

**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 «Економіка та організація туристичної діяльності»
(назва освітньої програми)

на тему: **«ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ
ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ «СЕЛЕЗНЬОВ ТУР»)»**

Виконавець

студентка Центру заочної форми
навчання

Бірюкова Яна Ігорівна

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Бедрадіна Ганна Костянтинівна

/підпис/

ОДЕСА 2025

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. У сучасних умовах глобалізації та інтенсифікації соціокультурних процесів туризм набуває особливого значення як важливий чинник економічного зростання, міжкультурного діалогу та регіонального розвитку. Одним із найдинамічніших і перспективніших напрямів туристичної діяльності є подієвий туризм — вид туризму, що базується на відвідуванні туристами подій різного спрямування (культурних, спортивних, релігійних, ділових тощо). З огляду на зростаючий попит на унікальні враження, емоційне наповнення подорожей і потребу в автентичному досвіді, подієвий туризм стає потужним інструментом диверсифікації туристичного продукту та активізації економіки територій.

Особливістю подієвого туризму є його мультидисциплінарний характер, що поєднує елементи культури, економіки, маркетингу, соціології та менеджменту. Він виступає не лише як форма дозвілля, але й як інструмент формування позитивного іміджу країни чи регіону, розвитку підприємництва, стимулювання малого та середнього бізнесу, залучення інвестицій. Успішна організація подієвих заходів — фестивалів, виставок, форумів, спортивних змагань тощо — сприяє активізації внутрішнього та в'їзного туризму, створенню доданої вартості у сфері послуг, зростанню зайнятості населення.

Водночас розвиток подієвого туризму вимагає належного організаційного та економічного підґрунтя. Це передбачає розробку ефективних моделей управління, забезпечення фінансової стабільності проєктів, вибудову системи державно-приватного партнерства, координацію дій органів влади, бізнесу та громадськості. Недостатня розвиненість інфраструктури, відсутність стратегічного планування, брак кваліфікованих кадрів і нестабільність нормативно-правової бази — це ті виклики, які потребують системного підходу до розробки організаційно-економічних засад розвитку цієї галузі.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю формування цілісної концепції розвитку подієвого туризму в Україні на основі інтеграції міжнародного досвіду, адаптації сучасних управлінських технологій і врахування національних особливостей. У зв'язку з цим важливо проаналізувати наявний стан та потенціал подієвого туризму в країні, визначити пріоритетні напрями його розвитку в повоєнний період.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних підходів та практичних рекомендацій щодо організаційно-економічного забезпечення розвитку подієвого туризму в сучасних умовах.

Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені наступні завдання:

- розкрити теоретичні та методологічні підходи до визначення поняття «подієвий туризм»;
- проаналізувати особливості розвитку подієвого туризму в Україні
- надати загальну характеристику ТОВ «Селезньов Тур»;
- зробити аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Селезньов Тур»;
- продіагностувати можливості та пропозиції туристичного підприємства в сегменті подієвого туризму;

- запропонувати шляхи розвитку подієвого туризму в Україні в повоєнний період;
- внести пропозиції щодо створення та реалізації турів подієвого туризму на прикладі ТОВ «Селезньов Тур».

Об'єктом дослідження є подієвий туризм як напрям туристичної індустрії.

Предметом дослідження є організаційно-економічні умови, механізми та інструменти розвитку програм подієвого туризму.

Визначення «подієвого туризму», як окремого виду туризму сталося порівняно недавно. Багато науковців та фахівців, як зарубіжних так і українських присвячують свої дослідження проблемам розвитку подієвого туризму, або як його ще називають івент-туризму. Так проблематики подієвого туризму присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як: А.Бабкіна, Г.Бедрадіна, В.Герасименко, І.Давиденко, С. Нездоймінов, К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гільберт, Дж. Рітчі, Д. Беліво, Р. Лінч, А., Гетц та ін. Дослідження висвітлюють багато питань, пов'язаних зі створенням та просуванням подієвих туристичних маршрутів в Україні та світі. В реаліях сьогодення питання аналізу сучасного стану подієвого туризму у світі та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні після закінчення війни є дуже актуальним, проте багато питань наразі залишаються відкритими.

