

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри
_____ Давиденко І.В.
“ ____ ” _____ 2023_р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерської програмою професійного спрямування Економіка та організація туристичної діяльності (назва бакалаврської програми)

на тему: **«СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО
ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ»**

Виконавець

студент факультету міжнародної економіки

Домброван Євгеній Віталійович

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

Науковий керівник

к.е.н. доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Галасюк Світлана Сергіївна

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

Одеса 2023

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. Науково-теоретичні засади функціонування подієвого туризму	5
1.1. Теоретичні основи подієвого туризму	5
1.2. Фактори впливу подієвого туризму на економіку	11
1.3. Сучасний розвиток подієвого туризму	16
РОЗДІЛ 2. Дослідження конкурентного середовища подієвого туризму Одеського регіону	22
2.1. Загальна характеристика готелю Premier Hotel Odesa	22
2.2. Потенціал готелю Premier Hotel Odesa у організації різноманітних заходів.....	29
2.3. Конкурентна середа готелю Premier Hotel Odesa.....	32
РОЗДІЛ 3. Шляхи стратегічного розвитку подієвого туризму Одеського регіону	37
3.1. Основні заходи, спрямовані на розвиток подієвого туризму шляхом організації івенту	37
3.2. Економічне обґрунтування запропонованих заходів щодо вдосконалення подієвого туризму Одеського регіону.....	44
ВИСНОВКИ	51
Список використаних джерел	54

ВСТУП

Актуальність теми. Одеський регіон має значний туристичний потенціал, пов'язаний з багатогранною культурною спадщиною, природними резерватами та унікальним географічним положенням. Розвиток подієвого туризму може стати ключовим фактором активізації туристичного потоку та сприяти сталому економічному зростанню регіону. Подієвий туризм, що включає у себе різноманітні заходи та фестивалі, стає все більш важливим елементом туристичної індустрії. Дослідження стратегічних напрямків його розвитку дозволяє визначити оптимальні шляхи залучення та утримання туристів через події. Розвиток подієвого туризму вимагає впровадження інноваційних підходів та стратегій. Дослідження такої теми дозволяє виявити та проаналізувати нові тенденції в організації та проведенні туристичних подій.

Проведення туристичних подій є чудовим інструментом для взаємодії з місцевою громадою та залучення її до процесів розвитку туризму. Аналіз стратегій управління подієвим туризмом може допомогти вдосконалити ці процеси. Події в туризмі можуть сприяти соціокультурному обміну та взаєморозумінню. Вивчення стратегій розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні може позитивно вплинути на культурну ідентичність та взаємодію різних соціокультурних груп.

Отже, обрана тема відкриває широкий спектр можливостей для дослідження та розробки стратегій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності Одеського регіону в сфері туризму через розвиток подієвого напрямку.

Мета кваліфікаційної роботи є розробка шляхів розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити теоретичні основи подієвого туризму;
- розглянути фактори впливу подієвого туризму на економіку;
- визначити сучасний розвиток подієвого туризму;

- дослідити загальну характеристику готелю Premier Hotel Odesa;
- проаналізувати потенціал готелю Premier Hotel Odesa у організації різноманітних заходів;
- провести аналіз конкурентної середовища готелю Premier Hotel Odesa;
- розробити основні заходи, спрямовані на розвиток подієвого туризму шляхом організації івенту;
- провести економічне обґрунтування впровадження рекомендацій.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес дослідження стратегічних напрямків розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні.

Методом дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз; графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування; експертних; конструктивний та експериментальний (оцінка результатів запропонованих заходів щодо розробки шляхів розвитку подієвого туризму).

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.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (46 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 59 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 54 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 10 рисунків.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

1. Теоретичні аспекти подієвого туризму розглядаються як ключовий компонент стратегій державного та регіонального розвитку. Визначення «подієвий туризм» різняться, але подієвий туризм можна розглядати як складну соціально-економічну систему, що впливає на розвиток територій і формує туристичні потоки. Організовані події, такі як виставки та культурні заходи, стають важливою частиною туристичного продукту, забезпечуючи конкурентоспроможність та розвиток регіонів. Важливим аспектом є розширення поняття «подія» від якісних змін в соціумі до самостійної туристичної можливості, що потребує ефективного управління. Неспільність визначень українського законодавства ускладнює туристичну діяльність та наукові дослідження в цій області.

