

**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 _туризм_
(назва освітньої програми)

на тему: «Шляхи покращення організації круїзного туризму на прикладі
туристичної фірми»
(назва теми)

Виконавець:
студент _4 курсу_13 групи_
факультету туризм
Пріць Оксана Мирославівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:
___к.Г.Н., доцент_
(науковий ступінь, вчене звання)
_____Ярьоменко С.Г.____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми: «Шляхи покращення організації круїзного туризму на прикладі туристичної фірми»

Мета дослідження: удосконалення роботи турфірми в круїзному сегменті ринку туристичних послуг, що означає знаходження ніші, оптимально відповідної наявним ресурсам і вилучення максимального прибутку при мінімумі витрат.

Завдання дослідження:

- описати поняття круїзного туризму та його організаційні аспекти;
- дослідити операційну діяльність тур підприємства;
- проаналізувати конкурентне середовище тур підприємства і профіль споживачів підприємства ТОВ «Чорноморські екскурсії»;
- запропонувати маркетингові заходи з просування продукту круїз тур, розробка нових продуктів для організації круїзного туризму акваторії Одеської області;
- обґрунтувати необхідність розширення асортиментних пропозицій тур підприємства;

Об'єкт дослідження: процес надання послуг туристичного підприємства у сегменті круїзного туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та науково-методичні основи організації круїзного туризму та вивчення особливостей діяльності підприємства туризму у даному сегменті індустрії туризму.

Методи дослідження: Порівняльний аналіз, дедукційний і індукційний аналіз, статистичний аналіз.

Інформаційна база дослідження: Підручники та посібники за тематикою дослідження, статистичні щорічники CLIA, ЮНВТО, річні звіти туристичного підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки. Основний зміст викладено на 77 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 11 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

Розділ 1. «Теоретико-методологічні основи поняття круїзного туризму»

Сформульовано поняття круїзного туризму, розглянуті його основні сутнісні характеристики, та місце у світовій економіці; проаналізовані основні тенденції розвитку сучасного круїзного туризму, та запропоновано підходи щодо покращення рівня організації круїзного туризму для споживачів.

Туризм – одна з найбільш сталих складових світової економіки, яка за останні десятиріччя має стабільні (в середньому 5% на рік) темпи зростання і не зазнає коливань попиту/пропозиції, тому вважається одним з найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку.

Круїзний туризм – є найбільше універсальним його видом, оскільки в нього входять такі його різновиди, як: сімейний, молодіжний, для людей похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, спортивний, релігійний, зелений, підводний, пригодницький.

Сучасна круїзна індустрія - це глобальна галузь економіки, безпосередньо включає в себе перераховані вище сектора економіки, опосередковано інтегрована з такими секторами, як: суднобудування, металургійна промисловість, важке машинобудування, легка промисловість, нафтовидобувна і нафтопереробна промисловість, ІТ – технології, харчова промисловість, транспорт.

Безпосередньо організація круїзного подорожі включає в себе наступні сектори економічної діяльності: готельний бізнес, ресторанний бізнес, туристичний бізнес, а саме, екскурсійне обслуговування, ігровий бізнес, роздрібна торгівля, шоу бізнес.