Методи дослідження. У процесі проведення дослідження використовувались методи: системного аналізу - для визначення дефініції «подієвий туризм»; комплексного аналізу – для діагностики подієвого туризму в Україні та на прикладі окремо взятого туристичного підприємства; аналітичний і структурно-логічний методи для обґрунтування ефективності представлених пропозицій. Методичними засадами кваліфікаційної роботи є положення економічної науки, дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчі та нормативно-правові акти, матеріали Державної служби статистики, фінансова звітність туристичного підприємства.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці шляхів розвитку подієвого туризму в повоєнній Україні. Результати дослідження можуть бути використані при розробки нових та удосконалення існуючих програм в сфері подієвого туризму. Окремі результати дослідження були висвітлені у тезах, опублікованих у Матеріалах V Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти «**ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ**», що відбулася 09 квітня 2025 року в Одеському національному економічному університеті, на тему: «Особливості розвитку внутрішнього туризму в повоєнний період»

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 74 сторінки. Робота містить 16 таблиць та 12 рисунків, список використаних джерел із 64 найменувань, 5 додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

В першому розділі кваліфікаційної роботи надало визначення дефініції «подієвий туризм», проведено порівняльний аналіз бачення науковців стосовно змісту та значення «подієвого туризму», як окремого виду туризму. В Україні, як і в

багатьох країнах сучасного світу багато уваги приділяється визначенню «подієвий туризм». Зрозуміло, що в основу вкладається саме визначення «події». Науковці Д. Пин та Д. Гілмор у своїх дослідженнях стверджують: «Подія – це особистий досвід. Саме емоційні переживання, які зазнав турист при відвідуванні дестинації стають вирішальним фактором для майбутнього вибору». Деякі науковці та фахівці, як за кордоном так і в Україні, стверджують, що подієвий туризм є складовою культурно-пізнавального туризму, але існує і інша думка науковців, які визначають подієвий туризм як окремий вид туризму. Визначення «подієвого туризму» залежить від багатьох факторів та бачення науковців, наприклад від наукової школи, регіональних особливостей, цілей та завдань, саме тому воно може мати деякі розбіжності. На наш погляд найбільш науково обґрунтовано визначення дефініції «подієвий туризм» в своїх дослідженнях надає Д. Гетц: «Подієвий туризм – це вид туризму, спрямований на повне використання можливостей події для досягнення розвитку туризму приймаючої сторони». Узагальнюючи вище наведене можна спиратися на визначення подієвого туризму, як таке: «це вид туризму який 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 та інших подій, можливо з короткочасним відпочинком». Таким чином слід розуміти, що в основі подієвого туризму знаходиться саме подія. В сучасних умовах існують різні підходи та ознаки класифікації заходів і подій. Українським туроператорам вдається повернути зацікавленість в подорожах до України з метою відвідування різних event-заходів іноземних туристів починаючи з 2016 року, в той же час зростає і попит українських туристів на тури подієвого туризму всередині країни. Згідно з проведеними дослідженнями в період до 2020-го року кількість туристів в подієвому сегменті перевищувало кількість туристів в екскурсійному сегменті та склало майже 35% від загальної кількості споживачів на інші туристичні напрями. В світовій практиці визначають нові тенденції, які спираються на розподіл створення подій в залежності від напрямку та кінцевої мети, а також від того в якій якості виступають туристи: учасники події або сторонні спостерігачі. Все більшого попиту, як за кордоном так і в Україні набирають тури подієвого туризму, в яких туристи є безпосередніми учасниками події. Завдяки цьому можна стверджувати, що подієвий туризм є особливим видом туризму, якій має величезні перспективи.

