

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 242 «Туризм»  
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування Економіка та управління туристичною діяльністю

на тему: «**РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОГО МОРСЬКОГО ПОРТУ)**»

**Виконавець**

студент ЦЗФН

Степанова Катерина Володимирівна  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник**

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

Давиденко Ірина Володимирівна  
(прізвище, ім'я, по батькові) / підпис/

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Збільшення об'ємів і темпів науково-технічного прогресу, загострення конкуренції на туристичному ринку, всесвітня глобалізація економічної діяльності в світі, кризові ситуації приводять до необхідності залучення нових шляхів зниження кон'юнктурних коливань ризиків і затвердження конкурентоспроможності Одеського регіону на туристичному ринку. В цих умовах організаціям приходится майже завжди розраховувати на власні сили, находячи вихід з цих проблем за рахунок зменшення витрат, ризиків та збільшення поля діяльності в сторону більшого і стабільнішого попиту.

Розробка стратегій є одним із засобів покращення і оновлення асортименту екскурсійних послуг. Диверсифікація екскурсійних послуг має свої особливості і нюанси саме через це дана тема являється актуальною для вивчення. В працях зарубіжних і вітчизняних авторів досить повно розглянуті теоретичні та науково-методичні основи, а саме в роботах: І. Ансоффа, М. Паскье, А. А. Томпсона, А. М. Аронова, Г. Я. Гольдштейна, Т. Коно, Г. І. Немченко, В. Г. Габаліса, В. Коноплицького, М. Д. Корінько, М. В. Міньковської, Ю. Б. Іванова, О. О. Цогли та ін. Праці цих вчених в загальному присвячені таким питанням, як збалансованість асортиментного портфеля, методи диверсифікації, особливості управління диверсифікованою фірмою, її фінансова стійкість. Також теоретико-методологічною основою дослідження є наукові праці таких українських вчених-економістів: Герасименко В.Г., Давиденко І.В., Дишловий І.М., Малімон В. В., Нездоймінов С.Г., Ніколаєв Ю.О, Шикіна О.В., та інші, які вивчали аспекти здійснення туристичної та екскурсійної діяльності.

Розгляду проблем диверсифікації діяльності підприємств, які працюють у сфері туристичних послуг не приділяється належної уваги. В

той же час необхідним стає удосконалення різноманітних механізмів посилення конкурентних переваг таких підприємств та пошук нових підходів для їх забезпечення стратегічними інструментами, які б дозволяли досягати поставлених цілей в умовах нестабільності та швидко змінюваного середовища. Таким чином, не зважаючи на значну зацікавленість вчених та дослідників до зазначеної проблематики протягом останнього часу, деякі аспекти залишаються недостатньо опрацьованими, потребують вдосконалення та подальшого дослідження. Актуальність та необхідність більш глибоких досліджень даних проблем й визначили вибір теми та цільову направленість кваліфікаційного дослідження.

*Метою кваліфікаційної роботи* є обґрунтування системи заходів щодо забезпечення розвитку підприємства на засадах диверсифікації діяльності. Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних **завдань**:

- визначити сутність поняття екскурсійних послуг;
- розкрити сутність поняття стратегії диверсифікації , охарактеризувати її як інструмент забезпечення конкурентоспроможного розвитку послуги;
- визначити причини виникнення та види стратегії диверсифікації підприємства;
- здійснити організаційно-економічну характеристику підприємства «Одеський морський порт»;
- оцінити динаміку туристичних потоків в морському порту міста Одеси;
- проаналізувати світовий досвід диверсифікації портівих послуг;
- запропонувати можливі варіанти розвитку Одеського морського порту на засадах диверсифікації діяльності;

– обґрунтувати економічну доцільність обраного варіанту розвитку Одеського морського порту.

**Об'єктом дослідження** є процес надання екскурсійних послуг.

**Предметом дослідження** являється система принципів та управлінський інструментарій забезпечення розвитку екскурсійних послуг Одеського морського порту на засадах диверсифікації діяльності.

**Методи дослідження.** Теоретичною і методологічною основою проведених досліджень стали наукові концепції і теоретичні розробки провідних вітчизняних і закордонних учених. У процесі досліджень застосовувались: метод теоретичного узагальнення та порівняння, індукції та дедукції, системний метод, метод синтезу та методи аналізу та динаміки.