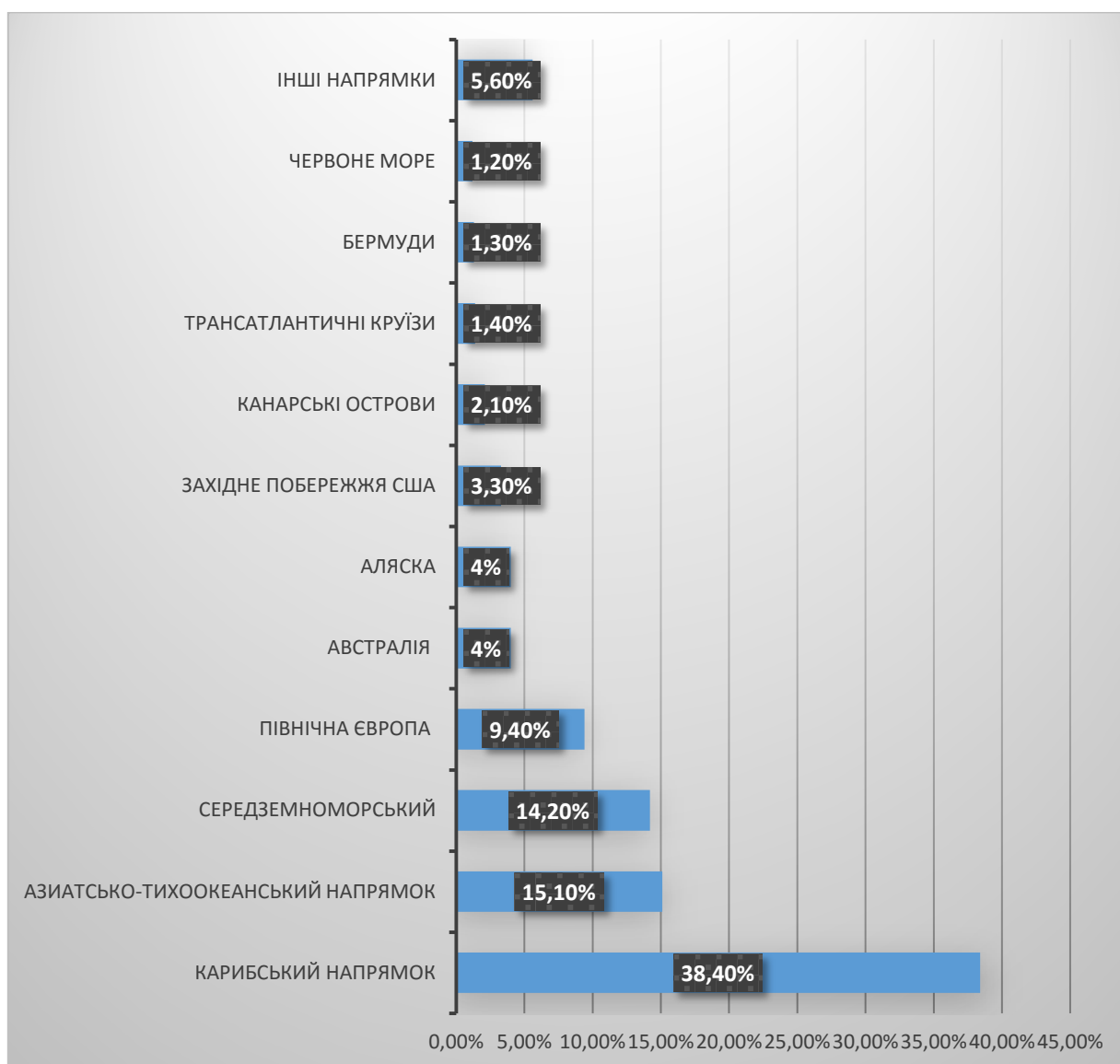
Станом на кінець 2018 року світове круїзна індустрія експлуатує 314 суден загальної пасажирської місткістю 537 000 місць.

За 2018 рік світовим круїзним флотом було перевезено 26 000 000 пасажирів, що на 3,3% більше, ніж в 2017 році. Всього в світі налічується 1 200 круїзних портів.

За прогнозами Всесвітньої туристичної організації 2017 року (UN WTO) за наступне десятиліття світовий круїзний флот збільшиться на 86 суден, що складає 22%. Кількість пасажирів в 2027 році збільшиться на 48% і складатиме 39,6 мільйонів осіб.

У 2019 році дохід круїзної індустрії складе 60 000 000 000 доларів США.

Не існує жодної водойми, на якій не можливе судноплавство, де би не була організована круїзна подорож, навіть на Великих Озерах, та річці Амазонка. У 2018 році сегментація круїзних напрямків виглядає наступним чином:



В дослідженні також вказано щорічне зростання кількості туристів на кожному напрямку.

За класами суден та рівню послуг, що надаються ділять круїзні подорожі на наступні категорії: сучасні, преміум, бюджетні, люкс, нішеві.

Динаміка розвитку маркетингових категорій круїзних туристичних продуктів
у 2013-2018 рр., %

Категорії	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Стандарт	76,0	76,2	76,0	76,0	74,8	69,3
Преміум	14,7	15,2	16,0	15,9	16,5	21,0
Бюджетні	5,0	4,5	4,0	3,7	4,0	4,9
Загальні показники масового сегмента	95,7	95,9	96,0	95,6	95,3	95,2
Люкс	1,6	1,5	1,5	1,8	1,7	1,9
Нішеві	2,7	2,6	2,5	2,6	3,0	2,9
Нішеві загальні показники	4,3	4,1	4,0	4,4	4,7	4,8

Щодо економічних моделей, у масовому сегменті, чітко простежується олігополія. Ринок поділений між двома транснаціональними корпораціями: «Карнівал Крузез» і «Роял Каріббеан Інтернешнл».

