

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»
(назва освітньої програми)

на тему: «Особливості використання історико-культурного потенціалу
регіону як фактору розвитку туризму (на прикладі ТОВ «Навколо світу»)»

Виконавець
студентка Центру заочної та вечірньої форми навчання
Божевська Дарина Вадимівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

(науковий ступінь, вчене звання)
Павлоцький Володимир Якович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність проблематики, якій присвячена кваліфікаційна робота, пояснюється високим рівнем конкуренції на ринку туристичних послуг, в наслідок чого туристичні підприємства України змушені постійно досліджувати вільні ринкові ніші, підвищувати власну економічну ефективність за рахунок опанування нових для себе видів туризму.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування можливості підвищення операційної ефективності діяльності вітчизняного туроператора «Навколо світу», шляхом проектування нового історико-культурного туру.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає процес підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств на ринку культурно-пізнавального туризму.

Предметом кваліфікаційної роботи є використання історико-культурного потенціалу одеського регіону для підвищення ефективності основної діяльності ТОВ «Навколо світу».

Для досягнення поставленої мети в процесі написання кваліфікаційної роботи необхідно вирішити наступні **завдання**:

- Висвітлити існуючі у науково-практичних джерелах підходи до управління ефективністю діяльності на ринку історико-культурного туризму;
- Дослідити вітчизняний та зарубіжний досвід використання історії та культури у різних сферах суспільного життя для проектування якісних та конкурентоспроможних туристичних продуктів;
- Проаналізувати організаційно-економічну діяльність туроператора «Навколо світу» та можливості розширення асортименту його послуг;
- Запропонувати можливі напрями підвищення ефективності організаційної діяльності туристичного підприємства за рахунок проектування нового культурно-історичного туру;
- Обґрунтувати доцільність включення до асортименту підприємства нового культурно-пізнавального туру, визначити критичний обсяг продаж та орієнтовний рівень рентабельності вказаного нововведення.

У процесі підготовки та написання кваліфікаційної роботи використовувались нормативно-правові акти України, фінансова і статистична звітність, а також науково-практичні видання та навчальні посібники вітчизняних та зарубіжних авторів: М.П. Бондаренко, І. В. Давиденко, С.С. Галасюк, Лисенко, Л.В. та інших, статті з фахових періодичних видань, окремі Інтернет-ресурси.

Методами дослідження кваліфікаційної роботи складає сукупність загальнонаукових та спеціальних економічних методів, основними з яких є монографічний, системно-структурний та економіко-статистичний. Для обробки первинних статистичних даних використовувалися можливості ЕОМ, зокрема, табличний редактор Excel і програми побудови діаграм. Також були використані окремі елементи економіко-математичних методів, зокрема, оптимізаційного моделювання для визначення критичного обсягу культурно-пізнавальних турів, що мають бути розроблені.

Інформаційна база дослідження включає нормативно-правові акти України, фінансову і статистичну звітність ТОВ «Навколо світу», науково-практичні видання та навчальні посібники вітчизняних та зарубіжних авторів: Л.Д. Божко, І. В. Давиденко, В. Ф. Кифяка, Л. В. Лисенко, О. Л. Михайлюк, О. В. Петрика, Н. К. Шульга та інших, статті з фахових періодичних видань, окремі Інтернет-ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 62 сторінок. Основний зміст викладено на 54 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 3 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Організація культурно-пізнавального туризму*» розглянуто сутність, організаційну структуру та основні види культурно-

пізнавального туризму, особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні та світі.

У другому розділі *«Аналіз діяльності ТОВ «Навколо світу» на ринку туристичних послуг»* наведено організаційно-економічна характеристика ТОВ «Навколо світу», проаналізовано основна операційна діяльність підприємства на ринку туристичних послуг, досліджено фінансові результати туроператора.

У третьому розділі *«пропозиції із підвищення ефективності туроператорської діяльності ТОВ «Навколо світу»* сформульовано пропозиції щодо проектування нового культурно-пізнавального туру «Історія та культурне різноманіття Одещини», складено його маршрут і програма, здійснено калькулювання собівартості та визначено беззбитковий обсяг реалізації.

ВИСНОВКИ

Відповідно до отриманих даних та аналізу літературних джерел, було виявлено декілька особливостей використання історико-культурного потенціалу регіону, що сприяють розвитку туризму.

По-перше, історичні та культурні пам'ятки регіону створюють унікальну атмосферу та приваблюють туристів. Вони є свідченням минулих епох, культурного розмаїття та національної спадщини. Відвідування таких місць дозволяє туристам зануритись у історію та культуру регіону, що стимулює їх інтерес та бажання повертатись знову.

По-друге, історико-культурний потенціал регіону може бути використаний для розширення туристичних послуг та розвитку нових видів туризму. Наприклад, організація тематичних екскурсій, фестивалів, майстер-класів, де туристи можуть отримати унікальний досвід та взаємодіяти з місцевими традиціями.

Культурно-пізнавальний туризм безпосередньо пов'язаний із здійсненням туристичних подорожей з метою пізнання культури та історії

країн.

Серед аспектів, що впливають на організацію культурно-пізнавального туризму, необхідно згадати такі як вибір маршруту, забезпечення комфортних умов перебування, взаємодія з місцевими жителями та інші. Для кращого розуміння теми були розглянуті різні підходи до організації такого типу туризму, а також переваги та недоліки культурно-пізнавального туризму для туристів та країн-приймачів.

Щодо туроператора «Навколо світу», то можна сказати, що це успішна компанія на ринку туристичних послуг, яка має надійну репутацію та досвід роботи в галузі. Компанія пропонує широкий асортимент турів та послуг, що задовольняють потреби різних категорій клієнтів.

Туроператор має сильну організаційну структуру та професійний колектив співробітників, що забезпечує якість та ефективність надання послуг. Компанія також має високу фінансову стійкість та розвинуту мережу контактів з партнерами.

Пандемія коронавірусу сильно вплинула на діяльність турагенства «Навколо світу», змінила структуру витрат та призвела до певних змін у фінансовому результаті. Однак, турагенство вдалося адаптуватися до складних умов та зберегти стабільність у своїй діяльності.

У цілому, туроператор «Навколо світу» має потужний потенціал для подальшого розвитку та збільшення своєї частки на ринку туристичних послуг.

Стосовно розробки туру, можна зробити висновок, що очікуваний рівень рентабельності культурно-пізнавального туру є достатнім, оскільки він перевищує показник рентабельності діяльності туроператору у 2022 р. Розробка туру дозволить не тільки розширити асортимент турів підприємства, а й підвищить його операційний прибуток. Отримані показники очікуваного прибутку невеликі, проте вони розраховані тільки для першого року впровадження даного туру. Згодом, ми плануємо розширити асортимент туристичних продуктів, пропонованих підприємством і дещо модифікувати

запропонований тур.

Представлений тур, за умови його включення до асортименту туристичного підприємства підвищить конкурентоспроможність даного підприємства.

Також нами була розрахована точка беззбитковості для вказаного туристичного продукту, яка склала 22 тури.

Отримані дані, підтверджують доцільність впровадження таких турів в асортимент туристичних продуктів.