

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

Кафедра туристичного і готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавру
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою 242 «Туризм»

на тему: Розвиток програм внутрішнього освітнього туризму в Україні
(на прикладі діяльності ПП «Туристична фірма «Бригантина»)
(назва теми)

Виконавець

студентка __4 курсу, гр.10_____
центру заочної форми навчання
Герасименко Катерина Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.п.н, ст.викладач кафедри ТіГРБ
(науковий ступінь, вчене звання)
Мартінова Наталя Степанівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. За останні роки внутрішній туризм в Україні набув масового характеру та продовжує розвиватися. Сьогодні мандрівники ретельно вивчають маршрут, всі умови перебування і перелік асортименту наданих послуг, перед тим, як здійснити подорож не тільки в далекі країни, але й при купівлі путівки у вже відомі вітчизняні здравниці, готелі або будинки відпочинку.

Для туристів об'єктом споживання у подорожі є корисність товарів і асортименту послуг, що можуть задовольнити в цей період їхні потреби. Тому надзвичайно важливим для туристичної фірми є пропозиція такого асортименту туристичних послуг, які б максимально задовольнили попит цільових споживачів, сприяли б отриманню туристичною фірмою прибутків від реалізації запропонованих послуг. Це знаходить своє відображення в управлінні асортиментом туристичних послуг туроператорів.

Продуктова стратегія та асортиментна політика туристичних підприємств розглядається у вітчизняній літературі в контексті формування стратегічних питань розвитку туризму. Серед вчених, які вивчають зазначену проблему, слід відзначити роботи: В. Герасименко, О. Любіцева, М. Мальська, Г. Михайліченко, О. Самко, Т. Ткаченко, Л. Шевчук та ін.

Багато в чому інтерес до туризму в освітніх цілях, його динамічне зростання підкріплюється загальносвітовим трендом на навчання протягом усього життя, який продовжуватиме зростати і зміцнюватися в довгостроковому періоді. В світовій практиці одним з інноваційних туристичних послуг є послуги освітнього туризму. У зв'язку з цим є актуальним завдання формування дієвих механізмів розробки та впровадження в продуктову політику туристичних підприємств в Україні послуг освітнього туризму. На ті тенденції звертали науковці, які досліджують переспетиви розвитку освітнього туризму в світі та в Україні, зокрема вітчизняні та зарубіжні дослідження: А. Ніколаєвої, М. Певзнера, Б. Річі, О. Клока, Ю. Коренко, Н. Козлової, Ю. Сергєєвої та ін.

Отже, недостатня теоретична та практична розробка проблеми формування продуктової політики туристичних підприємств за рахунок нових інноваційних продуктів визначає **актуальність** теми роботи.

Практична значущість. Проведені дослідження розширюють і поглиблюють знання про розвиток освітнього туризму в регіонах України, розкривають можливості потенціалу туристичних підприємств-операторів внутрішнього туризму для впровадження в діяльність освітніх турів та програм, орієнтованих, перш за все, на молодь.

Виходячи з цього, **метою дослідження** кваліфікаційної роботи є розкриття на основі вивчення теоретичних основ сутності продуктової політики та управління асортиментом туристичних послуг, а також визначення проблем та обґрунтування напрямків підвищення ефективності формування продуктової політики для туристичного оператора внутрішнього

туризму шляхом впровадження інноваційних продуктів – освітніх турів для молоді.

Відповідно до мети дослідження в кваліфікаційній роботі були поставлені наступні **завдання**:

- з'ясувати поняття туристичного продукту, зміст продуктової, асортиментної та інноваційної політики туристичних послуг, зокрема, послуг освітнього туризму;

- надати характеристику діяльності оператора внутрішнього туризму ПП «Туристична фірма «Бригантіна»;

- проаналізувати маркетингову діяльність в турфірмі та охарактеризувати основні продукти внутрішнього туризму;

- здійснити аналіз пропозицій освітніх турів і програм в регіонах України та виявити такі пропозиції в асортименті туристичних послуг ПП «Туристична фірма «Бригантіна»;

- визначити проблеми та обґрунтувати напрямки підвищення ефективності формування продуктової політики досліджуваного підприємства, а також перспективи розвитку програм внутрішнього освітнього туризму в регіонах України;

- обґрунтувати пропозицію нового освітнього туру в асортимент туристичних послуг ПП «Туристична фірма «Бригантіна» та заходи щодо його просування і організації продажу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є асортимент туристичних послуг та продуктова політика приватного підприємства «Туристична фірма «Бригантіна».

