

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(повна назва 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: **«ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В
ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ»**

Виконавець
студентка ЦЗВФН
Дарануца Діана Олександрівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник
к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Давиденко Ірина Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми зумовлена тим, що подієвий туризм є одним з таким видів туризму, що найбільш динамічно розвиваються. За популярністю даний вид туризму посідає друге місце у Європі. Єврорачення-2005 та 2017, ЄВРО-2012 та поява безлічі цікавих фестивалів в Україні привернула увагу до питання розвитку туризму за допомогою організації подій. UNWTO зазначає не тільки стрімке зростання цього виду туризму, а й те, що подієвий туризм дуже впливає на економічний і соціальний розвиток регіонів.

Проведений аналіз літературних джерел свідчить, що більшість вітчизняних авторів вважають подієвий туризм перспективним і молодим напрямом. Проте детальних публікацій та наукових робіт про подієвий туризм написано мало. Вивченню питань подієвого туризму приділяли увагу такі вітчизняні вчені як: К. М. Вовк [13], В.О. Ключковська [9], І. В. Давиденко [6], А.Ю, Парфіненко [16], П. В. Тищенко [20], Г.П. Щука [25].

Не достатня вивченість подієвого туризму як сфери діяльності та наукового напрямку у вітчизняній літературі, популярність і зростаючий до нього інтерес у світі та Україні, його позитивний економічний та соціальний вплив, наявність можливості розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні, а також важливість стратегічного планування робить тему кваліфікаційної роботи актуальною.

Метою написання роботи є дослідження напрямів розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні.

У зв'язку з поставленою метою основні **завдання дослідження**:

- дослідити поняття та сутність подієвого туризму та туристичної події;
- розкрити сутність подієвого туризму як наукового напрямку та передумови стратегічного розвитку;
- охарактеризувати аспекти стратегічного розвитку подієвого туризму;
- оцінити туристичну індустрію Одеського регіону як середовище розвитку подієвого туризму;
- проаналізувати ринок подієвого туризму Одеського регіону;
- проаналізувати міжнародний досвід розвитку подієвого туризму;
- визначити доцільність застосування стратегії модифікованого продукту для проведення Гуморини;
- обґрунтувати пропозиції щодо створення гастрономічного фестивалю в Одеському регіоні.

Об'єктом дослідження є процес розвитку подієвого туризму.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів організації подієвого туризму в Одеському регіоні.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у кваліфікаційній роботі використовуються наступні методи: вивчення монографічних публікацій та наукових статей; вивчення нормативно-правової бази; порівняльний метод; розрахунково-аналітичний та структурно-динамічний методи; метод експертних оцінок; SWOT-аналіз; опитування.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є

законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистична звітність щодо розвитку туризму, готельного та ресторанного господарства України.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 83 сторінки комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 77 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 19 рисунків.

Окремі результати кваліфікаційної роботи містяться в матеріалах конференції здобувачів вищої освіти:

Дарануца Д.О. Подієвий туризм як чинник розвитку туристичних дестинацій. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти* (м. Одеса, 12 квітня 2023 р.). Одеса: ОНЕУ, 2023. С. 97 – 100.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти розвитку подієвого туризму**» автором розглянуті поняття та сутність подієвого туризму та туристичної події, визначено подієвий туризм як науковий напрям та передумова стратегічного розвитку, визначаються аспекти стратегічного розвитку подієвого туризму.

У другому розділі «**Аналіз розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні**» розглянуто та проаналізовано туристичну індустрію Одеського регіону як середовище розвитку подієвого туризму, зроблено аналіз ринку подієвого туризму Одеського регіону, розглянуто міжнародний досвід розвитку подієвого туризму.

У третьому розділі «**Стратегічні напрями розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні**» було запропоновано застосування стратегії модифікованого продукту для проведення Гуморини та розроблено рекомендації щодо створення гастрономічного фестивалю в Одеському регіоні.

ВИСНОВКИ

Результати проведених досліджень щодо розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні дають право зробити наступні висновки:

1. Аналіз літературних джерел показав, що з подієвим туризмом пов'язано багато прогалин у теорії та практиці. У вітчизняній літературі, як і в законодавстві, відсутнє чітке визначення понять «туристична подія» та «подієвий туризм». Подієвий туризм розглядається лише як вид або підвид, що свідчить про вузькість сприйняття та розуміння його значення та сутності. Проте, цей напрямок відзначено багатьма вітчизняними авторами, як

перспективний і молодий.

Основою подієвого туризму є подія. Багатокомпонентність і залежність успішності події від різних факторів дозволяє застосувати системний підхід і дати наступне визначення туристичної події: це система, що існує в просторі та тимчасових рамках, що відповідає туристичним цілям та умовам дестинації, основними взаємопов'язаними елементами якої виступають менеджери подій, інвестори, турагенти і туроператори, що просувають її як центральний елемент турпродукту і сприймають її як предмет впливу на споживачів, і туристи, під впливом переваг яких вона змінюється.

