

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(повна назва 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: **«ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНОЇ
ФІРМИ»**

Виконавець
студентка ЦЗВФН
Шмир Катерина Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Назаренко Ольга Василівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи пояснюється тими вимогами, які висувають нові умови господарювання до туристичних підприємств в Україні та світі. Крім того, актуальність обумовлена необхідністю ефективної та прискореної адаптації туристичних підприємств до конкуренції, що посилюється та до негативних змін в економічній ситуації в Україні. Вивчення та оцінка попиту населення на туристичні товари та послуги відноситься до числа основних питань економічних досліджень в сучасних умовах, що знайшли досить широке відображення в економічній літературі.

Однак, сучасні дослідження проблем вивчення попиту на туристичні товари та послуги не завжди можуть бути адаптовані в практичній діяльності підприємств через відмінності в тлумаченні базових понять, у виділенні основних напрямків дослідження попиту на туристичні товари. У зв'язку з цим, виникла необхідність у переосмисленні, систематизації наявних поглядів, думок і методик дослідження попиту з метою формування такого співвідношення попиту і пропозиції на туристичному ринку, яке б забезпечувало достатньо повне задоволення попиту потенційних клієнтів туристичних підприємств та забезпечувало би цим підприємствам стабільний ефективний розвиток.

Вивченню досліджуваної проблеми приділяли увагу такі вчені, як: Благун І.С., Гуренко В.І., Кудла Н.Є., Цибульський В.О., серед вчених кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету: Герасименко В. Г, Давиденко І.В., Нездоймінов С. Г.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення попиту на послуги підприємства туристичної сфери на прикладі туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс».

Для реалізації мети дослідження необхідно вирішити такі **завдання**:

- визначити сутність поняття «попит», його види, надати класифікацію видів попиту;
- визначити сучасні тенденції та особливості туристичного попиту;
- розглянути фактори, що впливають на туристичний попит;
- вивчити існуючі методи дослідження попиту на туристичному ринку;
- розглянути основні організаційно-економічні показники діяльності туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс»;
- дослідити існуючий попит на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс» та визначити цільову аудиторію споживачів;
- проаналізувати потенційний попит споживачів туристичних послуг;
- обґрунтувати рекомендації щодо стимулювання попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс».

Об'єктом дослідження є процес дослідження попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс». **Предметом дослідження** є

сукупність теоретичних та практичних аспектів оцінки попиту на туристичні послуги.

Базою дослідження виступає туристична фірма «Фагот Тревел Плюс».

Методи дослідження роботи. У процесі дослідження були використані наступні методи:

- спостереження та порівняння;
- опитування та анкетування;
- аналогії;
- аналізу та синтезу;
- статистичного аналізу, групування та узагальнення даних;
- системного аналізу.

Інформаційна база дослідження. Інформаційну базу дослідження складають закони України, які регламентують правила здійснення підприємницької діяльності в цілому та туристичної діяльності зокрема; основні положення наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених в рамках досліджуваного профілю, звітна і планова інформація туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс», матеріали наукових конференцій, періодичних видань та мережі Інтернет.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (42 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 85 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 81 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 12 рисунків.

Практична значущість отриманих результатів полягає в узагальненні науково-теоретичних підходів і розробці практичних рекомендацій з дослідження та оцінки попиту на послуги туристичних підприємств.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи вивчення попиту на послуги туристичних підприємств»** автором розглянута сутність поняття «попит», види попиту, «ресторан», визначені сучасні тенденції туристичного попиту. Визначені та охарактеризовані методи дослідження туристичного попиту.

У другому розділі **«Аналіз основних показників діяльності та дослідження попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс»** надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «Фагот Тревел Плюс», проаналізовано основні економічні показники діяльності. Визначено та досліджено цільову аудиторію споживачів туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс». Проведено дослідження потенційного попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс» за допомогою опитування споживачів туристичних послуг.

У третьому розділі **«Розробка рекомендацій щодо стимулювання попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс»** для збільшення попиту було запропоновано створити новий туристичний

продукт – винний тур країнами Європи, розраховано собівартість та точку беззбитковості даної пропозиції. Було обґрунтовано заходи по просуванню нового туристичного продукту. Для цього в роботі обґрунтовано план подачі рекламних оголошень у спеціалізованих виданнях, визначені заходи по оновленню та просуванню інтернет сайту ТОВ «Фагот Тревел Плюс».