Предметом дослідження роботи є сукупність теоретичних, практичних проблем, пов'язаних з формуванням асортименту туристичних послуг та продуктової політики туристичного підприємства.

Теоретичною основою роботи є наукові праці вітчизняних та закордонних учених з проблем менеджменту, маркетингу та реклами на підприємствах сфери туризму, основ туроперейтингу, економіки та організації туризму. **Інформаційною базою** для роботи є нормативно-правові акти в сфері туризму, освіти, статистичні дані галузевих збірників, дані туристичних операторів та освітніх агенцій, освітніх порталів, звітні матеріали та дані ПП «Туристична фірма «Бригантіна», а також результати спостережень та опитувань працівників фірми, які проведені нами особисто.

В процесі роботи використовувались наступні методи дослідження – системний підхід; статистичний аналіз; економічний аналіз; бесіда; дослідження якості послуг.

Структура та зміст кваліфікаційної роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи 87 сторінок машинописного тексту. Робота містить 8 таблиць, 12 рисунків, список використаної літератури складається із 57 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні засади впровадження освітніх подорожей у продуктову політику туристичних підприємств»** розглянуто такі питання.

У розділі визначено теоретичні засади змісту туристичного продукту як результату діяльності туристичних компаній, основні принципи їхньої продуктової політики в сучасних умовах господарювання та особливості управління асортиментом туристичних послуг. Сьогодні унікальність туристичного продукту, та взагалі успіх існування на туристичному ринку залежить від того, на скільки добре туристична компанія залучає до свого виробничого процесу інноваційну політику. Розглянуто специфічні риси освітнього туризму як інноваційного напрямку в продуктивній політиці туристичних компаній. Він включає риси ділового, наукового, культурно-пізнавального туризму та в даний час є одним з найбільш перспективних видів туризму. Визначено особливості організації освітніх подорожей менеджерами туристичних підприємств, зокрема, професійно-орієнтованих програм та програм стажування. Нами обґрунтовано, що подорож з такою освітньою метою містить риси як продукту освітнього туризму, так й риси продукту ділового туризму. Освітні подорожі сприятимуть розвитку внутрішнього туризму в Україні.

У другому розділі **«Дослідження діяльності ПП «Туристична фірма «Бригантіна» як туроператору внутрішнього туризму»** досліджено діяльність об'єкту роботи.

У розділі проведено дослідження діяльності туристичного оператора ПП «Туристична фірма «Бригантіна» на ринку послуг внутрішнього туризму в Україні. Надано коротку характеристику ПП «Туристична фірма «Бригантіна» та проаналізовано його фінансово-економічну діяльність. Турфірма «Бригантіна» займає на ринку туристичних послуг України стійке положення, що підтверджується даними оцінки його фінансово-економічної діяльності за період 2020-2021 рр. Проведений аналіз маркетингової діяльності турфірми за основними елементами комплексу маркетингу: продукт, ціна, просування, комунікації. Маркетингова діяльність на підприємстві здійснюється, але несистемно; не розробляється маркетингова стратегія. Здійснено ґрунтовне дослідження продуктів внутрішнього туризму ПП «Туристична фірма «Бригантіна». Особливих успіхів команда турфірми змогло досягти за напрямом «екскурсійні тури». ПП «Туристична фірма «Бригантіна» має різноманітніший асортимент екскурсійних послуг; їхні пропозиції можуть сприяти розвитку прибутковому напрямку «ділові подорожі», що визначені керівництвом як перспективні. Надано оцінку стану ринку освітнього туризму в Україні в розрізі подорожей із службовою, діловою та освітньою метою; зроблено акцент на професійно-орієнтованих турах та програмах стажування для учнівсько-студентської молоді за напрямом «Освіта в індустрії туризму». В Україні та її регіонах, зокрема, Одеському, як економічна категорія, освітній туризм знаходиться на етапі

становлення. Оцінено можливості ПП «Туристична фірма «Бригантіна» у розвитку програм внутрішнього освітнього туризму та популяризації внутрішнього туризму і масового туристичного руху в першу чергу серед молоді. На наш погляд, керівництво та команда турфірми «Бригантіна» змогли здобути в організації освітніх турів та програм за напрямом «Освіта в індустрії туризму» особливих успіхів.

