

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)
“ ____ ” _____ 20__ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: «Напрями удосконалення діяльності на ринку подієвого туризму (на прикладі туроператора «Бумеранг Тур»)»

Виконавець:

студент ЦЗФН факультету

Андрейченко Олена Євгеніївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

ст.викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Павлоцький Володимир

Яковлевич

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2020

АНОТАЦІЯ

Андрейченко О.Є. «Напрями удосконалення діяльності на ринку подієвого туризму (на прикладі туроператора «Бумеранг Тур»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242 «туризм»
(шифр та назва спеціальності)
 за освітньою програмою «туризм»
(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти формування сучасного стану подієвого туризму. Висвітлено роль та значення фестивалів у формуванні конкурентоспроможного продукту на туристичному ринку України. Проаналізовано рівень кількості фестивальних заходів, що проводяться на території України. Надано загальну характеристику туристичного підприємства ТОВ «Бумеранг Тур». Проаналізовано фінансову-господарську діяльність ТОВ «Бумеранг Тур» за 2017-2019 роки.

Запропоновано проектування та впровадження нових туристичних продуктів «Вгору до мрій» та «Музичний атлас», які присвячені певним фестивалям. Проведено калькуляція даних турів. Обґрунтована економічна доцільність впровадження даних турів до асортименту ТОВ «Бумеранг Тур».

Ключові слова: подієвий туризм, фестивальний туризм, економічна ефективність, CVP-аналіз, ефективність господарської діяльності, постійні витрати, змінні витрати, точка безбитковості.

ANNOTATION

Andrieichenko O. « Directions for improving the activities in the event tourism market (on the example of the tour operator LLC «Boomerang Tour») »

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Tourism»
(code and name of the specialty)
 for the educational program «Tourism»
(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The work deals with the theoretical aspects formation of the current state of event tourism. The role and significance of festivals in the formation of a competitive product in the tourist market of Ukraine is highlighted. The level of the number of festival events held on the territory of Ukraine is analyzed. The general description of the tourist enterprise of Boomerang Tour LLC is given. The financial and economic activity of Boomerang Tour LLC for 2017-2019 is analyzed.

Design and implementation of new tourist products «Up to Dreams» and «Music Atlas», which are dedicated to certain festivals, are proposed. The tour data has been calculated. The economic feasibility of introducing these tours to the range of Boomerang Tour LLC is substantiated.

Key words: event tourism, festival tourism, cost-effectiveness, CVP-analysis, business efficiency, fixed costs, variable costs, break-even point.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	
1.1. Сучасний стан та особливості впровадження подієвого туризму.....	8
1.2. Роль фестивалів у формуванні конкурентоспроможного продукту вітчизняного подієвого туризму.....	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БУМЕРАНГ- ТУР» З НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	
2.1. Організаційно-економічна характеристика туроператора «Бумеранг-Тур»...	22
2.2. Аналіз основної діяльності ТОВ «Бумеранг Тур» на ринку туристичних послуг.....	31
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БУМЕРАНГ ТУР»	
3.1 Формування пропозицій з проектування нових подієвих турів для ТОВ «Бумеранг Тур».....	44
3.2 Методика CVR-аналізу для обґрунтування управлінського рішення щодо проектування нових подієвих турів.....	51
3.3 Аналіз економічної доцільності проектування подієвих турів ТОВ «Бумеранг Тур».....	59
ВИСНОВКИ.....	64
Список використаних джерел.....	67

ВСТУП

Актуальність проблематики дослідження полягає у визначенні сучасного подієвого туризму як економічно ефективного для досягнення туристичним підприємством додаткових вигід. Події у світі організовувались ще в давні часи, прикладом даного твердження є Олімпійські ігри, Гладіаторські бої та навіть, звичні нам, міські свята та гуляння. Як окремий вид туризму, подієвий туризм почав розвиватися відносно нещодавно, але за прогнозами UNWTO вже стрімко займає позиції серед найбільш популярних напрямків. Для результативного функціонування туристичної організації слід дослідити сучасні підходи до конкурентоспроможності івент-туризму як складової діяльності суб'єкта господарювання у сфері туризму.

Об'єкт дослідження – процес ефективного функціонування туристичних підприємств на ринку подієвого туризму

Предметом дослідження постає доцільність проектування подієвих турів для туристичного підприємства «Бумеранг Тур» задля збільшення економічної ефективності господарської діяльності.