ВИСНОВКИ

За результатами аналізу літературних джерел, звітної та статистичної інформації, проведення оцінки розвитку туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс» і власних спостережень можна зробити наступні висновки:

1. Ключова проблема ефективного управління туристичною фірмою полягає в ідентифікації, стимулюванні та задоволенні поточних потреб клієнтів, тобто задоволенні реального попиту. Фактори, які визначають туристичний попит, можна згрупувати у чотири блоки: економічні, культурні і суспільно-психологічні, соціально-демографічні й особисті психологічні.

2. У середині 80-х років ХХ ст. у туристичному попиті почали формуватися нові тенденції, зумовлені демографічними, економічними та соціальними факторами, а також змінами в психології сучасної людини. На обсяг і характер туристичного попиту суттєво впливають зміни в демографічній структурі суспільства. Дуже важливою тенденцією сучасного туристичного попиту є перехід від масового стандартизованого, конвеєрного туризму до масового диференційованого. Ускладнення структури туристичних потреб стимулює диверсифікацію туризму: прискореними темпами розвиваються нові види туризму – сільський зелений, гастрономічний, винний тощо. Також сучасний споживач став більш вимогливим щодо ціни та якості послуг. Нагромадивши первинний туристичний досвід, він шукає свіжих вражень і задоволень. Потенційний турист під впливом моди легко змінює свої симпатії, переваги, інтереси, мотиви поведінки на ринку.

3. Попит на туристичні поїздки і послуги є визначальним фактором туристичного ринку. Будь-якому туристичному підприємству необхідно досліджувати та отримувати достовірну інформацію про попит на пропоновану продукцію, особливо про прогнозований попит. Від цього показника цілком залежать витрати на рекламу, планування інвестицій, можливості розширення бізнесу тощо. Інформація щодо туристичного попиту і науково обґрунтовані прогнози можуть стати надійною базою для вироблення довгострокової програми розвитку туризму, виконання якої забезпечить максимальний соціально-економічний ефект за мінімальних втрат.

4. Туристична фірма ТОВ «Фагот Тревел Плюс» працює на туристичному ринку м. Одеси як туроператор з 1994 року. Основними напрямками діяльності підприємства є послуги з організації туристичних подорожей; прийом туристів в Одесі та надання туристичного супроводу; розробка та реалізація екскурсійного продукту по Одесі.

5. За результатами проведеного аналізу основних показників діяльності можна зробити висновок про те, що в 2019 році всі показники діяльності туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс» зменшились. На наш погляд, це пояснюється, насамперед, нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні. Також, це може свідчити про необхідність оновлення пропонуванних туристичних послуг та продуктів, враховуючи негативні фактори зовнішнього середовища функціонування підприємства й зміни попиту на турпродукт. Проведений аналіз показників рентабельності показує, що туристична фірма «Фагот Тревел Плюс» - рентабельне підприємство, при чому рентабельність зберігається майже на одному рівні за два роки, що аналізуються. У 2019 році мало місце незначне зменшення показників рентабельності за рахунок зниження обсягів продажів в цілому та відповідно прибутку підприємства. Однак, підприємство має достатньо позитивні фінансово-економічні показники діяльності, щороку отримує прибуток.

6. За результатами оцінки попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс» можна зробити висновок про те, що у 2019 році мало місце зниження кількості обслуговуваних туристів. Найбільший попит мають традиційні подорожі з метою відпочинку та розваг, при чому як у напрямі виїзного, так і внутрішнього туризму. Подорожі з метою відпочинку та розваг складають 33,3% від загальної кількості проданих турпакетів. Також значну долю мають спортивно-оздоровчі подорожі (24,2% від загальної кількості) та спеціалізований туризм (27,8%). Основними споживачами послуг турфірми «Фагот Тревел Плюс» є люди від 18 до 55 років, з вищою освітою і з середнім і вище середнім рівнем доходу.

