

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Туризм»

за темою: Напрями вдосконалення діяльності бюро подорожей «Сім'я» по
просуванню туристичних послуг

Виконавець:

студентка ФМЕ

Кушніренко Валерія Олександрівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Нездоймінов Сергій Георгійович

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Подорожі та туризм сьогодні перетворюються в потужну галузь економіки. Високі темпи розвитку туризму за останні десятиріччя приводять до майже подвоєння персоналу приблизно кожні п'ять років, які зайняті у сфері туризму, і в півтора рази - витрат населення на туристські поїздки в світі. Туризм в Україні має гарні передумови розвитку, проте його виробництво та продаж послуг ще відстають від сучасних потреб.

Розвиток сучасного туристичного бізнесу та успіх підприємств даної галузі на економічній арені будь-якої країни світу базується на побудові чіткої й всебічно розвиненої системи туристичних послуг, яка характеризується диверсифікацією напрямів їх просування, чітким розмежування каналів збуту із визначенням стратегічного призначення та високою ефективністю напрямів просування туристичного продукту. Для успішного функціонування підприємств туристичного бізнесу необхідним стає впровадження технологій ефективного зв'язку з потенційним клієнтами та торговими посередниками, які наближають виробника туристичного продукту до його споживача. Його мета полягає у виявленні впливу на цільову групу, створенні таких вражень про товар чи послугу, які б спричинили зміни існуючих поглядів та вплинули на майбутню поведінку. Враховуючи нестабільний споживчий попит та постійні валютні коливання, туристичним підприємствам необхідно приділити значну увагу саме швидкому продажу власного туристичного продукту, який неможливо накопичувати та споживання якого обмежене у часі.

Актуальним стає впровадження сучасних технологій просування туристичних послуг на базі програмного продукту. Для системи просування важливо виокремити канали та засоби, за допомогою яких буде відбуватись просування туристичних послуг, враховуючи сучасні стрімкі зміни на туристичному ринку. Вагомий внесок у розвиток наукової думки щодо проблеми дослідження зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, І. В. Давиденко, С. Г. Нездоймінов, Т. І. Ткаченко та ін. У їх працях висвітлено сучасні засади просування туристичних послуг і запропоновано заходи формування інтегрованих системи

збуту. Не зважаючи на велику кількість публікацій щодо систем збуту туристичних послуг, дискусійним і недостатньо дослідженим залишається питання впровадження програмних продуктів Інтернет – маркетингу щодо просування туристичних послуг, удосконалення інструментів маркетингу комунікацій. Необхідним є проведення подальших досліджень щодо удосконалення просування послуг в схемі – «туроператор - туристичний посередник» та «туристичний посередник-споживач».

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою кваліфікаційної роботи є удосконалення процесу просування туристичних послуг в діяльності підприємств туристичного бізнесу.

Для досягнення мети поставлені і та розв'язані такі задачі:

- дослідити нормативно-правове забезпечення надання туристичних послуг споживачам;
- визначити рекламні і не рекламні методи в системі просування туристичних послуг;
- дослідити особливості просування туристичних послуг культурно-пізнавального туризму;
- надати загальну характеристику бюро подорожей «Сім'я»;
- проаналізувати господарську діяльність підприємства;
- дослідити стан маркетингової діяльності бюро подорожей «Сім'я»;
- розробити пропозиції щодо вдосконалення просування туристичних послуг бюро подорожей на засадах Інтернет-технологій;
- запропонувати заходи автоматизації бізнес – процесів організації продажу туристичних послуг бюро подорожей «Сім'я»

Об'єктом дослідження є формування заходів щодо удосконалення процесу просування туристичних послуг на прикладі бюро подорожей «Сім'я».

Предмет дослідження – є теоретично-методологічні й практичні аспекти процесу просування туристичних послуг підприємств туристичного бізнесу.

Методи дослідження. Для написання даної роботи були використані наступні методи дослідження: теоретичні узагальнення та формулювання висновків, ситуаційний аналіз, порівняльний аналіз, економіко-статистичні методи.

