

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
к.е.н., доцент Давиденко І.В.
“ ____ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою «Туризм»

на тему:

Напрями розвитку еногастрономічного туризму в Одеському регіоні
(на прикладі туроператора «Селезньов тур»)

Виконавець
студентка центру заочної форми навчання
Баскакова Анастасія Ігорівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник
к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Нездоймінов С.Г.

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

Одеса 2020

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Науково - теоретичні засади розвитку еногастрономічного туризму.....	5
1.1. Наукові аспекти розвитку ринку послуг еногастрономічного туризму.....	5
1.2. Регіональний потенціал розвитку виноробства та винного туризму	12
РОЗДІЛ 2. Аналіз господарської діяльності туристичного підприємства «Селезньов - тур».....	24
2.1. Загальна характеристика діяльності туристичного підприємства «Селезньов -тур».....	24
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства.....	30
2.3. Стан конкурентного середовища підприємства та SWOT - аналіз умов розвитку послуг еногастрономічного туризму...	36
РОЗДІЛ 3. Розробка туристичного продукту еногастрономічного туризму в туристичному підприємстві «Селезньов-тур»...	46
3.1. Формування турпродукту еногастрономічного туризму.....	46
3.2. Заходи по просуванню туристичного продукту	54
ВИСНОВКИ	62
Список використаних джерел.....	65

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток туристичної індустрії має спиратися на нові механізми господарювання, ефективні організаційно-управлінські структури, економічну свободу виробників туристичних послуг, що в умовах вільної конкуренції забезпечить насичення ринку високоякісними послугами та сприятиме соціально-економічному розвитку країни. У цілому держава гарантує рівність усіх форм власності й економічних можливостей щодо всіх суб'єктів туристичної діяльності. Одним з основних завдань щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі регіону має бути створення властивого лише йому своєрідного регіонального туристичного продукту. Кожен регіон повинен мати ті характерні лише для нього туристичні ресурси, які в подальшому можуть стати його візитівкою. Важливим є правильний вибір напрямів розвитку регіонального туризму, які зроблять регіон привабливим для туристів.

Особливістю розвитку рекреаційної діяльності та еногастрономічного туризму в Україні на сучасному етапі є набуття ним нових трендів гастрономічних подорожей та форм організації винного туризму відповідно до зростаючих потреб туристів, ефективного використання природного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу території, а також досягнення необхідного рівня сталого розвитку територіальних рекреаційних систем. Досвід європейських країн демонструє економічні, екологічні та соціальні переваги еногастрономічного туризму, серед яких: послуги винного туризму мають низькі бар'єри для входу; може сприяти відродженню аграрних територій, розвитку інфраструктури сільських регіонів; сприяти більш етичній та природній поведінці туристів у екосистемі. Але існують вагомі перешкоди для розвитку даного напрямку туризму, а саме: відсутність сприятливого нормативно-правового та інформаційного забезпечення розвитку винного туризму, державної підтримки підприємництва у виноробній галузі, слабка маркетингова діяльність туроператорів та підприємців туристичного бізнесу.

Таким чином, виникає потреба в формуванні заходів щодо розробки та просуванню конкурентоспроможних послуг регіональних туроператорів в сфері еногастрономічного туризму.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження і обґрунтування науково-прикладних підходів до розвитку еногастрономічного туризму в Одеському регіоні. Досягнення поставленої мети забезпечується виконанням наступних взаємопов'язаних завдань:

1. Проаналізувати наукові аспекти розвитку ринку послуг еногастрономічного туризму.
2. Провести дослідження регіонального потенціалу розвитку виноробства та винного туризму.
3. Надати характеристику діяльності туристичного підприємства «Селезньов - тур».
4. Провести аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Селезньов - тур».
5. Надати оцінку конкурентного середовища підприємства та провести SWOT - аналіз умов розвитку послуг еногастрономічного туризму.
6. Провести формування турпродукту еногастрономічного туризму.
7. Сформувати заходи щодо просування туристичного продукту.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку послуг еногастрономічного туризму в туристичних підприємствах.

Предмет дослідження - сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку еногастрономічного туризму в регіоні.

