

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
к.е.н., доц. Давиденко І. В.
“ ” _____ 2020 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності Туризм

за темою:

Організаційно-економічні засади розвитку ділового туризму (на прикладі
розробки «Туру за нерухомістю до Одеси»)

Виконавець

студент Факультету Міжнародної Економіки

Гайченко Валентина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доц.

(науковий ступінь, вчене звання)

Назаренко Ольга Василівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2020

АНОТАЦІЯ

Гайченко В. О., «Організаційно-економічні засади розвитку ділового туризму (на прикладі розробки «Туру за нерухомістю до Одеси»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою 242 «Туризм» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

В роботі розглянуто загально-теоретичну характеристику ділового туризму в сучасній науковій літературі, зокрема, визначено поняття та сутність ділового туризму, з'ясовано види, ознаки та основні фактори ділового туризму. Досліджено методи розробки ділових турів. Опрацьовано особливості розвитку ділового туризму на прикладі одеського туристичного підприємства «Поїхали з нами». Розроблено «Тур за нерухомістю до Одеси».

Ключові слова: туристичний ринок, туристична послуга, діловий туризм, діловий тур, MICE-туризм, тур за нерухомістю.

ANNOTATION

Haichenko V., "Organizational and economic principles of business tourism development (based on " Real Estate Tour to Odessa")"

Qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty 242 «Tourism» for educational program 242 «Tourism» Odessa National Economic University, Odessa, 2020

The paper considers the general theoretical characteristics of business tourism in the modern scientific literature, in particular, defines the concept and essence of business tourism, clarifies the types, features and main factors of business tourism. Methods of developing business tours are studied. Features of development of business tourism on an example of the Odessa tourist enterprise "Let's go with us" are worked out. A "Real Estate Tour to Odessa" has been developed.

Key words: tourist market, tourist service, business tourism, business tour, MICE-tourism, real estate tour.

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1. Загально-теоретична характеристика ділового туризму в сучасній науковій літературі	8
1.1. Поняття та сутність ділового туризму	8
1.2. Види, ознаки та основні фактори ділового туризму.....	14
1.3. Методи розробки ділових турів.....	31
Розділ 2. Дослідження особливостей розвитку ділового туризму на прикладі одеського туристичного підприємства «Поїхали з нами»	39
2.1. Характеристика господарсько-економічної діяльності підприємства	39
2.2. Аналіз доходів від операційної діяльності, їх структури та динаміки	45
2.3. Аналіз фінансового стану та результатів діяльності підприємства.	56
Розділ 3. Розробка «Туру за нерухомістю до Одеси».....	83
3.1. Визначення попиту на одеську нерухомість серед іноземців та переваги «Туру за нерухомістю до Одеси»	74
3.2. Розробка та обґрунтування «Туру за нерухомістю до Одеси».	78
3.3. Ключові партнери туру та взаємовідносини із туроператорами та агентствами нерухомості.....	82
Висновки	89
Список використаних джерел та літератури	93
Додатки.....	98

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туризм, як сектор економіки, багатогранний, тому що відноситься, майже до всіх сфер діяльності, починаючи з індустрії транспорту, готельного бізнесу й закінчуючи сферою культури й освіти. Індустрія туризму постійно розвивається, пропонуючи нові види й форми відпочинку та подорожей. Одним із сучасних видів туризму є діловий або бізнес-туризм, який став предметом дискусій і наукових досліджень відносно недавно, протягом декількох останніх десятиліть.

Діловий туризм — комплексний та багатогранний. Понад 73% його обсягу становлять корпоративні поїздки (так званий corporate travel) — індивідуальні ділові поїздки та з метою участі в заходах, які організовують промислові й торговельні корпорації. Сюди ж належить інсентив-туризм (MICE-tourism) — 8%, що покликаний деформалізувати бізнес, поєднуючи справи та розваги, і слугувати мотивацією-винагородою для кращих працівників. Поїздки, пов'язані з участю у з'їздах, конференціях, семінарах під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних та інших організацій, становлять близько 16% ринку ділового туризму. Близько 11% обсягу ділового туризму займають поїздки з метою відвідування торговельно-промислових виставок, ярмарків та участі в їхній роботі.