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання.

Запропоновані у роботі пропозиції щодо забезпечення диверсифікації розвитку діяльності можуть бути використані на практиці вітчизняними підприємствами, які спеціалізуються у сфері туристичних та екскурсійних послуг. Результати дослідження дозволять підприємствам, що займаються наданням туристичних та екскурсійних послуг, ефективно конкурувати не зважаючи на особливості зовнішнього середовища.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (62 найменування). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок комп'ютерного тексту. Робота містить 7 таблиць, 13 рисунків.

*Апробація результатів дослідження.* Тема кваліфікаційної роботи сформована відповідно до напрямів науково-дослідної роботи кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти розробки стратегії диверсифікації*» розглянуто специфічність екскурсійних послуг, сутність стратегії диверсифікації підприємства, причини виникнення та види стратегії диверсифікації підприємства.

У другому розділі «*Оцінка перспектив впровадження стратегії диверсифікації в Одеському порту*» проаналізовано інформацію про Одеський порт, оцінка динаміки туристичних потоків в морському порту міста Одеси, Світовий досвід диверсифікації портових послуг.

У третьому розділі «*Розробка рекомендації щодо використання стратегії диверсифікації екскурсійних послуг для Одеського морського порту*» запропоновано стратегію диверсифікації туристичного продукту на підприємстві Одеський морський порт та обґрунтування заходів щодо розвитку нового виду туристичного продукту.

## ВИСНОВКИ

В умовах швидких змін у світовій економіці, процесів глобалізації, прискорення впровадження перспективних досягнень науково-технічного прогресу в практичну діяльність підприємств, посилення конкурентної боротьби на ринку, підприємство повинно планувати та забезпечувати свій розвиток на визначений шлях. На вибір шляху розвитку впливають загальні тенденції розвитку та зрушень у структурі світової економіки, процес глобалізації зі всіма його напрямками, боротьба за отримання та розширення часток ринку, епідеміологічна ситуація у світі, економічна

політика держави та внутрішні фактори підприємства та його потенціал. Коло варіантів вибору поведінки підприємства у напрямку розвитку за рахунок диверсифікації діяльності сформувало декілька напрямків розвитку. Обираючи правильний напрямок розвитку, підприємство повинно бути спроможне забезпечити собі стійке існування. При визначенні шляху розвитку підприємства враховують як зовнішні фактори впливу, так і внутрішні – потенціал підприємства, вірогідність виникнення ризикових ситуацій та їх оцінку

Таким чином, за матеріалами першого розділу кваліфікаційної роботи можна зробити висновок, що теоретичною основою даної роботи є концепція розробки стратегії диверсифікації для підприємства залученого до туризму. Така стратегія є інструментом розвитку інноваційного виду діяльності та покращення сучасного економічного становища державних підприємств. Види туристичної діяльності з морською тематикою мають значний потенціал для подальшого розвитку в місті Одеса, але не всі можливості для диверсифікації вже були використанні. Публікуються роботи, які часто суперечать одна одній у основних поняттях, та не мають загальної точки зору на наявні проблеми. У той самий час на практиці стратегія диверсифікації вже багато років успішно впроваджуються у діяльність великими транснаціональними компаніями, державами і більш дрібними представниками бізнесу. Таким чином, для подальшого розвитку даної теми необхідний стійкий фундамент у вигляді наукових досліджень і теоретичної цілісності.

Що до специфікації туристичних послуг, то ця тема представлена значною кількістю наукових досліджень та теоретичних надбань. Проаналізувавши наявні дослідження, можна визначити, що спеціалізація послуг є необхідною формою для розширення й зміцнення положення екскурсійного бізнесу на ринку шляхом удосконалення продуктів та

послуг, забезпечення цілісності й повноти процесу задоволення потреб користувачів таких послуг.

Для більш повного огляду даної проблеми є необхідним подальше дослідження та аналіз, у тому числі розгляд статистичних та практичних показників, що і було здійснено у другому розділі кваліфікаційної роботи.

У роботі було проаналізовано динаміку туристопотоку до м. Одеси. З проведеного дослідження можна зробити висновок, що місто Одеса є привабливою дестинацією для великої кількості туристів. При правильному менеджменті та дієвій рекламній кампанії пам'ятки культури та історії можуть стати значним джерелом прибутку для їх підтримки. Морська тематика є дуже актуальною для залучення значної кількості туристів до м. Одеса.

