

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра: туристичного та  
готельно-ресторанного бізнесу  
Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
к.е.н., проф. Герасименко В.Г.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 242 «Туризм»

за темою:

Удосконалення планування діяльності туристичної фірми  
(на прикладі "JOIN UP!")

**Виконавець**

Студентка 47 групи  
Факультет міжнародної економіки  
Волошина Крістіна Вікторівна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Науковий керівник**

к.е.н., доцент  
Іванов Андрій Миколайович

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Одеса-2018

## АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня  
бакалавра

Волошиної Крістини Вікторівни

Удосконалення планування діяльності туристичної фірми (на прикладі  
«JOINUP!»)

Одеський національний економічний  
університет м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (28 джерел) та додатків (3).

Випускна робота викладена на 70 с. без додатків.

У першому розділі випускної роботи визначена сутність процесу планування на туристичних підприємствах, види планування на туристичних підприємствах та методи планування у туризмі.

У другому розділі був проведений аналіз економічного стану туроператора «JOINUP!».

У третьому розділі були представлені пропозиції щодо удосконалення маркетингових заходів та системи планування туроператору «JOINUP!». Також був розроблен тур до Іспанії.

**Ключові слова:** планування, туризм, розробка туру, туроператор, аналіз економічного стану.

## ABSTRACT

of the final work on obtaining an educational bachelor's degree

of Voloshina Christina Viktorovna

Improving the planning of the travel company (for example, " JOIN UP!»)

Odessa National University of Economics

City Odessa, year 2018

The graduate work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources (28 sources) and applications (3).

The final work is presented on 70 pages, no including apps.

In the first section of the graduatework the essence of the planning process at the tourist enterprises, types of planning at the tourist enterprises and methods of planning in tourism were determined.

In the second section, the analysis of the economic state of the tour operator «JOIN UP!" was presented.

In the third section, were presented proposals for improving marketing activities and planning system for the tour operator "JOIN UP!". Also tour to Spain was developed.

**Key words:** planning, tourism, development of tour, tour operator, analysis of the economic state.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ НА</b>	
<b>ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Основи планування діяльності на туристичному підприємстві.....	7
1.2. Види планування діяльності на туристичному підприємстві.....	17
1.3. Методи планування діяльності на туристичному підприємстві.....	20
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА</b>	
<b>«JOIN UP!».....</b>	<b>27</b>
2.1. Загальна характеристика туроператора «JOIN UP!».....	27
2.2. Аналіз конкурентоспроможності туроператора «JOINUP!».....	39
2.3. Особливості планування діяльності туристичного підприємства.....	42
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ</b>	
<b>ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ «JOIN UP!».....</b>	<b>46</b>
3.1. Пропозиції щодо вдосконалення маркетингових заходів на туристичному підприємстві «JOIN UP!».....	43
3.2. Пропозиції щодо вдосконалення системи планування на підприємстві «JOIN UP!».....	50
3.3. Розробка нового туру для підприємства «JOIN UP!» як складова удосконалення системи планування.....	52
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>67</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>71</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>73</b>

## ВСТУП

**Актуальність.** Планування являє собою функцію управління. Сутність цього процесу полягає в логічному визначенні розвитку підприємства, постановці цілей для будь-якого сектору діяльності і роботи кожного структурного підрозділу, що вкрай важливо в сучасних умовах.

Основою ефективної діяльності будь-якого туристичного підприємства є планування. З процесу планування починається управління туристичним підприємством. Планування діяльності туристичної фірмою досить складний процес, оскільки продукт, який виробляє фірма несе нематеріальний характер. Послугу не можна охарактеризувати такими характеристиками, як надійність, дизайн, вага, розмір. Споживач туристичного продукту не може спробувати послугу перед придбанням, і ґрунтується лише на теоретических даних, наданих працівником туристичного підприємства.

