

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри к.е.н., проф.
Герасименко В.Г. ()
« » червня 2017 р.

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеню бакалавра

зі спеціальності 242 «Туризм»

на тему:

**«СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ
ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ»**

Виконавець:

Студентка факультету міжнародної економіки
Олійник Вероніка Валеріївна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент Шикіна Ольга Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2017

ЗМІСТ

	стр.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Сутність та особливості розвитку подієвого туризму.....	6
1.2. Підходи до класифікації ринків подієвого туризму	11
1.3. Зарубіжний досвід організації подієвого туризму.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	25
2.1. Тенденції розвитку подієвого туризму на території України	25
2.2. Фактори впливу на організацію подієвих турів туристичними підприємствами	31
2.3. Діяльність туристичної фірми «Гольфстрім» на ринку подієвого туризму	35
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	44
3.1. Організація подієвих заходів як складової розвитку подієвого туризму	44
3.2. Розробка подієвих турів як інструмент стратегії розвитку туристичного підприємства	47
3.3. Обґрунтування впровадження запропонованих турів.....	53
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63

ВСТУП

Процеси організації подієвих заходів зумовили виникнення подієвого туризму, який набуває динамічного розвитку протягом останніх років в регіонах України та спрямований на проведення широкомасштабних спортивних, культурно-розважальних видовищ, що приваблюють туристів до регіонів проведення. З цих позицій подієвий туризм розглядається як вагоме джерело формування позитивного іміджу регіону. Важливе значення подієвого туризму для активізації внутрішніх та виїзних туристичних потоків зумовлює актуальність наукових досліджень з формування стратегічних напрямів розвитку у цій сфері, спрямованої на максимізацію ефектів від розвитку такого виду туризму для регіону.

Процесу становлення та розвитку подієвого туризму присвячені наукові праці зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема О. Алексєєвої, А. Бабкіна, С. Галасюк, З. Герасимчук, І. Григоращук, І. Давиденко, Д. Каднічанського, С. Мельниченко, А. Парфіненко, В. Поліщука, О. Шикіної, D. Getz та багатьох інших. Разом з тим, теоретичні та практичні засади розвитку політики подієвого туризму у регіонах країни знаходиться на початковій стадії формування. Своєю новизною вони ще не отримали комплексного висвітлення у наукових дослідженнях.

Складність, недостатня вивченість та невирішеність у теоретичному, методологічному та прикладному аспектах питань розвитку подієвого туризму, зумовили вибір теми дослідження, підтверджують його актуальність, визначають мету та завдання.

Об'єктом дослідження є процеси організації та розвитку подієвого туризму в Україні.

Предметом дослідження є стратегічні напрямки організації та розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі діяльності туристичної фірми «Гольфстрим».

Метою випускної роботи є розробка стратегічних напрямків організації та розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі Херсонської області.

Основними задачами випускної роботи є:

- вивчення сутності та особливостей подієвого туризму;
- розробка підходів до класифікації ринків подієвого туризму;
- розгляд зарубіжного досвіду організації подієвого туризму;
- наведення тенденцій розвитку подієвого туризму на території України;
- вивчення факторів впливу на організацію подієвих турів туристичними підприємствами;
- проведення аналізу діяльності туристичної фірми «Гольфстрим» на ринку подієвого туризму;
- організація подієвих заходів як складової розвитку подієвого туризму;
- розробка подієвих турів як інструмент стратегії розвитку туристичного підприємства;
- обґрунтування впровадження запропонованих турів.

Структура випускної роботи включає вступ, три розділи основної частини, кожен з яких присвячений вирішенню одного з ключових завдань, висновки, список використаних джерел.

У процесі написання випускної роботи використовувалися нормативно-правові документи України, міждержавні та національні стандарти, що регулюють туристичну галузь, науково-практична література з основної проблематики роботи, спеціалізовані періодичні видання, окремі Інтернет-ресурси, бухгалтерська і статистична звітності туристичної фірми «Гольфстрим».

Методологічну основу випускної роботи формує сукупність загальнонаукових методів, найважливішими серед яких є метод експертних оцінок, матричні методи, а також система статистичних, інтегрованих методів.