В другому розділі кваліфікаційної роботи наведено характеристику туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур», проаналізовано етапи розвитку та причини успіху підприємства на туристичному ринку Одеського регіону. Проведено організаційно-економічний аналіз діяльності підприємства за 2022-2024 фінансові роки. На сьогоднішній день головний офіс компанії розташовано в місті Одеса за адресом вулиця Європейська 80 (вхід з вулиці Мала Арнаутська), на першому поверсі двох етажної будівлі, має зручний вхід та великі панорамні вікна. Офіс складається з великої кімнати, яка розділена на дві частини- туристичний та транспортний відділ, кабінету директора, кабінету бухгалтера та приміщення для відпочинку працівників. В реаліях сьогодення офіс туристичної компанії працює в змішаному форматі: очно та дистанційно. Сайт туристичної компанії тимчасово не

працює, так як не відповідає сучасним вимогам, перед керівництвом компанії постає задача модернізувати власний сайт та зробити його зручним та сучасним. На сьогодні пропозиції туристичного підприємства просуваються через соціальні мережі Facebook, Instagram. До аналізу фінансово-економічних показників туристичного підприємства було обрано період 2022- 2024 років, саме цей час припадає на період повномасштабної війни в Україні, але в той же час доводить, що туристичне підприємство намагається продовжувати роботу змінюючи форму організації бізнесу та підлаштовуватися під сучасні реалії. Проведений аналіз доводить, що 2022 рік був доволі складним для туристичного підприємства, повна відсутність туристів в'їзного туризму, невелика кількість і туристів в цілому, але в порівнянні з 2022 роком рік 2024 виглядає доволі успішним, збільшилась загальна кількість обслугованих туристів, позитивна динаміка присутня по всіх організаційним формам туризму. Особливо необхідно відмітити збільшення в'їзних туристів, які прибували з Польщі, Туреччини та ін. на відпочинок у безпечних регіонах України, а саме в регіонах Західної України, а також кількість обслуговуваних іноземних туристів , які прибували в Україну з бізнес цілями. Також можна констатувати, що в порівнянні з 2022 роком в 2024 році значно збільшилась кількість українських туристів , які відправлялися за кордон з метою відпочинку. Згідно з проведенням аналізом можна стверджувати, що кількість проданих туристичних пакетів в 2024 році в порівнянні з 2023 роком збільшилась на 132 одиниці і відповідно вартість – на 1358.0 тис. грн., що безумовно свідчить про поліпшення фінансових показників туристичного підприємства. Можна констатувати, що у 2024 році дохід від надання туристичних послуг в порівнянні з 2023 роком збільшився майже вдвічі і склав 1145.0 тис. грн. Було скорочено штат робітників на одну особу. Операційні витрати, пов'язані з наданням туристичних послуг теж відповідно збільшилися у порівнянні з минулими роками і в 2024 році склали 960.0 тис. грн. Проаналізувавши динаміку загального фінансового результату діяльності туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур» можна зробити висновок, що підприємство активно відновлює свою діяльність, змінює підходи до планування і організації діяльності не дивлячись на доволі складну ситуацію в сфері туризму під час війни. Збільшився валовий дохід підприємства в порівнянні з 2023 роком але у той же час збільшилися і витрати. Загальний фінансовий результат збільшився на 47.8 тис. грн. і склав 90.0 тис. грн. Для спільного вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища туристичного підприємства «Селезньов Тур», а також для виявлення сильних і слабких сторін, загроз і можливостей застосовано SWOT-аналіз. Починаючи з травня 2022 року туристичне підприємство почало активно відновлювати роботу, але декілька менеджерів виїхали за кордон, але продовжували працювати в компанії. І саме відновлення туристичної діяльності почалося з турів внутрішнього туризму і в тому числі турів подієвого туризму. Влітку 2022 року туристичне підприємство відновило такі тури, як: « Одеські катакомби- це цікаво та безпечно», «Виноробня Манзулів», «Таїровські вина- історія та сучасність». Поступово менеджери «Селезньов Тур» почали розробляти нові тури з урахуванням обмежень воєнного стану та обов'язкової безпеки туристів. Відновили тури на уїк-енди до Львову, Ужгороду, Мукачева, Івано-Франківська. В 2023 році туристичним підприємством було розроблено новий туристичний продукт «Буша- місце сили», цей тур розрахований на 3 дні та 2 ночівлі

користувався та користується попитом до сьогодні. Але при всьому різноманітті турів внутрішнього туризму відсоток турів подієвого туризму дуже не значний. В основному це тури в регіон Закарпаття присвячені зимовим святam та фестивалям які відбуваються в цих безпечних регіонах України. На сьогоднішній день керівництво туристичного підприємства ставить завдання розширювати спектр турів подієвого туризму, як внутрішнього так і в'їзного туризму.

