та отримання більш ексклюзивного відпочинку: VIP-послуги та VIP-проживання, та додаткові атракції(наприклад політати на дельтаплані, VIP місця на карнавалі, дайвінг, серфінг, майстер-класи)

IV	Позиціювання власного продукту	<p>Етап, що відповідає за позиціонування туристичного продукту не є одним із найголовніших в маркетинговій стратегії, проте є важливою частиною, щоб потенційних клієнтів туристичного оператора перетворити на реальних. Саме з цією метою потрібно для кожного сегменту ЦА розробити цікаві пропозиції:</p> <p>Для заможний туристів, які не зацікавлені в знижках, можна запропонувати додаткові пропозиції, які будуть направлені на комфорт та отримання більш ексклюзивного відпочинку: VIP-послуги та VIP-проживання, та додаткові атракції(наприклад політати на дельтаплані, VIP місця на карнавалі, дайвінг, серфінг, майстер-класи) карнавалі, дайвінг, серфінг, майстер-класи)</p> <p>Окрім акцій, націлених на конкретний тип туристів, можна розробити й спеціальні пропозиції, які будуть актуальні для усіх:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Знижка -5% на усі туристичні послуги при бронюванні за 3 місяців до відпочинку. - Промокоди та спеціальні пропозиції для підписників соціальних мереж -Знижки на повторні бронювання -Знижки на групові тури <p>Також крім акційних пропозицій, варто розробляти певні тригери (зачіпки), які зацікавлять потенційного клієнта, щоб побачивши рекламу турагенції в Instagram, він захотів підписатись на сторінку, а в майбутньому й купити тур. Такими тригерами можуть бути різні чек-листи, які будуть містити корисну й цікаву інформацію, яка буде зібрана в одному документі. Також розробити пам'ятку для туриста, в рекламному оформлені .</p>
V	Оформлення профілю	<p>Загальна інформація про турфірму</p> <p>Історія компанії (інтерв'ю у директора, показати команду)</p> <p>Опис послуг(додати відео приклади з процесу відпочину)</p> <p>Опис країни(скласти онлайн тур країною)</p> <p>Відеооглядготелів</p> <p>Фото та відео задоволених клієнтів</p> <p>Відгуки клієнтів:</p> <p>Додаткові послуги</p> <p>Контактна інформація</p>
VI	Створення рекламної стратегії	<p>Є кінцевим етапом маркетингової стратегії при просуванні туристичного продукту воєнного туризму.</p>

Джерело: складено автором

Таблиця містить інформацію про стратегії, які використовуються для просування туристичного продукту у сфері івент туризму. Івент туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей.

Ці стратегії є найбільш ефективними для просування туристичного продукту у сфері івент туризму, і допоможе визначити, які кроки можна вжити для покращення просування продукту в цій галузі.

Оскільки сторінка в Instagram туристичного оператора перебуває тільки на початковій стадії свого розвитку та немає великої аудиторії, то купувати рекламу у блогерів або інших медіаперсон не актуально, адже на це потрібно виділити великий бюджет (десятки тисяч гривень) і така реклама не буде ефективною через неготовність, а також великі блогери (інфлюенсери) мають певні вимоги щодо кількості підписників та можуть просто відмовити у співпраці.

Тому, рекомендується використати наступні види реклами (табл. 2.8):

Таблиця 2.8

Характеристика реклами при просуванні туристичного продукту у сфері подієвого туризму туристичним оператором

Вид реклами	Ціль	Суть	Налаштування	ЦА	Тривалість РК	Бюджет
Таргетована реклама	отримати нові запити на підбір туру та збільшити кількість продажів	просування туристичного продукту у сфері івентивного туризму	використання рекламного кабінету Facebook по налаштуванню таргетованої реклами в Instagram. Оскільки очікуваним результатом є отримання нових запитів, то ціль рекламної кампанії – «генерація лідів»	Жінки та чоловіки віком від 18-35 років, що проживають в Україні та країнах ЄС	місяць	10\$ на день (300\$ за увесь період)

Реклама на сайтах про туризм	Привернути увагу потенційних клієнтів, які активно користуються ресурсами про туризм та подорожі	Розміщення банерів та рекламних оголошень на сайтах, що мають велику аудиторію та популярність у галузі туризму	Вибір сайтів, що мають цільову аудиторію, налаштування демографічних та інтересійних фільтрів	Користувачі ресурсів про туризм та подорожі, які шукають нові подорожі та мають стабільний дохід, у віці від 20 до 50 років	1-2 місяці	30 000 грн
Реклама в Google та інших пошукових системах.	Привернення уваги потенційних клієнтів та збільшення популярності туру	Реклама буде відображатися в результатах пошуку відповідних запитів, привертаючи увагу користувачів до туру до Бразилії на карнавал	Налаштування контекстної реклами, вибір ключових слів та фраз, налаштування цільової аудиторії	Користувачі Інтернету, які шукають тури до Бразилії та цікавляться карнавалом	1-3 місяці	\$5000-10000
Розсилка листівок та рекламних проспектів	Поширення інформації про тур серед потенційних клієнтів та напрацьованої бази клієнтів	Розсилка листівок та рекламних проспектів з інформацією про тур до Бразилії на карнавал (також розсилка акційних пропозицій)	Створення бази даних потенційних клієнтів, підготовка рекламного матеріалу, розсилка листівок та проспектів	Люди, які вже подорожували в країні Південної Америки, цікавляться культурою та мистецтвом	1-2 місяці	\$3000-5000
Участь у виставках та конференціях	Презентація туру та залучення нових клієнтів	Участь у туристичних виставках та конференціях, де буде представлено тур до Бразилії на карнавал	Оренда стенда, створення рекламного матеріалу, підготовка співробітників до проведення презентації	Потенційні клієнти, які зацікавлені в подорожах та відпочинку	2-3 дні	\$500-1000 за участь у конференції, \$1000-3000 за оренду стенда на виставці

Джерело: складено автором

Втілення рекомендацій щодо просування туристичного продукту у сфері івентивного туризму дозволить їй на ринках України та ЄС дозволить покращити

позитивний ринковий імідж туристичного оператора, а також утримати та посилити власні конкурентні позиції та частку ринку.