Тема випускної роботи відповідає напрямку наукових досліджень кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

ВИСНОВКИ

У роботі наведено теоретичні аспекти подієвого туризму та подані стратегічні напрямки його організації та розвитку на території України. У процесі проведення дослідження зроблено такі висновки:

1. Виокремлено подієвий туризм серед інших видів туризму на основі визначення його специфічних ознак таких як всесезонність; масовість; видовищність; інтерактивність; інноваційність; регулярність проведення; можливість прогнозування, а також умов забезпечення ефективності впровадження подій на місцевому, регіональному та глобальному рівнях.

2. Розглянуто підходи до класифікації ринків подієвого туризму та визначено різновиди подієвого туризму за видами заходів (фестивалі, карнавали, паради, аукціони, модні покази, театралізовані шоу, спортивні події, кінофестивалі, освітні заходи, конференції, національні свята тощо).

3. Проаналізовано зарубіжний досвід організації подієвого туризму і виділено основних лідерів в цій сфері таких як США, Італія, Австралія, Великобританія. Вивчено вплив проведення подієвих заходів на економіку даних країн.

4. Розглянуто ряд факторів, які безпосередньо позначаються на розвитку подієвого туризму в Україні, а також позитивний та негативний вплив проведення заходів для соціально-економічного розвитку регіонів. Досліджено тенденції розвитку подієвого туризму на території України та наведено ряд найбільш відомих подій всеукраїнського значення таких як «Юморина» і Кінофестиваль у місті Одеса, «Таврійські» та «Чорноморські» ігри в Херсонській області, джазовий фестиваль в Коктебелі, фестиваль «Файне місто Тернопіль», Національний Сорочинський ярмарок на Полтавщині та інші. Встановлено, що основною проблемою неефективної політики розвитку подієвого туризму в Україні є незадовільний стан інфраструктури, недостатня кількість кваліфікованих кадрів, нестача

інвестиційних надходжень, слабе інформаційне просування заходів, а також низький рівень використання туристичного потенціалу регіону.

5. Проаналізовано фактори впливу на організацію і проведення подій туристичними підприємствами на території України, визначено особливості проведення заходів та гальмуючі фактори їх розвитку. Доведено, що сформований імідж регіону, як подієвої туристичної дестинації сприяє підвищенню туристичних потоків та грошових надходжень в дану місцевість, а також стимулює регіональні і державні органи влади до залучення інвестицій з різноманітних джерел шляхом розробки бюджету витрат на просування подієвого продукту.

6. Розглянуто діяльність туристичної фірми «Гольфстрим» на ринку подієвого туризму, а також проаналізовано її операційно-фінансові показники за 2015-2016 роки, що допомогло визначити економічну ефективність її функціонування на ринку надання туристичних послуг.

7. Приведено поетапні стратегічні шляхи організації подієвого заходу які включають в себе створення єдиної дирекції з проведення заходу; проведення маркетингових досліджень серед населення для визначення пріоритетних сегментів ринку в даному регіоні; розробка концепції події, теми, термінів реалізації, складу учасників; розробка тактичних заходів щодо реалізації подієвого продукту; моніторинг ходу реалізації події.

8. Наведена основна інформація щодо перспективного в плані туризму Херсонського регіону, а також розроблено та запропоновано туристичній фірмі «Гольфстрим» два подієвих тури, зокрема тур який має назву «Степова казка» і організований до комплексу «Зелені Хутори Таврії» та тур до «Резиденції Святого Миколая» до бази «Чумацька криниця». Запропоновано алгоритм планування нового економічно ефективного заходу який включає в себе такі взаємопов'язані дії як: розробка інвестиційного проекту; створення системи маркетингових комунікацій; впровадження програми співробітництва з туристичними операторами та іншими суб'єктами туристичного ринку.

9. Обґрунтовано впровадження запропонованих турів шляхом розрахунку економічних затрат та знаходженням точки беззбитковості функціонування туристичного підприємства для ефективної реалізації даних турів на ринку туристичних послуг.