В третьому розділі кваліфікаційної роботи запропоновано шляхи розвитку подієвого туризму в повоєнній Україні. Станом на 2024 рік подієвий туризм в Україні зазнав суттєвого спаду через війну, однак відновлення інфраструктури, повернення туристичних потоків та інвестицій вимагають активної розробки ефективних шляхів розвитку цього напрямку у післявоєнний період. Це зумовлює необхідність системного наукового аналізу передумов, викликів і стратегій, здатних забезпечити сталий розвиток подієвого туризму в нових умовах. Повоєнний період потребуватиме активного залучення місцевих громад до створення подієвих туристичних продуктів. Організація подій у невеликих містах і селах сприятиме відновленню локальної економіки, поверненню населення, активізації малого бізнесу. Варто підтримувати ініціативи знизу — як от локальні фестивалі, ярмарки, етно-культурні події — через грантові програми та партнерство з НГО. Подієвий туризм має значну регіональну диференціацію, тому децентралізоване управління дозволяє враховувати локальні особливості та ресурси. Післявоєнна Україна потребує оновленого туристичного бренду, у центрі якого можуть бути події, пов'язані з героїзмом, стійкістю, єдністю. Міжнародні мистецькі форуми, кінофестивалі, фестивалі документалістики, присвячені історіям війни, можуть стати платформами для культурної дипломатії. За приклад можна взяти досвід країн Балкан після конфліктів 1990-х рр., які через культурні події змогли покращити свій імідж і залучити міжнародну аудиторію. Підтримка з боку міжнародних організацій (ЮНЕСКО, Європейський Союз, USAID тощо) може стати важливим ресурсом у реалізації подієвих проєктів. Для цього потрібна розробка відповідних проєктних заявок, підготовка кадрів, створення інституційної спроможності на місцях. Післявоєнний розвиток подієвого туризму в Україні є важливим напрямом національної відбудови. Цей сегмент туризму здатен забезпечити не лише економічні вигоди, а й відігравати ключову роль у формуванні національної ідентичності, соціальній консолідації та міжнародному визнанні. Основними шляхами розвитку мають стати підтримка локальних ініціатив, інтеграція у стратегії відбудови, цифровізація, міжнародне партнерство та цілеспрямована державна політика. Українська діаспора, особливо в країнах ЄС, Канаді та США, зацікавлена в участі в подіях, що підтримують національну ідентичність. Партнерство з діаспорними організаціями дозволяє не лише залучити учасників, а й отримати підтримку в логістиці та промоції. Інтеграція в європейський туристичний ринок вимагає активної присутності на спеціалізованих виставках (ITB Berlin, WTM London, UITT Kyiv), де можна представляти нові тури та події як частину культурної дипломатії. Особливістю сучасного формування турів є підвищена увага до експериментальності, волонтерського туризму та відповідального ставлення до місцевої громади. Це відповідає сучасним світовим трендам «meaningful travel» — подорожей із сенсом. Нами запропоновано розробку туру «ТуСтань-минуле та