2.3. Економічне обґрунтування туру

Після складення програми туру та методи його просування варто узагальнити можливі витрати та очікувані результати, які будуть отримані в результаті наведених заходів. З метою визначення витрат варто здійснити калькуляцію собівартості туристичного маршруту.

Таблиця 2.9

Калькуляція собівартості туристичного продукту «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами» (у розрахунку на загальний термін перебування)

Калькуляція				
№	Стаття калькуляції	Кількість	Собівартість (грн)	Собівартість (євро)
1	Страховка	1	1000	25
2	Послуги міжконтинентальних перельотів	2	35 450	990
3	Переїзд між містами	3	8 735	92.7
4	Внутрішні авіаперельоти	2	29 614	827
5	Трансфер	1	54.61	1.52
6	Оренда автомобіля (на весь строк перебування)	1	1815.8	51
7	Паливо		1800	44,8
8	Послуги Проживання	8	18 799	525
9	Екскурсійне обслуговування	7	3206	90
10	Атракції: Карнавал	1	1550	43.5

	Разом прямих витрат		101 025	2665
12	Загальновиробничі витрати (10% від прямих витрат)	-	10 102,5	260
13	Витрати на просування (5% від прямих витрат)	-	5 051	13
14	Виробнича собівартість	-	116 178,5	2938
15	Прибуток (націнка)	20%	20 205	260
16	Ціна на 1-го туриста, без ПДВ	-	151 537,5	3516
17	ПДВ	20%	20 205	260
18	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	-	172 000	3800

Джерело: складено автором

Отже, вартість туру «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами» на одну особу для українських туристів складає 172 000 грн (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 116 178,5 грн. А для іноземних туристів вартість туристичного продукту складає 3800 євро (з ПДВ), а собівартість для туристичної компанії 2 938 євро, різниця в цінах не велика, це зумовлено майже однаковою вартістю перельотів, та різницею цін зі страхування. На період розроблення даної калькуляцію курс євро складав 39.15 за даними Національного Банку України.

На наступному етапі варто спрогнозувати фінансові результати від впровадження нового туристичного продукту у сфері подієвого туризму. Задля цього варто спочатку спрогнозувати потенційний попит на туристичний продукт «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами».

Порадившись з менеджером компанії туристичного оператора, було сформовано наступний план можливого туристичного обслуговування, виходячи з динамік попиту на ринку туристичних послуг та умов, що склалися в країні, зокрема військових дій на території України, відповідно до чого прогнозується попит з 2 кварталу 2024 року, з максимальним зростанням до кінця року

Таблиця 2.10

Прогноз попиту на туристичний продукт для внутрішніх та іноземних туристів на 2024 рік

Період	Внутрішні туристи, осіб	Іноземні туристи, осіб	Разом, осіб
1 кв. 2023	-	-	-
2 кв. 2023	10	15	25
3 кв. 2023	20	30	50
4 кв. 2023	30	50	80
Разом	60	95	155

Джерело: складено автором

За даними прогнозу попиту на туристичний продукт на 2024 рік, очікується зростання кількості відвідувачів, як внутрішніх, так і іноземних. Прогнозована кількість внутрішніх туристів складає 60 осіб, а іноземних - 95 осіб, загальна кількість туристів - 155 осіб.

Ці дані свідчать про те, що розроблений туристичний продукт має певний потенціал для залучення туристів та може бути успішним на ринку туристичних послуг. Однак, необхідно враховувати фактори, які можуть впливати на попит на туристичний продукт, такі як економічна ситуація в країні, політична стабільність, епідеміологічна ситуація та інші.

Таблиця 2.11

Прогнозні результати від формування та продажу туру «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами» на 2024 рік

Період	Доходи від продажу турів (без ПДВ), тис. грн.			Витрати тис. грн.		Фінансові результати (без ПДВ) тис. грн.		
	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Разом	Прямі витрати, грн	Непрямі витрати (просування та загальнопромислові), грн	Прибуток до оподаткування, грн	Податок на прибуток, грн	Чистий прибуток, грн
2 кв 2023	3 030 750	2 273 062,5	3 788 437,5	2 525 625	378 825	883 987,5	176 797,5	707 190

Продовження таблиці 2.11

3 кв 2023	1 515 3 75	4 546 1 25	7 576 875	5 051 250	757 650	1 767 975	353 595	1 414 380
4 кв 2023	4 546 125	7 576 8 75	12 123 000	8 082 000	1 212 240	2 828 760	565 752	2 263 009
Разом	9 092 2 50	7 576 875	14 396 062 ,5	8 385 075	2 348 715	5 480 72 2 ,5	1 098 1 44,5	4 384 579

Джерело: складено автором

За результатами проведених розрахунків було встановлено, що прогнозний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами» у 2023 році складе тис.грн, у т.ч. 9 092 250 грн – продаж турів туристам-громадянам України, 7 576 875 грн – туристам-громадянам іноземних країн (ЄС). Прогнозні прямі витрати складуть 14 396 062, 5 грн, а непрямі витрати (обслуговування туристичної інфраструктури та просування турпродуктів) – 2 348 715 грн. Прогнозний чистий прибуток від реалізації туру у сфері івентного туризму складе 4 384 579 грн.