У третьому розділі **«Впровадження програм навчально-професійних подорожей на ринку освітнього туризму України»** надані такі пропозиції.

Нами обґрунтовано перспективи розвитку програм внутрішнього освітнього туризму в регіонах України, зокрема, професійно-орієнтовних турів та програм стажування для студентсько-учнівської молоді за напрямом «Освіта в індустрії туризму». Визначена роль таких туристичних продуктів для оптимізації діяльності в сучасних умовах та продуктової політики ПП «Туристична фірма «Бригантіна». Також запропоновано програму нового навчально-розважального туру із спортивно-оздоровчим ухилом «Таємниці Софіївського парку» в асортимент туристичних послуг ПП «Туристична фірма «Бригантіна» та заходи щодо його просування та організації продажу.

ВИСНОВКИ

У туристичній галузі основним об'єктом пропозиції і попиту на ринку виступає туристичний продукт. Закон України "Про туризм" визначає туристичний продукт як комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі. Вітчизняні фахівці з туризму визначають туристичний продукт, як упорядковану сукупність туристичних послуг, робіт і товарів (пакет туристичних послуг), що складається щонайменше з двох, або більше одиничних чи множинних туристичних послуг, робіт, товарів і засобів забезпечення, інших туристичних ресурсів, достатніх для задоволення потреб туристом у процесі із метою туризму. Формування конкретного туристичного продукту включає в себе розробку маршрутів, турів, екскурсійних програм, надання основних, додаткових і супутніх послуг. В нашому дослідженні приділено увагу туристичним компаніям-операторам організаторам внутрішнього туризму, які виконують поряд з іншими, важливу функцію – популяризацію національного туристичного продукту.

Контроль за розробкою турпродуктів та їх впровадження на ринок здійснюється продуктовою політикою. Вона вивчає заходи, спрямовані на підвищення конкурентоздатності продукції, насамперед, її якісних та вартісних характеристик, що відповідають потребам споживачів. Якісні та споживчі характеристики товарів чи послуг суттєво змінюються впродовж всього існування продукту на туристичному ринку, що відображається в життєвому циклу продукту. Теорія життєвого циклу туристичного продукту виходить із того, що кожний продукт, який би гарний він не був, рано чи

пізно витісняється з ринку іншим, більш сучасним продуктом. Постійні тільки наявні потреби, а засоби їхнього задоволення змінюються. Туристичний продукт проходить у своєму розвитку кілька послідовних стадій – впровадження, зростання, зріст, спад. Вивчення стадій життєвого циклу послуг дозволяє відповідним чином оптимізувати структуру асортименту пропонованих на ринок туристичних послуг.

Одну із самих важливих ролей в продуктивній політиці грає управління асортиментною політикою. Асортиментна політика включає: визначення наборів товарних груп (видів, підвидів, марок); оптимальне співвідношення базових моделей та їх модифікацій; встановлення співвідношення присутності на ринку товарів, що знаходяться на різних стадіях життєвого циклу. Нами також встановлено, що на асортимент продукції найбільше впливає оновлення товарного асортименту фірмами-конкурентами. Тобто, конкурентоздатність є основним показником якісно сформованої асортиментної політики. За дослідженнями на сучасному етапі розвитку маркетингова діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання туристичної галузі потребує удосконалення.

Сьогодні унікальність туристичного продукту, та взагалі успіх існування на туристичному ринку залежить від того, на скільки добре туристична компанія залучає до свого виробничого процесу інноваційну політику. Серед всіх видів інновацій в туризмі (продуктові, технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські, сервісні), саме продуктові сприяють появі новітніх видів туризму. Важливо відмітити, що при проектуванні будь-якого інноваційного туру як туристичної послуги потрібно дотримуватись вимог міждержавних стандартів.