Методи дослідження. Дослідження виконані на основі фактичних матеріалів і літературних джерел, які стосуються розвитку ринку еногастрономічного туризму в регіонах України, 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 еногастрономічного туризму, конкурентоспроможності послуг, менеджменту, маркетингу, економічного аналізу. Науково-прикладні аспекти розвитку еногастрономічного туризму знайшло відбиток у працях: Басюк Д.І., Герасименко В.Г., Давиденко І.В., Михайлюк О.Л., Нездоймінова С.Г., Осипова 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 фінансові звіти туристичного підприємства «Селезньов - тур».

Публікації та апробація результатів дослідження. Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді «Заходи просування туристичного продукту винного туризму в Одеському регіоні» в збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», яка відбулася 15 квітня 2020 року в м. Одесі.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 69 сторінок, 13 таблиць, 12 рисунків, список використаних джерел з 50 найменувань.

ВИСНОВКИ

Сучасні наукові дослідження акцентують увагу на необхідності більш соціально-інклюзивного підходу до генерації економічного зростання. Інклюзивність означає те, що більшість споживачів туристичних послуг в державі відчують на собі результати економічного та інфраструктурного розвитку. Фахівці прогнозують, що одним з найпопулярніших видів туризму стане еногастрономічний, який вже зараз приваблює значну кількість туристів. У кваліфікаційній роботі запропоновано шляхи розвитку еногастрономічного туризму на підприємствах сфери рекреації та туризму Одеського регіону.

1. В роботі визначено, що еногастрономічний туризм, - це одна з форм спеціалізованого регіонального туризму, що заснована на відвідуванні різних винних регіонів, виноробних підприємств, а також дегустації продукції виноробів. Для регіональних програм розвитку територій, винний туризм є продуктом інтеграції в рамках єдиної концепції креативних ресурсів і туристичних послуг, існуючих або потенційних, в області виноробства, одним із напрямків стратегії регіонального розвитку. Еногастрономічний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної індустрії України.

2. За результатами дослідження наукової літератури та інших джерел можна зробити висновок, що в Одеському регіоні державна підтримка розвитку виноробства та винного туризму закладена в регіональну програму «Виноградарство і виноробство Одещини на 2013-2025 роки». Заходи реалізації регіональної програми передбачають проведення техніко-економічного та екологічного обґрунтування розміщення виноградників, виготовлення ампелоекологічних карт території області та схем оптимального розташування сортів винограду, встановлення постійного моніторингу виноградних насаджень, створення та ведення кадастру виноградників, проведення робіт по розкорчуванню малопродуктивних старих виноградників та посадці молодих насаджень, розвиток еногастрономічних послуг на територіях виноробства.

3. Визначено, що на туристичному підприємстві «Селезньов - Тур» сформована організаційна структура управління. На підприємстві працює виключно кваліфікований персонал з широким арсеналом знань та навичок. У певні встановлені періоди всі працівники відвідують семінари та тренінги, спеціалізовані курси з метою підвищення кваліфікації. Більшість з персоналу туристичного підприємства має додаткові сертифікати.

4. За даними проведеного аналізу встановлено, що рентабельність виробничої діяльності туроператора порівняно з 2016 роком, у 2018 році зменшилась на 4.15 п. п. та дорівнює 5,26. Рентабельність продаж туристичних послуг характеризує ефективність виробничої та комерційної діяльності туроператора та показує скільки підприємство має чистого прибутку с гривни продаж. Цей показник зменшився на 3,59 п. п. порівняно з 2016 роком та у 2018 році дорівнює - 5,00.

5. За результатами дослідження встановлено, що туристичний оператор «Селезньов Тур» має позитивні позиції на ринку відносно своїх ближчих конкурентів. Підприємству необхідно поліпшити і закріпити свої конкурентні позиції шляхом розвитку асортименту послуг еногастрономічного туризму для диверсифікації господарської діяльності.

Для виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища туристичного оператора «Селезньов Тур» проведено SWOT – аналіз щодо перспектив розвитку послуг еногастрономічного туризму та з'ясовано напрями залучення цільових сегментів попиту на послуги даного виду туризму.