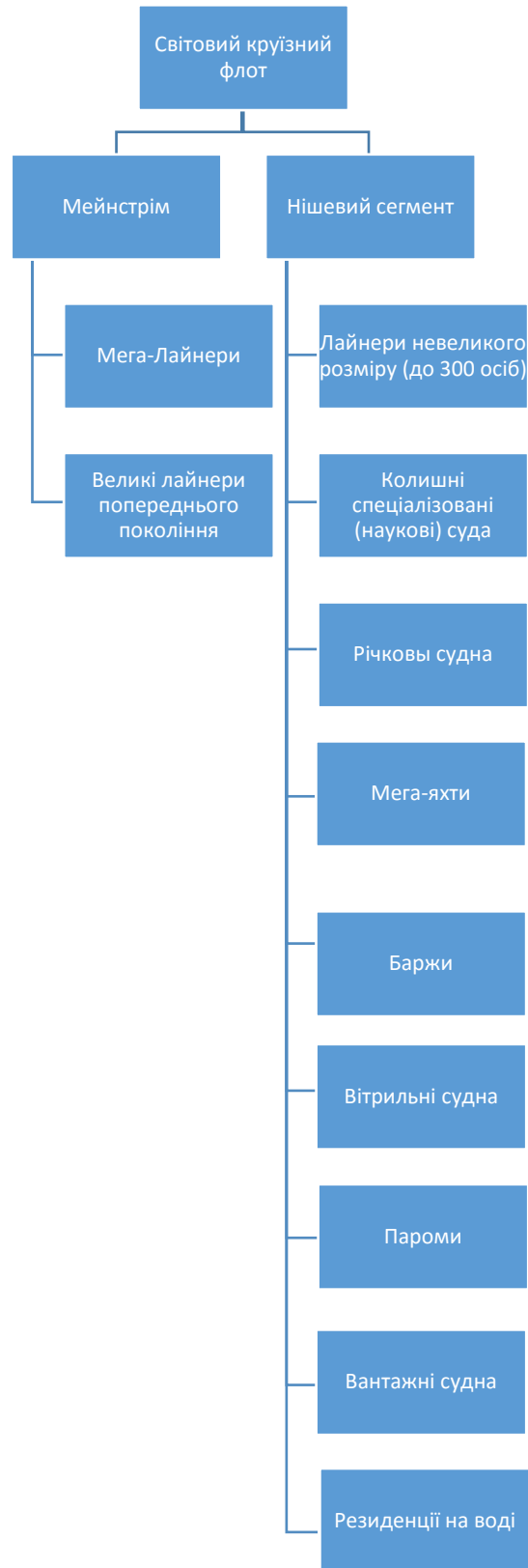
У цих корпорацій схожий флот: мега-лайнери. Ціна на круїзи відрізняється на одиниці доларів. Для своїх основних брендів: «Роял Каріббеан Круз Лайн» і «Карнівал Круз Лайн» організують приблизно однакові маршрути географічно і за тривалістю.

Спільно ці корпорації володіють 145 судами, на борту яких розміщуються одночасно 345 000 пасажирів, що становить 46,1% світового круїзного флоту, і 64,2% від загальної кількості круїзних туристів, відповідно.

Різниця між цими корпораціями полягає тільки в способі інвестицій прибутку. «Карнівал» скуповує круїзні компанії і бренди, а «Роял Каріббеан» інвестує в портову інфраструктуру.

У нішевому круїзному сегменті - монополістична конкуренція. Кожен бренд має власні відмінні риси і свою постійну клієнтуру. Круїзні компанії формують свій унікальний продукт, який відповідає інтересам і вимогам досить вузького кола клієнтів. Наприклад, прихильників арктичних подорожей, або антарктичних.

За типами суден, на яких здійснюються сучасні круїзні подорожі, їх можна класифікувати **ТАКИМ** ЧИНОМ:



Необхідною вимогою підвищення якості послуг у туристичних підприємствах є дотримання таких принципів:

- дотримання основних і найбільш важливих для сфери туризму принципів сучасного сервісу;
- максимальна відповідність послуг, що надаються вимогам споживачів і характеру споживання;
- нерозривний зв'язок сервісу з маркетингом, його основними принципами і завданнями;
- гнучкість сервісу, його спрямованість на облік мінливих вимог ринку, переваг споживачів турпослуг;
- економія часу клієнта.

Розділ 2. «Аналіз діяльності підприємства ТОВ «Чорноморські екскурсії» у сфері туристичного бізнесу»

Проаналізовано економічну та господарську діяльність компанії ТОВ «Чорноморські Екскурсії», надана характеристика підприємства, його організаційна структура, зазначено основний напрямок діяльності: організація екскурсійного обслуговування іноземних круїзних суден в портах чорноморського узбережжя.

Операційний аналіз діяльності підприємства показав, що інтенсивний його розвиток пов'язаний правильно вибраною економічною та маркетинговою моделлю та виводом на ринок інноваційного продукту.

Економічна модель була вибрана на основі вивчення внутрішніх факторів та особливостей чорноморського круїзного регіону, та аналіз конкурентного середовища.