7. Для дослідження потенційного попиту на послуги турфірми «Фагот Тревел Плюс» та для виявлення побажань та очікувань клієнтів фірми було проведено опитування. Зокрема, два питання були спрямовані на виявлення рівня потенціального інтересу до винних турів та наявності/відсутності певного досвіду та мотивації до купівлі винних турів. Тобто це дослідження структури потенційного та реального ринків. У опитуванні взяли участь 740 респондентів – клієнтів туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс». Результати дослідження вказують на те, що винний туризм займає третє місце за популярністю серед респондентів, поступаючись культурно-пізнавальному (35% респондентів) і пляжному (31%) виду відпочинку. Однак, результати показали, що більшість респондентів знайомі з тими чи іншими формами винного туризму та цікавляться культурою споживання вина. Що стосується розподілу за професіями, то слід зазначити, що винним туризмом найбільше цікавляться респонденти, що працюють у сфері послуг (23,5%) або займаються приватним бізнесом (19%). Також достатню кількість потенційних та реальних споживачів винного туристичного продукту становлять держслужбовці та працівники сфери освіти та науки. В ході опитування також було встановлено, що найбільшу зацікавленість аудиторії викликають комплексні винні тури (24,4%). Багато туристів хотіли взяти участь у дегустації вина з лекцією сомельє, а також відвідати виноградники

та виноробні підприємства. Найменший інтерес викликають винні свята, фестивалі та майстер – класи з еногастрономії.

8. У роботі було розроблено пропозиції щодо створення нового спеціалізованого туристичного продукту – винного туру для досліджуваної туристичної фірми. Було запропоновано програму туру, зроблено калькуляцію туру, розрахована ціна нового туру для споживачів та точка беззбитковості продажів. Ринкова ціна даного винного туру складатиме 994 євро, а точка беззбитковості дорівнює 51 турпакету на рік, що, за нашими розрахунками, є цілком можливим для туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс». Також були розроблені заходи по просуванню пропонованого туристичного продукту. Для цього в роботі обґрунтовано план подачі рекламних оголошень у спеціалізованих виданнях, визначені заходи по оновленню та просуванню інтернет сайту ТОВ «Фагот Тревел Плюс».

АНОТАЦІЯ

Шмир К.В. «Дослідження попиту на послуги туристичної фірми»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Туризм» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Об'єкт дослідження – процес дослідження попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів оцінки попиту на туристичні послуги.

Метою роботи є вивчення попиту на послуги підприємства туристичної сфери на прикладі туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс».

У роботі розглядаються теоретичні основи попиту на послуги туристичної фірми, методи оцінки туристичного попиту, сучасні тенденції попиту на ринку туристичних послуг. Зроблено аналіз основних організаційних та економічних показників «Фагот Тревел Плюс», визначено цільову аудиторію споживачів туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс», проаналізовано потенційний попит на послуги турфірми.

За результатами дослідження пропонуються напрями стимулювання попиту на послуги туристичної фірми «Фагот Тревел Плюс», обґрунтовується доцільність створення нового туристичного продукту, визначаються заходи по просуванню нового туристичного продукту.

Ключові слова: попит, туристичне підприємство, стимулювання попиту, цільова аудиторія, споживачі, туристичний продукт, винний туризм.

ANNOTATION

Shmyr K.V. «Study of demand for travel agency services»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The qualifying work consists an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used and applications.

The object of the research is the process of researching the demand for the services of the travel company "Fagot Travel Plus".

The subject of the research is a set of theoretical and practical aspects of assessing the demand for tourist services.

The aim is to study the demand for the services of the tourism industry on the example of the travel company "Fagot Travel Plus".

The paper considers the theoretical foundations of demand for the services of a travel agency, methods of assessing the demand for tourism, current trends in demand in the market of travel services. The analysis of the basic organizational and economic indicators of "Fagot Travel Plus" is made, the target audience of consumers of travel firm "Fagot Travel Plus" is defined, the potential demand for services of travel agency is analyzed.

According to the results of the research, the directions of stimulating the demand for the services of the travel company "Fagot Travel Plus" are proposed, the expediency of creating a new tourist product is substantiated, the measures for the promotion of the new tourist product are determined.

Key words: demand, tourist enterprise, stimulation of demand, target audience, consumers, tourist product, wine tourism.