КУРСОВА РОБОТА

Тема: **«Організація турів подієвого туризму»**

**ЗМІСТ**

**ВСТУП…………………………………………….………………….…….3**

**РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ………………………………………………………………………5**

1.1.Історія розвитку подієвого туризму…………………………………..5

1.2. Класифікація подієвого туризму……………………………………..9

**РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО……………………………..……………………………………13**

2.1. Особливості організації турів подієвого туризму………………….13

2.2. Фестивалі як складова культурного та етічного розвитку…………16

**РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТУРУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ………….19**

3.1. Опис району подорожі туру та характеристика обраної події……..19

3.2. Програма перебування туру………………………………………….22

3.3. Кошторис витрат туру та інформаційно-комунікаційне забезпечення туру……………………………………………………………………………….25

**ВИСНОВКИ………………………….…………………………………28**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ………………...………….31**

**ДОДАТКИ……………………………………………………………33**

**ВСТУП**

**Актуальність проблеми.** Туристично-рекреаційна галузь – одна з найбільш динамічних та розвинутих у світі сфер економічної діяльності. Сьогодні в межах існуючого туристичного простору формується його особливий сегмент – подієвий простір, частка якого в секторі туристичних послуг щорічно збільшується. Подієвий туризм (або івент-туризм) є новим напрямом туристичного ринку України, однак все більше регіонів визнають перспективність його розвитку на своїй території.

У сучасних умовах конкуренції територіальним утворенням стає все складніше завоювати увагу зовнішніх цільових груп: туристів, інвесторів, спонсорів та ін. Коли унікальність території більше не основна перевага, боротьба за увагу цільових груп починає переходити з раціональної сфери в емоційну. У силу того, що старі маркетингові інструменти перестають демонструвати ефективність, дестинації змушені шукати нові способи просування. Одним із таких способів сьогодні є подієвий туризм. У працях вітчизняних дослідників подієвий туризм – маловивчений вид туризму. Даний факт може свідчити про нетривалість періоду його дослідження в Україні

**Об’єктом дослідження** є подієвий туризм.

**Предметом дослідження** є особливості організації турів подієвого туризму.

**Структура роботи** зумовлена метою дослідження. Робота складається зі вступу, розділів, підрозділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальна кількість - 34 сторінки.

**РОЗДІЛ 1**

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ**

**1.1.Історія розвитку подієвого туризму**

Термін «подієвий туризм» з’явився порівняно недавно, в 1987 році. Цей термін був введений в науковий обіг департаментом туризму і громадськості Нової Зеландії. У зарубіжній літературі термін «подієвий туризм» трактують як важливу альтернативу для дестинацій і місцевих підприємців, а також як основну діяльність організаторів подій, які бажають збільшити свою аудиторію.

Причини виникнення, як і історія виникнення подієвого туризму, бере свій початок в давні часи. В період формування людського суспільства подорожі були викликані необхідністю виживання. Люди пересувалися в пошуках їжі і для забезпечення власної безпеки.

Перші документально зафіксовані відомості про виникнення подієвого туризму відносяться до античної епохи. Вони пов’язані з найбільшими спортивними змаганнями в Стародавній Греції – Олімпійськими іграми. Олімпія була місцем, де проводили ігри, присвячені олімпійським богам. Менший розмах мали Великі або Міські Діонісії, які проходили на честь бога Діоніса. Центральним місцем свята були театральні вистави.

У Стародавньому Римі користувалися популярністю гладіаторські бої, Гладіаторські школи були відкриті у всіх великих містах. Іноді відомі гладіатори влаштовували «турне» по містах імперії і таким чином у любителів кривавих видовищ відпадала потреба до тривалих подорожей.

**1.2. Класифікація подієвого туризму**

Враховуючи, що Закон України про туризм [5], на нашу думку, не передбачає класифікації видів туризму, які не розкривають всі види та напрями туризму, не враховують інноваційний стратегічний розвиток, особливості ціннісних пріоритетів поколінь (X, Y, Z) та глобалізаційні чинники, не зважає на їх універсальність та складність за різними класифікаційними особливостями та характеристиками, включаючи вік, мету подорожі, спосіб подорожі тощо.

Можна класифікувати види туризму за різними характеристиками. На думку В. Ф. Кифяк, всі види туризму на одній основі (мета поїздки) тісно переплетені, і їх розділення в чистому вигляді майже завжди неможливе. Наприклад, діловий туризм може поєднуватися з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з відпочинком тощо [6].

Зі свого боку, мета поїздки, мотиви інтересу до певного виду туризму та туристичні ресурси, що використовуються для певних видів туризму, є основою запропонованої класифікації І. А. Музиченко-Козловським. Розуміння мотивів потенційного туриста, враховуючи, що як і будь-який продукт на ринку, туристичні послуги та туристичний продукт повинні бути орієнтовані на споживача, є вирішальним при плануванні та організації турів [7].