6. Проаналізувавши ринкові пропозиції найближчих конкурентів, зроблено висновок, щодо доцільності розвитку сегменту еногастрономічних турів в Одеському регіоні. Для розвитку еногастрономічних послуг та диверсифікації діяльності туристичного підприємства розроблено програма і пропонується до реалізації еногастрономічний тур «Сонце у келеху». Обґрунтовано економічна доцільність реалізації розробленого туру. За умови повної комплектації групи у

20 чоловік, туристичне підприємство отримує виручку 65100 грн та прибуток у розмірі 10500 грн.

7. Запропоновані маркетингові заходи щодо розвитку прямої дистрибуції на туристичному підприємстві «Селезньов Тур». З огляду на те, що даний напрямок еногастрономічного туризму мало освоєний, необхідно рекламну компанію спрямувати на стимулювання туристів і агентів. В першу чергу, є сенс у створенні розгалуженої агентської мережі в Інтернет середовищі (соціальні мережі), а також в розробці додаткової програми рекламного туру для приваблення турагентів з інших регіонів України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Басюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / Д. Басюк // Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». – Кам'янець-Подільський : Медобори-2006, 2016. – С. 121-123.
2. Бідзіля Ю. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі. Закарпаття) / Ю. Бідзіля // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: філологія. – 2009. – Вип. 21. – С. 125-134.
3. Бусыгин А. П. Как организовать кулинарный туризм? / А. П. Бусыгин // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 2. – С. 74-76.
4. Галушак І. Гастрономічний туризм : карпатська агроновація / І. Галушак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://trubyna.org.ua/novyny/hastronomichniy-turyzm-karpatska-ahronovatsiia/>.
5. Гастрономічний тур по Закарпаттю від Ференца Гукливчика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://price.tripua.info/index.php?page=tours&op=aboutTour&id=63&title>.
6. Гастрономічний туристичний шлях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ykarpath.com.ua/article02.htm>.
7. Закарпатські страви на цілий рік / автори - упорядники І. Деяк, Ф. Шандор. – Ужгород : Мистецька лінія, 2009. – 256 с.
8. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки / В.С. Ковешніков, В.В. Гармаш // Інвестиції : практика та досвід. – 2017. – № 4. – С. 32-37.
9. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму / В. В. Корнілова, Н. В. Корнілова // Ефективна економіка. – 2018. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.
10. Кушнір М. Рецепты гуцульской кухни: «Бануш», «Гусянка», «Кремзлики» / М. Кушнір // Крайне Рахивщини. - 2009. - № 1. - С. 13.

11. Лесів А. Ковбаса з лекваром та суп із папороті. На Закарпатті можна скуштувати кулінарну екзотику / А. Лесів // Старий Замок. – 2013. – № 9. – 1 березня. – С. 4.
12. Міцко М. А. Закарпатська кухня / М. А. Міцко. – Ужгород : Патент, 2009. – 256 с.
13. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України / В. О. Омельницька // Економічні студії. – 2018. – № 2. – С. 121-126.
14. Поперечна Д. Гастрономічні прогнози-2018 від Федора Шандора / Д. Поперечна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomiczni_proгнози_2018_vid_fedora_shandora.
15. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://expres.ua/news/2017/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidut-naybilshe-napryamypotribno-rozvyvaty>.
16. Федорченко В. Занимательное питание./ В. Федорченко // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2005. – № 2. – С. 86-89.
17. Цегельник А. О. Етнічна кухня як чинник розвитку кулінарного туризму / А. О. Цегельник // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. – К. : Міленіум, 2012. – № 2. – С. 105-110.
18. Ткачук Л. М., Примаков Т.Ю. Еногастрономічний туризм: особливості розвитку в Південно-східній Азії на прикладі Таїланду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/enogastronomicnyi-turyzm:-osoblyvosti-rozvytku-v-pivdenno-skhidnii-azii-na-prykladi-tailandu>
19. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/21951>
20. Україна піднялася у рейтингу привабливості для туристів. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/4/651265/>
21. Dimitrovski, D., Joukes, V., Rachão, S. and Tibério, M. (2019). Wine tourism apps as wine destination branding instruments: content and functionality analysis. Journal of