Отже, розроблений нами туристичний продукт «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами», на нашу думку, може бути якісно представлений на ринку подієвого туризму в країнах ЄС та України, оскільки характеризується унікальністю туристичних ресурсів та кількістю подій. відомим карнавалом, але й відвідати найкрасивіші місця країни, де збереглися традиції місцевого населення та їх унікальна культура. Відвідавши основні об'єкти подорожі, туристи різного віку, які цікавляться історією та культурою, матимуть можливість поєднати пізнавальні цілі з веселим та активним відпочинком на карнавальних вечірках.

Висновки до розділу 2

В рамках дипломної роботи було створено туристичний продукт у сфері івентивного туризму «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами», який створений для того, щоб у майбутньому туристи з будь-якої точки планети могли

на власні очі побачити та взяти участь в найяскравішому фестивалі світу, назви якого облетіли весь світ. Тур можна описати не просто прогулянкою по Бразилії, а повне занурення в культуру і традиції країни.

Під час екскурсії екскурсанти побачать неймовірні костюми та маски, дізнається про історію карнавалу та його значення для бразильців, відвідають різноманітні концерти та вистави та спробують місцеву кухню.

2. В якості основних каналів просування туристичного пропонується використовувати соціальну мережу Instagram та UGS контент. В роботі була розроблена стратегія просування туристичного продукту та визначені її основні елементи.

3. Отже, вартість туру «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами» на одну особу для українських туристів складає 172 000 грн (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 116 178,5 грн. А для іноземних туристів вартість туристичного продукту складає 3800 євро(з ПДВ), а собівартість для туристичної компанії 2 938 євро ,різниця в цінах не велика, це зумовлено майже однаковою вартістю перельотів ,та різницею цін зі страхування.

За результатами проведених розрахунків було встановлено, що прогнозний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами» у 2023 році складе тис.грн, у т.ч. 9 092 250 грн – продаж турів туристам-громадянам України, 7 576 875 грн – туристам-громадянам іноземних країн (ЄС). Прогнозні прямі витрати складуть 14 396 062 ,5 грн, а непрямі витрати (обслуговування туристичної інфраструктури та просування турпродуктів) – 2 348 715 грн. Прогнозний чистий прибуток від реалізації туру у сфері івентного туризму складе 4 384 579 грн.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження особливостей розроблення продукту воєнного туризму територією України та його просування на ринку ЄС у поствоєнний період можна зробити такі висновки:

1. Визначено, що в умовах сьогодення івентивний туризм в Бразилії — це той вид туризму, який в майбутньому має не лише привертати увагу все більшої аудиторії світової спільноти, а й залучити нової аудиторії, а Саме України.

2. Виявлено тенденції щодо розвитку івентивного туризму на території Бразилії, а також підібрані інструменти для стрімкого покращення туристичної галузі в країні. В рамках дипломної роботи було створено туристичний продукт у сфері івентивного туризму «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами», який створений для того, щоб у майбутньому туристи з будь-якої точки планети могли на власні очі побачити та взяти участь в найяскравішому фестивалі світу, назви якого облетіли весь світ. Тур можна описати не просто прогулянкою по Бразилії, а повне занурення в культуру і традиції країни.

3. Зазначено, що основною метою івентивного туризму закладається у вихованні інтересу у людей до подій, історії, традицій та культури певної місцевості. Також те що подієвий є модельовальним показником туризму.

4. Розглянуто ресурсний потенціал Бразилії для розвитку івентивного туризму та просування на ринку України у поствоєнний період та визначено, що ресурсною базою для цього є природний та історично-культурний потенціал Бразилії. Доведено, що івентивний туризм має активно розвиватись в поствоєнний період, найбільш перспективним може бути розвиток виїзного туризму, який ґрунтується на відвідування різних подій, фестивалів, музеїв, відкриття для себе нових видів спорту, та відновлювати своє фізичне та духовне здоров'я.

5. Виявлено тенденції щодо розвитку івентивного туризму на території Бразилії, а також підібрані інструменти для стрімкого покращення туристичної галузі в країні. В рамках дипломної роботи було створено туристичний продукт у сфері івентивного туризму «Бразильський карнавал: вечірки під пальмами», який створений для того, щоб у майбутньому туристи з будь-якої точки планети могли

на власні очі побачити та взяти участь в найяскравішому фестивалі світу, назви якого облетіли весь світ. Тур можна описати не просто прогулянкою по Бразилії, а повне занурення в культуру і традиції країни. Під час екскурсії екскурсанти побачать неймовірні костюми та маски, дізнається про історію карнавалу та його значення для бразильців, відвідають різноманітні концерти та вистави та спробують місцеву кухню. Обґрунтовано, що розвиток такого виду туризму має ще більше привернути увагу світової спільноти та вітчизняного туриста до подій та їх масштабів, що відбуваються в Бразилії.

6.Зроблено економічне обґрунтування туру та визначено, що вартість туру «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами» на одну особу для українських туристів складає 172 000 грн (включно з ПДВ), а собівартість туру для туристичної компанії – 116 178,5 грн. А для іноземних туристів вартість туристичного продукту складає 3800 євро(з ПДВ), а собівартість для туристичної компанії 2 938 євро, різниця в цінах не велика, це зумовлено майже однаковою вартістю перельотів, та різницею цін зі страхування.