Освітній туризм, який включає риси ділового, наукового, культурно-пізнавального туризму, в даний час є одним з найбільш з перспективних видів туризму. Основною споживчою аудиторією для міжнародного освітнього туризму є молодь. Міжнародний освітній туризм в теорії та практиці туристичної діяльності сприймається як одне з напрямів пізнавального туризму, як феномен освіти як і напрям бізнесу. Для вітчизняних туристичних підприємств цей вид туризму є джерелом впровадження різноманітних інноваційних розробок. У відповідності з чинним законодавством пропозиції програм міжнародного освітнього туризму здійснюються на ринку туристичних послуг України туристичними операторами та освітніми агентствами за відповідними ліцензіями.

У своїй роботі ми зупинилися на внутрішньому освітньому туризмі, зокрема, професійно-орієнтованих програмах та стажуваннях. Організація освітніх подорожей та програм має свою специфіку, тому що освітній туризм поряд зі схожістю з іншими видами туризму, має і ряд специфічних, характерних тільки йому, особливостей. Змістовною стороною туристичного продукту освітнього туризму є задоволення потреб клієнта у певній освітній послугі. Плануються освітні подорожі набагато раніше, ніж звичайні тури, що пов'язано з більшою складністю організації такої поїздки. Виходячи із

змісту професійно-орієнтованих програм, які пропонуються на міжнародному ринку послуг освітнього туризму та наведені нами, ми можемо стверджувати що подорож з такою освітньою метою містить риси як продукту освітнього туризму, так й риси продукту ділового туризму. Так, до складу послуг у сфері освітнього туризму за професійно-орієнтованими програми, програми стажування входять: освітні послуги, туристичні послуги, а також різноманітні додаткові послуги. Розважальна та оздоровча програма сьогодні є невід'ємною частиною освітнього туру. Такі програми виконують важливі функції: сприяють відновленню сил, нервовому розвантаженню та оздоровленню, допомагають налагодити ефективну комунікацію та побудувати взаємодію в групах.

Об'єктом аналізу нашої роботи є туристичний оператор ПП «Туристична фірма «Бригантіна», заснований в 2008 році.

ПП «Туристична фірма «Бригантіна» – досить перспективна компанія, яка добре зарекомендувала себе на ринку України. Адже пріоритетом для неї є високі стандарти обслуговування, які якісно відрізняються від тих, що пропонують інші компанії: високий сервіс, найкращі пропозиції, моніторинг ринку туристичних пропозицій в Україні. Спектр послуг, пропонований компанією «Бригантіна» сьогодні: автобусні екскурсійні тури по Україні, Європі; екскурсії та прийом у Києві; організація дитячого відпочинку та подорожей для молоді; відпочинок у Болгарії; авіатури по усьому світові; організація семінарів і конференцій. Перші чотири напрями – власна розробка фахівців компанії. За цими напрями ПП «Туристична фірма «Бригантіна» працює як оператор. Особливу увагу в компанії приділяється розвитку туризму в Україні; пропонуються автобусні екскурсійні тури Україною, організації екскурсій та прийому в Києві. Кадровий склад штатних працівників компанії нараховує 7 осіб.

З моменту утворення й до сьогоднішнього дня, діяльність фірми спрямована на надійне і якісне обслуговування туристів. Туристична фірма «Бригантіна» має акредитацію практично в усіх посольствах шенгенської зони. Компанія працює на протязі всього року (в основному з організації екскурсійної діяльності), також приділяє особливу увагу високим сезонам: «теплому» літньому та «зимовому» гірськолижному. Крім вказаного, ПП «Туристична фірма «Бригантіна» здійснює наступні види діяльності: бронювання та надання туристичних послуг, продаж авто-, ж/д квитків, різні види страхування, міжнародний роумінг, візова підтримка. Кожен клієнт, якому надається послуга, юридично захищений, адже ПП «Туристична фірма «Бригантіна» з кожним туристом укладає договір на туристичне обслуговування. Туристи мають гарантії на послуги під час туру. Особливості компанії в роботі з клієнтами полягає в максимальному використанні інновацій – нових туристичних та екскурсійних програм, сучасних послуг зв'язку, Інтернету. Так, на сьогоднішній день працівники турфірми «Бригантіна» можуть користуватися унікальною системою Gullivers Travel Associates. Ця система дозволяє бронювати в режимі On-line

більше 40 тис. готелів будь-якої категорії по усьому світові й відразу одержувати туристичну путівку. ПП «Туристична фірма «Бригантіна» займає на ринку туристичних послуг України стійке положення, що підтверджується даними фінансово-економічної діяльності туристичної компанії за період 2020-2021 рр.

