

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_/підпис/ Давиденко І.В.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
зі спеціальності 242 «Туризм»**

за освітньою програмою \_\_\_\_\_  
*(назва освітньої програми)*

на тему: **«РОЗРОБКА НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СФЕРІ  
ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ ПП «ОЛЬВІА-ТУРНЕ»)»**

**Виконавець**

студентка центру заочної форми навчання

Григоращенко Вікторія Валеріївна \_\_\_\_\_  
*/підпис/*

**Науковий керівник**

к.е.н., доцент

Бедрадіна Ганна Костянтинівна \_\_\_\_\_  
*/підпис/*

## ЗМІСТ

	стор.
<b>ВСТУП</b>	3
<b>РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ</b>	6
1.1. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму	6
1.2. Географія подієвого туризму в Україні	16
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПП «ОЛЬВІА-ТУРНЕ»</b>	29
2.1. Загальна характеристика туристичного підприємства «Ольвіа-турне»	29
2.2. Аналіз господарської діяльності ПП «Ольвіа-турне»	35
2.3. Аналіз конкурентних позиції туристичного підприємства в сегменті подієвого туризму	44
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ</b>	50
3.1. Перспективні можливості туристичного підприємства у розробці туристичних продуктів в сфері подієвого туризму	50
3.2. Розробка туру в сегменті подієвого туризму	53
<b>ВИСНОВКИ</b>	60
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	62
<b>ДОДАТКИ</b>	67

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Туристично-рекреаційна галузь – одна з найбільш динамічних та розвинутих у світі сфер економічної діяльності. Сьогодні в межах існуючого туристичного простору формується його особливий сегмент – подієвий простір, частка якого в секторі туристичних послуг щорічно збільшується. Поява та розвиток на міжнародному ринку туристичних послуг подієвого туризму зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям в означеній галузі. З року в рік кількість відвідувачів подієвих турів зростає, що викликає необхідність у створенні модернізованої інфраструктури, вивченні туристичного попиту на подієвий туризм та факторів, що впливають на нього, підготовці спеціалістів для взаємодії зі споживачами під час проведення заходів та залученні грошових коштів для просування, реалізації та розвитку event-турів. Впровадження подієвого туризму на території України сприятиме підвищенню економічного рівня країни, розвитку внутрішнього туризму та росту туристопотоків

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження особливостей розвитку подієвого туризму в Україні та перспективи розробки туристичних продуктів в сфері подієвого туризму.

**Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені наступні завдання:**

- розкрити сутність та особливості подієвого туризму;
- дослідити географію подієвого туризму в Україні;
- проаналізувати техніко-економічну діяльність ПП «Ольвіа-турне» та пропозиції туристичного підприємства в сфері подієвого туризму;
- охарактеризувати конкурентні позиції туристичного підприємства в сегменті подієвого туризму;
- зробити стратегічний аналіз можливостей туристичного підприємства по розробки туристичних продуктів в сфері подієвого туризму;
- запропонувати новий туристичний продукт в сегменті подієвого туризму.

**Об'єктом дослідження** є процес розробки туристичного продукту в сфері подієвого туризму.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та прикладних аспектів щодо особливостей розробки турів подієвого туризму.

Теоретичні дослідження питань організації та розвитку подієвого туризму в сучасних економічних умовах відображені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених Бабкіна А. В., Балабанова І. Т., Бедрадіної Г.К., Герасименко В.Г., Давиденко І.В., Ільїної Е. Н., Нездоймінова С.Г., Шікіної О.В., К. Купера, Д. Флетчера, Д. Гільберта, Дж. Рітчі, Д. Беліво, Р. Лінча, А. Віла, Д. Гетца та ін. Завдяки їхнім дослідженням подієвий туризм виділився в самостійну галузь науки зі своїм термінологічним апаратом і став розглядатися як окремий напрямок. У їх публікаціях було висвітлено багато питань стосовно створення та просування родієвих турів на території України, підвищення якості послуг, пов'язаних з проведенням подій. Було приділено увагу аналізу сучасного стану подієвого туризму в світі та перспектив розвитку event-туризму в Україні, спираючись на досвід інших держав. Проте на даний момент багато питань залишилися відкритими.

**Методи дослідження.** Методичними засадами кваліфікаційної роботи є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, які стосуються проблематики розвитку подієвого туризму.

У роботі використано наступні методи дослідження: логічно-теоретичний (при дослідженні сутності подієвого туризму); статистичні, прогностичні та економіко-математичні методи (при дослідженні аналізі розвитку подієвого туризму); системного аналізу і синтезу, узагальнення (при дослідженні діяльності туристичного підприємства).

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці пропозицій щодо розвитку подієвого туризму в Україні. Результати дослідження можуть бути використані при розробки нових та удосконалення існуючих турів в сфері подієвого туризму.

Окремі результати дослідження були представлені у тезисах на тему «Регулятори розвитку подієвого туризму в Україні» та опубліковані в збірник матеріалів Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та вчених «ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНОРЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ» 15 квітня 2020 року.

