

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка та організація туристичної діяльності»
на тему: **«Напрями розвитку немасових видів туризму
на туристичному підприємстві»**

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки

Гуцуляк Марія Петрівна

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Нездоймінов Сергій Георгійович _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Особливістю розвитку немасових видів туризму в Україні на сучасному етапі є набуття ним нових трендів екологічних, велосипедних, релігійних, агро - гастрономічних подорожей та форм організації рекреаційної діяльності відповідно до зростаючих потреб туристів, ефективного використання природного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу території, а також досягнення необхідного рівня економічного розвитку територіальних громад. Регіони України мають унікальну історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, мальовничі ландшафти; лікувально-рекреаційні ресурси, національні традиції, можливості отримання екологічно-чистих продуктів, відпочинку в умовах розкішної природи. Внаслідок цього серед туристів виник попит на види туризму, альтернативні масовому, так звані «зелені подорожі».

Мета дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження і обґрунтування науково-прикладних підходів до формування туристичного продукту сільського «зеленого» туризму та розвитку послуг немасових видів рекреаційної діяльності туристичних підприємств.

Завдання дослідження:

- проаналізувати науково-теоретичні аспекти класифікації та розвитку немасових видів туризму;
- провести дослідження потенціалу розвитку сільського зеленого туризму;
- проаналізувати нормативно-правове забезпечення розвитку сільського зеленого туризму;
- надати характеристику діяльності туристичного підприємства «Бессарабія Тур»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Бессарабія Тур»;
- надати оцінку конкурентного середовища підприємства та провести SWOT - аналіз умов розвитку послуг сільського зеленого туризму;
- обґрунтувати доцільність розробки туристичного продукту сільського зеленого туризму;
- провести оцінювання каналів просування туристичного продукту.

Об'єктом дослідження є процеси формування туристичного продукту сільського зеленого туризму в туристичних підприємствах.

Предметом дослідження сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку немасових видів туризму.

Методи дослідження. Дослідження виконані на основі фактичних матеріалів і літературних джерел, які стосуються розвитку немасових видів туризму та послуг сільського зеленого туризму в Україні, а також власних спостережень. Основними методами дослідження є: логічні та емпіричні методи; математичного моделювання, порівняння, аналіз, синтез; регіонального аналізу; економіко-статистичний метод тощо.

Інформаційна база дослідження. Теоретичну базу досліджень становлять роботи вітчизняних і зарубіжних фахівців з проблем розвитку немасових видів туризму, теорії туризму, менеджменту, маркетингу, економічного аналізу. Найбільш

повно ці проблеми розкриті в роботах: Герасименко В.Г., Кудли Н.Є., Михайлюк О. Л., Нездоймінова С. Г., Хумарової Н.І., Папп В.В., Савенко Г.Є., Тищук І.В. та ін. Інформаційною базою дослідження також були статистичні дані, монографічні дослідження, наукові статті опубліковані в періодичних виданнях та в збірниках науково-практичних конференцій, а також матеріали звітів щодо господарської діяльності туристичного підприємства «Бессарабія Тур».

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема даної роботи з різних позицій, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 76 сторінок, 10 таблиць, 12 рисунків, список використаних джерел з 46 найменувань.

Публікації. Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді на тему «Проблеми екологізації та напрями розвитку немасових видів туризму на сільських територіях України» на III Міжнародної науково-практичної конференції «Становлення механізму публічного управління розвитком сільських територій як пріоритет державної політики децентралізації», яка відбулась 28–29 листопада 2019 року на базі Житомирського національного агроєкологічного університету.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Науково - теоретичне підґрунтя розвитку немасових видів туризму»**, який присвячено теоретичному обґрунтуванню підходів до визначення суті та змісту понять «немасові види туризму», «сільський зелений туризм» та «агрогастрономічні послуги». Кожне з них характеризується інтерпретацією суті ефективності та результативності. Сільський зелений туризм виділяється серед інших видів подорожей за ознакою «географічне розташування туристичної місцевості». Отже, її можна вважати найбільш суттєвою або родовою ознакою для цього виду туризму. І дійсно, характеристики цієї ознаки домінують у визначеннях сільського зеленого туризму, які надають йому різні автори. Розгляд науково-теоретичних аспектів ефективності господарської діяльності підприємства, визначив подальші напрями дослідження з проблем розвитку немасових видів в діяльності підприємств туристичного бізнесу. Визначено, що сільський зелений туризм орієнтований на використання сільськогосподарських, природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту.

У другому розділі **«Аналіз господарської діяльності туристичного підприємства «Бессарабія-Тур»** проаналізовано фінансово-господарську діяльність підприємства. Визначено, що на туристичному підприємстві «Бессарабія Тур» склалась організаційна структура функціонального типу управління. Тип підприємства за кількістю працюючих та розміром доходів – суб'єкт мікропідприємництва. Поділ структурних підрозділів підприємства відбувається за видами туристичної діяльності.

Встановлено, що господарська діяльність туристичного оператора «Бессарабія Тур» за 2018 рік привела до отримання прибутку в розмірі 18,9 тис. грн., а у 2017 році підприємство було збитковим. В кінці 2017 року керівництвом туристичного

оператора було прийнято рішення щодо оптимізації роботи підприємства задля отримання прибутку в 2018 році за рахунок активізації маркетингової діяльності. Туристичне підприємство характеризується середнім рівнем цін та якісним сервісом, але має резерви щодо підвищення ефективності господарської діяльності.