На даний момент подієвий туризм є найперспективнішим видом туризму на міжнародному рівні, який динамічно розвивається та сприяє залученню споживачів туристичних послуг незалежно від сезону. На жаль, подієвому туризму в Україні не приділяється належна увага і країна не використовує всі потенціальні ресурси для економічного розвитку пріоритетних районів. Усі заходи позиціонуються лише як культурна, спортивна чи розважальна подія та не асоціюються з підґрунтям для подієвого туризму. Дослідження подієвого туризму все ще знаходиться на ранній стадії розвитку та потребує більш детального вивчення проблем та сприянню підвищення мотивації споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Алексеева О. В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2012. 24 с.
- 2 Бабкін О.В. Спеціальні види туризму - Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. - 252 с.
- 3 Галасюк С. С. Можливості організації етнічного туризму в Одеській області / С. С. Галасюк // Dny vědy – 2014: Materiály X mezinárodní vědecko-praktická konference (Praha, 25.03-05.04.2014). – Díl 8. Ekonomické vědy. – С. 27-31.
- 4 Герасимчук З. В. Регіональна політика івентивного туризму: методологічні засади формування та реалізації [Текст] : монографія / Герасимчук З. В., Поліщук В. Л. ; Луц. нац. техн. ун-т. - Луцьк : Волиньполіграф™ : Гадяк Ж. В., 2013. - 256 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 172-187. - 300 экз. - ISBN 978-966-2379-80-8
- 5 Григоращук І. «Тралі-валі фестивал» або подієвий туризм / І. Григоращук / Журнал «Турбізнес». – №7–8 (13–14). – 2008. – С. 14–15.
- 6 Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма / И. В. Давыденко // Перспективы развития науки в современном мире: материалы междун. научно-практич. конф. – Краков, 2012. – С. 97-103.
- 7 Доан П.В. Вплив подієвого туризму на розвиток регіону / П. В. Доан // Географія та туризм. - 2010. - Вип. 9. - С. 99-104.
- 8 Зарванская А.В. Событийный туризм как динамично-развивающееся направление в современных условиях // V Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум»: . - Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/136/340>.

- 9 Каднічанський Д. А. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Львівській області / Д.А. Каднічанський, І.М. Грицюк // Географія та туризм. - 2012. - Вип. 20. - С. 174-184.
- 10 Корнілова Н.В. Подієвий туризм в Україні / Н.В. Корнілова // Географія та туризм. - 2012. - Вип. 22. - С. 112-119.
- 11 Кравець О. М. Організація подієвого туризму як один з шляхів підвищення конкурентоспроможності турпідприємства: гастрономічні тури / О. М. Кравець, А. І. Песковацька // Подієвий туризм: розвиток, перспективи й соціально-економічна ефективність: матер. XIII Міжнар. наук.-практ. конференції (м. Донецьк, 11–12 квітня 2011 р.). – Донецьк : ДІТБ, 2011.
- 12 Мельниченко С. В. Івентивний менеджмент суб'єктів туристичної діяльності / С. В. Мельниченко // Економічні науки : зб. наук. праць Луцького НТУ. Серія «Економіка та менеджмент» . – 2010. – Випуск 7(26). – Ч. 2.– С. 224-232.
- 13 Міщенко О. Розвиток подієвого туризму в м. Луцьку / О Міщенко // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки. - 2014. - № 11. - С. 137-142.
- 14 Міщенко С. Мандруй за дійством / С.Міщенко // Новини турбізнесу. – 2007. – № 2. – С. 36-40.
- 15 Олійник В. В. Зарубіжний досвід організації подієвого туризму / В.В. Олійник // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 136-140.
- 16 Олійник В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України / В. В. Олійник, О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Випуск №14. – С. 460-463.

- 17 Парфіненко А.Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста / А. Ю. Парфіненко // Географія та туризм. - 2015. - Вип. 34. - С. 144-154.
- 18 Парфіненко А.Ю. Туристичне країнознавство / А.Ю. Парфіненко – Харків, 2009. – 288с
- 19 Поліщук В. Л. Напрями регіональної політики розвитку івентивного туризму в Україні / В. Л. Поліщук // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. - 2013. - № 3. - С. 143-152.
- 20 Поліщук В.Л. Зарубіжний досвід організації івентивного туризму та його значення для формування регіональної політики / З.В. Герасимчук, В.Л. Поліщук // Зб. наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Регіональна економіка». – Випуск 8(31). Ч.1. – Луцьк: ЛНТУ, 2011. – С.102-106.
- 21 Поліщук, В. Л. Формування та реалізація регіональної політики розвитку івентивного туризму [Текст] : автореферат... канд. екон. наук, спец.: 08.00.05 - розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / Поліщук В. Л. – Луцьк : МОН Укр. Луцький нац. техн. ун-т, 2013. – 21 с.
- 22 Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / під заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.
- 23 Скриль І.А. Дослідження потенціалу Харківського регіону для розвитку подієвого туризму / І. А. Скриль // Економічна та соціальна географія. - 2012. - Вип. 2. - С. 184-189.
- 24 Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / М.Сондер. – М.: Вершина, 2006. – 544 с.
- 25 Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону / П.В. Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. - Спецвипуск 33. - Частина 4, 2011. - С.124-128.

