

**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»**

**за освітньою програмою «Туризм»**

за темою: **Шляхи удосконалення діяльності КП «Туристично-інформаційний центр міста Одеси» з організації послуг культурного туризму**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

**Бірштейн Єлизавета Олександрівна**

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

**Нездоймінов Сергій Георгійович**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Активний зв'язок між культурою та туризмом був давно відзначений дослідниками, але тільки в останні десятиліття, коли туристична галузь почала стрімко розвиватися та приносити значну економічну вигоду, почався процес цілеспрямованого дослідження та осмислення їхньої залежності. Про важливість зв'язку між культурою та туризмом можна зробити висновок з інформації поданої у звіті Всесвітньої туристичної організації (одна з установ ООН) – близько 40% туристів визначає ціль своєї подорожі на основі культурної пропозиції.

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 сучасна діяльність туристичних підприємств повинна бути спрямовано на створення нових маршрутів та програм культурного туризму, що забезпечить конкурентоспроможність туристичних послуг на сучасному ринку.

**Актуальність** теми обумовлена тим, що попит туристів та розвиток регіонального туризму вимагає формування різноманітних напрямків турів та послуг культурного туризму. Формування програм культурного туризму є шляхом для диверсифікації послуг туристичного підприємства.

**Метою** кваліфікаційної роботи є визначення напрямів розвитку культурного туризму в діяльності туристично-інформаційних центрів. Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

- дослідити науково-теоретичні основи формування послуг культурного туризму;
- проаналізувати світовий досвід діяльності туристично-інформаційних центрів в напрямку розвитку культурного туризму в туристичних дестинаціях;
- визначити місцеві заходи з формування туристичної привабливості потенціалу культурного туризму міста Одеси;
- проаналізувати та надати характеристику організаційної структури, видам економічної діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства;

- дослідити комунікаційну діяльність комунального підприємства «Туристичний інформаційний центр м. Одеси»;

- обґрунтувати пропозиції щодо розробки туристичного продукту культурного туризму;

- провести розрахунок вартості туристичного продукту.

**Об'єкт дослідження** — процеси проектування та формування туристичного продукту культурного туризму на туристичному підприємстві «Туристичний інформаційний центр міста Одеси».

**Предмет дослідження** — сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку культурного туризму.

**Методи дослідження.** Методологічною основою кваліфікаційної роботи є теоретичні положення щодо розвитку послуг культурного 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 кваліфікаційної роботи полягають у можливості використання їх керівництвом «Туристичний інформаційний центр міста Одеси» для формування напрямів розвитку культурного туризму.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі «**НАУКОВО – ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ**» розглянуто проблеми розвитку культурного туризму в Україні та доведено, що ця сфера потребує активізації дій уряду та місцевих громад, підприємців туристичного бізнесу на різних рівнях українського

суспільства. Країна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурного туризму. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис. пам'яток, із них: 57 206 – пам'ятки археології (418 з яких національного значення), 51 364 – пам'ятки історії (147), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (45), 16 293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3 541). Функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 з яких мають статус національних. У Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерська лавра в м. Київ, історичний центр м. Львів.

Культурний туризм має значення для самих туристів (пізнавальне, освітнє, рекреаційне та т.д.) і ефект для тих міст і регіонів, в яких він розвивається. Доведено, що основними напрямками діяльності туристично-інформаційних центрів у сфері послуг культурного туризму є: організація та надання громадянам і юридичним особам екскурсійних турів та інших послуг; формування нових економічних основ туристичного бізнесу як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку міст та регіонів.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ТІЦ міста ОДЕСИ»** надано загальну характеристику комунального підприємства. Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності. Розглянуто організаційну систему управління. Проаналізовано стан комунікаційної політики. Маркетингова політика підприємства також відображається у розширенні міжнародної діяльності для просування міста як туристичної дестинації. КП «ТІЦ м. Одеси» є співрозробником туристичної програми Глобальної мережі інтеркультурних міст (ІСС), яка сприятиме подальшому розвитку мережі та інтеграції інтеркультурної моделі. КП «ТІЦ м. Одеси» бере участь у міжнародних виставках, фестивалях міст-побратимів з метою обміну досвідом і формування позитивного іміджу Одеси на міжнародному туристичному ринку.

У третьому розділі **«ЗАХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ КП «ТУРИСТИЧНИЙ**

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР міста ОДЕСИ»** за результатами маркетингового дослідження ринку споживачів туристичних послуг, розроблено програма туру культурного туризму для іноземних туристів за маршрутом Варшава – Одеса – Варшава, за прямим авіарейсом компанії «LOT Polish Airlines». Проведено економічне обґрунтування доцільності реалізації розробленого туристичного продукту на туристичному ринку. Для отримання цільового прибутку – 37843.75 грн. необхідно забезпечити реалізацію 20 путівок. Зростанню продажу послуг культурного туризму на туристичному ринку буде сприятиме комунікаційна політика КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».