2. Фактори впливу подієвого туризму на економіку регіонів представлені через ряд ключових аспектів. Організація подій в туризмі сприяє формуванню бренду території, збільшує інвестиційну привабливість та стає каталізатором розвитку інфраструктури. Заходи також сприяють зростанню рівня зайнятості та розв'язанню проблеми міжсезоння в туризмі. Проведення подій є ефективним інструментом управління туристичними потоками, привертаючи увагу до регіону. У контексті наукового туризму, організація конференцій та подій сприяє формуванню інноваційних технологій та розвитку наукової сфери. Системний вплив цих факторів сприяє соціально-економічному розвитку регіону та розширенню його функціональних можливостей. Управління розвитком подієвого туризму розглядається як складна система, де різні підходи визначаються за науковими напрямками, такими як філософія, управління, економіка, право, політика та соціологія.

3. Сучасний розвиток подієвого туризму піддався значним змінам через вплив коронавірусу та воєнно-політичних подій, але галузь залишається стійкою та має потенціал для росту. Гібридні події, поєднуючи віртуальні та офлайн формати, визначають новий тренд, що сприяє гнучкості та глибшому охопленню аудиторії. Прогноз розвитку індустрії подій на період від 2023 до 2032 років

передбачає річне зростання на рівні 6,4%. Технології для подій стають ключовим фактором, а гібридність заходів надає нові можливості та вимагає адаптації в організації подій. У цьому контексті гнучкі та безпечні події, які поєднують онлайн та офлайн елементи, ймовірно, стануть нормою майбутнього.

4. Розташований в центрі Одеси, Premier Hotel Odesa – найбільший п'ятизірковий готель, відкритий після тривалої реконструкції у липні 2020 року. Його престижне розташування на Французькому бульварі забезпечує вид на місто та море, створюючи ідеальні умови для бізнесу та відпочинку. З 200 номерами, розширеною інфраструктурою та п'ятьма конференц-залами, готель є привабливим для бізнес-подорожніх і організації заходів. Особливий акцент робиться на концепції Ideal Meeting, спрямованій на легку, ефективну та професійну організацію подій. Premier Hotel Odesa визначається своєю унікальною атмосферою, яка створює незабутні моменти для гостей.

5. Протягом 2020-2022 років Premier Hotel Odesa провів різноманітні корпоративні заходи, конференції та виставки, відзначаючи коливання кількості подій впливом пандемії та військового конфлікту. У 2020 році відбулося зниження через пандемію, але у 2021 році було помітне відновлення активності. У 2022 році, з урахуванням загострення конфлікту, спостерігається зменшення кількості подій, особливо корпоративних та конференцій. Тенденції свідчать про вплив глобальних факторів на сферу подій та туризму. Для Premier Hotel Odesa організація подій MICE виявляється значущою, забезпечуючи зростання доходів, залучення бізнес-подорожніх та створення позитивного враження, що сприяє рекомендаціям та повторним візитам.

6. Готель «Premier Hotel Odesa» демонструє вражаючий рівень конкурентоспроможності серед інших 5-зіркових готелів у м. Одеса за рядом критеріїв. Вигідне розташування в самому центрі міста та визнана репутація на ринку готельних послуг свідчать про його лідерські позиції. Навіть із зменшенням рівня завантаженості у порівнянні з конкурентами, готель приваблює клієнтів своєю популярністю та якістю обслуговування. Широкий спектр безкоштовних та платних послуг, а також ретельно спроектована цінова політика роблять його конкурентоспроможним в ціновому сегменті. Висока

якість рекламних засобів та ефективна співпраця з корпоративними клієнтами додають готелю привабливість для бізнес-подорожніх. Загалом, Premier Hotel Odesa успішно утримує свою лідерську позицію в готельній галузі, пропонуючи високий стандарт обслуговування та спеціалізовані послуги для подій та бізнес-туризму.

