

**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)

на тему: **«ШЛЯХИ РОЗШИРЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПЛЯЖНО-КУПАЛЬНОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ ТП «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ»)»**

Виконавець:

Студентка 4 курсу 10 групи
центру заочної та
вечірньої форми навчання

Бондар Анастасія Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

___ ст. викладач, к. пед. н. _____
(науковий ступінь, вчене звання)

___ Мартінова Н. С. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальністю теми 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.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка пропозицій щодо удосконалення організаційних аспектів надання послуг пляжно-купального туризму туристичного підприємства.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- визначити поняття пляжно-купального туризму як комплексу послуг туристичного підприємства, загальні характеристики;
- виокремити чинники, що впливають на розвиток пляжно-купального туризму;
- проаналізувати основні аспекти організації пляжно-купального туризму як одного з видів туризму;
- проаналізувати діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел»;
- визначити конкурентні позиції досліджуваного підприємства;
- проаналізувати та визначити потреби споживачів туристичного підприємства;
- надати рекомендації та запропонувати заходи для удосконалення надання послуги пляжно-купального туризму туристичного підприємства.

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

Предмет кваліфікаційної роботи – теоретичні та практичні підходи щодо удосконалення організації надання послуг пляжно-купального туризму 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 досліджень. Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових публікацій та періодичних видань, звітна та внутрішня інформація підприємства «Атлантик тревел». Теоретичні питання, пов'язані з організацією туризму на пляжних територіях, аспектами формування турів та організацією рекреації, опирались на роботи таких науковців, як: В. Г. Герасименко, А. С. Кусков, О. Л. Михайлюк, В. І. Стафійчук, О. В. Шикіна та ін.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 23 таблиці, 16 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ПЛЯЖНО-КУПАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ»** розглянуто поняття пляжно-купального туризму спирається на види рекреаційних занять, що входять до складу групи розвитку та визначаються, як діяльність з оздоровлення. Основними чинниками, які впливають на комфортність перебування є фізикогеографічні, а також для формування туристичного продукту – суспільні та соціально-економічні, наявність відповідної інфраструктури. Критеріями комфортності природних чинників для надання послуг пляжно-купального туризму є кліматичні, характеристики прибережних територій та особливості водних об'єктів. Одеська область має необхідні природні ресурси для організації пляжно купального туризму, а туристичних продукт даного виду туризму складається з основної послуги – відпочинку на водних об'єктах з використанням природно-рекреаційних ресурсів для відпочинку. Статистичні дані ЮНВТО свідчать, що більше половини туристичних прибуттів визначають мотивацію з позиції відпочинку, рекреації та перебування у курортних місцевостях.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ»** проаналізовано економічну діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел», визначено організаційну структуру персоналу, а також проаналізовано особливості операційної діяльності, основні напрямки розвитку видів туризму, які цікаві для споживачів. У розділі розглянуто основних конкурентів туристичного підприємства, визначено переваги та недоліки, побудовано багатокутник конкурентоспроможності. Проведений аналіз споживачів виявив недоліки у якості надання послуги та основні рекомендації щодо розширення продукту туристичного підприємства. Так, більше половини споживачів визначають основним мотивом потребу у відпочинку. Крім цього, споживачі потребують покращення якості продукту, а також зацікавлені у нових турах, в тому числі, послуг пляжно-купального туризму. Додаткові послуги нових турів пов'язані з покращенням управлінських та організаційних аспектів, які пов'язані як з просування

продукту, маркетинговими заходами для туристів, так і визначення критеріїв відбору підприємств, які надають послуги туру.

Аналіз потреб споживачів виявив, що чатсина постійних клієнтів підприємства «Атлантик тревел» зацікавлені у організації турів по території України. Однак, внутрішній туризм також націлений на споживачів з інших регіонів України. Тому при плануванні організації турів необхідно приділити увагу таким питанням, як додаткові послуги, розміщення у готелях з високим рівнем обслуговування, якістю надання послуг та співвідношенням цінових та якісних характеристик, а також важливим є проведення маркетингової кампанії із просування нового продукту. Основними цільовими групами є споживачі віком від 20-25 років і до 45-50 років сімейні та без дітей. Тому основна увага має бути приділена новим продуктам, які відовідають запитам відповідного сегмента споживачів.

У третьому розділі «ОСНОВНІ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПЛЯЖНО-КУПАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ» розглянуто основні пропозиції щодо удосконалення надання послуг, серед яких: автоматизація робочого місця менеджера туристичного підприємства «Атлантик тревел». Запропоновано підвищення кваліфікації персоналу та основні підходи щодо етапів роботи із персоналом. Проаналізоване опитування споживачів виявило, що є значний попит на комплекс послуг у межах України. Запропоновано удосконалений тур у межах Одеської області, який може бути використаний у якості туру вихідного дня та матиме масовий попит у літній сезон.

Запропоновані тури спираються на кілька сегментів споживачів внутрішнього туризму – міський туризм, з використанням пляжної зони Одеси, з екскурсійною програмою, що націлений на широкий спектр споживачів. Другий запропонований тур спирається на сегмент споживачів, що віддають перевагу перебуванню у курортній зоні, поблизу узбережжя моря. На базі готелю можуть проводитись анімаційні заходи, що охоплюють як дорослих, так і дітей. Також запропонована програма передбачає екскурсійну програму.

ВИСНОВКИ

У першому розділі розглянуто теоретичні питання поняття туристичної послуги. 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.

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.

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 та конкурентні позиції даного підприємства, досліджено профіль споживачів. Останній 2020 рік показав, що вплив пандемії негативно відобразився на економічні показники, що спричинило різке зниження турів виїзного туризму, проте з'явився запит на продукти внутрішнього туризму.

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.

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

У третьому розділі розглянуто рекомендації щодо покращення надання послуг пляжно-купального туризму, а саме – проведення маркетингових заходів. 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. Тому необхідно проводити гнучку політику для різних категорій споживачів, а також важливим є рівень підготовки та кваліфікації персоналу, прискорення комунікації зі споживачем.

Запропоновано кілька заходів: автоматизація робочого місця менеджера для скорочення витрат, які вплинули на балансовий прибуток підприємства. Крім цього, запропоновано підготовку працівників для подолання негативних показників комунікаційної роботи. Запропоновано кілька нових продуктів для підприємства, а саме продукт пляжно-купального туризму, який націлений на споживачів з інших регіонів України. Запропоновані тури спираються на кілька сегментів споживачів внутрішнього туризму – міський туризм, з використанням пляжної зони Одеси, з екскурсійною програмою, що націлений на широкий спектр споживачів. Другий пропонується тур спирається на сегмент споживачів, що віддають перевагу перебуванню у курортній зоні, поблизу узбережжя моря. На базі готелю можуть проводитись анімаційні заходи, що охоплюють як дорослих, так і дітей. Також пропонується програма передбачає екскурсійну програму.

Для споживачів Одеського регіону можуть бути короткотривалі тури до приморської зони Одеської області. Дані заходи можуть покращити діяльність підприємства та пристосуватись до нових конкурентних умов.

АНОТАЦІЯ

Бондар А. В. «Шляхи розширення надання послуг пляжно-купального туризму (на прикладі ТП «Атлантик тревел»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю «Туризм», Одеський національний економічний університет. – м. Одеса, 2021.

Кваліфікаційна 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.

ANNOTATION

Bondar A. Ways to expand the provision of beach and bathing tourism services (on the example of travel company "Atlantic Travel")

Graduation work for obtaining an educational degree of a bachelor's degree on a specialty "Tourism". – Odessa National Economic University. – Odessa, 2021.

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.