Внутрішні особливості чорноморського регіону:

- Обмеження щодо висоти круїзних суден через параметри мосту через Босфорську протоку, у свою чергу, обмежують кількість круїзних суден, спроможних заходити до Чорного моря за їх розміром.
- Нетранзитність Чорного моря потребує цікавого туристичного продукту, оскільки судна «змушені» заходити до Чорного моря «навмисне».
- Великі судна потребують великих портів із розвинутою інфраструктурою. Таких портів по Чорному морі – 7: Варна (Болгарія), Констанца (Румунія), Одеса (Україна), Ялта, Севастополь, Новоросієськ, Сочі (Росія).
- Невеличких портів на чорноморському напрямку – 8: Несебр (Болгарія), Євпаторія, Феодосія, Керч (Росія), Батумі (Грузія), Трабзон, Синоп, Самсун (Туреччина). Разом з великими портами вони ідеально підходять для обслуговування невеличких круїзних суден класу люкс та нішевої категорії.
- Чорне море називають «Перехрестям цивілізацій», тому в історико-культурному плані йому немає рівних у світі: подорож

аргонавтів (Колхіда – це сучасна Грузія), світовий потоп (Ноев ковчег дійшов до гори Арарат (Туреччина), проповідь христових апостолів (Грузія), Граф Дракула (Румунія) найдревніше в світі золото (Болгарія), Кримська війна (Україна), країна Амазонок (Туреччина) та багато інших.

Також було проаналізоване конкурентне середовище, яке складалось із трьох компаній на різних етапах власного життєвого циклу. Основним видом конкурентної боротьби між ними був демпінг, тому ситуація підходила до кордону того, що вихід на ринок був дуже ризикованим через занадто низькі ціни на продукт.

Вивчення перелічених чинників вплинуло на вибір власної економічної та маркетингової моделі: монополістичної конкуренції. Розробка інноваційного туристичного продукту дозволила вилучити більше прибутку. Серед нових екскурсій найбільше популярними були:

- «Подорож крізь часи» (Несебр, Болгарія).
- «Етнографічна Варна» (Варна, Болгарія).
- «Єврейська спадщина» (Одеса, Україна).
- «Романови у Криму» (Ялта, Україна).
- «Дегустація вин Магарача» (Ялта, Україна).
- «Кримська війна» (Севастополь, Україна).

Також інтенсивний розвиток компанії відбувався завдяки роботі в двох напрямках:

- Залучення нових клієнтів;
- Розширення діяльності на інші порти чорноморського узбережжя.

Головною слабкою стороною економічної та маркетингової стратегії ТОВ «Чорноморські Екскурсії» - стала дуже вузький та єдиний напрямок економічної діяльності. А саме – екскурсійне обслуговування круїзних суден.

Тому, через анексію Криму перед компанією виникла загроза припинення діяльності.

При пошуках нового напрямку діяльності у сфері круїзного туризму було розглянуто два напрямки:

1. Турагентська діяльність.
2. Туроператорська діяльність.

Було проведено опитування споживачів круїзного туризму, ціллю якого, було визначити зацікавленість у короткотривалих турах по узбережжю Чорного моря в межах України. Більшість рецензентів дали позитивний відгук на запропонований новий продукт.

Тому остаточно ТОВ «Чорноморські Екскурсії» вибрало напрямок туроператорської діяльності. А саме організація міні-круїзів на яхтах за маршрутом «Одеса-Вілково».

Розділ 3. «Напрямки удосконалення організації круїзного туризму»

Запропоновано:

- Вивчення зовнішнього ринку з метою оцінки існуючого туристичного продукту задля підготування власного, спираючись на свою клієнтську базу.
- Вивчення внутрішнього ринку із ціллю визначення власної цільової аудиторії, її інтересів, соціального рівня, та географічного розташування.
- Вивчення конкурентного середовища з метою правильного входження на ринок, оцінка бар'єрів для входу в ту, чи іншу нішу.
- Визначення свого географічного положення з метою визначення та розробки собівартості продукту.
- Комплексний підхід до власного продукту. Пакетні пропозиції. Додати до пропозиції передкруїзне, та посткруїзне обслуговування, оскільки багато людей воліють ознайомитися також і з портом зміни пасажирів.
- Сьогодні багато людей самостійно розробляють свої подорожі. Якісна порада працівників компанії, щодо вибору житла, або екскурсій, навіть, якщо компанія не зароблятиме на цьому, позитивно впливає на імідж компанії.
- В умовах глобалізації та швидкого розвитку інформаційних технологій – постійно проводити заходи із підвищення кваліфікації персоналу.
- Постійний моніторинг зовнішнього ринку з метою вивчення нових продуктів та пропозицій, тому що нові продукти виникають майже щоденно.
- Постійний моніторинг внутрішнього ринку та вивчення конкурентного середовища, щоб не дозволити себе обійти конкурентам, та не загубити своє місце на ринку.
- Для фінансово потужних компаній – підписувати прямі агентські договори з організаторами круїзних компаній, з готелями у портах зміни пасажирів з метою зниження собівартості кінцевого продукту, оскільки для турагентів вартість продукту є важливим показником конкурентоспроможності компанії.