Туристичний продукт невлотимий, його не можна повернути або обміняти якщо вона не задовольняє потреби клієнта. Планування діяльності туристичної фірми досить складний процес із-за того що виробництво і споживання туристичного продукту знаходяться в дали один від одного.

Тому, обрана тема випускної роботи є дуже актуальною. Тому, що планування являє собою базу будь-якої діяльності на підприємстві, особливо на туристичному. Дана випускна робота має на меті проведення аналізу системи планування туристичного підприємства, а також пропозиції щодо удосконалення планування на туристичному підприємстві "JOIN UP!" міста Чорноморськ, Одеської області.

В даній випускній роботі буде розглянутий приклад планування діяльності підприємства "JOIN UP!" міста Чорноморськ, Одеської області.

У першому розділі даються основні теоретичні дані на тему планування на туристичних підприємствах, а також на підприємствах в цілому.

У другому розділі представлена основна інформація про підприємство "JOIN UP!", а також про мережі туристичних фірм. Також надана інформація

про основну діяльність туристичної фірми "JOIN UP!" та відповідний аналіз, а наступною ілюстрацією в схемах і таблицях.

**Метою** роботи є розробка нового екскурсійного туру до Іспанії.

**Завдання** випускної роботи:

1. розглянути поняття «планування», основні принципи та завдання;
2. дослідити види планів, які використовуються в процесі планування;
3. проаналізувати функцію планування на туристичному підприємстві;
4. розробити рекомендації щодо вдосконалення планування на туристичному підприємстві туроператор «JOIN UP!».

**Об'єктом** дослідження випускної роботи є філія туристичного підприємства "JOIN UP!" міста Чорноморськ Одеської області.

**Предметом** дослідження є процеси планування діяльності туристичного підприємства.

**Методи дослідження:** факторний аналіз, статистичний, ілюстративний метод, географічний, метод порівняння, графічний метод, аналітично-розрахунковий метод.

**Структура роботи.** Випускна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків(3), списку використаної літератури (28джерел). Випускна робота викладена на 72 с. без додатків.

Матеріал випускної роботи був опробований автором в ході Всеукраїнського круглого столу та студентської науково-практичної конференції у статті Волошиної Крістіни за темою: "Проблеми планування діяльності на туристичних підприємствах" [28].

## ВИСНОВКИ

Туризм, як і будь-яка інша структура, потребує в управлінні. Певні стратегічні принципи і філософія - це те, на чому фундаментується управління системою туризму. Планування діяльності туристичного підприємства базується на засадах менеджменту, які включають в себе стратегічні принципи. Політика туристичного підприємства створюється на підставі стратегічних принципів. Політика туристичного підприємства показує розвиток структури фірми, а також норми відносин які забезпечують жизнедеятельность підприємства.

Планування буде одним з найважливіших процесів, від якого залежить ефективність діяльності компанії.

Планування являє собою функцію управління. Сутність цього процесу полягає в логічному визначенні розвитку підприємства, постановці цілей для будь-якого сектору діяльності і роботи кожного структурного підрозділу, що вкрай важливо в сучасних умовах. При здійсненні планування ставляться завдання, визначаються матеріальні, трудові і фінансові засоби для їх досягнення та терміни виконання, а також послідовність їх реалізації.

Базою аналізу туристичного підприємства виступала туристична фірма «JOIN UP!» міста Чорноморськ, Одеської області.

На сьогоднішній день компанія «JOIN UP!» є одним з найсильніших туроператорів на туристичному ринку. Туристична фірма "JOIN UP!" працює на ринку туристичних послуг вже більше 20 років, але тур операторської діяльністю займається лише 5 років.

У випускній роботі було проаналізовано кількість реалізованих турів по різним напрямкам за 2016-2017 рр .

І судячи з аналізу зросла кількість проданих турів до ОАЕ, Єгипету, Туреччини та Шрі-Ланку.

Але кількість проданих турів до Швеції, США, Німеччини і по Україні незначно зменшилася.