Діловий туризм виник порівняно недавно. Першими організованими туристичними подорожами пізнавально-ділового характеру в закордонні країни були поїздки на міжнародні ярмарки і виставки. Кількість поїздок ділових людей збільшилася з розширенням комерційних ринків і поступовим ослабленням митних обмежень, а також завдяки збільшенню швидкості руху транспорту та зниженню транспортних витрат. Міжнародні виставки, ярмарки, аукціони, які відвідують мільйони туристів — досить прогресивна форма спілкування. В залежності від економічного розвитку країни, становлення її промисловості і налагодження сфер

взаємодії між підприємствами все більше і більше набуває актуальності діловий туризм.

Сьогодні тема дослідження розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, і яка має для розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг. Створення інфраструктури ділового туризму в Україні сприятиме всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом.

Розробкою даної проблеми займалося багато науковців, представники різних галузей науки. Проблема розвитку ділового туризму присвятили свої праці такі вчені, як: С. І. Нікітенко, М. П. Мальська, В. К. Федорченко, В. А. Квартальнов, А. Ю. Александрова, С. П. Кузик, М. Гасієв та інші.

Але, незважаючи на це, сьогодні існує потреба у дослідженні, яке б узагальнило, систематизувало існуючі відомості з даної проблеми.

Враховуючи все вищесказане, нами і була обрана тема дипломної роботи:

«Організаційно-економічні засади розвитку ділового туризму (на прикладі розробки «Туру за нерухомістю до Одеси»)».

Об'єкт дослідження – це процеси формування туристичного продукту МІСЕ-туризму в туристичній фірмі «Поїхали з нами».

Предмет – є сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку ділового туризму в світі.

Мета роботи: дослідити основні аспекти розвитку ділового туризму в Одесі. Відповідно до мети були визначені наступні **завдання**:

1. Визначити поняття та сутність ділового туризму;
2. З'ясувати види, ознаки та основні фактори ділового туризму;
3. Дослідити методи розробки ділових турів;

4. Опрацювати особливості розвитку ділового туризму на прикладі одеського туристичного підприємства «Поїхали з нами»;
5. Розробити «Тур за нерухомістю до Одеси».

Для розв'язання поставлених завдань нами були використані такі **методи дослідження**: теоретико-критичний аналіз літератури з теми дослідження; зіставлення, узагальнення і синтезування здобутої інформації тощо.

Робота може бути використана студентами ВНЗ для підготовки до семінарських занять, також може бути використана викладачами для проведення лекції, практик тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 103 сторінки машинописного тексту.

Публікації. Гайченко В. О. Організаційно-економічні засади розвитку ділового туризму / Гайченко В. О. // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених. Том 2 (м. Одеса, 15 квітня 2020 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2020. С. 33-38.

ВИСНОВКИ

Отже, проведене дослідження дозволило мені зробити певні висновки, основні з них:

1. Діловий туризм — це подорожі зі службовими або професійними цілями без одержання доходів. Поїздки з діловими цілями розглядаються як одна з найважливіших складових частин міжнародного туристського обміну.

Попит на діловий туризм як самостійний напрямок на ринку туристичних послуг став зростати з розвитком економічної системи в цілому й бізнесу зокрема. Уважається, що діловий туризм, у сучасному розумінні, почав розвиватися наприкінці 40-х рр. XX ст., коли стали здійснюватися перші регулярні авіарейси з Європи в США.