2. Аналіз зарубіжних публікацій свідчить про те, що подієвий туризм - це не тільки один з найперспективніших видів туризму (за прогнозами ЮНВТО), а й професійна сфера діяльності, а також актуальний науковий напрямок, що успішно розвивається. Зарубіжні автори демонструють багатогранність і складність розуміння подієвого туризму як феномена, цим пояснюється різноманіття визначень. Подієвий туризм необхідно розглядати комплексно, визначаючи його характерні особливості.

Враховуючи різноманітність існуючих форм і мотивів організації подієвих заходів, можна зробити висновок, що вони можуть задовольняти різноманітні цілі одночасно кількох цільових сегментів.

3. Розгляд туристичної події як продукту, дозволяє сприймати її не тільки як культурний захід, а й як предмет ринкових відносин, що виникають у процесі купівлі-продажу, завдяки якому відбувається задоволення туристичного попиту. Такий економічний підхід робить можливим застосування різних методів аналізу та вибір необхідної стратегії для успішного розвитку подієвого туризму.

У роботі наведено портфельну модель сталого розвитку туризму, яка може бути основою для стратегічного планування розвитку подієвого туризму в Україні, в тому числі й в Одеському регіоні, а застосування матриці Ансоффа щодо подій дає розуміння можливості використання різних стратегій у цьому напрямі.

4. Одеський регіон має в цілому сприятливі умови розвитку туризму, в тому числі подієвого. В Одеському регіоні є потенціал для розвитку всіх видів закладів розміщення. Розвиваються як курортні готелі, так і діловий сегмент. Темпи зростання готельних підприємств на півдні України до початку війни були найвищими саме в Одеській області. За кількістю обслуговуваних засобами розміщення туристів у 2017–2019 роках, Одеська область посідала 4–5 місце серед інших регіонів України. Одним із важливих компонентів туристичної індустрії також є транспортне господарство. Одеський регіон має всі можливості транспортування, що включають найбільші морські торгові порти, різні судноплавні компанії, судноремонт, розвинену залізничну систему, міжнародний аеропорт міста Одеси. В Одесі функціонує понад 500 підприємств ресторанного господарства різної категорії. 30% підприємств – це ресторани, 41% – кафе, 23% – бари. Більшість підприємств пропонують кухню змішаного типу, проте деякі з них пропонують спеціальні кухні – українську, японську, китайську, турецьку, французьку, італійську, кавказьку.

Різноманітність закладів ресторанного господарства Одеського регіону здатна задовольнити будь-які смаки туристів. Кількість подієвих агентств в Україні становить близько 200, в Одеському регіоні близько 50, при цьому темп приросту для подієвої індустрії становить близько 25% на рік. Все це дозволяє зробити висновок про наявність сприятливих передумов розвитку подієвого туризму в регіоні.

5. Проведене дослідження показало, що найбільший сегмент ринку подієвого туризму в Україні складають підприємства, які просувають музичні заходи (близько 40%), 20% підприємств, які просувають подієві спортивні тури, 20% - національні свята. Однак у загальній кількості туристичних підприємств України, підприємства, які просувають подієві тури – близько 5%.

В Одеському регіоні розроблено календар подій та фестивалів, що включає більше 1000 заходів під назвою «Одеса -365». Тобто Одещина позиціонує себе не тільки як центр літнього пляжного відпочинку, але й місце, яке приваблює туристів протягом всього року. В останні довоєнні роки найбільш масовим у регіоні був фестиваль «Хочу до Одеси», який було започатковано у 2014 році. Одеса славиться унікальними подіями – «Гуморина», міжнародний джазовий фестиваль «Джаз фест», Фестиваль “Odessa Classics”, Одеський міжнародний кінофестиваль, Одеський міжнародний фестиваль історичної реконструкції середньовіччя «Порохова вежа», Міжнародний книжковий ярмарок «Зелена хвиля», конкурс краси «Miss Tourism International» та іншими. У регіоні також проходять фестивалі «Сергіївські зорі» та «Лицарські турніри». Однак, слід зазначити, що не зважаючи на велику кількість подієвих заходів, існує низка проблем, пов'язаних з розвитком даного ринку в Одеському регіоні: низька якість організації подій; їх неефективний маркетинг; відсутність у більшості подій зв'язків із туризмом; відсутність чіткого стратегічного підходу розвитку подієвого туризму; підхід до подій лише як до культурних заходів, а не туристичних атракцій; несформованість портфеля туристичних подій у регіоні; необхідність збільшення тривалості подій; слабка вивченість подієвого туризму як способу економічного розвитку дестинації, зміцнення іміджу та розвитку внутрішнього туризму; необхідність подальшого розвитку туристичної інфраструктури; слабка залученість місцевого населення в процеси формування та відбору подій; відсутність фахівців, які мають навички організації великих заходів.