7.За результатами проведених розрахунків було встановлено, що прогнозний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Бразильський карнавал:вечірки під пальмами» у 2023 році складе тис.грн, у т.ч. 9 092 250 грн – продаж турів туристам-громадянам України, 7 576 875 грн – туристам-громадянам іноземних країн (ЄС). Прогнозні прямі витрати складуть 14 396 062, 5 грн, а непрямі витрати (обслуговування туристичної інфраструктури та просування турпродуктів) – 2 348 715 грн. Прогнозний чистий прибуток від реалізації туру у сфері івентного туризму складе 4 384 579 грн

Під час написання дипломної роботи було вирішено всі завдання та досягнуто мету дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазурець Р.Р. Програма Event технології в туризмі 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/NzU5Mg==/b845b508188b1d69c58bd1880affbc00.pdf> (дата звернення: 18.04.2023).
2. Event-tourism in Transcarpathia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eventzakarpattia.wordpress.com/event-tourism/> (дата звернення: 18.04.2023).
3. Тринчук В.В. Івентивний туризм конспект лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм» денної та заочної форм навчання. Київ: НУХТ, 2019. . [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/72.133.pdf> (дата звернення: 18.04.2023).
4. Мисик В.М. Типологія івентів як об'єкт івент-менеджменту. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-iventiv-yak-ob-ektiv-ivent-menedzhmentu/viewer> (дата звернення: 18.04.2023)
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с. . [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm
6. Лимаренко А.О. Особливості розвитку туризму Федеративної Республіки Бразилія. Україна: ДУАН, 2022. - С. 45-49. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://duan.edu.ua/images/News/UA/Departments/Tourism/2022/2_mizhn_conf/II_mizhn_conf_theses.pdf
7. Сасін М.П., Гринько С.А. Вдосконалення класифікації видів форм туризму [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/sasin.htm
8. Національна туристична організація України. NTOU. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html]
9. The World Tourism Organization. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: {<https://www.e-unwto.org/>}
10. Туризм в Бразилії [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.geograf.com.ua/brazil/667-brazil-tourism>)

11. Водоспад Ігуасу у Бразилії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/vodospadikmonmlnmj/>
12. Пантанал: самое крупное болото на планете. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://terra-z.com/archives/81253>
13. Статистика на сайті The World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/>
14. Мазурець Р. Р. Роль культурно-історичного туристичного потенціалу міста Луцька у розвитку гастрономічних фестивалів. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / [колектив авторів] за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. С. 231-241.9.
15. Подієвий туризм в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/1-9-2008_12-48_52_1.html, вільний. (дата звернення: 18.04.2023).
16. Сайт з Event маркетингу : теорія і практика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eventmarket.com> (дата звернення 18.04.2023).
17. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.worldtourism.org> (дата звернення 18.04.2023).
18. Сайт Департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.me.gov.ua (дата звернення 18.04.2023).
19. Інформаційний сайт про туристичні дестинації України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tour.com.ua>
20. Офіційний сайт Карнавалу в Ріо-де-Жанейро [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.rio-carnival.net/>
21. Офіційний сайт Карнавалу в Сан-Паулу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.carnivalbrazil.com/sao-paulo-carnival/>
22. Сайт Visit Brazil . [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.visitbrasil.com/>

23. Сайт Lonely Planet про Бразилію -[Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.lonelyplanet.com/brazil>
24. Статистика про туризм в Бразилії на сайті World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/country/brazil>
25. Статистика про туризм в Бразилії на сайті Statista [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/4028/tourism-in-brazil/>
26. Статистика про туризм на Карнавал в Бразилії на сайті Brazilian Tourism Institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.embratur.gov.br/en/statistics/2016-02-04-13-53-56/tourism-statistics/monthly-arrivals-2/1555-monthly-arrivals-carnival-2016-eng>
27. Стаття на сайті Event Manager Blog про івент-менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eventmanagerblog.com/event-management>
28. Стаття на сайті International Journal of Event and Festival Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEFM-07-2014-0014/full/html>
29. Офіційний сайт Туристичної асоціації України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tau.org.ua> (дата звернення 18.04.2023).
30. Сайт компанії Консул Тревел [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.cts-tours.com/consul-travel-service/ru> (дата звернення 18.04.2023).
31. Сайт туроператора Wonder&Holiday [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://wondersholidays.com/uk/>(дата звернення 18.04.2023).
32. [https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html]
33. Сайт туроператора Коліпсо України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.kalipsoua.com/ua/>
34. Сайт туроператора Авторські тури [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://author-tour.com.ua/ua>.
35. Сайт туроператора Yeremko Partners [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://yerenenko.ua/>
36. Сайт туроператора Aves Travel [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.avestravel.com.ua/>

37. Сайт міністерства закордоних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mfa.gov.ua/embassies/braziliya>
38. DIP - Туристичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dip.org.ua/braziliya/>
39. Mandry Travel Company [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.travel-tour.cz/>
40. Дайвінг в Бразилії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.divessi.com/uk/mydiveguide/destination/brazil-9751313>
41. Сайт готеля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://windsorhoteis.com/hotel/windsor-asturias>
42. Серфінг в Бразилії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://royal-safari.com/brazil/blog/excursions/serfing/>
43. Кайт-школа Windrider в Бразилії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kitecenter.com.ua/kite-school-in-brazil-1>
44. Населення Бразилії: етнічний склад, мови, релігії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua/brazil/661-brazil-population-languages-ethnic-structure>
45. Сайт готеля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hotelcolonialfoz.com.br/>
46. Booking.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.booking.com/>
47. Economy Bookings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.economybookings.com/>
48. Proizd.ua. сервіс онлайн-бронювання та продажу квитків на залізничний транспорт в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://proizd.ua/>
49. Tickets.ua. Авіаквитки онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://avia.tickets.ua>



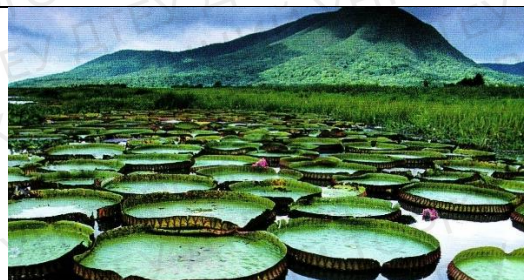
ДОДАТКИ

Узагальнена характеристика об'єктів військового туру «Україна непереможна»