Головною метою підприємства на сьогоднішній день «збільшення обсягів продажу послуг». Осягнення цієї мети можливе завдяки організації маркетингової діяльності підприємства. Однак на підприємстві не існує певної програми, плану проведення маркетингової діяльності, не розробляється маркетингова стратегія за її складовими елементами. У той же час не можна говорити про те, що туроператором не проводиться маркетингова діяльність; вона проводиться, але несистемно. На підприємстві ведеться оперативна робота над створенням турів та програм, є стратегічні задуми щодо розвитку перспективних напрямів, обираються методи ціноутворення, канали збуту, застосовуються елементи КМК, а все це і є складовими частинами маркетингової діяльності підприємства.

Основним напрямом ПП «Туристична фірма «Бригантіна» вважається розвиток внутрішнього туризму, серед пропозицій внутрішніх турів надають постійний прибуток автобусні екскурсійні тури, а також екскурсії в м.Київ та столичному регіоні. Один з перспективних туристичних напрямків компанії є асортиментна група «ділові подорожі», але на наш погляд, команда турфірми «Бригантіна» ще тільки починає рухатися в цьому напрямі. Так, налагоджена діяльність щодо організація роботи в процесі: транспортного обслуговування в м. Київ та в Україні, екскурсійного обслуговування та надання послуг ОВіРу. ПП «Туристична фірма «Бригантіна» має ще незначний досвід з організації переговорів, ділових зустрічей, корпоративних заходів в Україні, особливо за кордоном та ін. важливих питань.

ПП «Туристична фірма «Бригантіна» має різноманітніший асортимент екскурсійних послуг. Кожен запропонований тур включає: перевезення, розміщення, харчування, щодо перелік послуг кожного туру різний і визначається програмою перебування. Відпрацьований індивідуальний підхід як до окремих туристів так й груп; діють бонуси та акції. Особливою умовою компанії є те, що тури створені власноруч, без притягнення посередників та звертання до інших турагентств та туроператорів. Для автобусних турів автобуси беруться в оренду. Фірма має договори з декількома надійними автопарками. Унікальні пропозиції авторських екскурсійних турів можуть сприяти розвитку прибутковому напрямку «ділові подорожі», що визначені керівництвом як перспективні.

В асортименті туристичних послуг ПП «Туристична фірма «Бригантіна» представлено також екстремальні та лікувальні тури, що дозволяє працювати команді цілорічно.

На наш погляд, сприяти розвитку такому прибутковому напрямку туризму як діловий, можуть подорожі та програми освітнього туризму, що краще представлені у ПП «Туристична фірма «Бригантіна». Тим успішніші

будуть дії турфірми, тому що на ринку туристичних послуг України сектор подорожей з службовою, діловою та освітньою метою займає досить стабільні позиції та, зокрема, збільшення інтересу українців до внутрішнього туризму, хоча сектор зазнав падіння рівня попиту під впливом епідемії COVID-19. Також в Україні та її регіонах, зокрема, Одеському, як економічна категорія, освітній туризм знаходиться на етапі становлення. Дослідження свідчать про зацікавленість пропозиціями освітнього туризму в Україні, зокрема, у молоді. Проте пропозиції програм внутрішнього освітнього туризму в Україні нечисленні; представлені в основному за ініціативою окремих приватних туристичних компанії та окремих підприємців для дітей. Так, якщо говорити про професійно-орієнтовані програми та програми стажування за напрямом «Освіта в індустрії туризму», в Україні доволі давно здійснюється підготовка фахівців у спеціалізованих навчальних закладах, формується й підготовка у закладах неформальної туристичної освіти.