Також можна зробити висновок, що філіал туристичної фірми "JOINUP!" міста Чорноморська, Одеської області, за 2017 рік в порівнянні з 2016 роком, продав на 202 000 грн менше туристичних путівок.

Також було проаналізовано кількість витрат на рекламну діяльність туристичного підприємства "JOIN UP!" міста Чорноморськ, Одеської області.

З проведеного аналізу можна зробити висновок що якщо чистий прибуток підприємства від загальної прибутку становить 10% то туристична фірма "JOIN UP!" за 2017 рік отримала чистого прибутку 275 000 грн і приблизно 1/6 чистого прибутку ( 53 400 грн. ) склав бюджет рекламної кампанії.

Відповідно, функції планування велику роль відіграє персонал. У випускній роботі була проаналізована структура персоналу та середні заробітні плати всіх посад.

Аналізуючи структура персоналу та середні заробітні плати всіх посад можна зробити висновок, що фонд оплати праці туристичної фірми "JOIN UP!" міста Чорноморськ в рік становить 327 160 грн.

Більшу частину фонду заробітної плати отримує директор фірми, так як на ньому відповідальність за всю операційну діяльність підприємства. Далі другу за величиною частину фонду заробітної плати туристичної фірми "JOIN UP!" отримують менеджери з туристичним напрямками, але тільки тому, що у штаті налічується 3 працівника по даній професії.

Туристичне підприємство "JOIN UP!" міста Чорноморськ, Одеської області хоч і є лідируючим підприємством на ринку туристичних послуг, має багато постійних споживачів і VIP-клієнтів , але в основному за економічної ситуації в країні страждають навіть найуспішніші підприємства. Включаючи факт існування інфляції цін всередині країни, споживчий попит на туристичні послуги знижується , так як за піраміди Масслоу, людина спочатку задовольняє первинні потреби, а туристичний продукт - це вторинна , духовна потреба.



В даній випускній роботі були представлені пропозиції щодо вдосконалення маркетингових заходів.

Щоб підвищити рівень продажів, включаючи фактор сезонності, слід звернути увагу на рекламу, яка орієнтується на сезони. На кожен сезон року слід додати тури з сезонними знижками, щоб привернути увагу більшої аудиторії до туристичній фірмі «JOIN UP!».

Також у мережі туристичних підприємств «JOIN UP!» слід впровадити рекламу в Internet. Туристична компанія «JOIN UP!» має власний сайт, і на цьому реклама в мережі Internet закінчується.

Слід удосконалити систему знижок на туристичному підприємстві «JOINUP!». Наприклад, додати сезонні знижки, групові знижки (від 10 осіб), додати знижки на свята, знижки іменинникам. Знижка 2-3% не буде суттєво впливати на прибуток туристичного підприємства, але клієнтам буде приємно, вони стануть постійними клієнтами, а можливо і запросять знайомих. Замість знижок можна запропонувати безкоштовну екскурсію, в якості бонусу за придбаний тур.

Також маркетинговий відділ може впровадити в процес реалізації туристичного продукту, міні-екскурсію по туру з використанням VR-очок. Створити на деякі туристичні продукти відео і показувати його потенційним клієнтам з використанням VR-очок. За допомогою даного маркетингового методу потенційний клієнт зануриться в атмосферу туру і на 50% більше захоче придбати його.

Керівництву мережі туристичних підприємств «JOINUP!» слід постійно стежити за діяльністю маркетингового відділу та постійно підвищувати їх кваліфікацію, а також відправляти на різні семінари і конференції, тому що прогрес не стоїть на місці.

Також у випускній роботі були представлені пропозиції щодо вдосконалення системи планування.

На туристичному підприємстві «JOIN UP!» слід постійно проводити заходи щодо вдосконалення довгострокових планів, а залежно від поточних змін туристичного ринку.

