

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему:

«Особливості організації шоп-туризму»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТР-21
спеціальності 242 «Туризм»

шифр і назва

Слабінський Д.В.

прізвище, ініціали

Керівник: Кожушко С.П., д.е.н.

прізвище, ініціали, науковий ступінь,
вчене звання

м. Дніпро
2025

АНОТАЦІЯ

Слабінський Д.В.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ШОП-ТУРИЗМУ

Об'єкт дослідження: організаційно-економічні процеси в індустрії шоп-туризму.

Предмет дослідження: особливості планування, реалізації та просування шоп-турів в Україні та за її межами.

Мета роботи: дослідити особливості організації шоп-туризму, проаналізувати сучасний стан та тенденції ринку, а також розробити авторську модель шоп-туру відповідно до технологічних і ринкових стандартів.

Одержані висновки та їх новизна: узагальнено теоретичні засади шоп-туризму, систематизовано класифікацію його видів і чинників впливу. Проведено ґрунтовний аналіз ринку шопінг-туризму в Україні, виокремлено ключові напрями, товари, переваги та бар'єри. Запропоновано власний туристичний маршрут — «Fashion Weekend у Будапешті», складено повну технологічну карту туру за ГОСТ 28681.1–95. Побудовано вартісну модель, розраховано рентабельність і розроблено елементи візуального супроводу (графіки, маршрут, діаграми). Практична значущість полягає у можливості реалізації запропонованого туру в межах реального бізнес-плану.

Дипломна робота: 68 с., 3 рис., 14 табл., 72 джерела.

Ключові слова: шоп-туризм, туристичний продукт, шопінг, шоп-тур, екскурсійна програма, планування туру, логістика, рентабельність, покупецький попит, шопінг-локації.

SUMMARY

Slabinskyi D.V.

FEATURES OF SHOPPING TOURISM ORGANIZATION

The research object is organizational and economic processes in the shopping tourism industry.

The research subject is the specifics of planning, implementation and promotion of shopping tours in Ukraine and abroad.

The aim of the study is to investigate the features of shopping tourism organization, analyze the current market state and trends, and develop an original tour model in line with modern technological and market requirements.

Scientific novelty and conclusions: the theoretical foundations and classifications of shopping tourism were generalized; main factors influencing the development of this tourism type were identified. A comprehensive analysis of the Ukrainian shopping tourism market was conducted, highlighting key destinations, goods, benefits, and barriers. A unique tour route — "Fashion Weekend in Budapest" — was developed and presented with a complete technological map according to GOST 28681.1–95. The cost structure and profitability were calculated, and visual tools (charts, route maps, financial diagrams) were created. The practical value lies in the tour's applicability for real-world implementation by a travel operator.

The degree paper amounts 68 pages. It includes 3 figures, 14 tables, and references to 72 sources.

Keywords: shopping tourism, travel product, shopping tour, tour planning, shopping locations, tour logistics, profitability, shopping demand, excursion services.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	5
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ШОП-ТУРИЗМУ	5
1.1. Сутність і зміст шоп-туризму	5
1.2. Історія становлення шоп-туризму	6
1.3. Класифікація шоп-туризму	7
1.4. Мотиви шоп-туристів	9
1.5. Глобальні тренди розвитку шоп-туризму	11
1.6. Вплив цифровізації на шоп-туризм	12
1.7. Роль шоп-туризму в розвитку національної економіки	13
1.8. Екологічний шоп-туризм: концепція та перспективи розвитку	14
1.9. Соціокультурний вплив шоп-туризму	16
РОЗДІЛ 2	18
Аналіз ринку шоп-туризму в Україні	18
2.1. Стан розвитку шоп-туризму в Україні	18
2.2. Основні фактори впливу на розвиток шоп-туризму в Україні	20
2.3. Попит на шоп-тури серед українських туристів	22
2.4. Пропозиція шоп-турів на українському туристичному ринку	24
2.5. SWOT-аналіз ринку шоп-туризму України	26
2.6. Технологічний аналіз та приклад шоп-туру відповідно до стандарту ГОСТ 28681.1–95	30
2.7. Перспективи розвитку екологічного шоп-туризму в Україні	34
РОЗДІЛ 3	35
Організаційно-економічні особливості створення шоп-турів	35
3.1. Основні етапи розробки шоп-туру	35
3.2. Маркетинг і просування шоп-турів	39
3.3. Вартісна структура шоп-турів	42
3.4. Оцінка ефективності організації шоп-турів	44
3.5. Інноваційні підходи до організації шоп-турів	47
3.6. Ризики в організації шоп-турів та шляхи їх мінімізації	49
3.7. Власна розробка шоп-туру: «Fashion Weekend у Будапешті»	53
3.8. Екологічний вплив та заходи для його зменшення	61
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	