сучасність». Табір української середньовічної культури «ТуСтань!» повертається у новому форматі з амбітною метою: закохати відвідувачів у давню епоху славних подвигів, суворих лицарів та дивовижних легенд. У серпні кращі реконструктори, історики, дослідники та музиканти будуть творити колорит та відтворювати минуле у найменших подробицях. Завдяки новому формату, який намагається поєднати минуле та сучасність відвідувачі зможуть стати частинкою масштабного дійства, буквально – прожити своє Середньовіччя та вшанувати подвиги сучасних героїв, відчутти особливий шарм епохи, де сміливість народжувала героїв. Де майстерність творилася руками. Складено калкуляцію туру подієвого туризму «ТуСтань-минуле та сучасність» у розрахунку на 39 осіб та одного керівника групи. В зв'язку з тим, що саме такий фестиваль проводиться один раз на рік, але принципові підходи до розробки туристичного продукту в сегменті подієвого туризму можливо використовувати в подальшому, а також успішно поєднувати різні види туризму: культурний, патріотичний, подієвий та інші, розширювати спектр пропозицій в повоєнний період. Також нами було розраховано коефіцієнт рентабельності розробленого туристичного продукту в сегменті подієвого туризму. Рентабельність розробленого туру «ТуСтань-минуле та сучасність» складає 12,8%, що є позитивною і перспективною тенденцією для подальшого формування та просування турів в сегменті подієвого туризму.

ВИСНОВКИ

В першому розділі кваліфікаційної роботи «Теоретико-методичні засади розвитку подієвого туризму» розкрито теоретичні та методологічні підходи до визначення поняття «подієвий туризм». Визначення «подієвого туризму» залежить від багатьох факторів та бачення науковців, наприклад від наукової школи, регіональних особливостей, цілей та завдань, саме тому воно може мати деякі розбіжності. На наш погляд найбільш науково обгрунтоване визначення дефініції «подієвий туризм» в своїх дослідженнях надає Д. Гетц: «Подієвий туризм – це вид туризму, спрямований на повне використання можливостей події для досягнення розвитку туризму приймаючої сторони» [4, с. 403-428]. Виходячи з цього визначення можна стверджувати, що подієвий туризм включає по перше саме подію навколо якої формується туристична пропозиція туристичними операторами в комплексі з організаторами події і з подальшим просуванням зацікавленим групам споживачів. Проаналізовано особливості розвитку подієвого туризму, які мають певні ознаки: графік та періодичність проведення заходів, місце проведення заходів, джерела фінансування, престижність заходів, масовість заходів, інформаційний простір. Визначено нові тенденції, які спираються на розподіл створення подій в залежності від напрямку та кінцевої мети, а також від того в якій якості виступають туристи: учасники події або сторонні спостерігачі. Надано класифікацію подієвих ресурсів за тематикою та доведено, що до складу івентивних туристичних ресурсів також входять культурно-історичні ресурси, які включають історичні й археологічні пам'ятки, архітектурно-містобудівні споруди, сакральні споруди, музеї та музейні комплекси, на основі яких можна формувати фольклорно-історичні, культурно-розважальні, релігійні, економіко-політичні заходи.

В другому розділі кваліфікаційної роботи «Організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «Селезньов тур» надано загальну характеристику туристичного підприємства. Основними напрямками діяльності туристичного підприємства було визначено: діяльність туристичного оператора міжнародного туризму, агентська діяльність в туризмі, транспортні послуги в туризмі та інші супутні послуги. Не зважаючи на складні часи для туристичного бізнесу в Україні туристичне підприємство ТОВ «Селезньов Тур» продовжує працювати в рамках правового поля, має всі відповідні дозволи, сплачує податки та перераховує 5% від доходу на підтримку ЗСУ. Зроблено аналіз фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Селезньов Тур». До аналізу фінансово-економічних показників туристичного підприємства було обрано період 2022- 2024 років, саме цей час припадає на період повномасштабної війни в Україні, але в той же час доводить, що туристичне підприємство намагається продовжувати роботу змінюючи форму організації бізнесу та підлаштовуватися під сучасні реалії. Доведено, що підприємство активно відновлює свою діяльність, змінює підходи до планування і організації діяльності не дивлячись на доволі складну ситуацію в сфері туризму під час війни. Збільшився валовий дохід підприємства в порівнянні з 2023 роком але у той же час збільшилися і витрати. Загальний фінансовий результат збільшився на 47.8 тис. грн. і склав 90.0 тис. грн. Проведено діагностику можливостей та пропозицій туристичного підприємства в сегменті подієвого туризму. Для спільного вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища туристичного підприємства «Селезньов Тур», а також для виявлення сильних і слабких сторін, загроз і можливостей було застосовано SWOT-аналіз. Доведено, що при всьому різноманітті турів внутрішнього туризму відсоток турів подієвого туризму на досліджуваному туристичному підприємстві дуже не значний. В основному це тури в регіон Закарпаття присвячені зимовим святкам та фестивалям які відбуваються в цих безпечних регіонах України. На сьогоднішній день керівництво туристичного підприємства ставить завдання розширювати спектр турів подієвого туризму, як внутрішнього так і в'їзного.