Мета роботи полягає у дослідженні сучасного стану та перспектив розвитку подієвого (зокрема – фестивального) туризму в Україні на прикладі ТОВ «Бумеранг Тур» задля подальшої популяризації даного виду туризму.

Досягнення мети дослідження передбачало розв'язання таких завдань:

- Вивчення сучасного стану та особливості впровадження подієвого туризму;
- Вивчення ролі фестивалів у формуванні конкурентоспроможного продукту вітчизняного подієвого туризму;
- Дослідження значення подієвих турів для економічної ефективності функціонування туристичного підприємства на прикладі ТОВ «Бумеранг Тур».

Дані завдання дозволять повноцінно визначити конкурентоспроможність даного пропонованого продукту серед споживачів туристичних послуг на подієві тури, що приурочені певним фестивалям. Це дозволить туристичному підприємству ТОВ «Бумеранг Тур» розширити асортимент туристичного продукту, що пропонується компанією, а також дозволить збільшити прибутковість підприємства.

Вибір методів дослідження при виконанні випускної кваліфікаційної роботи був зумовлений тематикою роботи. Серед загально-наукових методів використовувались аналіз, синтез, систематизація, зіставлення та монографічний метод. Крім того в роботі був використаний емпіричний метод дослідження, а саме спостереження. Також було застосовано метод статистичного аналізу, що був виконаний за допомогою програми Excel. Також в роботі поставлено та вирішено комплекс завдань автоматизації аналітичних (розділ 2) та прогнозних (розділ 3) обчислень на ПК за допомогою стандартних програм обчислень та побудови діаграм у середовищі Excel та Word.

На сучасному етапі розвитку подієвого туризму розроблено чимало наукових праць, на основі яких виконана значна частина даної кваліфікаційної роботи. Так до уваги взята точка зору І.В. Давиденко, яка розглядає подію не лише зі сторони сфери культури, адже до подієвого туризму спонукають і політичні та спортивні заходи. Американський дослідник Дональд Гетц змістовно розглянув сектор подієвого туризму у багатьох своїх працях, описуючи підхід до класифікації подій на нерегулярні великі події, періодичні знакові події, регіональні події та місцеві. Крім того, значний внесок у розробку проблематики подієвого туризму був зроблений завдяки працям таких науковців як В.Г. Герасименко, Дж. К. Холлоуей, І.В. Смаль та П.В. Тищенко. Підґрунтям для другого розділу кваліфікаційної роботи стали офіційний сайт туристичної компанії «Бумеранг Тур», Статут підприємства та форми статистичної та фінансової звітності підприємства за 2017 – 2019 роки.

Значна частина роботи присвячена аналізу діяльності туристичного підприємства «Бумеранг Тур». Дане підприємство є Товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ), основними видами діяльності якого є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг та, по-друге, послуги з організації подорожувань.

У структурі роботи можна виокремити чотири складові: вступ, основна частина, висновки та список використаних джерел. Основна частина складається з трьох розділів:

- перший теоретико-методологічний розділ, який розкриває теоретичні засади формування подієвого туризму як окремого виду туризму, що виокремився в світовій класифікації лише в минулому столітті, а в Україні перші подієві тури почали реалізовуватись лише у 2002 році;
- другий – аналітичний, що дає зрозуміти, який стан економічної ефективності господарської діяльності туристичного підприємства ТОВ «Бумеранг-тур». Аналітичні дані розроблені шляхом узагальнення та калькуляції певних показників фінансово-економічних та статистичних звітів.
- третій, в якому пропонуються шляхи вдосконалення діяльності підприємства за допомогою впровадження подієвих турів. В даній роботі пропонується два таких турів, що розроблені для туристів з Одеси з метою підвищення популярності внутрішнього туризму. Доцільність впровадження даних турів розраховується за допомогою CVP–аналізу.

За попередніми результатами кваліфікаційної роботи підготовлені тези доповіді на Міжнародну наукову студентську конференцію кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ [1].

ВИСНОВКИ

Отже, в ході дослідження даної кваліфікаційної роботи, нами було досліджено стан та перспективи подієвого туризму в світі та Україні. Завдяки чому ми маємо змогу зробити наступні висновки щодо проробленої роботи та відповідності поставленим завданням у вступі даної роботи:

1) Подієвий туризм є перспективним видом туризму, адже має свої особливості. Так для подієвого туризму характерна невичерпність ресурсів, бо події існували та створювались ще з давніх давен. Крім того, подієві тури є унікальними за своєю природою, через те, що від однієї і тієї ж самої події люди можуть отримувати різні враження. Тобто кожний окремий турист повинен самостійно спробувати участь у подієвому турі, бо тільки так він може отримати персональні враження від такого туру. Також унікальність полягає у тому, що події мають просторово-тимчасовий характер, а отже не можуть бути однаковими.

