

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

Кафедра туристичного і готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавру
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою 242 «Туризм»

на тему: **«Організаційно-економічні засади розвитку ділового туризму (на прикладі розробки «Туру за нерухомістю до Одеси»)»** (назва теми)

Виконавець:

студентка 4 курсу, гр. 47
Гайченко Валентина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по-батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н, доцент кафедри ТiГРБ
(науковий ступінь, вчене звання)

Назаренко Ольга Василівна _____
(прізвище, ім'я, по-батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Туризм, як сектор економіки, багатогранний, тому що відносить, майже до всіх сфер діяльності, починаючи з індустрії транспорту, готельного бізнесу й закінчуючи сферою культури й освіти. Індустрія туризму постійно розвивається, пропонуючи всі нові види й форми відпочинку й 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 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. Проблемам 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»)».

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».

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

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

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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Загально-теоретична характеристика ділового туризму в сучасній науковій літературі» розглянуто такі питання.

Діловий туризм — це вид туризму, вироблений представниками компаній, установ, організацій і т.п. з комерційними цілями. В англійській мові термін *tourism* у сфері ділового туризму не використовується, але для цього існує окреме поняття — *business travel*. Фахівці замість поняття «бізнес-туризм» часто використовують англійський термін-аббревіатуру — MICE, що точно відбиває структуру цього виду туризму: Meetings / Incentives / Conferences / Exhibitions — Ділові зустрічі / Інсенитив-Туризм / Конференції / Виставки.

Діловий туризм включає організацію поїздок на міжнародні ярмарки, виставки, семінари, організацію поїздки (авіапереліт, розміщення в готелі, оформлення візи, зустрічі/проводи і т.д.). Діловий туризм дуже багатогранний. Понад 73 % його обсягу становлять корпоративні поїздки (так званий *corporate travel*) — як індивідуальні ділові поїздки, так і для участі в заходах, проведених промисловими й торговельними корпораціями. Сюди ж ставляться й інсенитив-тури (від англійського слова *incentive* — стимул) — поїздки, які організовує компанія з метою мотивації співробітників, зайнятих в основному просуванням і продажем виробленого цієї компанією товару. Поїздки, пов'язані з участю в з'їздах, конференціях, семінарах під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних і інших організацій, становлять близько 16 % ринку ділового туризму. І, нарешті, 11 % обсягу ділового туризму займають поїздки з метою відвідування торговельно-промислових виставок, ярмарків і участі в їхній роботі.

Сучасний туризм із діловою метою стає найбільш перспективним видом туризму через свою позасезонність, прогностичність, орієнтацію на клієнта з високим рівнем доходу. При цьому головним гальмом розвитку ділового

туризму є відсутність належного готельного господарства. Інфраструктурне й інформаційне облаштування туристичних об'єктів не відповідає сучасним вимогам. Матеріально-технічна база санаторно-курортних закладів відверто застаріла. Відчувається дефіцит кваліфікованих кадрів туристичної галузі з відповідним світовим досвідом. Відсутня скоординована система просування українських турпродуктів на світовий ринок, бракує реклами українських курортів. І, звісно, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел фінансування розвитку туристичної галузі взагалі та ділового туризму зокрема.

У другому розділі **«Дослідження особливостей розвитку ділового туризму на прикладі одеського туристичного підприємства «Поїхали з нами»»** зроблено наступне.

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.

ТОВ «Поїхали з нами» — широко профільна туристична компанія, яка щороку збільшує обсяги продажів, асортимент туристичного продукту і покращує технологію виробництва, що дає їй змогу забезпечити високу якість турів.

У третьому розділі **«Розробка «Туру за нерухомістю до Одеси»»** було наведено такі пропозиції.

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.

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.

Таким чином, «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.

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 абревіатура «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-одиницями. 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 кожную 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 підлеглисть, 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.

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.