2. Діловий туризм — поняття велике. Найбільше ёмко специфіку цього виду туризму дає аббревіатура «MICE», утворена першими буквами англійських слів:

M — meetings (зустрічі);

I — incentives (стимулюючі або заохочувальні поїздки);

C — congresses (конгреси);

E — exhibitions (виставки).

На відміну від звичайного класичного відрядження (у міжнародній класифікації business travel), метою якої, наприклад, є підписання нових контрактів, робота на «виїзді», або презентація продукції підприємства, індустрія MICE — це об'ємний набір можливостей, що має своєю метою запропонувати повний спектр комерційних послуг компаніям, або послуги на перспективу (заохочувальні поїздки), у такий спосіб специфіка організації класичного відрядження (business travel) і заходів MICE буде принципово відрізнятися.

3. Розробка ідеї туру — це проведення досліджень за декількома ідеями з метою визначення найбільш привабливої з них. Розробка ідеї туру є складним завданням, яке потребує володіння значною інформацією з ресурсного забезпечення, з розвитку матеріально-технічної бази туризму, знання кон'юнктури

попиту та пропозиції на відповідних ринках, співпраці з суб'єктами ринкової діяльності.

4. ТОВ «Поїхали з нами» — туристичне агентство, найбільше на туристичному ринку України. Мережа нараховує більш ніж 300 офісів в 78 містах. Сфера діяльності — продаж туристичних продуктів (гарячі тури, путівки, екскурсійні тури) різних туристичних операторів.

ТОВ «Поїхали з нами» засновано Антоном Рудичем (34 %), Марією Тереховою (33 %) і Олексієм Ковалем (33 %). Мережа «Поїхали з нами» створена виключно за рахунок внутрішніх інвестицій і є повністю українською компанією. Де-факто, «Поїхали з нами» — частина групи компаній X-tend, що складається з проєктів Izum.ua, Event.ua, Turne, X-tend Software Development та інших. На сьогоднішній день 98 % офісів мережі працюють на підставі договору комерційної концесії (франчайзинг). Вони виступають самостійними бізнес-одинацями. У компанії 3 власних офіси з-поміж більше ніж 300 офісів мережі. Генеральний директор — Олег Кулик.

5. ТОВ «Поїхали з нами» є прибутковим, рентабельним підприємством, на кожну гривню продажу воно отримує прибуток, активи підприємства використовуються ефективно. Збільшення вартості власного капіталу призводить до збільшення чистого прибутку підприємства. Чистий прибуток за досліджувані роки не розподіляється і виступає у формі нерозподіленого прибутку. Нерозподілений прибуток, що використовується в діяльності підприємства свідчить про його фінансову стійкість, про наявність джерела для подальшого розвитку.

6. Структура ТОВ «Поїхали з нами» дає змогу працівникам усвідомити своє місце в організації й одночасно забезпечує координацію функцій, які вони виконують. Основними характеристиками структури підприємства є розподіл на відділи, підзвітність відповідно до норм управління та підлеглості, що відображають на організаційній схемі.

7. Аналізуючи зовнішнє середовище фірми можна сказати про те, що на сьогодні у туристичної фірми є всі можливості для розвитку її діяльності. Найвагоміший вплив спричиняють соціальний та політичний фактори.

8. За інформацією фінансової звітності протягом 2017-2018 рр. чистий прибуток ТОВ «Поїхали з нами» становив 3,1 тис грн., що на 0,9 тис грн. більше, ніж у 2016 р. Аналіз основних показників діяльності підприємства за табл. 2.9. свідчить, що протягом 2016-2018 рр. динаміка валюти балансу підприємства неоднозначна. На кінець 2016 р. величина майна становила 1490,7 тис грн., що на 4,7 тис грн. або на 0,3% менше, ніж на кінець 2013 р. та на 54,3 тис грн. або на 3,8% більше показника 2017 р..