- 26 Ткаченко Т.І. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. ISBN 978-966-629-759-7
- 27 Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrtourism.com/>
- 28 Шикіна О. В. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області / О. В. Шикіна, І. Л. Ліптуга // Глобальні та національні проблеми економіки – Редакція електронного наукового фахового видання. – Миколаїв, 2015. – Випуск №7. - С. 114-127.
- 29 Allen, J., O`Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Festival & Special Event Management. Australia: John Wiley & Sons
- 30 Boorstin D. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America / D. Boorstin // Harper, New York, 1994 – 452 p.
- 31 Donald Getz Event Tourism - Definition, Evolution and Research - Calgary: Elsevier, 2008. - pp. 403-428
- 32 Duffy, M. and Mair, J. (2015) Festivals and sense of community in places of transition: The Yakkerboo Festival, an Australian case study, in Jepson, A. and Clarke, A. (eds), Exploring community festivals and events, London, Routledge. pp. 54-65.
- 33 Florek, M. Breithbarth, T. Conejo, F. (2008) Mega event = mega impact Travelling fans' experience and perceptions of the 2006 FIFA World Cup host nation. Journal of sport & tourism, 13, (3), 199-219.
- 34 Getz, D. (1997). Event management and event tourism (1st ed.). New York: Cognizant Communications Corp.
- 35 Getz, D. (1998). Event tourism and the authenticity dilemma. In W. Theobald (Ed.), Global tourism (2nd ed., pp. 409–427). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- 36 Getz, D. (1999). The impacts of mega events on tourism: Strategies for destinations. In T. Andersson, C. Persson, B. Sahlberg, & L. Strom (Eds.),

- The impact of mega events (pp. 5–32). Ostersund, Sweden: European Tourism Research Institute.
- 37 Getz, D. (2000a). Festivals and special events: Life cycle and saturation issues. In W. Garter, & D. Lime (Eds.), Trends in outdoor recreation, leisure and tourism (pp. 175–185). Wallingford, UK: CABI.
 - 38 Getz, D. (2008) 'Event tourism: definition, evolution and research', Tourism management, 29 (3), pp 403-428.
 - 39 Getz, D. (2013) Event tourism – concepts, international case studies and research. New York: Cognizant Communication Corporation.
 - 40 Hawkins, D., & Goldblatt, J. (1995). Event management implications for tourism education. Tourism Recreation Research, 20(2), 42–45.
 - 41 José Manuel Hernández-Mogollón, José Antonio Folgado-Fernández, Paulo Alexandre Oliveira Duarte Event tourism analysis and state of the art. - European Journal of Tourism , Hospitality and Recreation, Vol. 5, Issue 2, Portugal, 2014. - pp. 83-102
 - 42 London 2012 chief claims Olympics will hit revenue target // Sport Business // News [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sportbusiness.com/news/185194/london-2012-chief-claims-olympics-will-hitrevenue-target>.
 - 43 Miller, L., Jago, L., & Deery, M. (2004). Profiling the special event nonattendee: An initial investigation. Event Management, 8(3), 141–150
 - 44 Nezdoyminov S. Prospects of development of tourist flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // Modern European Researches. Privatuniversität Schloss Seeburg. – Salzburg, Austria, 2016. – № 4. – P. 82-90.
 - 45 Nezdoyminov S. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities. – 2016. - № 1 (1). – P. 12-18.

- 46 Prabha, P., Rolfe, J., & Sinden, J. (2006). A travel cost analysis of the value of special events: Gemfest in Central Queensland. *Tourism Economics*, 12(3), 403–420.
- 47 Quinn, Bernadette: Festivals, events and tourism T. and Robinson, M. The SAGE Handbook of Tourism Studies, London, Sage pp. 483-503.
- 48 Ritchie, J. & Smith, B. (1991) The impact of mega-events on host region awareness: A longitudinal study. *Journal of Travel Research*, 30 (1), 3-10.
- 49 Robinson, M., Picard, D., & Long, P. (2004). Festival tourism: Producing, translating, and consuming expressions of culture(s). *Event Management*, 8(4), 187–189.
- 50 Smith, A. (2012) Events and urban regeneration. The strategic use of events to revitalise cities. London: Routledge.