

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“ ____ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 Туризм

за темою:

Напрями розвитку культурно-пізнавального туризму
в діяльності туристичного підприємства

Виконавець

студентка центру вечірньої форми навчання

Бочковар Алевтина Іванівна

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

Науковий керівник

д.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Давиденко І.В.

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

Одеса 2018

ЗМІСТ

стр.

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Науково - теоретичні основи розвитку культурно-пізнавального туризму.....	6
1.1. Теоретичні основи формування культурно-пізнавального та міського туризму.....	6
1.2. Сучасні тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму в туристичних центрах світу.....	13
1.3. Потенціал культурно-пізнавального туризму міста Одеси....	25
РОЗДІЛ 2. Аналіз господарської діяльності КП «Туристичний інформаційний центр міста Одеса»	31
2.1. Загальна характеристика діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеса»	31
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства....	38
2.3. Маркетингова діяльність комунального підприємства «Туристичний інформаційний центр м. Одеса»	44
РОЗДІЛ 3. Напрями формування туристичного продукту культурно-пізнавального туризму в КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеса».....	53
3.1. Обґрунтування розробки туристичного продукту культурно-пізнавального туризму	53
3.2. Розрахунок вартості туристичного продукту	59
ВИСНОВКИ.....	68
Список використаних джерел	70

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Бочковар Алевтині Іванівні

«Напрями розвитку культурно-пізнавального туризму
в діяльності туристичного підприємства»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з 3 розділів.

У роботі розглядаються напрями розвитку культурно-пізнавального туризму, сучасні тенденції розвитку культурного туризму в туристичних центрах світу, регіонах України, науково-методичні підходи до формування туристичного продукту підприємств галузі туризму. Проведено аналіз організаційної структури управління, господарської та маркетингової діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеса». Розроблено заходи щодо формування туристичного продукту та програми туру культурно-пізнавального туризму на підприємстві.

Ключові слова: культурно-пізнавальний туризм, туристичне підприємство, туристичний продукт, програма обслуговування туристів, маркетинг.

ВСТУП

Сучасний розвиток культурно-пізнавального туризму має позитивну тенденцію на світовому рівні. На успішний розвиток цього виду туризму впливає практично на всі ключові сектори економіки. Динамічний розвиток індустрії туризму дає поштовх до відкриття нових маршрутів подорожів, чисельних туристичних фірм та агенцій. Діяльність цих підприємств спрямовано на організацію комплексного обслуговування туристів, зокрема послуги перевезення, харчування, розміщення, екскурсії, тощо.

В культурно-пізнавальному туризмі благом виступає власне унікальний образ міста, його духовно-ментальна атмосфера, природно-кліматичні, конфігураційні та ціннісні особливості, послугою – відвідання міста та використання його благ і туристичної інфраструктури для перебування туристів, товаром – продукти праці, що функціонально пов'язані з містом та вироблені для обміну і продажу з туристичною метою. В той же час, є тенденція до зменшення напрямків та програм даного виду туризму в діяльності туристичних підприємств. Низький рівень платоспроможності споживачів і їх недовіра до туроператорів і агентств ускладнює діяльність останніх. Тому продуктова політика підприємства щодо диверсифікації бізнесу і створення нових туристичних маршрутів дасть можливість бути більш конкурентоспроможним туристичному підприємству на сучасному ринку.

Актуальність теми обумовлена тим, що діяльність туристичних підприємств на ринку вимагає формування різноманітних напрямів турів культурно-пізнавального туризму. Формування новітніх турів є шляхом для диверсифікації послуг туристичного підприємства.

Дослідженням проблем розвитку ринку культурно-пізнавального туризму присвячені праці: Галасюк С.С., Герасименко В. Г., Давиденко І. В., Михайлюк О.Л., Нездоймінова С. Г., Семенова В.Ф., Ткаченко Т. І., та інших науковців.

Метою дипломної роботи є визначення напрямів розвитку культурно-пізнавального туризму в діяльності підприємств сфери туризму.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

- дослідити теоретичні основи формування культурно-пізнавального та міського туризму;
- проаналізувати сучасні тенденції розвитку культурно-пізнавального туризму в туристичних центрах світу;
- визначити потенціал культурно-пізнавального туризму міста Одеси;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності КП «Туристичний інформаційний центр міста Одеса»;
- провести аналіз маркетингової діяльності комунального підприємства «Туристичний інформаційний центр м. Одеса»;
- запропонувати напрями формування туристичного продукту культурно-пізнавального туризму;
- обґрунтувати пропозиції щодо розробки туристичного продукту культурно-пізнавального туризму;
- провести розрахунок вартості туристичного продукту.

