

**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: **Розробка заходів просування послуг сільського зеленого туризму**  
**(на прикладі туристичного підприємства «Отдых на славу»)**

Виконавець:  
студентка ЦЗФН  
**Костандакі Катерина Володимирівна**  
Науковий керівник:  
к.е.н., доцент  
**Нездоймінов Сергій Георгійович**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Сільський зелений туризм розглядається як комплексна багатогранна діяльність, яка охоплює проведення вільного часу на природі, фермі чи приватному домогосподарстві, передбачає пішохідні екскурсії, спорт та оздоровлення, мисливство та рибальство, оглядові поїздки тощо. Цей вид туризму має досить давні традиції і сьогодні розвивається у більшості країн світу. Розвиток сільського зеленого туризму є одним із напрямків рекреаційної діяльності, потенціалом якого є людські ресурси сільської території та природно-рекреаційні ресурси, попит туристів на відпочинок в мальовничих сільських районах з ціллю відтворення фізичних та духовних сил. Загальний соціально-економічний ефект складається за рахунок застосування праці і створення нових робочих місць, подоланні просторової асиметрії розвитку регіональної економіки і відтворенні продуктивних сил суспільства.

**Мета і завдання кваліфікаційної роботи.** Метою кваліфікаційної роботи є дослідження і обґрунтування науково-прикладних підходів до формування заходів щодо просування послуг сільського зеленого туризму в діяльності туристичних підприємств

Досягнення поставленої мети забезпечується виконанням наступних взаємопов'язаних завдань:

1. Проаналізувати науково-теоретичні та законодавчі аспекти розвитку сільського зеленого туризму.
2. Визначити теоретичні підходи до розробки механізму просування туристичних послуг.
3. Розглянути організаційно-правові аспекти діяльності туристичного підприємства «Отдых на славу».
4. Провести аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Отдых на славу».
5. Надати оцінку конкурентного середовища підприємства та SWOT - аналіз умов розвитку послуг сільського зеленого туризму.
6. Обґрунтувати доцільність розробки туристичного продукту сільського

зеленого туризму.

7. Сформувати заходи щодо просування туристичного продукту.

**Об'єктом дослідження** є процеси формування заходів просування послуг сільського зеленого туризму в туристичних підприємствах.

**Предмет дослідження** - сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку сільського зеленого туризму.

**Методи дослідження.** Дослідження виконані на основі фактичних матеріалів і літературних джерел, які стосуються розвитку та просування послуг сільського зеленого туризму в діяльності підприємств, а також власних спостережень. Основними методами дослідження є: логічні та емпіричні методи; математичного моделювання, порівняння, аналіз, синтез; регіонального аналізу; економіко-статистичний метод тощо.

*Інформаційна база дослідження.* Теоретичну базу досліджень становлять роботи вітчизняних і зарубіжних фахівців з проблем розвитку сільського зеленого туризму, менеджменту, маркетингу, економічного аналізу діяльності туристичних підприємств. Найбільш повно ці проблеми розкриті в роботах: Герасименко В.Г., Матвійчук Л.Ю., Михайлюк О.Л., Нездоймінова С.Г., Тищук І.В. та ін. Інформаційною базою дослідження також були статистичні дані, монографічні дослідження, наукові статті опубліковані в періодичних виданнях та в збірниках науково-практичних конференцій, а також матеріали, отримані в результаті господарської діяльності туристичного підприємства «Отдых на славу».

**Структура роботи складається** зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 64 сторінок, 11 таблиць, 11 рисунків, список використаних джерел з 43 найменування.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **«НАУКОВО - ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНО - ПРАВОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ»** розглянуто наукові підходи у дослідженні розвитку сільського зеленого туризму, пов'язані з розширенням предмета дослідження, що охоплює регіональні особливості ведення туристичної діяльності. Це обґрунтовано такими причинами: відсутністю відповідного масиву статистичних даних стосовно поведінки в туризмі; незначною кількістю фундаментальних праць у галузі туризму; міцними зв'язками туризму з соціологією та психологією; застосуванням нетрадиційних методів дослідження (інтерв'ю, спостереження, анкетування тощо); специфікою предмета дослідження, тісно пов'язаного і з природним, і зі суспільно-культурним середовищем. Сьогодні, сільський зелений туризм – явище для України, яке трактується по-різному. У науковій літературі, як і на практиці, дані види туризму часто ототожнюються, при тому що вони мають як спільні, так і різнопланові риси. Саме тому між фахівцями в сфері туризму не склалося єдиного стандартизованого визначення поняття «сільський зелений туризм». Це пов'язано із різноманітністю наукових концепцій, які розглядають особливості розвитку сільського зеленого туризму. Визначено, що основними із сукупності понять є: сільський зелений туризм, еко- та агротуризм, відпочинковий туризм, зелений туризм або ж сільський туризм.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ОТДЫХ НА СЛАВУ»** надано загальну характеристику підприємства. Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності. Розглянуто організаційну структуру системи управління на підприємстві. На основі аналізу надано оцінку конкурентного середовища підприємства. Встановлено, що туристичне підприємство «Отдых на славу» має позитивні позиції на ринку відносно своїх ближчих конкурентів. Підприємству необхідно поліпшити і закріпити свої конкурентні позиції шляхом розвитку та просування послуг сільського зеленого туризму.