Негативно на плануванні туристичного підприємства «JOIN UP!» позначається залучення малого кількості співробітників. Дирекція мережі туристичних підприємств не прислухається до думки співробітників нижчої ланки, а працює за налагодженою схемою.

Слід впроваджувати всіх співробітників у процес планування, так як даний процес залежить від усього персоналу компанії.

Така практика дозволить персоналу кожного рівня просувати власні творчі пропозиції і проявляти більший інтерес у реалізації туристичного продукту.

Мережі туристичних фірм «JOIN UP!» слід використовувати стратегію зменшення витрат, з допомогою збільшення професійного рівня персоналу та максимальної автоматизації діяльності туристичного підприємства «JOIN UP!».

Слід показувати персоналу туристичного підприємства "JOIN UP!" план дій , або кількість реалізованих турів, щоб персонал бачив результати і прагнув більшого.

Також був розроблений тур в Іспанію та була проведена калькуляція прибутку, яку отримає підприємство від реалізації наступного туру.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильченко М.Д. Планування на підприємстві.- Москва.:Ексмо, 2010.- 88 с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма 5-е видання.- Мінск.:Новое Знание Минск,2007 - 408 с.
3. Савкіна Р.В. Планування на підприємстві.- Москва.:Дашков и К, 2010 - 305 с.
4. Малашенко, В.И. Менеджмент туристского предприятия - Минск: БГЭУ, 2007 - 165 с.
5. Бутов Г.Н. Планування на підприємстві.- Казань.: Учебное пособие, 2010 - 88 с.
6. Кушнір В.В. Планування на підприємстві.- Москва, 2012 - 112 с.
7. Драпкина Г.С., Дикарёв В.Н. Планування на підприємстві.-Кемерово.: Учебное пособие,2006 - 130 с.
8. Wikipedia [Электронный ресурс], URL:[https://uk.wikipedia.org/wiki/Join\\_UP!](https://uk.wikipedia.org/wiki/Join_UP!)
9. JOINUP! [Электронный ресурс], URL: <https://joinup.ua/>
10. Ушаков Д.С. Стратегическое планирование в туризме.-Феникс,2007 - 285 с.
11. Сизова Д.А. Бизнес-планирование в туризме.-Москва,2010 – 130 с.
12. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме : современный опыт управления. – М.: Финансы и статистика, 1999 - 496 с.
13. Романюк А.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства и туризма. – Москва, 2016 - 165 с.
14. Бровина А.В. Разработка бизнес-плана для туристского предприятия. – Ханты-Мансийск, 2011 – 230 с.
15. Дафт, Р. Менеджмент. 8-е издание/ Пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина. - СПб.: Питер, 2009.- 800с.

- 16.Круглов, М.И. Стратегическое управление компанией. - М.: Деловая литература, 2002. - 758 с.
- 17.Афитов, Э.А. Планирование на предприятии: Учеб. Пособие. - Мн.: Выш. шк., 2001. - 285 с.
- 18.Абчук, В.А. Прогнозирование в бизнесе, менеджменте и маркетинге - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2010.- 448 с.
- 19.Е.Н. Ильина, «Туризм - путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес», М.: РМАТ, 1998.
- 20.М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, «Основы менеджмента», М., «Дело», 1992.
- 21.Ревинский И. А., Романова Л. С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия: Учебное пособие.- Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2001.-304 с.
22. Чудновский А. Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: Учебное пособие – М.: КНОРУС, 2005.-320 с.
- 23.Закон України «Про туризм»від 15.09.1995 № 324/95-ВР[Электронный ресурс], URL:<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
- 24.YandexMaps[Электронный ресурс], URL:<https://yandex.ua/maps/>
- 25.Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.1-95 “Проектування туристичних послуг”
- 26.Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.2-95 “Загальні вимоги до туристично-екскурсійного обслуговування”
- 27.Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 “Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів”
- 28.Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: Світовий досвід та перспективи розвитку для України».