Так, на сайті Одеської області до початку війни було розміщено календар подій, однак, він оновлювався нерегулярно і включав події локального характеру, які мали слабкий зв'язок з туризмом або не мали його зовсім, такі як Міжнародна асамблея турбізнесу, дитячий фестиваль мистецтва «Одеський трамвайчик», День міста Одеси та міста Южне, Дні Стамбула в Одесі. В Одеському регіоні, як і в інших регіонах України, не спостерігається прямої конкуренції, відсутня боротьба за ресурси, учасників, інвесторів, час та місце проведення подій, що є сприятливим фактором для створення різноманітних подій різних за формою та тематикою.

6. Як свідчить зарубіжний досвід, успішність розвитку подієвого туризму полягає у застосуванні стратегічного підходу, а ефективність стратегії – у організаційно-злагодуваній організаційній структурі. Ми вважаємо, що використання організаційних структур австралійських штатів в Одеському регіоні дозволить створити ефективну стратегію розвитку подієвого туризму. Найбільш вдалим варіантом буде об'єднана структура, при якій подієві агентства і туристичні структури тісно взаємодіють і фахівці сфери подій і туризму об'єднують свої зусилля для реалізації стратегії.

Виявлені в процесі дослідження найбільш важливі заходи та етапи стратегічного планування подієвого туризму та п'ять основних елементів планування події можуть бути використані при формуванні стратегії розвитку подієвого туризму та при організації подій для підвищення їх якості. Використання синергетичної стратегічної моделі розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні дозволить зробити комплексний портфельний аналіз подій, беручи до уваги соціальні, культурні та економічні критерії, використовуючи різні форми залучення зацікавлених груп та забезпечить сталий розвиток подієвого туризму.

7. Проаналізувавши проведення Гуморини в Одесі можна зробити висновок, що Гуморина – це марочна подія, яка виростає з події локального характеру. В останні роки між Гумориною і туризмом простежується слабкий зв'язок, оскільки за своєю природою свято - культурне, і не створювалося з метою залучення туристів, а скоріше з метою зміцнення іміджу міста. Однак при аналізі ринку подієвого туризму України було виявлено, що багатьма туроператорами розроблені тури, де Гуморина виступає як туристична атракція. Тому, у роботі пропонується застосовувати стратегію модифікованої події, яка розглядається як продукт.

Основні рекомендації щодо реалізації стратегії модифікованого продукту для одеської Гуморини: постійний аналіз розвитку подій, робота над слабкими сторонами та можливостями їх розвитку; створення суспільної некомерційної організації, місією якої є розвиток подієвого туризму в Одеському регіоні, до складу якої будуть входити представники влади та підприємницького сектору, представники сфери освіти та суспільні організації, задіяні в туризмі; надання підтримки організації у створенні фонду розвитку подій в Одеському регіоні, здійснення контролю за діяльністю організації; залучення інвестицій у регіон для формування туристичної інфраструктури.

8. Для розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні необхідно створити в регіоні ряд нових, унікальних, сформованих з туристичною метою подій. Місто Одеса виступає як центр розвитку туризму в регіоні. Особливого акценту на розвитку вже існуючих подій не робиться. Тому, у роботі було розроблено проект створення гастрономічного фестивалю, загальний економічний ефект від проведення якого виражається у продажу товарів та послуг на суму близько 24 мільйонів гривень, при цьому сума ПДВ складе майже п'ять мільйони гривень. Соціальний ефект від події буде проявлятися у задоволенні потреби 50000 осіб у дозвіллі, задоволенні потреби у туризмі 2000

осіб, у збереженні традицій одеської кухні, у згладжуванні сезонності у туризмі, просуванні товарів та послуг підприємств Одеського регіону, зміцненні іміджу Одеси як туристичної дестинації.

АНОТАЦІЯ

Дарануца Д.О. «Шляхи розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Об'єкт дослідження – процес розвитку подієвого туризму.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів організації подієвого туризму в Одеському регіоні.

Метою роботи є дослідження напрямів розвитку подієвого туризму в Одеському регіоні.

У роботі проаналізовано загальні поняття та стратегічні аспекти розвитку подієвого туризму. Аналізується розвиток подієвого туризму в Одеському регіоні та закордонний досвід розвитку даного виду туризму.

За результатами дослідження обґрунтована доцільність застосування стратегії модифікованого продукту для Гуморини та впровадження гастрономічного фестивалю в м. Одеса.

Ключові слова: туризм, подія, подієвий туризм, туристична послуга, гастрономічний фестиваль.

ANNOTATION

Daranutsa D.O. «Ways of developing event tourism in the Odesa region»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Tourism» for the educational program «Economics and Organization of the Tourist Activity». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2023.

The qualifying work consists an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used and applications.

The object of the research is the process of event tourism development.

The subject of the research is a set of theoretical and practical aspects of the organization of event tourism in the Odesa region.

The aim is to study of directions for the development of event tourism in the Odesa region.

The work analyzes general concepts and strategic aspects of the development of event tourism. The development of event tourism in the Odesa region and foreign experience in the development of this type of tourism are analyzed.

Based on the results of the study, the feasibility of applying the strategy of the modified product for Humorina and the introduction of the gastronomic festival in the city of Odesa is substantiated.

Key words: tourism, event, event tourism, tourist service, gastronomic festival.