***Структура і обсяг роботи.*** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок. Робота містить 20 таблиці та 3 рисунки, список використаних джерел із 41 найменувань, 8 додатків.

## ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі проведене дослідження особливостей розвитку подієвого туризму в Україні.

У першому розділі роботи визначено, що подієвий туризм – це вид туризму, тобто переміщення людей щодо їх постійного місця проживання, не пов'язаний з оплачуваною діяльністю, що націлений на отримання синергетичного соціально-економічного довготривалого ефекту, що здійснюється відповідно до розробленої програми з організації та періодичного проведення на певній території широкомасштабних просвітницьких, спортивних, культурно-розважальних заходів, ефективність яких залежить від проінформованості суспільства, статусу та престижу події.

Встановлено, що до ознак, характерних подієвого туризму, належать: чітка регламентованість та періодичність проведення заходів; стаціонарність проведення заходів; застосування підходів проектного управління; диверсифікація джерел фінансування; залежність від суспільної думки, статусу, престижу; масовість відвідувачів, залежність від поінформованості населення; довготривалість інформаційного ефекту, стимулювання розвитку різних секторів туріндустрії. Зроблено висновок, що подієвий туризм можна диференціювати за різними критеріями в залежності від поставлених цілей. Розглянута географія подієвого туризму в Україні.

У другому розділі роботи наведено загальна характеристика туристичного підприємства ПП «Ольвіа-турне», охарактеризовано вид діяльності підприємства як туроператора внутрішнього туризму. Проаналізована організаційна структура підприємства та виявлено, що вона є раціональною для приватного туристичного підприємства.

Здійснено аналіз економічної діяльності туристичного підприємства ПП «Ольвіа-турне», за результатами якого виявлено, що підприємство отримує прибуток та є тенденція до його збільшення. Але збільшуються і загальні витрати. ПП «Ольвіа-турне» є рентабельним, тобто, дохідним підприємством.

Показники рентабельності виробничої діяльності, за останні три роки, коливаються від 29,2% до 40,8%, а показники рентабельності продажів коливаються від 22,6,0% до 28,9% . Що є достатньо високим показником.

Проведено діагностику внутрішнього та зовнішнього середовища туристичного підприємства ПП «Ольвіа-турне», за допомогою методики SWOT-аналізу, а також зроблено порівняльну характеристику ПП «Ольвіа-турне» з двома найближчими конкурентами: ЧМП «Ганеж» та ТФ «Веселка».

У третьому розділі доведено, що незважаючи на перспективи розвитку подієвого туризму в нашій країні, можна виділити ряд факторів, що стримують розвиток даного виду туризму в регіонах України. До них відносяться: недостатня розвинена туристична інфраструктура, дефіцит кваліфікованих кадрів в event-індустрії, відсутність належної уваги до розробки подієвого календаря, низька ділова та інвестиційна активність місцевого населення, а також неефективна система просування турпродуктів.

Запропоновано розробка нового туристичного продукту ПП «Ольвіа-турне» в сфері подієвого туризму, який має назву «Бокали тюльпанів квітучих», а також для збільшення пропозицій туристичного підприємства в сфері подієвого туризму розроблено календар турів на рік. Ці заходи направлено на збільшення туристів туристичного підприємства і відповідно збільшення доходів компанії , а також забезпечення стабільного туристичного потоку в привабливі регіони України. Такий потік повинен забезпечити повне навантаження створеної туристичної інфраструктури; розвиток нових для України напрямів (наприклад, туризму за професійними спрямуваннями); розвиток та оптимізація інфраструктури щодо обслуговування туристичних потоків (готелів, хостелів, системи харчування, автобусних, залізничних та авіа-маршруті); запровадження системи добровільної сертифікації якості таких туристичних послуг; сформування сучасної системи підготовки та перепідготовки туристичних кадрів з урахуванням вимог подієвого туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Beidyk, O. O. (2010). *Rekreatsiini resursy Ukrainy*. Kyiv: Alterpres, 404 p.
2. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу: навчальний посібник / Смаль І.В. - Ніжин: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2010. - 336 с.
3. Бабкін О.В. Спеціальні види туризму / О.В. Бабкін. – Ростов-на-Дону : Фенікс, 2008. – 252 с.
4. Биржаков М. Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме [Текст] / Биржаков М. Б., Воронцова И. В., Метелев Н.И. // Туристские фирмы. – 2000. – № 23. – С. 94-111.
5. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : [електронне видання] : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С.В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 418 с.
6. Долженко Г.П. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России / Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. - 2007. - №6. - С.116-119.
7. Никитина С. С. Событие как основа для проектирования туристического продукта [Текст] / С. С. Никитина, М. В. Зинченко // Актуальные проблемы гуманитарных наук : Мат. Международной научно-практ. конф. (Томск, 5-6 апр. 2012 г.). – Томск, 2012. – С. 81-84
8. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А.П. Дурович, А.С. Копанев; [подобщей ред. З. М. Горбылевой]. – Мн.: «Экономэкспресс», 1998.
9. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник / Н.И. Кабушкин. – 4-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2004. – 409 с.
10. Вишневська Г.Г. Івент-туризм у контексті розвитку світового туризму / Г.Г. Вишневська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. праць: наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2011. – Випуск 17. – Т. 2. – Електронний ресурс. – Режим



доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Uk\\_msshr/2011.../vishnev\\_.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Uk_msshr/2011.../vishnev_.pdf).