Об'єкт дослідження — процеси проектування та формування туристичного продукту культурно-пізнавального туризму на туристичному підприємстві «Туристичний інформаційний центр міста Одеса».

Предмет дослідження — сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку культурно-пізнавального туризму.

Методи дослідження. Методологічною основою випускної роботи є теоретичні положення щодо розвитку культурно-пізнавального туризму.

При здійсненні даного дослідження були використані методи теоретичного узагальнення, системного та статистичного аналізу, прийоми порівняльного аналізу, методи прогнозування. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційною базою дослідження є звіти туристичного підприємства «Туристичний інформаційний центр міста Одеса», Закони України та інші

нормативно-правові документи, монографічна та наукова література, данні державної статистики, Інтернет-джерела.

Практичне значення результатів, які одержані в результаті виконання випускної роботи полягають у можливості використання їх керівництвом «Туристичний інформаційний центр міста Одеса» для формування напрямів розвитку культурно-пізнавального туризму.

ВИСНОВКИ

Сьогодні спостерігається значний попит щодо турів культурно-пізнавального туризму за популярними туристичними напрямками, що говорить про освоєння операторами, в першу чергу таких напрямів призначення, які є сформованими туристичними дестинаціями, привабливими для туриста.

1. Доведено, що вплив культурного туризму проявляється в економічній, культурній, соціальній та інноваційній сферах. Зокрема, розвиток міського туризму позначається на розширенні і зміцненні культурних зв'язків між містами та регіонами. На відміну від офіційної інформації про місто, одержуваної за допомогою засобів масової інформації, Міський туризм надає можливість краще зрозуміти спосіб життя його мешканців, відчутти його духовно-ментальний клімат, усвідомити характер та манеру спілкування, зрозуміти шаблони життєвого досвіду.

2. Формування туристичного продукту та надання широкого асортименту товарів і послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, веде до створення нових робочих місць, зростання доходів населення. Розгортання процесів туристичного обслуговування в містах сприяє саморозвитку та самоідентифікації членів суспільства. У цьому полягає соціальне значення культурно-пізнавального та міського туризму.

3. Визначено, що ринок міського туризму вимагає набуття високого рівня кваліфікації та знань, що сприяє появі нових освітніх програм та підвищенню інноваційності туристичної діяльності, використанню новітніх розробок науки і техніки. Економічне значення міського туризму полягає в активізації розвитку міського середовища, зростанні його ролі в господарстві окремої країни та світу. Водночас, можна говорити і про освоєння нових дестинацій для зменшення перенавантаження на рекреаційні території та формування нових конкурентних переваг за рахунок мобільності пасажирських паромних суден та формування туроператором турпродукту.

4. Визначено, що для реалізації конкурентоспроможності туристичного продукту туристичному підприємству за основу потрібно брати розповсюджену в теорії й практиці бізнесу - концепцію визначення іміджу підприємства, яка спрямовану на створення системи цінностей для чотирьох суспільних груп: власників підприємства, споживачів продукції, постачальників і персоналу підприємства. В такому випадку власники підприємства зацікавлені в постійному зростанні доходів та примноженні своєї власності. Визначаючи конкурентоспроможність туристичного продукту, можна стверджувати, що виробник має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів.

5. Проаналізувавши проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму та діяльність КП «ГПЦ м. Одеса» на ринку туристичних послуг, встановлено, що основними напрямками підвищення ефективності діяльності підприємства щодо організації культурно-пізнавального туризму є:

- вдосконалення організації та сервісного обслуговування туристів; розширення географії морських подорожей туристів у взаємодії з іншими видами транспорту;
- збільшення асортименту пропонованих послуг; поліпшення інформаційного забезпечення;
- вдосконалення екскурсійного обслуговування, включно з переглядом програм екскурсій;
- розробка нових морських туристських маршрутів культурно-пізнавального туризму для іноземних туристів;
- розвиток кооперації між туристичними підприємствами Чорноморського регіону і Туреччини з метою розвитку культурного туризму.