У третьому розділі «**РОЗРОБКА ТУРПРОДУКТУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ЗАХОДІВ ЙОГО ПРОСУВАННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ «ОТДЫХ НА СЛАВУ»** проаналізувавши пропозиції найближчих конкурентів і інших туристичних фірм Одеського регіону, обґрунтовано заходи щодо формування туристичного продукту та програми зелених турів в Дельту Дунаю та річку Дністер. Проведено розрахунок економічної ефективності витрат на його впровадження. Розраховано точку беззбитковості для запропонованого туру. Визначення точки беззбитковості займає ключове місце у фінансових розрахунках до майбутнього бізнес-плану обсягів виробництва та просування туристичних послуг. Туристичному підприємству «Отдых на славу» рекомендовано застосовувати цифрові інструменти соціальної мережі Instagram для підвищення ефективності просування послуг сільського зеленого туризму.

## **ВИСНОВКИ**

Особливістю діяльності туристичних підприємств на ринку сільського зеленого туризму є достатньо широкий вибір туристичних об'єктів та рекреаційних територій для формування туристичних маршрутів, залежно від рівня їх розвитку та забезпеченості природно-ресурсним потенціалом.

1. В роботі визначено, що розвиток сільського зеленого туризму є одним із напрямків туристичної діяльності, потенціалом якого є людські ресурси сільської території та природно-рекреаційні ресурси, попит туристів на відпочинок в мальовничих сільських районах з ціллю відтворювання фізичних та духовних сил.

2. За результатами дослідження наукової літератури, можна зробити висновок, що у діяльності туристичного підприємства існує ціла система комунікативних зв'язків, до якої відносяться іноземні партнери, готельні заклади, авіакомпанії, страхові компанії, екскурсійні бюро, підприємства логістики та інші. Тому використання однієї лише реклами, не сприяє розвитку партнерських відносин з іншими суб'єктами туристичної галузі. Однак швидка зміна ринкового та

комунікаційного середовища, зумовлює появу нових інструментів просування в загальній класифікації.

3. Визначено, що на туристичному підприємстві коефіцієнт плинності кадрів у 2020 році зменшився майже на 20%, порівняно з 2019 роком, При аналізі плинності кадрів особливу увагу необхідно звертати на «потенційну плинність», обумовлену схованою незадоволеністю працівників, її необхідно порівнювати з реальною і досліджувати по групах працівників, що звільнилися, і причинам звільнення. На підприємстві сформована організаційної структури управління шляхом комбінованого поділу функцій. Поділ структурних підрозділів підприємства одночасно відбувається за категоріями споживачів і географічним положенням, ринками збуту, видами туристичних послуг.

4. Аналіз показників рентабельності показав, що рентабельність виробничої діяльності як у 2019, так і у 2020 році відповідає нормативному значенню - більше одиниці. Це свідчить про те, що підприємство покриває витрати та отримує прибуток. Спостерігається збільшення показника у 2019 році – 1,4, а у 2020 – 2,3.

5. Оцінка конкурентоспроможності підприємства «Отдых на славу» показує позитивні позиції на ринку відносно найближчих конкурентів. Підприємству необхідно поліпшити і закріпити свої конкурентні позиції шляхом розвитку асортименту туристичних послуг та якості додаткових послуг сфери сільського туризму.

6. Проаналізувавши пропозиції найближчих конкурентів і інших туристичних операторів Одеського регіону, зроблено висновок, щодо доцільності розвитку послуг сільського зеленого туризму. Розроблено туристичний продукт за маршрутом туру «Зелені острова Дністра та Дельти Дунаю». За умови повної комплектації групи у 20 чоловік, туристичне підприємство отримує виручку 79484 грн. та прибуток у розмірі 12820 грн. Запуск даного туру планується у травні 2021 року. З огляду на те, що даний напрямок туризму мало освоєний, необхідно частину рекламної компанії направити на приваблення користувачів соціальних мереж.

7. Запропоновані цифрові технології щодо просування туру «Зелені острова Дністра та Дельти Дунаю» за допомогою Інтернет каналів збуту. Використовуючи

сучасні засоби просування туристичних послуг та ґрунтуючись на виборі оптимальної стратегії збуту, туристичне підприємство «Отдых на славу» може сформувати власні конкурентні переваги на туристичному ринку. Рекомендовано впровадження маркетингових інструментів соціальної мережі Instagram, які спрямовано на підвищення ефективності збуту та управління попитом на туристичні послуги підприємства.