7. Створення спеціалізованого підрозділу Event-Premier для активної організації подій у Premier Hotel Odesa відкриває нові можливості для розвитку подієвого туризму. Не лише створюючи новий дохідний потік через вхідні білети та проживання, але й підсилюючи імідж готелю як культурного та освітнього центру. Такий підхід покликаний стати важливим фактором привертання та утримання клієнтів, а також сприятиме загальному розвитку готельного бізнесу у контексті подієвого туризму.

8. Таким чином, в результаті запропонованих заходів щодо інтенсифікації функціонування за допомогою використання впровадження програмного забезпечення для проведення подій у гібридному форматі в готелі Premier Hotel Odesa. Зростання чистого доходу прогнозується на рівні 12,0%. Економічна ефективність від запропонованих заходів буде становити 42,6%, термін окупності запропонованих заходів буде дорівнювати 0,7 року. Отже, вважаємо запропоновані заходи ефективними та доцільними для впровадження в роботу готелю Premier Hotel Odesa.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Про туризм» Закон України від 15.09.1995 р. № 31. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
2. Бабкін О. В. Спеціальні види туризму. Ростов-на-Дону. Фенікс, 2008. 252 с.
3. Вовк К.М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. Проблеми і перспективи економіки та управління. Чернігівський національний технологічний університет. 2019. № 3. С. 184–191.
4. Вовк К.М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. Проблеми і перспективи економіки та управління. Чернігівський національний технологічний університет. 2019. № 3. С. 184–191.
5. Галасюк С. С., Царенко К. В. Особливості функціонування бізнес-готелів в Одеському регіоні. Економіка, фінанси та управління: проблеми та сучасні шляхи розвитку: матеріали підсумкової міжнародної науково-практичної конференції, 25-26.12.2015 р. У 3-х частинах. Ч. 2. С. 78-81.
6. Галасюк С.С. Бізнес-готелі на ринку ділового туризму Одеського регіону / Інфраструктура ринку. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2017. Вип. 5. С. 139-145.
7. Галасюк С.С., Мартинова Н.С. (2020). Моніторинг розвитку ділового туризму у світі. Інфраструктура ринку. (50). С. 98-105. URL: <http://surl.li/fdhtz>
8. Галасюк С.С., Назаренко А.Р. Динаміка обсягів туристопотоку з діловою метою в Одеському регіоні / Економіка сьогодення: актуальні питання та інноваційні аспекти: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції, 25 квітня 2020 р. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2020. С. 35-38.
9. Галасюк С.С., Назаренко А.Р. Складові інфраструктури ділового туризму / Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та

перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Херсон, 28 квітня 2020 р. – Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2020. 784 с. С. 126-129.

10. Галасюк С.С., Цимбаліст О.Ю. Світові та національні тенденції розвитку ділового туризму. Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 грудня 2017 р. Дніпро : НО «Перспектива», 2017. Ч. 1. С. 9–12.

11. Герасимчук В. И. Управление организацией: функциональный подход. Економічний вісник НТУУ "КПІ", 2014. URL: <https://economy.kpi.ua/uk/node/706>.

12. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма. Перспективы развития науки в современном мире: материалы междунаучно[1]практич. конф. Краков, 2012. С. 97–103. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2151>.

13. Долженко Г.П., Шмиткова О.В. Подієвий туризм в Західній Європі і можливості його розвитку в Росії. Відомості вищих навчальних закладів. Північно-Кавказький регіон. Серія: Суспільні науки, 2007. № 6. С. 116–119.

14. Долженко Г.П., Шмиткова О.В. Подієвий туризм в Західній Європі і можливості його розвитку в Росії. Відомості вищих навчальних закладів. Північно-Кавказький регіон. Серія: Суспільні науки, 2007. № 6. С. 116–119.

