МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

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: «Удосконалення організації надання послуг у туристичних підприємствах (на прикладі туристичного агентства «Форсаж-тур») »

Виконавець:
Студент ФМЕ
Малонога Анастасія Андріївна

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

Науковий керівник:
_____к.е.н._____
(науковий ступінь, вчене звання)
___Нєчева Наталя Валеріївна_____ _

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

ОДЕСА – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом XXI ст., тому що він є одним з найбільш динамічним і прибутковим серед усіх галузей світового господарства. Туристична діяльність безпосередньо впливає на близько 40 галузей економіки і 10-15% працездатного населення будь-якої країни: це ціла галузь, яка об'єднує навколо себе багато супутніх галузей, таких як пасажирські перевезення (авіа, авто та морські), сфера побутових, послуг (готелі, ресторани, пральні, розважальні заклади тощо), сувеніри та багато інших [5, с. 158].

Розвиток туризму є одним з критеріїв рівня розвитку країни і в цьому аспекті важливим є рівень розвитку інфраструктури відпочинку і туризму, а також забезпечення якості, доступності та конкурентоспроможності туристичних послуг.

Важливу роль у цьому процесі відіграють саме посередники на ринку туристичних послуг – туристичні агенти та туроператори, а ефективність організації їх діяльності впливає на туристичну галузь цілого регіону, що особливо актуально для туристично-орієнтованих регіонів – Києва, Львова, Одеси і тд.

Вагомий внесок у розвиток теорії організації надання послуг туристичних підприємств зробили такі дослідники як Артеменко О. І. [2],Бартошук О. В. [3],Білоцерківський О.Б. [4], Вергун Л.І. [5], Галасюк С. С. [6], Герасименко В. Г. [6], Ільєнко А.Ю. [22], Карягін Ю.О. [13], Кифяк В. Ф. [8], Маркіна І.А. [14], Миронов Ю. Б. [15], Нездоймінов С.Г. [17], Парфіненко А.Ю., Сорока С.П. [21], Стешенко О.Д. [22], Трегубов О. С. [24], Холодова О. О. [28], Чорненька Н. В. [29] та ін..

Вчені досить широко приділяють увагу вивченню питаньякості надання туристичних послуг, інформаційним технологіям в галузі туризму, особливостям регуляторної політики держави у сфері туризму, аспектам формування економічної стратегії розвитку туристичної галузі, напрямкам

формування ринку туристичних послуг тощо.

Однак, на сьогодні залишаються відкритими питання, пов'язані з розробкою теоретичних та практичних основ організації надання послуг у туристичних підприємствах, що зумовлює об'єктивну необхідність здійснення подальших досліджень в даному напрямку.

Метою є поглиблення вивчення засад теорії організації надання послуг туристичних підприємств та визначення основних напрямків підвищення ефективності надання послуг туристичного підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідне виконання наступних завдань:

– розглянути концептуальні основи формування та потенціал розвитку послуг туристичних підприємств в Україні;

– дослідити основні проблеми якості надання послуг туристичної галузі в сучасних умовах;

– розглянути особливості організації надання послуг туристичними підприємствами;

– дати загальну характеристику діяльності туристичного агентства «Форсаж-тур» у м. Одеса;

– проаналізувати механізму організації надання послуг ТА «Форсаж-тур» в системі формування та збуту туристичного продукту

– оцінити економічні показники як критерії ефективності організації надання туристичних послуг ТА «Форсаж-тур»;

– визначити основні напрямки удосконалення організації надання послуг туристичного підприємства;

– внести пропозиції з покращення сервісу та формування системи оцінки якості надання послуг ТА «Форсаж-тур».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел

та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 70 сторінок. Основний зміст викладено на 56 сторінках. Робота містить 6 таблиць, 6 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні аспекти надання послуг у туристичній сфері: основи розвитку та проблеми в сучасних умовах» розглянуто основні проблеми забезпечення надання послуг туристичної галузі в сучасних умовах , особливості організації надання послуг туристичних підприємствах .

У другому розділі «Оцінка ефективності організації надання послуг на туристичних підприємствах» розглянуто загальна характеристика туристичного агенства «Форсаж-тур», аналіз організації надання послуг туристичного агенства «Форсаж-тур» .

У третьому розділі « Пропозиції з покращення надання послуг туристичного агентства «Форсаж-тур» розглянуто основні напрямки удосконалення організації надання послуг туристичного підприємства, пропозиції покращення сервісу та формування системи оцінки якості надання послуг ТА «Форсаж-тур».

ВИСНОВКИ

1. Вивчення концептуальних основ формування та потенціалу розвитку послуг туристичних підприємств в Україні показало, що основними проблемами розвитку є військовий конфлікт на сході України, втрата частини території, недофінансування галузі та відсутність достатньої величини інвестицій.