Особливих успіхів керівництво та команда турфірми змогли здобути в організації освітніх турів та програм за напрямом «Освіта в індустрії туризму» для учнівсько-студентської молоді. Особиста ініціатива та досвід викладацької роботи директора турфірми Щербинко Л.Б. дозволили команді ПП «Туристична фірма «Бригантіна» створити цілий комплекс продуктів освітнього туризму за цим професійним напрямом та налагодити їх реалізацію. Це дає можливість утворити окремий продуктовий напрям, як на наш погляд в сучасних кризових умовах є перспективним, дозволить отримувати стабільний, хоч й невеликий дохід та популяризувати внутрішній туризм регіонами України та масовий туристичний рух, в першу чергу серед молоді.

Успішну реалізацію освітнім турам та турам з метою стажування для учнівсько-студентської молоді за професійним профілем забезпечить:

- насичена програма, в зміст, якої включено як освітня частина, так й власно цікаві розповіді та об'єкти показу;
- прості але зручні умови розміщення та повноцінного харчування у сучасних ЗРГ;
- культурно-оздоровчі та розважальні заходи;
- можливості для творчості та креативності у спільній роботі над створенням та проведенням освітніх турів разом із професіоналами.

Отже, розвиток сфери освітнього та студентського туризму, як соціально-спрямованих видів туризму, є стратегічно важливим завданням для поширення програм внутрішнього туризму серед українців, зокрема, для молоді. Стратегічним завданням є розвиток брендів Києва, Львова, Харкова, Одеси як центрів національного, можливо й міжнародного освітньо-туристичних трендів. ПП «Туристична фірма «Бригантіна» також спроможна зробити свій вклад у розвиток освітнього туризму та запропонувати інноваційні продукти освітнього туризму.

З метою вдосконалення продуктової політики у ПП «Туристична фірма «Бригантіна» необхідно розробляти напрями, робота в яких дозволить

турфірмі бути найбільш конкурентною на ринку; інструментом для цього може бути запропонована нами ринкова продуктова сітка. У відповідності із продуктовою сіткою свою асортиментну політику ПП «Туристична фірма «Бригантіна» слід будувати, виокремлюючи такі асортиментні групи туристичних послуг як: основна, підтримуюча, стратегічна.

Що стосується маркетингових досліджень туристичного продукту, то тут насамперед треба виділити:

- визначення ставлення споживачів до певної марки турпродукту;
- вивченні думок споживачів про цей туристичний продукт;
- визначення того, які групи (сегменти) споживачів і як часто купують досліджуваний турпродукт (визначення лояльності до даного турпродукту).

Нами зроблений огляд ринку пропозицій внутрішнього туризму.

Стратегічним напрямом керівництвом турфірми визначені діловий, науковий та освітній туризм. Але ми з'ясували, що напрям «діловий туризм» для продуктової політики ПП «Туристична фірма «Бригантіна» розвивати недоцільно; підготовлено деякі зі складових для успішної пропозиції напрями, або потрібні значні інвестиції.

Базуючись на вищенаведеному фахівцям з маркетингу ПП «Туристична фірма «Бригантіна» ми пропонуємо розвивати групи продуктів, що сьогодні є найперспективнішими та не потребують значних інвестицій – розвиток освітнього туризму. Спираючись на сьогоденну актуальність напряму ділового та освітнього туризму в Україні і світі, зокрема, одного з його видів – професійно-орієнтованих програм та програм стажування, для ПП «Туристична фірма «Бригантіна» була розроблена навчально-розважальна програма із спортивно-оздоровчим ухилом «Таємниці Софієвського парку».

Даний тур поєднує в собі цілі заохочувальної програми і побудову команди – тимблдінг. Він призначений для молоді і є груповим освітнім туром. Програма «Таємниці Софієвського парку» є туром вихідного дня тривалістю 2 дні\1 ніч. Тур є сезонним, оптимальний час для його здійснення – тепла пора року. Дестинація туру – ландшафтний парк «Софіївка», м. Умань, Черкаська область. Тур є автобусним, з лінійним маршрутом, транспортно-пішохідним. Основними видами послуг, включених в програму туру є: трансфер, організація розміщення та харчування туристів, навчальна та екскурсійна програма, активний квест-тимблдінг з використанням сігвеїв та ін.