9. Тур за нерухомістю – це дуже цікавий туристичний продукт. Оскільки аналогів йому в Україні не існує, проте існує попит, розробка його повинна бути продуманою та гнучкою, в залежності від побажань наших туристів. У випадку успіху, ми займемо цю нішу, що гарантує збільшення прибутку.

10. У всьому світі практикують тури за нерухомістю. Навіть велика кількість українців подорожують до інших країн саме з метою інвестування в нерухомість. Так чому не існує таких турів до України? На нашу думку, цей вид туризму може привабити іноземців. Для розробки туру ми обрали Одесу, оскільки це практично єдине курортне місто в Україні, що підвищує попит на нерухомість з метою інвестування. Переваги такого туру для іноземця безсуперечні: повний супровід, проживання, харчування, допомога та супровід від найкращих спеціалістів міста в сфері нерухомості, чистота угоди, культурна програма.

11. «Тур за нерухомістю до Одеси» вигідний для усіх. Іноземний турист отримує якісний пакетний тур, кваліфіковану консультацію та супровід у сфері нерухомості. Туристичний оператор, який відправляє туристів до Одеси, тепер знає, що робити з заявками на тур з метою нерухомості до України та отримує з них свій прибуток. Агентство нерухомості отримує вже “готового”, “гарячого” клієнта. І

звісно ми, як туристичне агентство займаємо нішу турів за нерухомістю до України, відрізняємося з поміж інших турагентств та отримуємо прибуток не тільки з вартості туру, а й від агентств нерухомості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2002 – с.25
2. Зорин И. В. Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. —М.: Финансы и статистика, 2003. – с.368
3. Фиоктистов К. С. Проблемы формирования инфраструктуры делового туризма // Бизнес журнал. – 2011. — №3. – с.18
4. Ленкова М. И., Марченко Е. Г. Конгрессно—выставочный туризм – динамично развивающийся сектор делового туризма // Курорты. Сервис. Туризм. – 2014 — № 3-4 (24-25). – с. 63-69
5. Дыбаль М. А. Деловой туризм как перспективное направление развития экономики региона (на примере Санкт-Петербурга): автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. эконом. Наук / М.А. Дыбаль.– СПб., 2011. – 23 с.
6. Суворова И. Н. Формирование комплексной стратегии развития агентств корпоративного делового туризма в рамках аутсорсинга: автореф. дисс. ... канд. эк. наук. / И. Н. Суворова. М., 2013. – 29 с.
7. Чимитдоржиева О. Г. Развитие методов и форм управления маркетинговой деятельностью в сфере туризма: автореф. дисс. На соиск. уч. степ. канд. эконом. Наук / О. Г. Чимитдоржиева. – Орёл ГИЭТ.– 2012.– 24 с.
8. Маклашина Л. Р. Деловой туризм – инструмент продвижения индустрии туризма [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы Междунар. науч. конф. (г. Уфа, октябрь 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. — С. 122—125.
9. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 185 с.
10. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии MICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. — М., 2004. — 145 с.

- 11.Квартальнов В. А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 320 с.
- 12.Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. / С. П. Кузик. — К.: Знання, 2011. — 271 с.
- 13.Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. — К.: Знання, 2008. — 661 с.
- 14.Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
- 15.Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П. О. Масляк. — К.: Знання, 2008. — 343 с.
- 16.Нікітенко С. І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С. І. Нікітенко // Наукові праці. — Том 52. Вип. 39. — С.139—143.
- 17.Організація готельного господарства: навч. посіб. / О. М. Головки та ін. — К.: Кондор, 2012. — 338 с.
- 18.Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К.: Знання, 2011. — 334 с.
- 19.Федорченко В. К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. — К.: Логос, 1999. — 76 с.
- 20.Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму / В. К. Федорченко. — К.: Слово, 2004 . — 471 с.
- 21.Тимошенко Н. Л. Візити / Політика і час. — 1998. — №10. — С.61—65.
- 22.Папирян Г. А. Маркетинг в туризмі. — М.: ФиС, 2001. — 160 с.
- 23.Большой Глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М.Б. Биржакова, В. И. Никифорова. — СПб.: Издательский дом Герда, Невский Фонд, 2002. — 704 с.
24. Гуменюк Б. Міжнародні конференції / Політика і час. — 1998. — №8. — С.52—56.

