

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
В. Г. Герасименко

“ ___ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Туризм»

за темою:

**ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Виконавець

студентка ІV курсу ЦВФН

Орочко Стелла Святославівна

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

Науковий керівник

канд. геогр. наук

(науковий ступінь, вчене звання)

Ярьоменко Сергій Григорович

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

Одеса 2018

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра
за спеціальністю «Туризм»
Орочко Стелли Святославівни
«Шляхи удосконалення послуг туристичного підприємства»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Випускна 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.

SUMMARY

Graduation work for obtaining an educational degree of a bachelor's degree
On a specialty "Tourism"
Orochko Stella
Ways of improving the provision of tourist enterprise services
Odessa National Economic University
Odessa, 2018 year

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.

ЗМІСТ

стор

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Теоретичні підходи до визначення поняття туристичної послуги.....	5
1.2. Туристичний продукт як комплекс послуг туристичного підприємства..	13
1.3. Підходи щодо підвищення рівня надання послуги туристичного підприємства.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ».....	31
2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичного підприємства «Атлантик тревел».....	31
2.2. Конкурентні позиції туристичного підприємства «Атлантик тревел».....	39
2.3. Оцінка рівня надання послуг туристичного підприємства	45
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ».....	54
3.1. Пропозиції щодо удосконалення надання послуг туристичного підприємства «Атлантик тревел».....	54
3.2. Розробка заходів для удосконалення рівня надання послуг туристичного підприємства.....	58
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71

ВСТУП

Тенденції розвитку туристичного бізнесу України мають періоди активного розвитку виїзного туризму, що пов'язано із підвищенням рівня доходів населення, стабільними політичними та економічними чинниками, зростанням економіки. Проте в останні роки відзначається помітне зниження доходів підприємств туристичної сфери, що визначається зовнішніми факторами – політичним, і соціально-економічними. Зниження потоку туристів за кордон призвело до переорієнтації частини з них на внутрішній ринок. Постійні зміни зовнішнього характеру впливають на зміну цінової політики, продуктової та контингенту споживачів. Тому постійний моніторинг змін туристичної сфери, вивчення ризиків ведення бізнесу, зовнішніх факторів, конкурентних позицій є актуальним для успішного ведення та розвитку бізнесу підприємства.

Метою випускної роботи є розробка пропозицій щодо удосконалення рівня надання послуг туристичного підприємства.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- визначити поняття послуги туристичного підприємства, загальні характеристики;
- проаналізувати діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел»;
- надати рекомендації та запропонувати заходи для удосконалення надання послуги досліджуваного туристичного підприємства.

Об'єкт випускної роботи – процес удосконалення надання послуг на основі аналізу конкурентних позицій та дослідження споживачів туристичного підприємства.

Предмет кваліфікаційної роботи – теоретичні та практичні підходи щодо удосконалення надання послуг туристичного підприємства.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження складає комплекс загальнонаукових методів: сходження від конкретного до абстрактного, аналізу та синтезу, співпадіння логічного та історичного, 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».

Випускна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 12 рисунків.

ВИСНОВКИ

Дослідження туристичного підприємства «Атлантик тревел» передбачало дослідження теоретичних аспектів поняття туристичної послуги, діяльності самого підприємства та розробки рекомендацій щодо удосконалення надання послуг.

У першому розділі було проаналізовано теоретичні аспекти поняття туристичної послуги і були зроблені наступні висновки:

1. 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.

2. 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.

3. 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, досліджено споживачів, що дає зробити висновки:

4. Досліджуване туристичне підприємство має тривалу історію функціонування, широкий спектр продуктового асортименту комплексу послуг, організаційно-економічні характеристики говорять про динаміку розвитку підприємства.

5. 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.

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

7. 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.

8. На основі цього було зроблено ряд пропозицій, у тому числі, розробка нових продуктів у першу чергу територією України, розширення послуг, які б охопили широкий спектр споживачів.

У третьому розділі розглянуто шляхи удосконалення надання послуг, а саме:

9. Запропоновано кілька заходів: автоматизація робочого місця менеджера для скорочення витрат, які зросли у 2017 році та вплинули на балансовий прибуток підприємства. Крім цього, запропоновано підготовку працівників для подолання негативних показників комунікаційної роботи.

10. На основі запитів споживачів було запропоновано новий для підприємства туристичний продукт на території Одеської області, розраховано економічні показники для його впровадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Туристично-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг ГОСТ 28681.1-95 : [Електронний ресурс]:info-tour.org
2. Биржаков М. Б. Специальные виды туризма / М. Б. Биржаков. – СПб: СПбГЭУ, 2011. – 70 с.
3. Кусков А. С. Основы туризма / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
3. Герасименко В.Г. Організація надання туристичних послуг : [навч. посіб.] / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк. – Одеса : Атлант, 2014. – 242 с.
4. Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Загальні вимоги ГОСТ 28681.2-95: [Електронний ресурс]:info-tour.org.
5. Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного Комітету статистики України Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності від 12.11.2003 N 142/394 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
6. Закон України Про туризм / Відомості ВР України, 1995, № 31, ст. 241 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
7. Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту / О.Оливко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2015. - № 2. - С. 58–63.
8. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме / Л. В. Баумгартен. – М. : Академия, 2013. — 304 с.
9. Мельниченко С. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах / С. Мельниченко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2012. - № 1. - С. 24-33.
10. Управління якістю туристичних послуг : [опорний конспект лекцій] / Укл. Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.В. Босовська. – К. : КНТЕУ, 2009. – 107 с.

11. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі : [підручник] / Н.Є. Кудла. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 328 с.
12. Василенко В.О. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : [навч. посіб.] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К. : Освіта, 2012. – 508 с.
13. Богдан Н.М. Конспект лекцій з курсу «Управління якістю туристичних послуг» (для студентів усіх форм навчання спеціальності 7.14010301, 8.14010301 – Туризмознавство (за видами)) / Н. М. Богдан ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 88 с.
14. Хімичева Г.І. Удосконалення методики оцінки якості та безпеки туристичних послуг // Г. І. Хімичева, Я. І. Шеховцова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. Нові рішення в сучасних технологіях. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 26 (1069). – С. 116-120.
15. Бедрадіна Г.К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г.К. Бедрадіна, В.Г. Герасименко // Экономика Крыма. - 2010. - №1 (30). - С. 178-183.
16. Охота В. І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії / В.І. Охота // Бізнес Інформ. - 2014. - № 9. - С. 195-199.
17. Сидоренко І.О. Організаційно-економічний механізм управління якістю туристичних послуг / І.О. Сидоренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vliet/.../4_Sydorenko_Kyiv.pdf
18. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга [Текст] / Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К., 1999.
19. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие для студ. спец. "Экономика и управление социально-культурной сферой" вузов. - 2. изд., перераб. и доп. / А. П. Дурович. - Минск: ООО "Новое знание", 2001. – 495 с.
20. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник. - К.: Знання, 2011. - 351 с.
21. Офіційний сайт Атлантик тревел [Електронний ресурс]. Режим доступу: atlantic-travel.com.ua