- Постійно впроваджувати нові заходи, щодо реклами своєї компанії з метою бути помітними на тлі конкуруючих компаній.
- Консолідувати зусилля з державними установами, та компаніями, зацікавленими у власному просуванні на міжнародному рівні, участь у маркетингових проектах та асоціаціях, оскільки це зменшує витрати на власну рекламу та робить загальну позицію компанії потужнішою та надійнішою.

Щодо покращення діяльності ТОВ «Чорноморські Екскурсії», було розроблено два оригінальні маршрути: «Вилково під вітрилами» та «Мандри Дунаєм».

Для грамотної розробки турів було проведено підрахунок постійних витрат підприємства, що допомогло визначити беззбитковість пропонуваніх турів.

Калькуляція постійних витрат для турів та екскурсійних програм ТОВ
«Чорноморські екскурсії»

Найменування	Сума, грн
Постійні інвестиційні витрати	
Ліцензія на туроператорську діяльність	900
Оформлення документів	750
Реклама	5235
Додаткові основні засоби	10 000
Всього витрат	16 885
Постійні експлуатаційні витрати (щорічно)	

Заробітна плата	32 000
Менеджер	23 000
Бухгалтер	9 000
Відрахування на соціальні заходи (22% ФОТ)	7 040
Страховий платіж за фінансову гарантію туроператору	3 300
Оплата послуг зв'язку	450
Додаткова амортизація	600
Всього витрат	43 390
Всього інвестиційних та експлуатаційних витрат	60 275

За свідченнями таблиці, у показниках постійних витрат переважають постійні експлуатаційні витрати. До постійних інвестицій доречно включити витрати на рекламу, вартість туроператорської ліцензії, додаткові основні засоби. Таким чином, постійні інвестиційні витрати складають 16 885 грн. До постійних інвестиційних витрат треба додати заробітну платню з розрахунку на рік додатковому робітнику, доплату бухгалтеру, відрахування на соціальні заходи то додаткову амортизацію. Після розрахунків, сума експлуатаційних витрат склала 43 390 грн. Всього постійних витрат вийшло – 60 275 грн.

1 тур: «Вилково під вітрилами»

1 день

7:00 – Відхід яхтою з чорноморського яхт-клубу.

Перехід з Одеси до Вилково займає одну добу, тож під час мандрівки відпочинок під вітрилами яхти, стрільба по тарілках, купання у відкритому морі, сонячні ванни та спостереження за природою навколо. Харчування на борту.

2 день

3:00-5:00 – Буде зупинка на місці, де перетинаються шляхи з іншими судами, то буде можливість порибалити.

7:00 – Прибуття до Вилково, сніданок на борту яхти.

10:00 – Знайомство з гідом. Перша зустріч с містом проходить на березі Дунаю, напроти Румунського острова Летя.

11:00 – Пішохідна екскурсія по старій частині міста з відвідуванням ериків – каналів, знайомство з старообрядцями, їх культурою, релігією та особливостями побуту корінного населення краю.

12:00 - Водна екскурсія по гирлах Кілійське, Очаківське, Анкудінове.

13:30 – Прибуття до комплексу зеленого туризму «Пелікан». Вільний час.

14:00 – Пікнік з ухою і рибою-дунайкою на кострі, саламуром та вином «Новак».

16:00 – Перехід до курортної зони. Вільний час.

19:00 – Вечеря.

3 день

9:00 - сніданок в тростинному павільйоні на березі річки.

10:00 - водна екскурсія з відвідуванням символічного «0» км Дунаю і заповідного узмор'я, старообрядницького селища Анкудінове.

13:00 – Обід на борту яхти і від'їзд з Вилково.

Виходячи з очікуваного контингенту туристів та досвіду роботи на ринку туристичних послуг, вважаємо реальним встановити рентабельність за послугами, що пропонуємо на рівні 10 %.

Розрахунок витрат на тур «Вилково під вітрилами» на 1 людину, 1 доба

Найменування змінних витрат	Ціна, грн
Оренда транспортного засобу (парусна яхта):	
- заробітна платня екіпажу	3900
- стоянка	
- пальне	
Екскурсійне обслуговування	41,6
Харчування	150
Страхування	3
Всього витрат	4 094,6
Частка постійних витрат на 1 екскурсанта	19,3
Повна собівартість	4 113,9
Прибуток (10%)	411,3
Роздрібна вартість	4 525,2

Використовуючи дані таблиці, розраховано обсяг послуг для туру «Вилково під парусом», який забезпечуватиме беззбитковість роботи ТОВ «Чорноморські екскурсії», а також побудовано графік беззбитковості.