Назва та короткий опис дестинації	Фото
<p>1. Найколіоритніший та найяскравіший карнавал у світі проходить в Ріо-де-Жанейро — Бразильський карнавал.</p> <p>Щороку в лютому-березні вся Бразилія охоплена безперервним боєм барабанів, що відбивають ритм запальної самби. Країна занурюється в найбільш галасливе, яскраве і веселе свято, найграндіозніше шоу на планеті.</p> <p>Шикарні костюми і красиві тіла, екзотичні танці та атмосфера неймовірного свята, яскравих кольорів та божевільного настрою — все це Бразильський карнавал в Ріо-де-Жанейро!</p> <p>Це парад самби і театралізоване шоу, що проводиться на Самбадромі в центрі міста для величезної кількості глядачів. За звання переможця тут борються 14 найвідоміших шкіл.</p>	
<p>2. Водоспад Ігуасу.</p> <p>Одна з найвідоміших визначних пам'яток Бразилії — водоспад Ігуасу. Це чудо природи, яке не може бути пропущено. Водоспади розташовані на кордоні між Бразилією і Аргентиною, а їх краса робить їх одним з найвідоміших водоспадів у світі. Підковоподібна форма, висота і потужні потоки води роблять їх місцем, гідним уваги. Мальовничість навколишньої природи, контраст між ясно-синьою громоподібною водою на зеленому тлі змушує спостерігача забути про час і просто поклонитися перед цим творінням природи!</p>	
<p>3. Кафедральний собор Бразилії.</p> <p>Кафедральний собор Бразилії — дивовижна будівля, спроектована Оскаром Німейєр. Собор був готовий в 1970 і став місцем для митрополії Бразилії. Унікальна будівля є символом Бразилії. Споруда дійсно неймовірна, побудована з 16 бетонних стовпів, кожен з яких важить 90 тонн! Дах великого будинку зроблено зі скла, так, щоб був відкритий вид до неба. Статуї та скульптури також змушують відвідувачів затримати дихання. Бразильський Собор безперечно варто відвідати. Це один із найнезвичайних соборів у світі</p>	

4. Пантанал.

Пантанал – велика територія, що поширюється по центральній частині континенту в Бразилії, Болівії і Парагваї, яка відома своєю багатою колекцією водойм, річок, маленьких і великих, які перетинають її і наповнюють життям. Різні різновиди знаходять свій будинок серед захоплюючої дух різноманітності тропічних лісів, саван і мальовничих пейзажів. Пантанал сповнений життя особливо в сезон дощу, але навіть у сухий сезон залишаються водойми, повні води і надають життя незліченною тваринам. Пантанал – краща пам'ятка Бразилії для всіх, хто любить природу!



5. Португальська королівська бібліотека (Ріо-де-Жанейро)

Стародавню, дуже пізану монументальну будівлю складно назвати просто бібліотекою. Це справжній храм науки, велич якого вражає і зовні, і особливо всередині, коли потрапляєш у царство книг, розставлених на вражаючій красі полицях, виготовлених з різьбленого дерева. Та й загалом, абсолютно все внутрішнє оздоблення зроблено з дерева - різьблені мережива з підлоги і до стелі чергуються з тисячами книг, а стельовий простір вінчає чудова мозаїка, крізь кольорові шибки якої в приміщення проникає світло. Будівля, оформлена в стилі мануеліно, почала зводитися 1880 року, а 1900 року бібліотека відчинила свої двері для широкої публіки.



6. Зоопарк Ріо-де-Жанейро - один з кращих зоопарків Бразилії, де можна побачити рідких тварин, що мешкають в басейні Амазонки і джунглях Південної Америки. Зоопарк розташований в самому центрі Ріо, посеред живописного міського парку.

Зоопарк Ріо-де-Жанейро дуже красивий і буквально утопає в зелені. Багато тварини живуть не в клітинах, а в спеціальних вольєрах, що імітують природне середовище їх життя. Всею в зоопарку міститься більше двох тисяч зразків фауни, багато з яких достатньо рідкісні, і побачити їх можна тільки тут. Також тут проживає величезна кількість екзотичних птахів - одних тільки туканов представлено більше двох двадцяти видів.



7. Пляж Іпанема (Ріо-де-Жанейро)

Райське місце з гарячим південним менталітом і яскравим національним колоритом — все це темпераментна Бразилія. Достовірність Ріо-де-Жанейро радує не тільки культурними об'єктами, феєричними святами, але і незвичайно красивою природою, в тому числі прекрасними морськими пляжами. В їх числі — романтичний пляж Іпанема, місце ексклюзивного відпочинку і созерцання прекрасних видів сонячного заката. Якщо зрівняти це місце з першим за значимістю пляжем Копакабана, можна відзначити, що Іпанема відрізняється спокійністю і безмятежністю. В місці з тем, і любителі розваг знайдуть тут заняття по душі — на пляжі створені ідеальні умови для серфінгу, можна грати у футбол, волейбол і футволей.



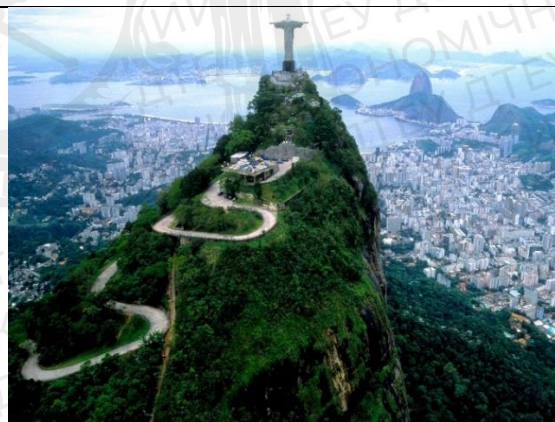
8. Парк птахів Ігуасу (Parque das Aves) – зоопарк заснований 1994 року сім'єю Денніс & Анна Кроукамп. Парк займає територію 16 гектарів та налічує близько 800 птахів 200 видів. Крім птахів, є метелики та рептилії

