

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 «Економіка та організація туристичної діяльності»
за темою: «Напрями розвитку послуг винного туризму в діяльності
туроператора «Селезньов Тур»

Виконавець:
студентка ЦЗФН
Курко Ангеліна Василівна
Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Нездоймінов Сергій Георгійович

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Розвиток послуг винного туризму як складової туристичної індустрії держави потребує розвитку регіонального потенціалу виноробства, ресурсів місцевої кухні не тільки з огляду на виклики креативної індустрії, а й шанобливого ставлення до власних традицій.

Одним з наслідків розвитку туризму стала поява спеціалізованого туризму, орієнтованого на окремі групи туристів із спільними інтересами, наслідком чого стала поява оригінальних туристичних продуктів. Серед таких видів туризму, орієнтованого на певні сегменти споживачів, в останні роки все більшою популярністю користується винний туризм. Щорічно до цього виду туризму долучаються понад 20 млн. людей, згідно з даними, опублікованими Всесвітньою туристською організацією. Оцінки експертів свідчать, що цей вид туризму щорічно збільшується на 4 - 7%. Отже, винний туризм за темпами розвитку випереджає всі інші види туризму і потребує ретельного вивчення. Розвиток винного туризму має бути направлений на забезпечення доступності складових індустрії туризму для кращого пізнання не тільки своєї країни, але і всього світу, а також реалізувати право кожної людини на відпочинок.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою кваліфікаційної роботи є розробка напрямків розвитку послуг винного туризму в діяльності туристичних операторів. Досягнення поставленої мети забезпечується виконанням наступних взаємопов'язаних завдань:

1. Проаналізувати наукові аспекти розвитку ринку послуг винного туризму.
2. Провести дослідження передумов та світового досвіду розвитку послуг винного туризму.
3. Надати загальну характеристику організаційно-виробничої діяльності туроператора «Селезньов Тур».
4. Провести аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Селезньов Тур».
5. Провести маркетинговий аналіз споживачів туроператора «Селезньов Тур».
6. Сформулювати турпродукт винного туризму та провести його економічне

обґрунтування.

7. Запропонувати заходи по просуванню туристичного продукту на ринку послуг винного туризму.

Об'єктом дослідження є процеси організації та надання послуг винного туризму в туристичних підприємствах.

Предмет дослідження - сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів розвитку послуг винного туризму.

Методи дослідження. Дослідження виконані на основі фактичних матеріалів і літературних джерел, які стосуються розвитку ринку послуг винного туризму, 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 послуг винного туризму, їх конкурентоспроможності, менеджменту, маркетингу, економічного аналізу. Науково-прикладні аспекти розвитку винного туризму знайшло відбиток у працях: Басюк Д.І., Галасюк С.С. Герасименко В.Г., Давиденко І.В., Нездоймінова С.Г., Ковешнікова В.С., Михайлюк О.Л., Омельницької 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 фінансові звіти туристичного підприємства «Селезньов -тур».

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження можуть бути використані туристичними операторами України для популяризації напрямків винного туризму та розробці винних турів на Півдні України.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 68 сторінок, 13 таблиць, 6 рисунків, список використаних джерел з 44 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«НАУКОВО - ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НОСЛУГ ВИННОГО ТУРИЗМУ»** розглянуто сутність винного туризму як нової філософії подорожей з метою пошуку незвіданих смаків та автентичних кулінарних традицій. Терміни «винний туризм», «енотуризм» не використовуються в де яких дослідженнях, науковці використовують терміни «виноробний туризм», «винно-харчовий туризм» та «еногастрономічний туризм». Іноді використовується поняття «алкотуризм» для позначення поїздки на виноробню для споживання алкогольних напоїв. Примітно, що винний туризм охоплює досить широкий спектр туристичної діяльності та є складовою гастрономічного туризму. Доведено, що в Україні є потужний регіональний потенціал для розвитку такого виду туризму. Південні регіони України, Закарпаття мають у своєму розпорядженні великі туристичні ресурси для організації винних турів, пов'язаних з культурою вирощування винограду, виробництвом вина, дегустаціями.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «СЕЛЕЗНЬОВ ТУР»** надано загальну характеристику підприємства. Проведено аналіз фінансово-господарської діяльності. Розглянуто організаційну систему управління. Проаналізовано стан маркетингової діяльності та надано характеристику споживачів туроператора «Селезньов Тур» за основними сегментами ринку. Встановлено, що туристичний оператор «Селезньов Тур» має досвід з надання послуг внутрішнього туризму та позитивну економічну динаміку розвитку на ринку. Підприємству необхідно поліпшити і закріпити свої конкурентні позиції шляхом диверсифікації послуг на внутрішньому ринку.