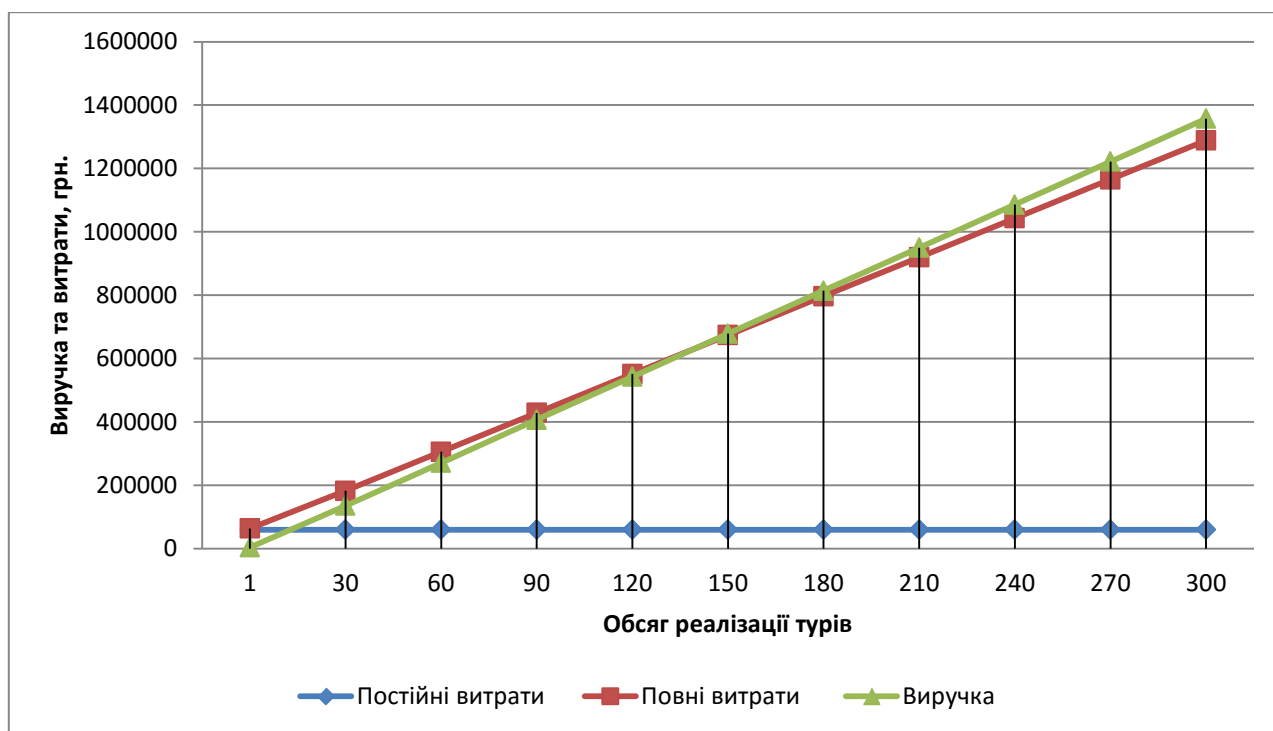
Для початку розраховано точку беззбитковості за формулою:

$$\text{ТБП} = \text{ПВ} / (\text{Ц} - \text{ЗВ})$$

$$\text{ТБП} = 60275 : (4525,2 - 4094,6) = 60275 : 430,6 = 140 \text{ шт.}$$

Таким чином, для уникнення збитковості ТОВ «Чорноморські екскурсії» мають продавати 140 запропонованих турів за три місяці. У випадку перевищення реалізації визначеної кількості турів підприємство буде отримувати прибуток, а при реалізації меншої кількості – понесе збитки.

Побудовано графік беззбитковості для даного туру.



Графік беззбитковості туру «Вилково під парусом»

2 тур: «Мандри Дунаєм»

1 день

17:00 – відправлення з Одеського яхт-клубу на моторній яхті

Перехід з Одеси до Вилково займає 15 годин, тож під час мандрівки відпочинок під вітрилами яхти, стрільба по тарілках, купання у відкритому морі, сонячні ванни та спостереження за природою навколо.

2 день

8:00 – прибуття до Вилково.

9:00 – Сніданок на борту яхти.

10:00 – Знайомство з екскурсоводом. Перше, що чекає вас у Вилково - водна екскурсія з відвідуванням символічного «0» км Дунаю і заповідного узмор'я, старообрядницького селища Анкудінове.

14:30 - Рибальський пікнік з дунайської юшкою, приготовленою на дровах, з місцевим вином, фіточаєм з дров'яного самовара на острівній зеленій садибі «КВАКЕНБУРГ».