Парк Parque das Aves рятує птахів від контрабандистів, лікують їх, соціалізують з іншими птахами, щоб вони могли нормально повернутись до свого життя



9. Гора Корковадо

Бразилія, столиця якої сьогодні — місто Бразилія, все ж основну частину визначних пам'яток зберігає у своїй попередній столиці — місті Ріо-де-Жанейро. Одним із символів Ріо та всієї країни є монументальна статуя Христа Іскупителя, завдяки якій прославилася вся світова гора Корковадо — саме на її вершині підвищується колосальна 40-метрова скульптура Спасителя. Сама гора розташована на території національного парку Тижука. На її вершині ведуть залізну дорогу особливої конструкції — вона має зубчате закріплення, яке необхідне для безпечного скріплення поїзда з рельсами на крутом під'їм. По цьому колі регулярно їздять три поїзди, які забезпечують відвідувачам гори швидкий підйом на вершину за 20 хвилин.



11. Тижука найбільший міський ліс в світі. Ми зробимо зупинку на Китайському оглядовому майданчику з неймовірними краєвидами на Іпанему і пляжі Копакабани, затоку Гуанабара і Цукрову голову. Протягом туру ми зможемо спостерігати за тропічними тваринами, такими як мавпи, лінивці і екзотичні птахи. На зворотному шляху в готель ми зупинимося на пляжі Пепіно, щоб помилуватися дельтапланами, що летять в повітрі.

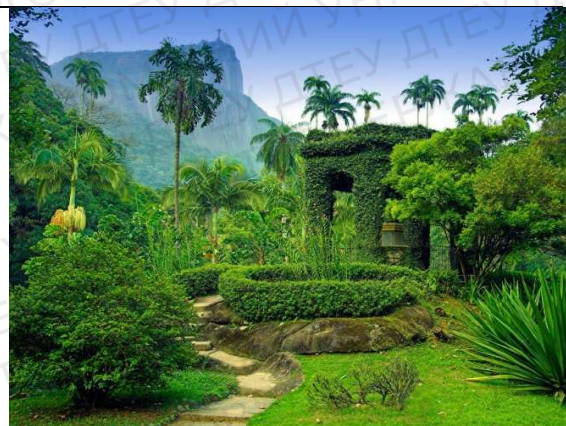


12. Ботанічний сад в Ріо-де-Жанейро

Все феєричне різноманіття бразильської флори і фауни представлено в Ботанічному саду. Він займає 54 гектари. Тут зареєстровано 6,5 тисяч видів насаджень. Крім багатой рослинності, в Ботанічному саду є пам'ятники та архітектурні споруди.

Також для систематизації та вивчення рослинності на території Ботанічного саду функціонує науковий центр. В ньому наявна багата бібліотека. Книги в ній підібрані, в основному, по ботанічній тематиці. Роком заснування Ботанічного саду є 1808 рік. Значно він створювався для того, щоб завезені з інших країн екзотичні рослини могли пройти акліматизацію.

Для цього їм створювалися спеціальні умови. Сад був створений за наказом короля Жуана VI. Він є національним станом. Ботанічний сад знаходиться по праву руку від знаменитої статуї Христа. З 1992 року Ботанічний парк в Ріо-де-Жанейро був об'явлений об'єктом ЮНЕСКО. В цей час він вважається біосферним заповідником.

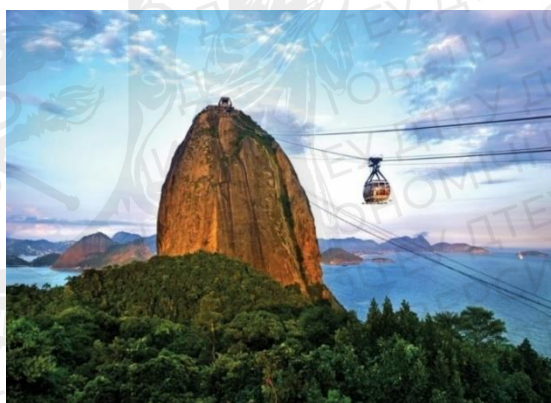


13. Гора «Цукрова голова»

Гора має висоту 396 метрів. Вона розташована над затокою Гуанабара і є природною визначною пам'яткою Бразилії. Незвична форма гори послугувала причиною оригінальної назви. Місні жителі називають її Пан-ді-Асукар, що в перекладі означає «цукрова голова».

Століттями тут вивітрувалися інтрузивні магматичні породи. На схилах гори практично немає рослинності. Так збоку вона виглядає суворо і аскетично. Перше поселення у підніжжя гори виникло в 1565 році. Саме тут був заснований Ріо-де-Жанейро.

У 1817 році на вершині Сахарної гори з'явився британський прапор. Його встановила англійська медсестра Генрієтта Карстейрс. Це було першим сходженням на гору. А вже в 1912 році тут з'явилася канатна дорога. Вона доступна для подорожей і в даний час



«Ескадерія Селарон» Ці сходи стала знаменитою у всьому світі завдяки чилійському художнику Хорхе Селарону. Він виклав свою яскраву п'єстру мозаїку, посвятивши свою роботу бразильському народу. В 1990 р. художник приступив до реставрації старої лісничі, яка починалася прямо перед його домом. Сперва Селарону прийшло терпіти насмішки сусідів за вибір кольорів, оскільки він виклав сходи синіми, зеленими та жовтими плитками — у колір бразильського прапора. Але художник продовжував із задоволенням передавати зайнятість, яке



починалося як хобі, а в наслідку перетворилося в нав'язливу ідею. Художнику відключили телефон за несплату, грозили викинути з дому, але Селарон ні на що не зважав, працюючи над своїм проектом. Коли він виявив, що йому не вистачає грошей на роботу, він продав свої картини, щоб продовжувати працювати над проектом, і, нарешті, покрив всі сходи мозаїкою з керамічних плиток і кусків дзеркала.