В третьому розділі кваліфікаційної роботи «Шляхи удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку подієвого туризму» запропоновано шляхи розвитку подієвого туризму в Україні в повоєнний період. Основними шляхами розвитку мають стати підтримка локальних ініціатив, інтеграція у стратегії відбудови, цифровізація, міжнародне партнерство та цілеспрямована державна політика. Розроблено тур в сегменті подієвого туризму «ТуСтань-минуле та сучасність», складено калькуляцію туру та розраховано коефіцієнт рентабельності, який становить 12,8 %. Доведено, що правильно визначена норма рентабельності слугує стратегічним орієнтиром для управлінських рішень. Принципові підходи до розробки туристичного продукту в сегменті подієвого туризму можливо використовувати в подальшому, а також успішно поєднувати різні види туризму: культурний, патріотичний, подієвий та інші, розширювати спектр пропозицій в повоєнний період.

АНОТАЦІЯ

Бірюкова Я.І. «Організаційно-економічні засади розвитку подієвого туризму (на прикладі ТОВ «Селезньов Тур»)»

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

за освітньою програмою

«Економіка та організація туристичної діяльності»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025 рік

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

Об'єктом дослідження є подієвий туризм як напрям туристичної індустрії. Предметом дослідження є організаційно-економічні умови, механізми та інструменти розвитку програм подієвого туризму.

В першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито теоретичні та методологічні підходи до визначення поняття «подієвий туризм». Проаналізовано особливості розвитку подієвого туризму. Визначено нові тенденції, які спираються на розподіл створення подій в залежності від напрямку та кінцевої мети, а також від того в якій якості виступають туристи: учасники події або сторонні спостерігачі. Надано класифікацію подієвих ресурсів. В другому розділі кваліфікаційної роботи надано загальну характеристику туристичного підприємства, зроблено аналіз організаційно-економічних показників діяльності підприємства. Проведено діагностику можливостей та пропозицій туристичного підприємства в сегменті подієвого туризму. В третьому розділі кваліфікаційної роботи запропоновано шляхи розвитку подієвого туризму в Україні в повоєнний період. Розроблено тур в сегменті подієвого туризму «ТуСтань-минуле та сучасність», складено калькуляцію туру та розраховано коефіцієнт рентабельності.

Ключові слова: подія, подієвий туризм, туристичне підприємство, туристичний оператор, калькуляція туру.

ANNOTATION

Biriukova Y. «Organizational and economic principles of development of event tourism (on the example of Seleznev Tour LTD)»

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty

242 «Tourism»

by educational program

«Economy and organization of tourist activity»

Odessa National Economic University. - Odessa, 2025

The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of references and appendices.

The object of the study is event tourism as a branch of the tourism industry. The subject of the study is the organizational and economic conditions, mechanisms and tools for the development of event tourism programs.

The first chapter of the qualification work reveals theoretical and methodological approaches to the definition of “event tourism”. The peculiarities of event tourism development are analyzed. New trends have been identified that are based on the distribution of event creation depending on the direction and ultimate goal, as well as on the capacity of tourists: participants in the event or outside observers. A classification of event resources is provided. The second section of the qualification work provides a general description of the tourism enterprise, analyzes the organizational and economic indicators of the enterprise. The opportunities and offers of the tourism enterprise in the event tourism segment are diagnosed. The third chapter of the qualification work proposes ways to develop event tourism in Ukraine in the postwar period. A tour in the segment of event tourism “Tustan-Past and Present” has been developed, the tour costing has been compiled and the profitability ratio has been calculated.

Key words: event, event tourism, tourism company, tour operator, tour calculation.