

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(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 Валлеріївна _____

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Бедрадіна Ганна Костянтинівна _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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 готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» 15 квітня 2020 року.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму» розкрито теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму, розглянуто географію подієвого туризму в Україні. Одним із перспективних напрямів розвитку економіки країни, за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), є подієвий або ж івент (event) туризм. Слово Event (подія, захід) в англійській мові має дуже багато значень, як соціально-культурне, так і технічне і навіть філософське, або ж трактують як заплановану соціально-суспільну подію/захід, яка відбувається в певний час і з певною метою. Подієві тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в різноманітних подіях як у світі, так і в Україні, поступово стають дедалі популярнішими. Тому дослідження розвитку подієвого туризму в Україні є актуальним. Подієвий туризм – молодий і надзвичайно цікавий напрям. Унікальні тури, які поєднують в собі традиційний відпочинок та участь у видовищних заходах планети або всередині країни, поступово набувають популярності серед різних груп мандрівників.

У другому розділі «Аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства ПП «Ольвіа-турне» представлено загальну характеристику туристичного підприємства та його організаційної структури, зроблено аналіз господарської діяльності. ПП «Ольвіа-турне» є туристичним підприємством прибуток від основної операційної діяльності якого, за останні два роки, виріс на 18%. Та слід зазначити, що загальні витрати підприємства виросли на 10,2%, а отже загальний фінансовий результат до оподаткування на 2019 рік становить 225,9 тис. грн., що на 43,8% більше, ніж у 2018 році. 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.

Для спільного вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища туристичної фірми «Ольвіа-турне», а також для виявлення сильних і слабких сторін, загроз і можливостей застосуємо SWOT-аналіз. Це допоможе нам визначити головні конкурентні переваги фірми і її недоліки, які в подальшому можуть бути враховані для розробки туристичних продуктів в сфері подієвого туризму та розвитку підприємства в цілому. Керівництво туристичним підприємством планує спрямувати всі свої можливості саме на розробку авторських турів внутрішнього туризму, у тому числі івент-турів.

У третьому розділі «Перспективні напрями розвитку подієвого туризму» аналізуються перспективні можливості туристичного підприємства у розробці туристичних продуктів в сфері подієвого туризму та пропонується розробка нового туру «Бокали тюльпанів квітучих» та запропоновані програми подієвих фестивальних та гастрономічних турів з відвіданням фестивалів по всій території України.

Для підвищення конкурентоспроможності регіонів України та приведення їх у відповідність зі світовими стандартами необхідно урізноманітнити існуючий туристичний продукт, наситити його новими програмами відвідування. Для вирішення завдання підвищення якості міського туристичного продукту, рівня

гостинності при обслуговуванні туристів на об'єктах індустрії туризму планується реалізувати ряд заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів, організацію взаємодії в галузі управління якістю турпродукту з громадськими професійними організаціями сфери туризму і гостинності, а також вдосконалення системи інформаційної підтримки туристів.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі проведено 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.

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Григоращенко Вікторії Валеріївни
«Розробка нового туристичного продукту в сфері подієвого туризму
(на прикладі ПП «Ольвія- турне»)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 «Туризм»

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Об'єкт дослідження: є процес розробки туристичного продукту в сфері подієвого туризму.

Предмет дослідження: є сукупність теоретичних та прикладних аспектів щодо особливостей розробки турів подієвого туризму.

У першому розділі аналізуються теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму, розглядається географія подієвого туризму в Україні.

У другому розділі зроблено аналіз фінансово-господарської діяльності ПП «Ольвія-турне» та пропозиції туристичного підприємства в сфері подієвого туризму, проаналізовані конкурентні позиції туристичного підприємства в сегменті подієвого туризму.

Третій розділ містить аналіз можливостей туристичного підприємства по розробки туристичних продуктів в сфері подієвого туризму, запропоновано новий туристичний продукт в сегменті подієвого туризму.

Ключові слова: туристичне підприємство, туристичний продукт, подієвий туризм, конкурентні позиції, економічна діяльність.

ANNOTATION

for the qualification work of Hryhorashchenko Victoriaa
«Development of a new tourism product in the field of event tourism
(based on the example of PE «Olvia-tour»)
qualification work for a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism"
Odessa National Economic University
Odesa, 2020

Qualification work consists of introduction, three sections, conclusions, list of sources used, applications.

Object of study: is the process of developing a tourism product in the field of event tourism.

Subject of research: there is a set of theoretical and applied aspects regarding the features of the development of event tourism tours.

The first section analyzes the theoretical aspects and developments of event tourism, examines the geography of event tourism in Ukraine.

In the second section the analysis of the technical and economic features of the activity of PE "Olvia Tour" and offers of the tourism enterprise in the field of event tourism are analyzed, the competitive positions of the tourism enterprise in the segment of event tourism are analyzed.

The third section contains a analysis of the capabilities of the tourism enterprise to develop tourism products in the field of event tourism, proposes a new tourism product in the segment of event tourism.

Keywords: tourist enterprise, tourist product, event tourism, competitive positions, economic activity.