15. Івент-менеджмент (навчальний посібник). URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/82458/1/Povalii_management.pdf

16. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента. Учеб. пособ. 11-е издание. Москва. Новое знание, 2009. 336 с.

17. Капліна А.С. Поняття «розвиток» у категоріальному апараті теорії розвитку. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2012. № 24(2). С. 57–63.

18. Коттлер В. Маркетинговый менеджмент: учеб. Москва: Изд-во "Химджест", 2008. 720 с.

19. Куклінова Т.В. Розвиток малих та середніх підприємств: проблеми аналізу та ефективності. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». 2007. № 4. Т.1. С. 193–196.
20. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва. Дело, 1997. 704 с.
21. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. URL: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-3-13>
22. Офіційний сайт Ladies Conference. URL: <https://ladiesconference.com.ua/>
23. Офіційний сайт готелю Hotel Bristol. URL: <https://bristol-hotel.com.ua/>
24. Офіційний сайт готелю M1 Club. URL: <https://m1clubhotel.com/>
25. Офіційний сайт готелю Premier Hotel Odesa. URL: <https://odesa-hotel.phnr.com/>
26. Офіційний сайт готелю Ribas Duke. URL: <https://www.hotel-duke.com/>
27. Офіційний сайт готелю Немо Hotel. URL: <https://odessa.nemohotels.com/>
28. Офіційний сайт готелю Панорама ДеЛюс. URL: <https://panoramadeluxe.com/>
29. Офіційний сайт конференції Restoconf. URL: restoconf.ua
30. Офіційний сайт конференції WomanConf. URL: womanconf.ua
31. Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія. Харків Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. 328 с.
32. Семенов В.Ф., Фадеева Г.І. Умови і сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі. Регіо[1]нальна економіка та управління. № 5(18). Запоріжжя, 2017. С. 149–156.

33. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
34. Сущенко О. А. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств регіону в умовах глобалізації: управління та розвиток: монографія. Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. Луганськ. Ноулідж, 2013. 315 с.
35. Устименко Л.М. Освітній туризм як історико-культурне явище. Культура і сучасність. 2013. №1. С. 88–92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kis_2013_1_17
36. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Ремігайло І.Ю. Шляхи розвитку ділового туризму у період пандемії. Інфраструктура ринку. 2020. № 50. С. 213–219. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/37.pdf
37. Яркіна Н.М. Принципи формування комплексного механізму управління підприємством. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. випуск 1 (52). С. 290–296. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147038449.pdf>
38. Brent Ritchie J. R. Beliveau D. Hallmark events : an evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. The evolution of event tourism : concepts and approaches. London. Routledge, ISBN 0-415-47518-X, 2010, p. 414– 426. URL: <https://doi.org/10.1177/004728757401300202>.
39. Emerging Event Industry Trends. URL: <https://explodingtopics.com/blog/event-industry-trends>
40. Getz, D. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. Tourism Management, 2008. № 29 (3), p. 403–428. URL: <https://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/Event%20tourism%20Definition%20evolutionand%20research.pdf>
41. Mihajlović I. The Importance of Local Events for Positioning of Tourist Destination. European Journal of Social Sciences Education and Research. 2017 Volume 4. Issue 4. P. 228–239.
42. Pine, J. and Gilmore, J. (1999) The Experience Economy, Harvard Business School Press, Boston, 1999. URL: DOI: 10.4337/9781781004227.00007.

43. Ritchie J.R. Brent. Beacons Of Light in An Expanding Universe: An Assement Of The State-Of-The-Art in Tourism Marketing / Marketing Research, Journal Of Travel And Tourism Marketing, 1997. № 5(4). p. 49–84.

44. Stokes, R. A framework for the analysis of events – tourism knowledge networks. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2004. №11(2). p. 108–123.

45. Vovk K. Management of the development of scientific tourism. Сучасні проблеми менеджменту: Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 19 жовтня 2018 р.). К: НАУ, 2018. С. 49–51.

46. Whitford M. Regional development through domestic atourist event policies: Gold Coast and Brisbane, 1974–2003. UNLV Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science, 2004. № 1. P. 1–24.