Джерело: побудовано автором

Додаток Б

Технологічна мапа туристичного маршруту

Дати туру 18 лютого – 27 лютого

Тривалість 10 днів\9 ночей

Маршрут: Київ – Варшава – Ріо де Жанейро – Фос ду Ігуасу – Варшава – Київ

Київ(Kyiv Central Train Station,Вокзальна площа 1)-Варшава(Warszawa Wschodnia,Польща)	Відстань 919 км Час 12 год 52 хв (потяг)
Варшава(Warszawa Wschodnia,Польща)-Варшавський аеропорт імені Фредеріка Шопена(Zwirki I Wigury,00-001 Warszawa,Польща)	Відстань 8.8 км Час 36 хв (потяг)
Варшавський аеропорт імені Фредеріка Шопена(Zwirki I Wigury,00-001 Warszawa,Польща)- Ріо де Жанейро (Av. Vinte de Janeiro, s/nº - Ilha do Governador, Rio de Janeiro - RJ, 21941-900, Бразилія)–	Відстань 10 396 км Час 19 год 50 хв (літак)
Ріо де Жанейро (Av. Vinte de Janeiro, s/nº - Ilha do Governador, Rio de Janeiro - RJ, 21941-900, Бразилія)– R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія	Відстань 19.5 км Час 25 хв (автомобіль)
R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія - Барра-да-Тижука, Ріо-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 33 .9 км Час 37 хв (автомобіль)
Барра-да-Тижука, Рио-де-Жанейро, Бразилія- Леблон, Ріо-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 16.9 км Час 21 хв (автмобіль)
Леблон, Ріо-де-Жанейро, Бразилія-Іпанема, Ріо-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 3.9 км Час 8 хв (автомобіль)
Іпанема, Ріо-де-Жанейро, Бразилія - Копакабана, Ріо-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 2.6 км Час 5 хв (автомобіль)

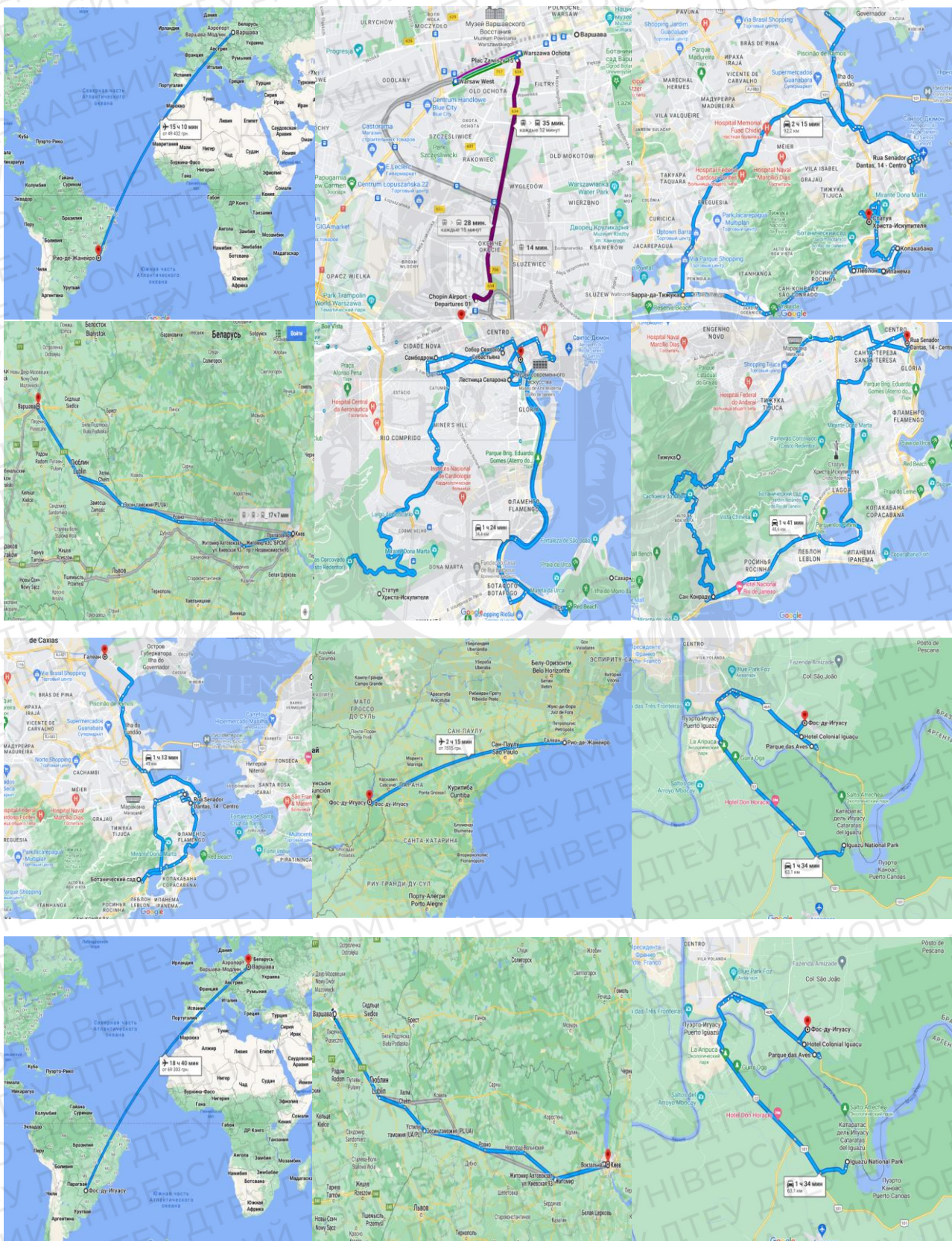
Кобакабана, Рио-де-Жанейро, Бразилія- Статуя Христа-Спасителя, Parque Nacional da Tijuca - Alto da Boa Vista, Rio de Janeiro - RJ, Бразилія	Відстань 11 км Час 20 хв (автомобіль)
Статуя Христа-Спасителя , Parque Nacional da Tijuca - Alto da Boa Vista, Rio de Janeiro - RJ, Бразилія - Av. Chile, 245 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-170, Бразилія	Відстань 10.2 км Час 18 хв (автомобіль)
Alto da Boa Vista, Rio de Janeiro - RJ, Бразилія - Av. Chile, 245 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-170, Бразилія- Сходи Селарона, R. Manuel Carneiro - Santa Teresa, Rio de Janeiro - RJ, 20241-120, Бразилія	Відстань 0.8 км Час 1 хв (автомобіль)
Сходи Селарона, R. Manuel Carneiro - Santa Teresa, Rio de Janeiro - RJ, 20241-120, Бразилія- Сахарная голова - Urca, Рио-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 7.4 км Час 20 хв (автомобіль)
Сахарная голова - Urca, Рио-де-Жанейро, Бразилія - R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія	Відстань 8 км Час 24 хв (автомобіль)
R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія - Самбодром, R. Marquês de Sapucaí - Santo Cristo, Rio de Janeiro - RJ, 20220-007, Бразилія	Відстань 3.3 км Час 13 хв (автомобіль)
Самбодром, R. Marquês de Sapucaí - Santo Cristo, Rio de Janeiro - RJ, 20220-007, Бразилія - R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія	Відстань 3.3 км Час 13 хв (автомобіль)
R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія - Тіжука, Рио-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 9.3 км Час 24 хв (автомобіль)
Тіжука, Рио-де-Жанейро, Бразилія- Сан-Конраду, Рио-де-Жанейро, Бразилія	Відстань 17.5 км Час 28 хв (автомобіль)
Сан-Конраду, Рио-де-Жанейро, Бразилія- R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія	Відстань 21.4 км Час 36 хв (автомобіль)
R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія- Ботанический сад, R. Jardim Botânico, 1008 - Jardim Botânico, Rio de Janeiro - RJ, 22460-030, Бразилія	Відстань 12.7 км Час 15 хв (автомобіль)
Ботанический сад, R. Jardim Botânico, 1008 - Jardim Botânico, Rio de Janeiro - RJ, 22460-030, Бразилія- Португальская королевская библиотека, R. Luís de Camões, 30 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20051-020, Бразилія	Відстань 12.6 км Час 15 км (автомобіль)
Португальская королевская библиотека, R. Luís de Camões, 30 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20051-020, Бразилія- R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія	Відстань 2 км Час 3 хв (автомобіль)