6. Зростанню сегменту ринку культурно-пізнавального туризму сприятиме реалізація розробленого комбінованого туру на авто - поромному судні, за маршрутом Хайдарпаша – Чорноморськ – Хайдарпаша, що дасть можливість розширити підприємству зону туристського обслуговування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України / Л.Д. Божко // Культура України. - 2011. - Випуск 32.
2. Гладкий А. В. Сущность, факторы развития и основные функции урботуризма // Псковский регионологический журнал. – № 4 (28). - 2016. – С. 95-111.
3. Гладкий А. В., Скляр А. А. Городской познавательный туризм в Украине: виды, особенности и перспективы развития // Туризм и региональное развитие: сб. науч. статей. – Вып. 9. - Смоленск: Универсум, 2016. – С. 81-85.
4. Гладкий А.В., Глазичев В.Л. Урбанистика. Монография М.: Издательство «Европа», 2008. — 220 с.
5. Глибовець В. Л. Рекреаційно-туристичні ресурси столиць Європи: Монографія / В. Л. Глибовець. – К.: Прінт Сервіс, 2014. – 172 с.
6. Замятин Д. Н. В сердце воздуха. К поискам сокровенных пространств: Эссе. / Д. Н. Замятин. – СПб.: издательство Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.
7. Замятин Д. Н. Гуманитарная география. Пространство и язык географических образов. – М.: Алетея, 2003.
8. Замятин Д. Н. Метагеография. Пространство образов и образы пространства. - М.: Аграф, 2004. - 512 с.
9. Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/monitor/desember08/23.htm>
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева; Київськ. ун-тет туризму, економіки і права. – Київ: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
- 11.Ткаченко Т. І., Гладкий О. В. Міський і сільський туризм: наукові підходи до формування і розвитку // Товари і ринки. – 2016. – Вип. 2 (22). – С. 9-20.

12. Туліганов І.В. Соціокультурний простір сучасного міста: автореф. дис. канд. філос. наук: 09.00.11, 2009 / І. В. Туліганова; Саратовський державний університет імені Н. Г. Чернишевського. - Саратов, 2009. - 28 с.,
13. Рижова Т.С. Город в социокультурном пространстве региона // Регионология. Электронное издание. Вып. 1. - 2010.
14. Спеціалізований туризм: навч. посібник. / [за ред. Т. І. Ткаченко та ін.] – К.: КНТЕУ, 2017. – 215 с.
15. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 284 с.
16. Філін В.А., Визуальная среда города // Вестник международной академии наук (русская секция) 2006 С 43-50
17. Число международных туристских прибытий [електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v-2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos>
18. Christian Oliver Wenge Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden. - [електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://kups.ub.uni-koeln.de>
19. Hartmut Leser (Hrsg.) Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie. / Leser Hartmut. - München, Braunschweig, 1997. – 125 p.
20. Henrike Neuenfeldt, Olaf Rose Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen. [електронний ресурс]. - Режим доступу: www.geogr.uni-goettingen.de
21. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://tursvit.info/ekskursijnyj-turyzm-vydy-i-osoblyvosti/>
22. Нездойминов С. Г. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины / С. Г. Нездойминов, Н. Н. Андреева // Український журнал Економіст. - 2014. - № 7. - С.43-45.
23. Нездойминов С. Г. Формування ринку морського круїзного туризму в Причорноморських регіонах України / Ринки туристичних послуг: стан і

- тенденції розвитку: монографія //За загальною ред. В. Г. Герасименко. - Одеса: Астропринт, 2013. - 304с.
24. Nezdoyminov S. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities. – 2016. – Vol.1,1. – P. 12-18.
 25. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та ін. / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
 26. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Друге видання, доповнене і доопрацьоване / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – Херсон: Олді-Плюс, 2016. – 248 с.
 27. Nezdoyminov S. European cruise market: prospects of development in Ukraine / S. Nezdoyminov, N. Andryeyeva // Mechanisms and models of development of entities tourist business: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi / ISMA University. – Riga: «Landmark» SIA, 2016. – P. 108-116.
 28. Нездоймінов С. Г. Дослідження туристичного руху на водному транспорті в Україні/С.Г. Нездоймінов, Н. М. Андрєєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_1_205_212.
 29. Давиденко І. В. Культурний туризм як сучасний напрямок використання та збереження історико-культурної спадщини Одеського регіону / І. В. Давиденко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – Випуск 2 (08). - Ч. 2. – С. 49 – 53.
 30. Давиденко І. В. Культурно-історична спадщина як основна складова розвитку культурного туризму в Україні / І. В. Давиденко // The global competitive environment: development of modern social and economic systems. - Chisinau, Republic of Moldova: Baltija Publishing, 2017. – P. 20-22.
 31. Давиденко І. В. Сучасний стан реалізації круїзного потенціалу міста Одеси / І. В. Давиденко // Науковий вісник Ужгородського національного

університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – Випуск 14. - Частина 1. – С. 79 – 83.

32. Давиденко І. В. Практичні аспекти розвитку круїзного туризму в місті Одеса / І. В. Давиденко // International Scientific Conference From the Baltic to the Black Sea: the Formation of Modern Economic Area. - Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2017. – P. 112 – 114.