## **ВИСНОВКИ**

Глобалізація обумовила бурхливий розвиток туризму, який перетворився на потужну галузь господарства, та сформувала новий тип туриста, орієнтованого на пізнання самобутніх культур і традицій місцевого населення, засвоєння духовних надбань людства, пошук історичної ідентичності. На нові запити з'являються і нові пропозиції, зокрема культурний туризм, основу якого становить культура, її духовні й матеріальні цінності.

1. Доведено, що культурний туризм сприяє процесам пізнання культури і культурної спадщини країн і регіонів, змінює протистояння культур на їх діалог, сприяє збереженню культурної спадщини, створює нові можливості для спілкування представників різних культур. У свою чергу, зацікавлення туристів культурною спадщиною в містах та регіонах викликає почуття гордості у місцевого населення, спонукаючи їх оберігати свої національні традиції.

2. Аналіз наукової літератури показав, що погляд на культурний туризм в містах включає в це поняття цілий ряд компонентів, пов'язаних за метою подорожі з іншими видами туризму. Адже місто є унікальним середовищем високої компактності, модульності, строкатої різноманітності, комунікативності та функціональної інтенсивності. В цьому конгломераті функцій та інтересів мета різних туристичних подорожей часто перемежується, що власне і визначає підвищений інтерес до культурного туризму з боку потенційних мандрівників.

3. В роботі визначено, що на даний час Одеса має значний культурно - туристичний потенціал, а також об'єктивні передумови для його розвитку, особливо у сфері ділового, культурно-пізнавального, санаторно-курортного туризму. З метою популяризації м. Одеси на зовнішньому та внутрішньому туристичних ринках, розширення співробітництва з іншими країнами та містами, а також зміцнення та пошуку нових ділових контактів, комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр міста Одеси» прийняло участь у 12 міжнародних туристичних виставках.

4. Встановлено, що комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр міста Одеси» засноване на власності територіальної громади м. Одеси 18 червня 2012 р. У своїй діяльності підприємство керується Статутом, нормативно – правовими актами органів місцевого самоврядування і чинного законодавства України. Підприємство створено відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Господарського кодексу України, Цивільного кодексу України. Засновником підприємства є Одеська міська рада. Підприємство створене для сприяння розвитку туристичної діяльності в м. Одеса, підтримки розвитку малого бізнесу у галузі туристичної інфраструктури, розробки та просування туристичних продуктів м. Одеса на внутрішньому та міжнародному ринках, з метою отримання прибутку.

5. Проаналізувавши показники фінансово-господарської діяльності КП «ТІЦ м. Одеси» встановлено, КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси» є рентабельним, але показники прибутку та рентабельності значно змінювались за аналізований період. Загальні витрати із надання послуг збільшились у 2020 році у порівнянні з 2019 роком на 124,1 тис. грн, чистий дохід від реалізації зменшився на 323,5 тис грн. та чистий прибуток зменшився на 254,5 тис. грн.

Рентабельність виробничої діяльності зменшилась у 2020 році в порівнянні з 2019 роком на 11,5 п. в., а рентабельність продаж на 4,3 п. в. Загалом спостерігається тенденція щодо зменшення значень цих показників підприємства у 2020 році.

6. Комунікаційну діяльність протягом 2019 - 2020 років, комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр м. Одеси» здійснювало відповідно до основних стратегічних завдань, що викладено у: Програми розвитку туризму в м. Одесі на 2016-2020 роки, затвердженої рішенням Одеської міської ради від 03 лютого 2016 р. № 267-VII»; Стратегії економічного та соціального розвитку міста Одеси до 2022 року (актуалізована), затвердженої рішенням Одеської міської ради від 07 грудня 2016 року № 1321-VI.

У 2020 році у зв'язку введенням в Україні стану карантину, проведення маркетингових заходів було обмежено. Встановлено, що маркетингова політика підприємства також відображається у розширенні міжнародної діяльності для просування міста як туристичної дестинації. КП «ТІЦ м. Одеси» є співрозробником туристичної програми Глобальної мережі інтеркультурних міст (ІСС), яка сприятиме подальшому розвитку мережі та інтеграції інтеркультурної моделі міста. КП «ТІЦ м. Одеси» бере участь у міжнародних виставках, фестивалях міст-побратимів з метою обміну досвідом і формування позитивного іміджу Одеси на міжнародному туристичному ринку.

7. За результатами маркетингового дослідження ринку споживачів туристичних послуг, розроблено програма туру культурного туризму для іноземних туристів за маршрутом Варшава – Одеса – Варшава, за прямим авіарейсом компанії «LOT Polish Airlines».

8. В роботі проведено економічне обґрунтування доцільності реалізації розробленого туристичного продукту на туристичному ринку. Для отримання цільового прибутку – 37843.75 грн. необхідно забезпечити реалізацію 20 путівок. Показник фінансової міцності розробленого туру складає – 94%. Зростанню продажу послуг культурного туризму на туристичному ринку буде сприятиме комунікаційна політика КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».