Явище кораблів-музеїв дуже перспективна галузь для суден, які знаходяться в задовільному стані, але занадто дорогі або не актуальні в експлуатації чи ремонті. Екскурсії, розраховані на відвідування кораблів – музеїв, дуже затребувані на туристичному ринку багатьох країн, тому що допомагають вивчати нову інформацію у інтерактивному вигляді. Реконструкції атмосфери епохи та можливість зануритися та відчувати себе частиною іншого часу, професії та ситуації може бути привабливим для вимогливих досвідчених туристів у пошуках чогось нового. І такі музеї можуть знаходитися безпосередньо на території порту, навіть можуть рухатися під час реконструкцій та великих святкувань. На них можливо проводити тематичні фотосесії та майстер класи. Безліч варіацій використання такого об'єкту та найголовніше - його історична цінність. Історія не забувається, а навпаки розповідається з перших джерел.

Підводячи підсумки третього розділу роботи зазначити, що у роботі було запропоновано створення комплексу судно - музей у Одеському морському порту. При розробці новітнього для України комплексу судно-музей були виділені основні підприємства-учасники, які мають

можливість забезпечувати успішну діяльність музею та працювати у взаємовигідній кооперації. Основними дієвими особами є Державне Підприємство Одеський морський торговельний порт, національний університет «Одеська морська академія», Одеський національний економічний університет, компанія, що буде організувати трансфер по території порту.

На основі проведеного дослідження була побудована модель нового музейного комплексу у м. Одеса, яка включатиме в себе організаційну, продуктову, інфраструктурну та матеріально-технічну підсистеми. Представлена стратегія ціноутворення у межах даного проекту.

Новостворений музей отримав назву - «Дружба» і позиціонується як музейний комплекс з декількома різними експозиціями. Екскурсійне обслуговування орієнтовано на всі вікові групи, на туристів з середнім доходом, можливим є обслуговування великих груп туристів. Тривалість екскурсії – 2 години, але можливі відхилення у часі, вартість на одного квитку – 100 грн. Можливим є обслуговування як українських, так і іноземних туристів, с залученням англomовних екскурсоловів. Розрахована точка беззбитковості, яка передбачає отримання прибутку після обслуговування – 5 593 туристів. Також, представлені маркетингові заходи для просування музею у загальній рекламній кампанії підприємства, такі як реклама в соціальних мережах (Instagram, Facebook, LinkedIn), реклама на біл-бордах, роздача на вулиці листівок та буклетів.

## **АНОТАЦІЯ**



Степанова К.В. «Розробка стратегії диверсифікації екскурсійних послуг (на прикладі Одеського морського порту) »  
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності  
242 «Туризм» , за магістерською програмою  
«Економіка та управління туристичною діяльністю»  
Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Об'єктом являється дослідження процесу надання екскурсійних послуг.

У роботі розглянуто специфіку розвитку екскурсійних послуг Одеського морського порту на засадах диверсифікації діяльності.

Проаналізовано сферу морського туризму в Україні, світовий досвід створення туристичних кластерів, визначено потенціал створення кластеру морського туризму в м. Одесі.

Запропоновано модель кластеру морського туризму м. Одеси, визначено особливості його структури та заходи для його розвитку.

**Ключові слова:** туризм, морський туризм, кластер, музей, організація діяльності, туристичний продукт.

#### ANNOTATION

Stepanova E.V , « Development of a strategy for diversification of excursion services (on the example of Odessa seaport) »  
thesis for Master degree in specialty «Tourism»  
under the program «Economics and management of tourism»,  
Odessa National Economic University

Odesa, 2020

Graduation work consists of an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used.

The object of study is the specifics of the development of excursion services of the Odessa seaport on the basis of diversification of activities.

Analysis of the maritime tourism in Ukraine, international experience of tourism clusters identified potential clusters in marine tourism Odessa.

The model of the cluster of sea tourism of Odessa is offered, features of its structure and measures for its development are defined.

**Key words:** tourism, medical tourism, cluster, cluster model, organization of activity, tourist product, inter-branch activity.