**РОЗДІЛ 2**

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО**

**2.1. Особливості організації турів подієвого туризму**

Особливість подієвого туризму в тому, що щороку він поповнюється новими подієвими турами, які переходять у розряд випадкових регулярних [15].

В даний час великим і стабільним сегментом подієвого туризму є «карнавальні» тури.

При організації «карнавальних» турів слід враховувати цілий ряд вимог туристів:

- місце розташування готелю - поруч з місцем, де проходять карнавальні заходи;

- наявність ресторанів і якісного харчування;

- архітектура готелю - старовинний стиль;

- інтер'єр номерів і колірна гамма;

- кількість обслуговуючого персоналу;

- наявність магазинів або пунктів прокату карнавальних костюмів.

**2.2. Фестивалі як складова культурного та етічного розвитку**

Найбільш привабливими фестивалями, що приваблюють туристів є музичні фестивалі, а також різноманітні конкурси та концертні виступи. Традиція проведення різних музичних фестивалів має достатньо глибоке коріння. А одним із найдавніших видів туризму на планеті можна назвати саме музичний туризм. Щорічно в світі з’їжджаються велика кількість людей, які беруть участь у музичних конкурсах та фестивалях.

За масштабом проведення туристичні фестивалі класифікують як:

\* міжнародні фестивалі,

\* національні фестивалі,

\* регіональні фестивалі. Фестивальний туризм є джерелом економічного підйому деяких регіонів і міст, а також підвищення світового іміджу України. Він створює грунт для зростання та урізноманітнення зайнятості населення, а також покращення матеріального добробуту населення. А географічне розташування фестивалів дозволить мобілізувати населення різних регіонів та фінансові ресурси інвесторів, що покращить фінансовий стан різних регіонів.

**РОЗДІЛ 3**

**РОЗРОБКА ТУРУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ**

**3.1. Опис району подорожі туру та характеристика обраної події**

Святковий туризм у наші дні став удалим маркетинговим прийомом й одним із пріоритетних напрямів міжнародної туристичної діяльності. У багатьох країнах світу поряд із демонстрацією унікальних природних об’єктів, пам’яток культури і мистецтва, з метою посилення позитивного туристичного іміджу, регулярно проводять різноманітні масштабні заходи: творчі й спортивні змагання, конкурси, свята і фестивалі. Таким чином окремі держави і територіальні громади немовби змагаються між собою в умінні гостинно прийняти і розважити зростаючі туристичні потоки.

Дуже цікавим є в цьому плані досвід неофіційної столиці півдня Німеччини – м. Мюнхен. На гербі міста зображений чернець, і сама назва його походить від слова «Mönch» (монах). Історичним ядром Мюнхена був невеликий монастир на річці Ізар, біля якого герцог Генрих Лев заснував 1158 р. місто. Майже 750 років, аж до 1918 р., Мюнхен розвивався як королівська резиденція династії Віттельсбахів. Цей статус і вигідне місцезнаходження в середній Європі на схрещенні важливих шляхів сприяли розвитку економіки і культури міста. У сучасному Мюнхені знаходяться палаци королів і курфюрстів; він славиться чудовими архітектурними ансамблями, створеними місцевими і зарубіжними зодчими. Музеї міста зберігають багаті художні колекції. Особливо відомі Гліптотека (зібрання скульптур) і картинні галереї – стара і нова Пінакотеки, де представлені картини майстрів пензля різних століть. Оперний театр Мюнхена справедливо вважають одним із найкращих у Європі.

**3.2. Програма перебування туру**

ПРОГРАМА ТУРУ «ОКТОБЕРФЕСТ 2022»

День перший (СБ)

Приліт до Мюнхена. Групу туристів зустрічає біля виходу з аеропорту представник компанії, що приймає, на табличці вказаний Ваш рейс. Супровід до готелю на комфортабельному автобусі. Розміщення у номері готелю. Вільний час для першого знайомства з містом, відпочинок після перельоту.

День другий (НД)

Сніданок у готелі з 08.00 до 10.00 (шведський стіл). Далі за програмою туру Ви відвідаєте групову оглядову автобусно-пішохідну екскурсію містом Мюнхен у супроводі російськомовного екскурсовода. Бурхливе життя туристичного Мюнхена зосереджується у самому його серці - на головній площі Марієнплац (нім. Marienplatz). У центрі міста туристи можуть побачити Ратушу, почути бій годинника "Глокеншпіль" та насолодитися видом відомих фігурок на вежі, чоловічки ритмічно обертаються під передзвін дзвіночків 85-метрової вежі. Мюнхен зачарує Вас своєю красою, незвичайними спорудами та милим колоритом. Увечері вільний час для прогулянок та шопінгу. Ніч у готелі.