2. Основними проблемами якості надання послуг туристичної галузі в сучасних умовах можна назвати наступні: недостатній рівень розвиненості мережі та об’єктів туристичної інфраструктури; невідповідність світовим стандартам мережі та об’єктів туристичної інфраструктури; низький рівень обслуговування, зумовлений низьким рівнем професійної кваліфікації персоналу туристичних підприємств; відставання темпів нормативно-

правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності.

3. До організаторів сфери туризму в Україні відносяться два види підприємств: туроператори і турагентства, головна відмінність між якими полягає в тому, що туроператори, крім діяльності по просуванню і реалізації туристичного продукту, займаються також його створенням.

Туроператори мають широкий спектр функцій, що дозволяє забезпечувати виробничо-обслуговуючу діяльність, а саме формувати тури. Головна роль турагентів полягає в реалізації турів, сформованих туроператорами – саме через них доводиться до споживача переважна більшість турів.

Процес взаємодії між туроператором і турагентом здійснюється згідно наступного механізму: формування публічної оферти туроператора → укладання договору між туроператором і турагентом → розсилка туроператором пропозиції у вигляді прайс-листів та рекламних матеріалів → замовлення турагентства на бронювання туристичного продукту → підтвердження замовлення туроператором і виставлення рахунку → оплата рахунку турагентом і передача туроператору документів туриста → отримання турагентом комісійної винагороди.

4. Туристичне агентство «Форсаж-тур» – це компанія, що входить до мережі турагентсв «На канікули». Має сприятливе географічне положення щодо транспортного сполучення та віддаленості від пам’яток культури, музеїв тощо.

Надає широкий спектр послуг серед яких як основні – реклама та реалізація турів українських туроператорів, так і додаткові – візовий супровід, страхування, оформлення проїзних документів тощо.

При роботі з клієнтами використовуються одні з найбільш ефективних систем резервування GDS Galileo та бронювання – Booking.com. Для підвищення конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг турфірма застосовує франчайзинг та власні програмні продукти.

5. ТА «Форсаж-тур» здійснює посередницьку діяльність з реалізації

туристичних продуктів туроператорів, туристичних послуг інших суб’єктів туристичної діяльності, посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.

Організацією турів займається персонал компанії, що пов'язаний з центральним управлінським апаратом туристичної мережі функціональними зв’язками. Організаційна структура фірми оптимальна, а штат турагентства укомплектований, однак посада асистента менеджера актуальна в залежності від інтенсивності роботи турагентства, функціональні обов’язки цієї посади може взяти на себе менеджер компанії у випадку оптимізації організаційної структури.

Турагентство має ефективну систему оплати праці – почасово-преміальну, що стимулює працівників до підвищення ефективності реалізації турів та виконання плану.Менеджери мають широкий спектр обов’язків, однак відсутні обов’язки зі зворотного зв’язку з клієнтами після завершення послуги. Не проводиться робота з пост-сервісного обслуговування, що обмежує доступ до інформації щодо недоліків організації процесу надання послуги. Тому ТА «Форсаж-тур» може програвати у конкурентній боротьбі за рівнем сервісу.

6. Оцінка аналіз економічних показників ТА «Форсаж-тур» за 2017-2018 рр. показала високий рівень ефективності організації надання туристичних послуг. Головними маркерами ефективності організаційної діяльності компанії можна вважати: зростання кількості клієнтів – в 2 рази, збільшення продажу турів – в 2 рази, окупність загальних витрат протягом року та зростання загальної рентабельності з 1,5% до 9,0 %.

Процес організації надання послуг компанії ТА «Форсаж-тур» сформований таким чином, що це призводить до підвищення економічних показників турагентства, розширення штату та зростання доходів його працівників, а також підвищення економічного потенціалу розвитку підприємства.

7. Для покращення організації роботи з клієнтами ТА «Форсаж-тур»

пропонуємо на основі зворотного зв’язку з клієнтами після завершення надання послуги розробити систему оцінки якості сервісу. Збір даних, або анкетування має проводитися реальними клієнтами і реалізовуватися у двох формах: електронній та документарній. На основі отриманих даних турагентство може створити власну систему оцінки якості організації надання туристичних послуг.

Для вирішення проблеми пошуку нових можливостей в організації та здійсненні туристичних поїздок необхідне створення загальної інформаційної платформи для обміну досвідом між турагентствами.

Формування зворотного зв’язку з клієнтом допоможе турагентсву усунути організаційні недоліки на кожному етапі надання послуги, а також удосконалити роботу персоналу, покращити психологічну атмосферу туру та підвищити рівень сервісного обслуговування; забезпечити високий рівень безпечності туру та обрати оптимальні варіанти засобів розміщення, харчування та транспортування; посилити конкурентні переваги та покращити імідж компанії.