

**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)

на тему: **«УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПЛЯЖНО-
КУПАЛЬНОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА)»**
(назва теми)

Виконавець:

студент 4 курсу факультету
міжнародної економіки

Дроздовський Денис Андрійович

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

К. Г. Н. _____

(науковий ступінь, вчене звання)

Ярьоменко С. Г. _____

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Одним із важливих напрямків міжнародного і внутрішнього туризму залишається відпочинок та оздоровлення. Наявність відповідних природно-кліматичних та ресурсних чинників, відповідної інфраструктури дозволяє розвивати лікувально-оздоровчий, пляжно-купальний туризм, пізнавальний тощо. Україна є однією з країн Європи, що має оптимальні умови для відпочинку різних категорій споживачів, відповідну інфраструктуру. Крім цього, динамічні зміни у внутрішньому туризмі, розширення ринку для пропозицій є базою для формування пропозицій підприємств туристичної галузі, що тривалий час займались виїзним туризмом, звернути увагу на приваблення внутрішніх туристів.

З огляду на це, актуальним є вивчення особливостей розвитку пляжно-купального туризму, що є масовим видом відпочинку, а також важливою складовою туристичного ринку Одеського регіону. Даний вид туризму комбінується з іншими напрямками туризму, як пізнавальний, спортивний, оздоровчий, лікувальний, і це дозволяє моделювати різні продукти для кожного сегмента споживачів. Тому даний напрямок вивчення та дослідження є актуальним і може бути продовженим у наступних публікаціях та дослідженнях.

Мета дослідження – розробка пропозицій щодо удосконалення організаційних аспектів надання послуг пляжно-купального туризму туристичного підприємства.

Завдання дослідження:

- описати поняття пляжно-купального туризму та особливості його організації;
- дослідити методологічну основу вивчення пляжно-купального туризму, формування нового продукту даного виду туризму;
- проаналізувати діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел»;

- запропонувати автоматизацію робочого місця менеджера туристичного підприємства, нову асортименту лінію продуктів пляжно-купального туризму;

- обґрунтувати упровадження нового туристичного продукту на основі вивчення потреб споживачів та ринку туристичних послуг відповідних конкурентів.

Об'єкт дослідження – процес удосконалення надання послуг пляжно-купального туризму.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні підходи щодо удосконалення організації надання послуг туристичного підприємства.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження складає комплекс загальнонаукових методів: сходження від конкретного до абстрактного, аналізу та синтезу, загального взаємозв'язку, розвитку, історичності, об'єктивності, цілісності. Для обробки та аналізу інформації використовувалися комп'ютерні програми Microsoft Word і Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових публікацій та періодичних видань, звітна та внутрішня інформація підприємства «Атлантик тревел».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та без додатків. Загальний обсяг роботи становить 70 сторінок. Основний зміст викладено на 66 сторінках. Робота містить 24 таблиць, 18 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ПЛЯЖНО-КУПАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ**» визначено сутність поняття «рекреаційна діяльність», «купально-пляжна рекреація», а також дано визначення поняття «пляжно-купальний туризм». У роботі зазначаються природно-рекреаційні фактори,

що безпосередньо впливають на розвиток даного виду туризму. Також вивчено особливості формування туристичного продукту, необхідну інфраструктуру для забезпечення надання комплексу послуг з пляжно-купальної рекреації, а також потенціал розвитку туризму в Одеському регіоні.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ»** проведено аналіз туристичного підприємства, конкурентне середовище, профіль споживача. Визначено, що споживачі очікують нових туристичних продуктів, а для конкурентної боротьби необхідно вдосконалювати інструменти маркетингу для розширення сегментів споживачів та успішної конкурентної боротьби.

У третьому розділі **«ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПЛЯЖНО-КУПАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ»** запропоновано автоматизувати робоче місце менеджера з організації туризму, а також розроблено нові продукти пляжно-купального туризму. Обґрунтовано упровадження нової асортиментної лінії продуктів на туристичному підприємстві.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Туристична послуга є чітким поняттям, яке визначено законодавством та галузевими стандартами, проте має відмінності у реалізації на відміну від товару. Дана характеристика є перепорою для встановлення чітко визначених критеріїв рівня надання послуги і може мати об'єктивно-суб'єктивний характер.