25. Коваль О. А. Системний аналіз ділових послуг в Україні та аргументація створення бізнесотелей в столиці / О. А. Коваль, І.І. Васьковська [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konferm2/31.pdf>
26. Конференцсервіс в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://conferenceservice.com.ua/>
27. Уліганець С. І. Перспективи розвитку ділового туризму / С. І. Уліганець, О.Ю. Дмитрук, О. Г. Стригун // Географія та туризм: наук. збірник / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. — К.: Альтерпрес, 2010. — Вип. 6. — С. 117—122.
28. Черепанова А. В. Бізнесготель як елемент інфраструктури ділового туризму / А. В. Черепанова, С. С. Галасюк // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 р.) / Одеський національний економічний університет. — Одеса: ОНЕУ, 2017. — С. 162—166.
29. Хумарова Н. І. // Розвиток туристичної галузі в контексті реалізації міжнародних проектів / Економічні інновації: збірник наукових праць. — Одеса: ІПРЕД НАН України, 2015. — Випуск 60. — Т. 3. — С. 216-226.
30. Географія туризму: Навчальний посібник / За ред. В. Ф. Семенова / Одеса, - ОНЕУ, 2016 р. — 415 с.
31. Семенов В. Ф. Умови та сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі / В. Ф. Семенов, Г. І. Фадєєва // Регіональна економіка та управління. — Запоріжжя: Східноукраїнський інститут економіки та управління. — 2017. — № 5 (18). — С. 40-51.
32. Сайт ТОВ «Поїхали з нами» [Електронний ресурс] / режим доступу — <https://www.poehalisnami.ua/>.

33. Сайт компанії «Орбі груп» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://orbigroup.ge/>.
34. Сайт БК «Будова» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://budova.ua/en>.
35. Сайт БК «Кадорр Груп» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://kadorrgroup.com/?lang=en>.
36. Сайт БК «Гефест» [Електронний ресурс] / режим доступу – <http://gefest-group.com/en/>.
37. Сайт БК «Граф Девелопмент» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://graf.estate/en/>.
38. Сайт БК «Одеком Девелопмент» [Електронний ресурс] / режим доступу – <http://odecom.od.ua/en/>.
39. Сайт ЖК «Grey Diamonds» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://grey-diamonds.com.ua/ru/#mainPage>.
40. Сайт компанії «Адвокатське ріелторське об'єднання України» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://arou.com.ua/rasprostranennye-vidy-moshennichestva-pri-pokupke-kvartiry/>.
41. Сайт агентства нерухомості «Литвиненко» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://litvinenko.od.ua/investoram/>.
42. Сайт готелю «Айвазовський» [Електронний ресурс] / режим доступу – <http://ayvazovsky.com.ua/>.
43. Оглядова екскурсія по Одесі від туристичного агентства «Тудой—сюдой» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://tudoy-sudoy.od.ua/ekskursii/obzornaya-ekskursiya-po-odesse/>.
44. Сайт туристичного агентства «TUI» [Електронний ресурс] / режим доступу – <http://velotour.dn.ua/content/2019/12/29/uk/aviakompania-pro-kompaniu.html>.

45. Сайт туристичної компанії «Анекс Тур» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://anextour.business—guide.com.ua/>.
46. Сайт агентства нерухомості «Victory Gold» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://victory—gold.com/about/>.
47. Сайт агентства нерухомості «Dominanta Star» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://dominanta—star.od.ua/komanda>.
48. Сайт агентства нерухомості «RedWall» [Електронний ресурс] / режим доступу – <https://redwall.com.ua/o—nas>.