**3.3. Кошторис витрат туру та інформаційно-комунікаційне забезпечення туру**

При розробці туристичного маршруту потрібно зробити розрахунки, в яких буде наведена вартість послуг, загальна собівартість, прибуток, ПДВ та точка беззбитковості, що й подано в (табл.3.2)

**Калькуляція туру**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Найменування калькуляційних статей** | **%** | **Собівартість у гривнях** |
| **На групу 30 чоловік** | **На одну особу** |
| **1** | **Авіа білети****в обидві сторони** |  | **231360** | **7712** |
| **2** | **Оренда трансферу****На всі екскурсії, які входять у вартість** |  | **144000** | **4800 грн.** |
| **3** | **Харчування****Сніданки шведський стіл у готелі + проживання у готелі 4 зірки** |  | **630000** | **21000** |
| **4** | **Страхування** |  | **16500** | **550** |
| **5** | **Повна собівартість** |  | **1 021 860** | **34062** |
| **6** | **ПДВ 7 відсотків** | **20** | **71 530,2** | **2384,34** |
| **7** | **Прибуток** | **10** | **60000** | **2000** |

**Таблиця 3.2. Розрахунок туру**

У вартість входить:

- групові трансфери а/п Мюнхен - готель у Мюнхені - а/п Мюнхен;

- оглядовий автобусно-пішохідний сіті-тур Мюнхеном;

- розміщення 7 ночей у готелі відповідної обраної категорії;

**ВИСНОВКИ**

Підсумовуючи вищевикладене слід зазначити, що подієвий туризм, як напрямок, останнім часом набирає все більшої популярності, його суть у прийнятті участі або відвідування певного заходу в рамках готового туру. Найбільш значущими є великі події у спортивному сегменті, модні покази, виставки та фестивалі, музичні концерти, а також свята, що мають національну приналежність.

Події – це напрям туризму, в якому туристичні поїздки приурочені до будь-яких певних заходів. У кожній з багатьох країн відбуваються події, що становлять культурну, історичну та спортивну цінність. При створенні туристичного об'єкта, який не має своєї історичної події, його створюють спеціально. А значить, має місце створення та проведення кампанії з підвищення значущості туристичного продукту, орієнтованого на залучення великої кількості відвідувачів, отже, отримання грошового потоку від туристів, які бажають відвідати певні місця не лише з метою огляду визначних пам'яток, а й брати участь у спільному святкуванні з місцями жителями.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Посохов І. С*.* Історичні реконструкції в туристичній практиці та політиці пам’яті. *Гілея: науковий вісник : збірник наукових праць.* Київ, 2015. № 100. С. 87−92.

2. Про програму розвитку туризму у Вінницькій області на 2017 – 2020 роки: Рішення. *Вінницька обласна рада.* 2017. № 380. с. 21.

3. Олійник В.В., Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. № 12. С.460.

4.Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2011. № 33. С. 124-125.

5. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. No324/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України.* 2004. № 13. С.180.

6. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці : Книги ХХІ, 2003. 300 с.

7.Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : монографія. Львів : Новий Світ-2000, 2012. 176 с.

8. Яковлєв Г. А. Економіка та статистика туризму. М.: РДЛ, 2014. 376 с.

9. Старовойтенко О. А. Класифікація видів туризму в контексті культури. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2012. № 7-8. К. 2011. С.132-140

10. Колесник О. О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства. *Вісник ЖДТУ:* *Економіка, управління та адміністрування*, 2016. № 1(47). С. 171-175.

11. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 9. С. 146-150.

12. Олійник В.В., Шикіна О.В Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. № 12. С. 460-463.

13. Корнілова Н.В. Подієвий туризм в Україні. Географія та туризм. с. 113-120. URL: file:///C:/Users/Natali/Downloads/gt\_2012\_22\_18.pdf

14. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2012. Частина 4. С.124-128.

15. Бабкін О.В. Спеціальні види туризму. К. Фенікс, 2013. 252 с.

16. Габор Л. А. Формування ринку подієвого туризму в Одеському регіоні. *Матеріали наукової конференції «Становлення сучасної науки – 2012».* 2012.

17. Херсонщина фестивальна. URL: http://uct.artkavun.kherson.ua/festival.htm.

18. Бабкін А.В. «Спеціальні види туризму». Д.: Фенікс, 2013. 252 с.

19. Тури на Октоберфест. URL: <https://www.svoiludi.ru/germany/oktoberfest.html>

20. Германия. М. : Эксмо, 2013. 865 с.

**ДОДАТКИ**

**Додаток 1**

**Октоберфест Мюнхен Німеччина**