16:00 – Експерсія по садибі «КВАКЕНБУРГ». Вільний час.

19:00 – Вечеря.

3 день

8:00 - сніданок в тростинному павільйоні на березі річки.

10:00 - Пішохідна експерсія по старій частині міста з відвідуванням єриків – каналів, знайомство з старообрядцями, їх культурою, релігією та особливостями побуту корінного населення краю.

12:00 - Водна експерсія по гирлах Кілійське, Очаківське, Анкудінове.

13:30 – Пікнік з шашликом і місцевим вином.

15:00 – Вільний час.

17:00 – Від'їзд з Вилково.

Розрахунок витрат на тур «Мандрі Дунаєм» на 1 людину, 1 доба

Найменування змінних витрат	Ціна, грн
Транспорт (моторна яхта):	
- Стоянка	
- Паливо	11 700
- Заробітна платня екіпажу	
Експерсійне обслуговування	41,6
Харчування	150
Страхування	3

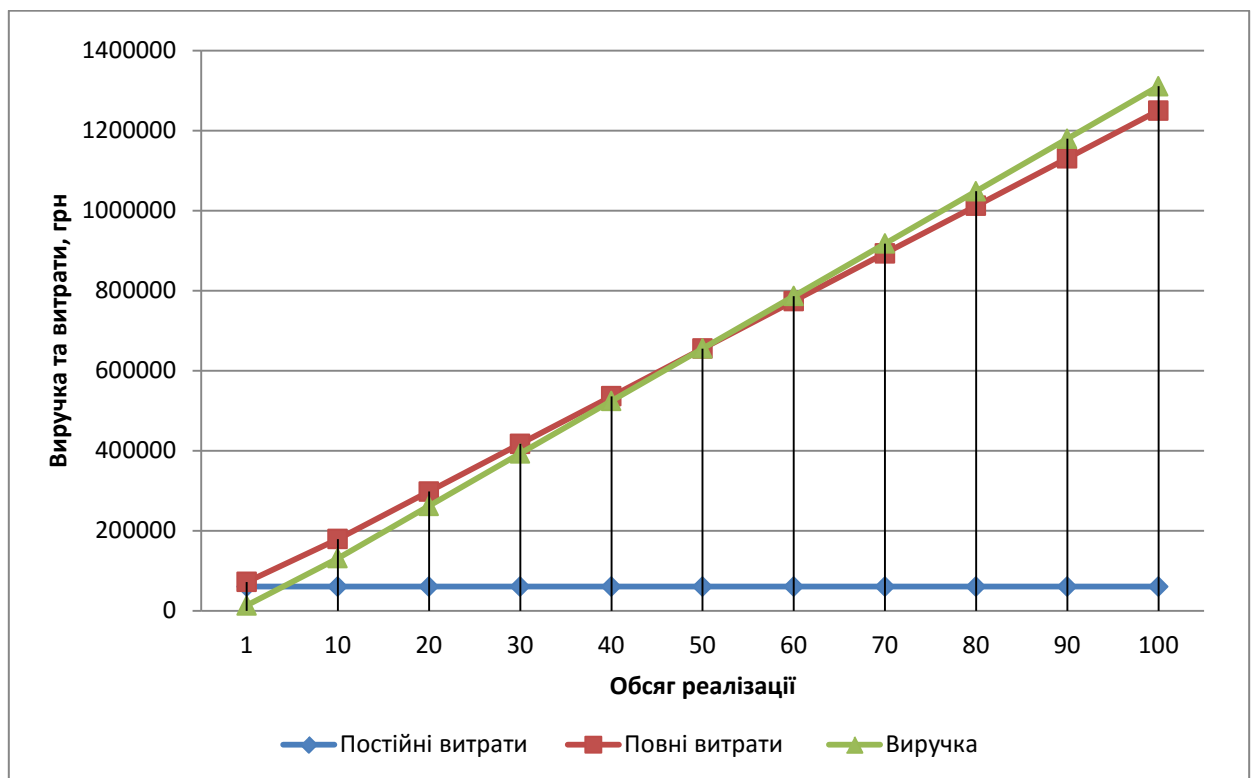
Всього витрат	11 894,6
Частка постійних витрат на 1 екскурсанта	19,3
Повна собівартість	11 913,9
Прибуток (10%)	1 191,4
Роздрібна вартість	13 105,3

Розраховано і побудовано графік безбитковості для туру «Мандри Дунаєм», використовуючи формулу з попереднього розрахунку.

$$\text{ТБП} = 60275 : (13105,3 - 11894,6) = 60275 : 1210,7 = 50 \text{ шт.}$$

ТОВ «Чорноморські екскурсії» мають реалізувати не менше 50 турів «Мандри Дунаєм» для того, щоб уникнути збитків. Для отримання прибутку, в свою чергу, потрібно продати більше розрахованої кількості турів.