2. Туристичний продукт розглядається як комплекс послуг, що надаються підприємствами сфери туризму та інших супутніх сфер економіки. Це ускладнює процес вивчення рівня надання послуги, оскільки у кожній

сфері можуть бути різні технології надання послуги, критерії її оцінки та норми. Будь-який туристичний продукт має кілька рівнів послуг.

3. Підвищення рівня надання послуги передбачається через призму дослідження задоволення потреби споживача, його ставлення до продукту та діяльності підприємства, оцінки персоналу у процесі обслуговування, сам туристичний продукт як по компонентні елементи послуги. Напрямами регулювання рівня є постійний моніторинг конкурентів, споживачів, а також внутрішній аналіз діяльності персоналу, економічного стану тощо.

У другому розділі розглянуто діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел» та середовище функціонування, досліджено споживачів, що дає зробити висновки:

4. Досліджуване туристичне підприємство має тривалу історію функціонування, широкий спектр продуктового асортименту комплексу послуг, організаційно-економічні характеристики говорять про динаміку розвитку підприємства.

5. Визначення конкурентних позицій туристичного підприємства виявило, що за багатьма показниками підприємство лідирує, проте є проблеми у комунікаційному аспекті, а також реагуванні підприємства на запити споживачів. Крім цього, нами визначено, що підприємству треба приділити увагу зв'язкам з громадськістю та створити платформу для постійного контакту з клієнтами за рахунок електронних систем, Інтернет тощо.

6. Дослідження споживачів підприємства показало, що очікування надання рівня послуги на підприємстві вищі фактично, що позитивно сприймається споживачами.

7. Маркетинговий аналіз споживачів зазначив, що переважна більшість споживачів мають претензії щодо цінової політики підприємства, вартості перевезення, коливання курсу валют, що у цілому має зовнішній характер, а не ситуацію на конкретному підприємстві.

8. На основі цього було зроблено ряд пропозицій, у тому числі, розробка нових продуктів у першу чергу територією України, розширення послуг, які б охопили широкий спектр споживачів.

У третьому розділі розглянуто шляхи удосконалення надання послуг, а саме:

9. Запропоновано кілька заходів: автоматизація робочого місця менеджера для скорочення витрат, які зросли у 2018 році та вплинули на балансовий прибуток підприємства. Крім цього, запропоновано підготовку працівників для подолання негативних показників комунікаційної роботи.

10. На основі запитів споживачів було запропоновано новий для підприємства туристичний продукт на території Одеської області, розраховано економічні показники для його впровадження.

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра
за спеціальністю «Туризм»

Дроздовського Дениса Андрійовича

«Удосконалення організації пляжно-купального туризму (на прикладі
туристичного підприємства)»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2019 рік

Випускна робота складається із трьох розділів.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти поняття туристичної послуги, елементи туристичного продукту, рівні туристичного продукту та підходи до аналізу рівня надання послуги туристичного підприємства. У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти туристичного продукту як комплексу послуг, що надається туристичним підприємством та підприємствами сфери туризму. У другому розділі проаналізовано діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел», особливості оцінки рівня надання послуги з позиції конкурентного середовища та споживачів. Проведено дослідження з формування профілю споживачів підприємства. У третьому розділі надано пропозиції щодо автоматизації робочого місця менеджера, підвищення підготовки персоналу та запропоновано новий для підприємства туристичний продукт.

Ключові слова: туристична послуга, туристичний продукт, рівні туристичного продукту, рівень надання послуги, туристичний оператор.

SUMMARY

Graduation work for obtaining an educational degree of a bachelor's degree

On a specialty "Tourism"

Drozdovsky Denys

Improving of seaside tourism (on example of tour agency)
Odessa National Economic University
Odessa, 2019 year

The final work consists of three sections.

The theoretical aspects of the concept of tourist service, elements of the tourism product, the level of the tourism product and approaches to the analysis of the level of provision of the tourist enterprise service are considered in the paper. The first section deals with the theoretical aspects of the tourist product as a complex of services provided by the tourist enterprise and enterprises of the tourism sector. The second section analyzes the activities of the tourist company Atlantic Travel, especially the assessment of the level of service delivery from the standpoint of the competitive environment and consumers. The research on formation of the profile of consumers of the enterprise was conducted. The third section provides suggestions for automating the manager's workplace, improving staff training and proposing a new tourist product for the company.

Key words: tourist service, tourist product, tourist product level, level of service provision, tourist operator.