Нами запропоновано маркетингові та організаційно-педагогічні заходи щодо покращення пропозиції освітніх турів, зокрема, таких як навчально-розважальний тур «Таємниці Софієвського парку».

АНОТАЦІЯ

Герасименко К.О., Розвиток програм внутрішнього освітнього туризму в Україні (на прикладі діяльності ПП «Туристична фірма «Бригантіна»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою 242 «Туризм» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

В роботі визначено теоретичні засади змісту турпродукту як результату діяльності туристичних компаній, основні принципи їхньої продуктової політики в сучасних умовах господарювання та особливості управління асортиментом туристичних послуг. Розглянуто специфічні риси освітнього туризму як інноваційного напрямку в продуктивній політиці. Визначено особливості організації освітніх подорожей, зокрема, професійно-орієнтованих програм та програм стажування.

Проведено дослідження діяльності туристичного оператора ПП «Туристична фірма «Бригантіна» на ринку послуг внутрішнього туризму в Україні. Надано коротку характеристику турфірми та проаналізовано її фінансово-економічну діяльність. Проведений аналіз маркетингової діяльності за основними елементами комплексу маркетингу: продукт, ціна, просування, комунікації. Здійснено ґрунтовне дослідження продуктів внутрішнього туризму. Надано оцінку стану ринку освітнього туризму в Україні в розрізі подорожей із службовою, діловою та освітньою метою; зроблено акцент на професійно-орієнтованих турах та програмах стажування для учнівсько-студентської молоді за напрямом «Освіта в індустрії туризму». Оцінено можливості турфірми у розвитку програм внутрішнього освітнього туризму та популяризації внутрішнього туризму і масового туристичного руху, в першу чергу, серед молоді.

За результатами пропозицій програм навчально-професійних подорожей на ринку освітнього туризму в Україні обґрунтовано перспективи розвитку програм внутрішнього освітнього туризму в регіонах України. Визначена роль таких туристичних продуктів для діяльності та продуктової політики ПП «Туристична фірма «Бригантіна». Також запропоновано програму нового туру в асортимент туристичних послуг турфірми та заходи щодо його просування та організації продажу.

Ключові слова: туристичний продукт, продуктова політика, туристичний оператор внутрішнього туризму, асортимент туристичних послуг, освітній туризм

ANNOTATION

Gerasimenko K.O., Development of internal educational tourism programs in Ukraine (on the basis of activity of the Private Enterprise "Travel company" Brigantina")

The qualifying work for obtaining an educational bachelor's degree in specialty 242 "Tourism" for educational program 242 "Tourism"
Odessa National Economic University, Odessa, 2022

Diploma thesis identifies the theoretical foundations of tourist product content as a result of tourism enterprises activity, defines the basic principles of their product policy in modern business conditions and features of managing the tourist services range. The specific features of educational tourism as an innovative direction in the product policy of travel companies are considered. The peculiarities of the organization of educational trips by tourist enterprises managers, in particular, professionally-oriented programs and internship programs are determined.

There was conducted a study of the tour operator PE "Travel Company" Brigantina" activity in the market of domestic tourism services in Ukraine. A brief description of the Company is given. There was analyzed it`s financial and economic activity. The analysis of marketing activity of travel agency on the basic elements of a complex of marketing is carried out (product, price, promotion, presentation). A thorough study of domestic tourism products of the Travel Company was carried out. An assessment of the educational tourism market condition in Ukraine in terms of travel for business and educational purposes was done. Emphasis is placed on professionally-oriented tours and internship programs for students in the field of "Education in the tourism industry." The possibilities of PE "Travel company" Brigantina" in the development of domestic educational tourism programs and the promotion of domestic and mass tourism, especially among young people, were assessed.

According to the results of the educational and professional travel programs proposal in Ukrainian educational tourism market there were substantiated the prospects for the development of domestic educational tourism programs in the regions of Ukraine. The role of these tourist products for the activity and product policy of PE "Travel company" Brigantina" is determined. There are offered the new tour program in the Company`s tourist services range and developed an actions for its promotion and organization of sales as well.

Keywords: tourist product, product policy, domestic tourism operator, range of tourist services, educational tourism