У третьому розділі «Розробка туристичного продукту сільського туризму в туристичному підприємстві «Бессарабія -Тур» запропоновано заходи щодо розвитку SMM (Social Media Marketing, маркетинг в соціальних медіа) - комплексу дій з просування розробленого туристичного продукту. Завдяки використанню соціальних мереж Інтернету, SMM дозволяє туроператору «Бессарабія Тур» використовувати інструменти прямого і прихованого впливу на цільову аудиторію. Рекомендовано створити власну мережу у Facebook та Instagram, використовувати сучасні технології електронної комерції у мобільних додатках.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. В роботі визначено, що сільський зелений туризм, як напрямок стратегії диверсифікації господарської діяльності суб'єктів туристичного та аграрного сектору, спроможний забезпечити вирішення проблем зайнятості сільського населення, підвищення рівня доходів аграріїв, сталого та раціонального природокористування, охорони довкілля. Розвиток сільського зеленого туризму в умовах функціонування регіонального туристично-рекреаційного комплексу з урахуванням нових євроінтеграційних процесів та інноваційних моделей розвитку зумовлюють необхідність подальшого пошуку ефективних інструментів диверсифікації виробничої діяльності туристичних операторів в Одеському регіоні.

2. За результатами дослідження наукової літератури та джерел статистики, можна зробити висновок, що подальший розвиток сільського зеленого туризму буде формуватися за напрямками диверсифікації таких видів діяльності туроператорів як формування туристичного продукту агро-гастрономічної спеціалізації та екосистемних послуг з проживання та екскурсійного обслуговування.

3. Визначено, що на туристичному підприємстві «Бессарабія Тур» склалась організаційна структура функціонального типу управління. Тип підприємства за кількістю працюючих та розміром доходів – суб'єкт мікропідприємництва. Поділ структурних підрозділів підприємства відбувається за видами туристичної діяльності.

4. Встановлено, що господарська діяльність туристичного оператора «Бессарабія Тур» за 2018 рік привела до отримання прибутку в розмірі 18,9 тис. грн., а у 2017 році підприємство було збитковим. В кінці 2017 року керівництвом туристичного оператора було прийнято рішення щодо оптимізації роботи підприємства задля отримання прибутку в 2018 році за рахунок активізації маркетингової діяльності.

5. Для виявлення нових ринкових напрямів діяльності туристичного оператора «Бессарабія Тур». проведено SWOT – аналіз щодо перспектив розвитку послуг сільського зеленого туризму. Дослідження регіонального ринку свідчить про

позитивну динаміку попиту на тури вихідного дня в сільську місцевість у споживачів.

6. Проаналізувавши сегменти ринку сільського зеленого туризму, діяльність найближчих конкурентів в регіоні, сформовано новий туристичний продукт за напрямом краєзнавчої спеціалізації до зелених садиб Бессарабії. Для розвитку послуг сільського зеленого туризму пропонується до реалізації тур «Зеленими стежками Бессарабії». Обґрунтовано економічна доцільність пропонованого туру. За умови повної комплектації групи у 20 чоловік, туристичне підприємство отримує прибуток у розмірі 6094 грн.

7. Запропоновані заходи щодо розвитку SMM (Social Media Marketing, маркетинг в соціальних медіа) - комплексу дій з просування розробленого туристичного продукту. Завдяки використанню соціальних мереж Інтернету, SMM дозволяє туроператору «Бессарабія Тур» використовувати інструменти прямого і прихованого впливу на цільову аудиторію. Рекомендовано створити власну мережу у Facebook та Instagram, використовувати сучасні технології електронної комерції у мобільних додатках.

АНОТАЦІЯ

Гуцуляк М.П. «Напрями розвитку немасових видів туризму на туристичному підприємстві», кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм» за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка та організація туристичної діяльності», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2019.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси формування туристичного продукту сільського зеленого туризму на туристичних підприємствах.

У роботі розглядаються теоретичні та прикладні аспекти формування напрямів діяльності туроператорів в сфері немасових видів туризму. Розглянуто поняття та види сільського зеленого туризму, проведено дослідження потенціалу розвитку сільського зеленого туризму. Виокремлено наукові підходи щодо формування послуг підприємців сільського зеленого туризму. Надано загальну характеристику туристичного оператора ТОВ «Бессарабія-Тур». Проаналізовано фінансово-господарську діяльність «Бессарабія-Тур». Надано оцінку конкурентного середовища підприємства та проведено SWOT - аналіз умов розвитку послуг сільського зеленого туризму. Обґрунтовано доцільність розробки туристичного продукту сільського зеленого туризму на туристичному підприємстві «Бессарабія-Тур». Запропоновано методи оцінювання каналів просування туристичного продукту.

Ключові слова: немасові види туризму, туристичні послуги, туристичний оператор, підприємство, туристичний продукт сільського зеленого туризму, конкурентоспроможність, канали просування.

ANNOTATION

Gutsuliak M.P. "Areas of development of non-mass tourism in tourism enterprise" Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 242 "Tourism" under the master's program «Economics and organization of tourism activity». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The Master's qualification work consists of three sections. Object of study - the processes of formation of tourist product of rural green tourism in tourist enterprises.

The theoretical and applied aspects of formation of directions of activity of tour operators in the sphere of non-mass types of tourism are considered in the work. The concepts and types of rural green tourism are considered, the potential of development of rural green tourism is investigated. Scientific approaches to forming services of rural green tourism entrepreneurs are highlighted. The general description of the tourist operator of Bessarabia-Tour is given. The financial and economic activity of

Bessarabia-Tour is analyzed. The competitive environment of the enterprise is given and the SWOT - analysis of conditions of development of rural green tourism services is carried out. The expediency of developing a tourist product of rural green tourism at the Bessarabia-Tour tourist enterprise is substantiated. Methods for evaluating tourist product promotion channels are suggested.

Keywords: non-mass tourism, tourist services, tourist operator, enterprise, rural green tourism product, competitiveness, channels of promotion.