Доволі часто подієвий туризм сприяє покращенню туристичної привабливості певної дестинації, де ця подія відбувається. Так, якщо дестинація не має достатнього туристичного потенціалу та туристи не розглядають дану місцевість як основну для проведення відпочинку, великі події сприяють тому, що туристи, які прибули з метою відвідання заходу, крім того і відвідують та познають саме місце проведення події.

Існує багато підходів щодо класифікації подієвих турів. В роботі ми розглянули деякі з них. Так, науковець Д. Гетц виділяє таку класифікацію подій за значенням та періодичністю: нерегулярні великі події, періодичні знакові події, регіональні події та місцеві. В той час Дж. К. Холлоуей проводить дещо іншу, але все ж таки подібну, класифікацію. Так за думки науковця, події поділяються на тимчасові і постійні, штучні та природні. Загалом же події можна класифікувати на: фестивалі, конференції, спортивні, театральні та ін.

2) В Україні недостатньо уваги приділяється саме організації подієвих турів, головною метою яких є участь у певному фестивалі. Україна дійсно багата на фестивальні заходи у всіх сферах подій, але, на жаль, державними органами недостатньо висвітлюється ця сфера. Нами було запропоновано розробити календар

подій, розробити правильну маркетингову подію для кожної окремої події, організувати державну кампанію з реклами фестивалів, стимулювати туристичні підприємства.

3) Туристичне підприємство «Бумеранг Тур» за організаційно-правовою формою є Товариством з обмеженою відповідальністю, яке виконує свою діяльність на туристичному ринку м. Одеси вже протягом 10 років. Підприємство має туроператорську ліцензію, що дозволяє самостійно формувати туристичний продукт для реалізацій через посередницьких турагентств.

Всього на підприємстві у 2019 році працює 33 співробітники, переважна більшість яких є працівниками відділу з продажу. Крім того, 66% від загальної кількості працівників мають вищу або спеціальну освіту у сфері туризму

Доходи від надання туристичних послуг ТОВ «Бумеранг Тур» за аналізований період збільшились на 80,3 тис. грн., або на 1,1%. Також в 2019 році компанія почала працювати в сфері надання екскурсійних послуг, таким чином отримавши 17,3 тис. грн., від цієї діяльності, що наразі не є вагомим у загальній кількості доходів. Сума винагород також зросла на 30,9 тис. грн., або на 0,7%.

Загальна кількість операційних витрат туристичного підприємства «Бумеранг Тур» має тенденцію до збільшення, адже з кожним роком зростають інші операційні витрати, які складаються з витрат на формування туристичного продукту.

Переважна більшість туристів, що скористалися послугами туристичної компанії «Бумеранг Тур», зробили це з метою дозвілля та відпочинку, що дало змогу припустити, що подієві тури є достатньо привабливими для туристів. Крім того послугами компанії з продажу внутрішніх турів в 2019 році скористалось 73 туристи, що є незначним у загальній кількості туристів, але говорить про те, що все ж так зацікавленість до внутрішнього туризму зростає. Також, через пандемію коронавірусу в світі, очікується зменшення виїзних турів та збільшення внутрішніх.

Саме тому було запропоновано розглянути впровадження двох програм турів до асортименту турів туристичної компанії «Бумеранг Тур». Дані тури розроблені для туристів з Одеси, переважно такої категорії туристів як молодь. Розрахована нами очікувана рентабельність впровадження цих турів складає від 13,25% при

песимістичному варіанті до 13,37% при оптимістичному варіанті, а розмір прибутку від 25 875,3 грн. до 29 176,1 грн. відповідно.

Виходячи з цих даних, вважаємо, що доцільність впровадження запропонованих подієвих турів є підтвердженою та сприятиме покращенню економічних та фінансових показників, а отже і покращенню ефективності господарської діяльності туристичного підприємства ТОВ «Бумеранг Тур».

Тобто з вищеперерахованого, можна зробити висновок, що при написанні кваліфікаційної роботи нами були виконані усі поставлені завдання, задля досягнення мети роботи.