Побудовано графік безбитковості по одному туру.



Графік безбитковості туру «Мандри Дунаю»

Отже, виходячи з розрахунків безбитковості для ТОВ «Чорноморські екскурсії», можна зробити висновок, що запропоновані тури з мінімальною виручкою у 10% не є ефективними у збільшенні прибутків підприємства. Тому, пропонуємо декілька варіанті вирішення цієї проблеми: розробка більшої кількості турів схожого напрямку, підвищити відсоток виручки з кожної подорожі до 20-30%, розробити окремий список додаткових послуг, за рахунок яких, можна буде побільшити прибуток з кожного реалізованого туру.

Висновки

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Туризм у сучасному світі є галуззю економіки, яка розвивається найбільш потужно і стрімко.
2. Круїзний туризм є найбільш універсальним видом туризму та стає лідером у галузі в світі.
3. У круїзній галузі існує потужна конкуренція, тому досконале вивчення світового круїзного ринку та внутрішніх особливостей стає вкрай важливим.
4. Вивчення вимог споживачів та конкурентного середовища є важливим чинником для визначення власної економічної та маркетингової моделі майбутньої компанії.
5. Туризм, зокрема круїзний, також є однією з найбільш вразливих галузей економіки, тому компанія повинна мати декілька суміжних напрямків своєї діяльності.
6. Крім постійного контролю якості обслуговування, в умовах глобалізації економіки компанія повинна постійно вивчати нові засоби реклами, щоб бути помітним на тлі світової конкуренції.
7. Компанія також повинна постійно розвивати та покращувати свій туристичний продукт через світову конкуренцію.
8. Задля того, щоб бути сильніше компаніям потрібно консолідувати зусилля у просуненні свого продукту із державними організаціями, із суміжними, та, навіть із конкуруючими.

АНОТАЦІЯ

Пріць О.М. «Шляхи покращення організації круїзного туризму на прикладі туристичної фірми»

дипломна робота на здобуття освітнього рівня бакалавра зі спеціальності
242 Туризм

за програмою «Економіка та управління туризмом»

Одеський національний економічний університет

м.Одеса, 2019 рік

Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів основної частини, висновків, додатків та списку використаних джерел.

Об'єктом дослідження є шляхи організації роботи туристичної фірми, що займається обслуговуванням круїзних суден в умовах конкуренції, та покращення організації роботи шляхом розвитку нових напрямлень.

Предметом дослідження виступає процес покращення організації діяльності ТОВ «Чорноморські Екскурсії» шляхом введення нових круїзних турів.

Проаналізовано стан фінансово-господарської діяльності ТОВ «Чорноморські Екскурсії» за 2016 – 2018 роки. Аналізується успішне виведення інноваційного туристичного продукту на ринок в умовах демпінгової конкуренції та впровадження нової для існуючого ринку економічної та маркетингової моделі.

Запропоновано та обґрунтовано провадження двох нових круїзних турів за маршрутом «Одеса – Вилково» на моторній та парусній яхтах. За результатами дослідження підрахована економічна доцільність застосованих продуктивних інновацій, проаналізовано структуру та обсяг необхідних витрат, визначені точки беззбитковості турів.

Ключові слова: круїзний туризм, ефективність господарської діяльності, рентабельність, монополістична конкуренція, калькулювання витрат, точка беззбитковості, постійні і змінні витрати, світова круїзна індустрія.

ANNOTATION

Prits O.M. "Ways of Improvement the Organization of Cruise Tourism Activity (on the example of a travel company)"

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 Tourism for the educational program 'Economy and Tourism Management'

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The work deals with the theoretical aspects of development and principles of the modern cruise industry.

Thesis consists of introduction, three sections of the main part, conclusions, annexes and list of information sources used.

The object of the study is the ways of organizing the work of a travel company engaged in the maintenance of cruise ships in a competitive environment, and improving the organization of work through the development of new directions.

The subject of the research is the process of improving the organization of the activities of "Black Sea Tours", Inc. by introducing new cruise tours.

The state of financial and economic activity of "Black Sea Tours", Inc for 2016-2018 was analyzed. The successful outlet of the innovative tourism product to the market in the conditions of dumping competition and the introduction of a new for the existing market of economic and marketing model were analyzed.

The two new cruise tours on the route "Odessa - Vilkovo" on motor and sailing yachts were proposed and grounded. According to the results of the study, the economic expediency of applied product innovations has been calculated, the structure and amount of necessary expenditures have been analyzed, the break-even points of the tours have been determined.

Keywords: cruise tourism, efficiency of economic activity, profitability, monopolistic competition, cost calculation, break-even point, fixed and variable costs, world cruise industry.