Заглав. з титульного екрану.

11. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичної галузі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. філософ. наук: спец. 08.06.01 «економіка, організація і управління підприємствами» / Шульгіна Людмила Михайлівна; Київський національний торговельно-економічний університет. – К., 2006. – 38 с. 79

12. Фролова Т. А. Экономика и управление в сфересоциальнокультурного сервиса и туризма : конспект лекций [Электронный ресурс] / Т. А. Фролова. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. – Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm).

13. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. 2011. № 6. Вып. 2(186). С. 167-172.

14. Лакомов, Е.А. Развитие событийного туризма как основа реализации туристского потенциала России / Е.А. Лакомов // Вестник Университета. – М.: ГУУ. 2013. – № 1. – 0,4 п. л.

15. Давыденко И. В. Доминантырынкасобытийноготуризма / И. В. Давыденко // Перспективыразвития науки в современноммире: мат. междун. научно-практич. конф. – Краков, 2012. – С. 97–103.

16. Событийный туризм в Украине: спортивные соревнования, ярмарки, выставки, концерты, карнавалы [Электронный ресурс] / Сторінка «Путешествия по Украине» сайту Українського туристичного порталу «Укртуризм». – Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://www.ukrtourism.com/travel\\_in\\_ua/1-9-2008\\_12-48\\_52\\_1.html](http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/1-9-2008_12-48_52_1.html)

17. Шаповалова И. Будущее event-маркетинга [Электронный ресурс] / И.Шаповалова / Сторінка «Статьи» сайту Advertology - наука о рекламе - 2005. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article17171.htm>

18. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. К.: НАККІМ, 2015. 84 с. 76

19. Івент-індустрія в Україні: проблеми, перспективи, можливості. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.work.ua/articles/career/1245>.
20. Любіцева О.О, Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук. - К.: Альтерпрес, 2014.- 369 с.
21. Зорин А.И. Концептуальное дидактическое проектирование туристических дестинацій: учеб.-метод. пособие. – М.: Советский спорт, 2012. – 79 с.
22. Герасимчук З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації : монографія / З. В. Герасимчук, М. В. Глядіна. Луцьк : «Надстир'я», 2006. 155 с.
23. Леонтьєва Ю. Ю. Оцінка ресурсів категорії "атракція" регіональних дестинацій України // Економіка і регіон. – 2009. – №3 (22). – С. 20-25.
24. Перспективи розвитку подієвого туризму. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://diplomna5.com/item-41037/>. Заглав. з титульного екрану.
25. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області до 2015 року [Електронний ресурс] / Сторінка «Регіональні програми розвитку» сайту Закарпатської обласної державної адміністрації. - Режим доступу: [http://www.carpathia.gov.ua/ua/135 .htm](http://www.carpathia.gov.ua/ua/135.htm)
26. Панасенко Т. В. Фестивальна діяльність як чинник туристичної привабливості регіону / Т. В. Панкова // Туризм як фактор розвитку регіону. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Вінниця, 2011. – С. 90–93.
27. Паньків Н. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе Покуття» / Н. Є. Паньків, В. Р. Мороз // Науковий вісник НЛТУ України. - 2018. - Т. 28, № 5. - С. 78-82.
28. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій // Географія та туризм: зб. наук. пр. – К., 2012. – Вип. 17. – С. 3-9.

29. Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // О. В. Шикіна, В. В. Олійник // Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського – 2016. – № 12. – С. 460–463.

30. Шикіна О. В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О. В. Шикіна, І. Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – № 7. – С. 114–127.

31. Карпюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції; за ред. І.В. Саух. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39-42.

32. Сайт туристичного підприємства ПП «Ольвіа-турне» – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.olvia-tourne.od.ua>

33. Офіційне видання Державної фіскальної служби України «Вісник. Офіційно про податки» – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/tag/sproschena-sistema-opodatкування>.

34. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» №1282-IV від 18 листопада 2003 року / Державна служба туризму та курортів України. – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://tourism.gov.ua/doc.aspx?id=209>.

35. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : [монографія] / за заг. ред. В.Г. Герасименка. – О. : Астро-принт, 2013. – 304 с

36. Фінансова звітність підприємства ПП «Ольвіа-турне»

37. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону [Електронний ресурс] / П. В. Тищенко. – Режим доступу : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/tyschenko.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm)

38. Яроменко О. Геопросторовий аналіз фестивальної діяльності як туристичного продукту Рівненської області / О. Яроменко, О. Токар // Географія,

економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матеріали ювілейної Х Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2016. – С. 447-451.

39. Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. / Ю. Л. Афанасьєв, Л. М. Устименко. – К. : Альтерпрес, 2008. – 354 с.

40. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. К.: НАКККІМ, 2015. 84 с.

41. Петранівський В. Етнокультурний і етнофестивальний туризм: теорія і практика. 2014.