Список використаних джерел

1. Андрейченко О.Є. Сучасний стан та особливості організації подієвого туризму / Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3 х томах. – Т. 1. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – С.182-185
2. Tourism Management - Cathy H.C. Hsu, PhD - Hong Kong Polytechnic University, School of Hotel and Tourism Management, PRC-SAR, Kowloon, Hong Kong. – 2016. - №52 - 632p.
3. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону / П.В. Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. - №477. – с. 124 – 128.
4. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. – 2010. – 336 с.
5. Корнілова Н. В. Подієвий туризм в Україні / Н. В. Корнілова // Географія та туризм. – 2015. – №1., С. 113-120.
6. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма / И. В. Давыденко // Перспективы развития науки в современном мире: материалы междун. научно-практич. конф. - Краков, 2012. – С. 97-103.
7. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
8. Календар фестивалів України 2020 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://festyvali.org/calendar/>
9. Календар фестивалів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.prostranstvo.media/kalendar-festivaliv-v-ukraini-2020-rik/>
10. Календар конкурсів та фестивалів в Україні та Європі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://fest-portal.com/kalendar-konkursiv-ta-festivaliv-v-ukrayini-ta-yevropi-vid-organizatoriv-na-2020-rr/>
11. Оцінка туристично–рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименка. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.

12. Donald Getz Event Tourism – Definition, Evolution and Research – Calgary : Elsevier, 2008. – P. 403–428
13. Влодарчик, Т. В. Подієвий (event) туризм в Україні / Т. В. Влодарчик // Здобутки, проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу : Всеукраїнська науково-практична конференція, 29-30 жовтня 2012 р.: тези доповідей – К.: НУХТ, 2012 р. – С. 409.
14. Холловей Дж. К., Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ.изд / Дж. К. Холловей, Н.Тейлор – К.: Знання, 2007. – 798с.
15. Офіційний сайт фестивалю «Atlas Weekend» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.atlasweekend.com
16. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник,- К.: Атіка, 2006.- 264 с.
17. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: навчальний посібник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
18. Офіційний сайт туристичного підприємства «Бумеранг Тур» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.boomerang-tour.com
19. Комплект статистичної звітності ТОВ «Бумеранг Тур» за 2017 – 2019 роки.
20. Комплект фінансової звітності ТОВ «Бумеранг Тур» за 2017 – 2019 роки.
21. Менеджмент організацій. Курс лекцій Укл. І.В. Лебедев – 2017 р.
22. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. 2-е видання, доп. та доопрац. / С.С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов // Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2016. - 248 с.
23. Організація надання туристичних послуг. Навчальний посібник Укл. В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк - 2014 р.
24. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org>.
25. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід : монографія. – Одеса: Астропринт, 2009 . – 304 с.
26. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навчальний посібник / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2003 . – 104 с.

27. Квартальнов В.А. Туризм : учебник / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
28. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник / Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
29. Галасюк С.С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності : навчальний посібник / С.С. Галасюк. – Одеса : Астропринт, 2011. – 208 с.
30. Бочелюк В.Й. Дозвіллезнавство : навчальний посібник / В.Й. Бочелюк, В.В. Бочелюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
31. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності : Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України від 12 листопада 2003 р. // Офіційний вісник України. – 2003. – № 50.
32. Статут туристичного підприємства ТОВ «Бумеранг Тур»
33. Павлоцький В. Я. Використання багатофакторної моделі компанії «Дюпон» для аналізу ефективності управління туристичними підприємствами / В. Я. Павлоцький // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. – 2011. – № 5 (3). – С.187–195
34. Бедрадина А. К. Место сферы туризма в международной и национальной стандартной классификации товаров и услуг / А. К. Бедрадина, В. Г. Герасименко, В. Я. Павлоцкий // Studia Universitatis Moldaviae. № 2 (82). – Chişinău : Universitatea de Statdin Moldova, 2015. – С. 157-163.
35. Бедрадіна Г.К. Визначення рівня якості менеджменту на туристичному підприємстві Г.К. Бедрадіна – Одеський національний економічний університет – 2011.
36. Шикіна О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України - Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, С. 460 - 463
37. Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrtourism.com>

38. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект-Пресс, 2001. – 467 с.
39. Давиденко І.В. Конспект лекцій з дисципліни «Управління туристичним підприємством» для студентів всіх форм навчання спеціальності «Туризмознавство». – Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2015. – 74 с.
40. Устименко Л.М. Подієвий туризм як історико-культурне явище – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013 – 88 – 92с.