У третьому розділі **«РОЗРОБКА ЗАХОДІВ РОЗВИТКУ ПОСЛУГ ВИННОГО ТУРИЗМУ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА «СЕЛЕЗНЬОВ ТУР»** розроблено заходи щодо формування туристичного продукту винного туризму для підвищення ефективності господарської діяльності підприємства. Сформовано туристичний продукт та програму винного туру в Одеському регіоні.

Проведено розрахунок економічної ефективності витрат на його впровадження. Туристичному оператору «Селезньов Тур» рекомендовано провести SEO-оптимізацію збуту (просування за допомогою пошукових систем), що є одним з найважливіших у застосуванні інструментів Інтернет-маркетингу на ринку послуг винного туризму.

ВИСНОВКИ

В сучасний час послуги винного туризму мають стати інструментом диверсифікації діяльності регіональних туроператорів та приваблення туристів. У кваліфікаційній роботі запропоновано напрями розвитку послуг винного туризму в діяльності туристичного підприємства «Селезньов Тур».

1. В роботі визначено, що цільова аудиторія споживачів винного туризму включає в себе: туристів-гурманів; туристів, які використовують винний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери); представників туроператорів, які подорожують з метою вивчення даного напрямку туризму; туристи, які бажають заглибитися в культуру країни за допомогою вивчення культури виноробства.

2. За результатами дослідження наукової літератури, світового та регіонального досвіду встановлено, що винний туризм активно розвивається, і набув великого поширення у Європі, де його філософія добре співставляється з ідеєю, покладеною в основу запровадженої у ЄС системи PDO (Protected Designation of Origin) – захищене найменування походження.

3. Визначено, що в туристичному підприємстві «Селезньов Тур» сформована сучасна організаційна структура управління. На підприємстві працює виключно кваліфікований персонал з фаховою освітою. На підприємстві «Селезньов Тур» існує система мотивації співробітників за допомогою бонусів і преміальних виплат, рекламних або заохочувальних турів. Фахівці туристичного підприємства мають додаткові сертифікати тренінгів з підвищення кваліфікації.

4. Встановлено, що у 2020 році порівняно з 2019 роком кількість реалізованих путівок зменшилась на 670 одиниць. Спостерігаємо і зменшення громадян України, які придбали путівки для подорожей за кордон, вартості туристичних путівок на 6883,0 грн., а також зменшення збільшення кількості туроднів за реалізованими туристичними путівками на 3350,0 днів. Аналіз господарської діяльності щодо збуту послуг, показав, що туристичне підприємство не реалізовувало туристичні путівки корпоративним замовникам, а лише громадянам України для подорожі в межах України та для подорожі за кордон. У 2020 році, кількість реалізованих екскурсійних послуг також зменшилась на 19 одиниць.

5. За результатами дослідження доведено, що туристичний оператор «Селезньов Тур» втрачає позиції на ринку. Аналіз показників свідчить про зниження темпу росту кількості обслугованих туристів туристичним оператором в 2020 році у порівнянні з 2019 роком майже в три рази. Звертає увагу відсутність пропозицій туроператора щодо послуг за напрямом «спеціалізовані» види туризму, за останні три роки. Спостерігається зниження кількості іноземних туристів. Відсоток відвідування їх в 2020 році склав лише 28%. Що стосується вітчизняних туристів, їх частка в 2020 році знизилася на 71,4% в порівнянні з минулими роками.

6. В роботі розроблено маршрут, програма і пропонується до реалізації винний тур «Вино та смак Бессарабії». Обґрунтовано економічна доцільність реалізації розробленого туру. За умови повної комплектації групи у 20 чоловік, туристичне підприємство отримує виручку 65100 грн та прибуток у розмірі 10500 грн.

7. Запропоновані інструменти online-просування надають підстави для реалізації розробленого туру «Вино та смак Бессарабії» за допомогою більшості каналів збуту. Туристичному оператору «Селезньов Тур» рекомендовано провести SEO-оптимізацію (просування за допомогою пошукових систем), що є одним з найважливіших у застосуванні інструментів Інтернет-маркетингу на ринку послуг винного туризму. Застосування інструментів діджиталізації в просуванні послуг надає туроператору можливість формування індивідуальних персоніфікованих пропозицій для споживачів послуг винного туризму.