- Hospitality and Tourism Technology, Vol. 10 No. 2, pp. 136-152.
<https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2017-0115>
22. Brochado, A., Stoleriu, O., & Lupu, C. (2019). Wine tourism: a multisensory experience. *Current Issues in Tourism*, 1-19. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1649373>
23. Festa, G., Shams, S. R., Metallo, G., & Cuomo, M. T. (2020). Opportunities and challenges in the contribution of wine routes to wine tourism in Italy—A stakeholders' perspective of development. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100585. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973619301175>
24. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія /за заг. ред. професора В. Г. Герасименка; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов, І. В. Давиденко та ін. - Одеса: «Астропринт», 2013. – 304 с.
25. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія / Д. І. Басюк, І. Я. Антоненко, Арпуль О. В. та ін. за наук. ред. Д. І. Басюк. – Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. – 318 с.
26. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на півдні України. *Науковий вісник ОНЕУ*. 181 (1). 2013. С. 29-41.
27. Miteva A. Opportunities for organising clusters in the Bulgarian grape-wine sector // *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol. 15, Issue 1, 2015, p. 295-300.
28. Lee, K. (Ed.). (2015). *Strategic Winery Tourism and Management*. New York: Apple Academic Press, <https://doi.org/10.1201/b19599>
29. Mardare, A., Eva, M., & Bulai, M. Spatial accessibility to wine tourism destinations inside a peripheral touristic region //A study case on Republic of Moldova. *Revista de Turism*, Issue 19, 2015, p. 36-43.
30. Виноградарство та виноробство сьогодні. Вектор руху та розвитку галузі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.syngenta.ua/news/novini-kompaniyi/vinogradarstvo-ta-vinorobstvo-sogodni-vektor-ruhu-ta-rozvitku-galuzi>

31. ТОП-найприбутковіших виробників вина в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroreview.com/news/top-najprybutkovishyh-vyrobnykiv-vyna-v-ukrayini>
32. Переробка винограду та виробництво виноматеріалів у 2019 році. Експрес – випуск. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
33. Ринок алкогольної продукції – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/>
34. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України / С. Г. Нездоймінов. – Агросвіт. – 2013. – №. 22. – С. 46–52.
35. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 8. Частина 1. – 2014. – С.136-141.
36. Павловські Г. Діагностика ефективності типової організаційної структури управління підприємства як загальна діагностична ціль системи управлінської діагностики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5492>
37. Герасименко В. Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та інші / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
38. Грошова О. Шляхи просування туристичного продукту на ринку / О. Грошова, Д. Атаманюк // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали IX Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю. - Л., 2014. - С. 291 - 295.
39. Звіти з господарської діяльності ТОВ «Селезньов Тур» за 2016-2018 роки.
40. Глушко В. Просування туристичних послуг. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1. С. 86-96.
41. Алдошина М. В. Сучасні методи просування туристичного оператора на ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/12391/1/%D0%90%D0%BB>

42. Стартувало ознакування гастротуристичного маршруту Української Бессарабії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mw.com.ua/?oid=21020&sid=17325>
43. Хумарова Н. І. Маркетингова політика просування послуг у готельному бізнесі України / Н. І. Хумарова, О. Л. Михайлюк // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2018. – Вип. 67 (3). – С. 53-61.
44. Шикіна О.В. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку / О. В. Шикіна, С. Г. Нездойминов // «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global», conferinta internationala știintifico-practica, 29 februar. 2016. Chisinau, 2016. – P. 167-171.
45. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: ГО «Львівська економічна фундація». – 2017. – №2 (15) – С. 23-27.
46. Нездойминов С. Г. Брендинг туристического региона / С. Г. Нездойминов // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. – 2014. – № 4 (23). – С. 78–85.
47. Nezdoyminov S. Prospects of development of tourist flow in Ukraine /S. Nezdoyminov, O. Shykina // Modern European Researches. - Salzburg, 2016. - № 4. - P. 82-90.
48. Офіційний сайт ТОВ «Селезньов – тур» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.svstour.com/>
49. Сніданок туриста, або як виробники Одещини еногастрономічний імідж регіону розвивають [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Agravery.com
50. Odessa Tourism Association. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/OdessaTourism/photos/a>.