Інформаційна база дослідження. Інформаційну базу склали: наукові публікації та монографії вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правові документи України, матеріали наукових конференцій різних рівнів, статистичні збірники та офіційна інформація та звітні дані бюро подорожей «Сім'я»

Публікації та апробація результатів дослідження. Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді «Рекламні методи просування туристичного продукту» у збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», яка відбулася 15 квітня 2020 року в м. Одесі.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 68 сторінок, 11 таблиць, 12 рисунків, список використаних джерел з 34 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**» теоретичні та правові основи надання туристичних послуг споживачам, визначено рекламні і не рекламні методи в системі просування туристичних послуг, досліджено особливості просування туристичних послуг культурно-пізнавального туризму. Доведено, що зростаючий інтерес туристів до екскурсійного туризму спричинений зростанням кількості різновидів тематичних екскурсій і підвищення якості обслуговування.

У другому розділі «**АНАЛІЗ ФІНАНСОВО - ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БЮРО ПОДОРОЖЕЙ «СІМ'Я»**» надано загальну характеристику бюро подорожей «Сім'я», проаналізовано господарську діяльність підприємства, досліджено стан маркетингової діяльності бюро подорожей «Сім'я». Загальна характеристика фінансових результатів діяльності бюро подорожей «Сім'я» дозволила визначити те, що зменшення показників рентабельності говорить про зменшення кількості клієнтів та наданих туристичних послуг. Підприємство

зосередило свою діяльність на певному сегменті ринку туристичних послуг – екскурсійний туризм і намагається розвиватися у ньому.

У третьому розділі **«РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ БЮРО ПОДОРОЖЕЙ «СІМ'Я»»** було підтверджено необхідність використання засобів інтернет просування туристичних послуг. Бюро подорожей запропоновано використовувати продукт «Турмодуль для управління туристичним бізнесом. Туристичне агентство», який підвищує ефективність маркетингової діяльності з просування туристичних послуг. За нашими підрахунками, термін окупності програмного продукту складає 25 днів, а індекс рентабельності інвестицій дорівнює - 38,6.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши теоретико-правові та прикладні аспекти розвитку ринку екскурсійних послуг, господарську та маркетингову діяльність бюро подорожей «Сім'я», можна зробити такі висновки:

1. Встановлено, що основний законодавчий акт, який визначає загальні правові, організаційні, освітні та соціально-економічні основи реалізації державної туристичної політики, комплексно регулює туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності питань туристичного підприємництва, пропонує оптимальний рівень державного регулювання процес розвитку внутрішнього туризму - Закон України "Про туризм". Закон визначає принципи, мету, пріоритети та методи державного регулювання туристичної діяльності.

2. Встановлено, що надання туристичних та рекреаційних послуг у ринкових умовах повинно йти разом із захистом прав та інтересів споживачів та забезпеченням їх безпеки. Правову основу для цього забезпечує український закон "Про захист прав споживачів", який визначає права споживача на безпеку послуг з метою отримання необхідної інформації, гарантій та зобов'язань від постачальника послуг (підрядника).

3. Доведено, що просування продукції в Інтернеті ідеально підходить для залучення уваги і створення інтересу для потенційних покупців в секторі туристичних послуг..

4. Виявлено, що для розвитку культурно-пізнавального туризму та створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на світовому ринку Україні необхідні маркетингові дослідження.

5. За результатами аналізу фінансово-господарської діяльності бюро подорожей «Сім'я» зроблено висновок, що рентабельність підприємства як у 2018, так і у 2019 році більше одиниці. Це свідчить про те, що підприємство покриває витрати та отримує прибуток. Ця тенденція має негативну динаміку: у 2018 р. – 19,9, а у 2019 р.– 15 %. Рентабельність продаж у 2019 році зменшилась на 3,5 % порівняно з 2018 роком

6. Проведено аналіз маркетингової діяльності та встановлено, що комунікаційна політика підприємства не розрахована для використання масового маркетингу, йому підходить робота з маленьким сегментом ринку та застосування нішового маркетингу.

7. Бюро подорожей «Сім'я» пропонується для вдосконалення процесу просування послуг впровадження програмного продукту «Турмодуль Управління туристичним бізнесом. Програма для турбізнесу (туристичні агенції та туроператори)», який виконує функцію повноцінного паралельного механізму реалізації турпослуг.

8. За підрахунками, термін окупності програмного продукту складає 25 днів, а індекс рентабельності інвестицій дорівнює - 38,6. Результати розрахунків дозволяють зробити загальний висновок про те, що сучасні технології просування та продажу послуг на базі програмного продукту «Турмодуль для управління туристичним бізнесом. Туристичне агентство» підвищать ефективність маркетингової діяльності з просування туристичних послуг бюро подорожей «Сім'я».