R. Sen. Dantas, 14 - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20031-203, Бразилія-	Відстань 18.9 км Час 20 хв (автомобіль)
Piо de Жанейро (Av. Vinte de Janeiro, s/n° - Pha do Governador, Rio de Janeiro - RJ, 21941-900, Бразилія)- Фос – ду – Iгуасу (BR 469, Kms 16,5, s/n - Aeroporto, Foz do Iguacu - PR, 85863-900, Бразилія)	Відстань 1 477 км Час 2 год 10 хв (літак)
Фос – ду – Iгуасу (BR 469, Kms 16,5, s/n - Aeroporto, Foz do Iguacu - PR, 85863-900, Бразилія)- Rodovia das Cataratas Km 20, 11237 Parque Nacional do Iguacu, Foz do Iguacu - PR, 85855-750, Бразилія	Відстань 1.9 км Час 4 хв (автомобіль)
Rodovia das Cataratas Km 20, 11237 Parque Nacional do Iguacu, Foz do Iguacu - PR, 85855-750, Бразилія- Iguazú National Park, Ruta 101 Km 142, N3370 Puerto Iguazú, Misiones, Аргентина	Відстань 27.5 км Час 40 хв (автомобіль)
Iguazú National Park, Ruta 101 Km 142, N3370 Puerto Iguazú, Misiones, Аргентина - Parque das Aves, Av. das Cataratas, 12450 - KM 17,1 - Vila Yolanda, Foz do Iguacu - PR, 85855-750, Бразилія	Відстань 28.8 км Час 42 хв (автомобіль)
Parque das Aves, Av. das Cataratas, 12450 - KM 17,1 - Vila Yolanda, Foz do Iguacu - PR, 85855-750, Бразилія- Hotel Colonial Iguacu, Rodovia das Cataratas Km 20, 11237 Parque Nacional do Iguacu, Foz do Iguacu - PR, 85855-750, Бразилія	Відстань 1.2 км Час 2 хв (автомобіль)
Hotel Colonial Iguacu, Rodovia das Cataratas Km 20, 11237 Parque Nacional do Iguacu, Foz do Iguacu - PR, 85855-750, Бразилія- Фос – ду – Iгуасу (BR 469, Kms 16,5, s/n - Aeroporto, Foz do Iguacu - PR, 85863-900, Бразилія)	Відстань 1.7 км Час 3 хв (автомобіль)
Фос – ду – Iгуасу (BR 469, Kms 16,5, s/n - Aeroporto, Foz do Iguacu - PR, 85863-900, Бразилія) – Варшава(Варшавський аеропорт імені Фредеріка Шопена(Zwirki I Wigury,00-001 Warszawa,Польща)	Відстань 10 400 км Час 24 год 30 хв (літак)
Варшава(Warszawa Wschodnia,Польща) – Київ Київ(Київ Central Train Station,Вокзальна площа 1)	Відстань 919 км Час 12 год 52 хв (потяг)
Всього 24 405 км Літак 22 273 км Потягом 1855.6 км Автомобілем 276.5 км	

Джерело: побудовано автором

Пункти маршруту

Додаток В



Додаток В

