

**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 КОМПЛЕКСУ НАДАННЯ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**»

Виконавець:

Студент 4 курсу 10 групи
центру заочної та
вечірньої форми навчання

Дімітров Віталій Віталійович
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

К. Г. Н., доц.
(науковий ступінь, вчене звання)

Ярьоменко С. Г.
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. 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 – політичними, 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 кваліфікаційної роботи є розробка пропозицій щодо розширення комплексу надання послуг туристичного підприємства.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- визначити поняття послуги туристичного підприємства, загальні характеристики;
- визначити поняття туристичного продукту та його складових;
- підходи щодо підвищення рівня надання послуг туристичним підприємством та можливості розширення їх асортименту;
- проаналізувати діяльність туристичного підприємства «Атлантик тревел»;
- охарактеризувати асортимент послуг туристичного підприємства та визначити профіль споживача;
- надати рекомендації та запропонувати заходи для удосконалення надання послуги досліджуваного туристичного підприємства.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є процес розширення комплексу надання послуг туристичного підприємства.

Предмет кваліфікаційної роботи – теоретичні та практичні підходи щодо розширення комплексу 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».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок. Основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 22 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА»** визначено поняття туристичної послуги, її компоненти, загальні характеристики, специфічні особливості та відмінності від товару. Також визначено з точки зору маркетингу компоненти туристичної послуги та рівні надання. У результаті сформовано базове уявлення про туристичну послугу як комплекс послуг, що входять до складу туристичного продукту. Проаналізовано основні підходи до оцінки рівня надання послуг у сфері туризму різними методами, а також позиції щодо конкурентного середовища підприємства сфери туризму.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «АТЛАНТИК ТРЕВЕЛ»** розглянуто питання організаційно-економічної структури туристичного підприємства «Атлантик тревел», особливості операційної діяльності. Виявлено, що підприємство через пандемію має падіння за багатьма показниками, зріс запит на організацію турів на внутрішньому ринку туризму. Проаналізовано економічні показники, профіль споживача на основі опитування, виявлено основні потреби та потенційні можливості для розширення послуг для відповідних споживачів. Конкурентний аналіз показав, що підприємству необхідно посилити комунікативну діяльність, а саме маркетингові інструменти для посилення конкурентних позицій, а також розширити комплекс туристичних послуг.

У третьому розділі **«НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ КОМПЛЕКСУ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО 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.

Таким чином, основними рекомендаціями є: підвищення кваліфікації персоналу та упровадження автоматизації робочого місця працівника, розробка нових туристичних продуктів внутрішнього туризму, а також запропоновано маркетингові заходи з упровадження та просування нових продуктів.

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 поточному році та вплинули на балансовий прибуток підприємства. Крім цього, запропоновано підготовку працівників для подолання негативних показників комунікаційної роботи. Також запропоновано ряд заходів для маркетингових комунікацій підприємства, розширення асортименту послуг.

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

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю «Туризм» Дімітрова Віталія Віталійовича
«Шляхи розширення комплексу надання туристичних послуг»
Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2021 рік

Кваліфікаційна робота складається із трьох розділів.

У роботі розглядаються поняття туристичної послуги, структури туристичного продукту, рівні та підходи до аналізу комплексу послуг туристичного підприємства. У першому розділі розглядаються теоретичні питання туристичної політики. У другому розділі проаналізовано діяльність туристичного підприємства, його конкурентів та споживачів. У третьому розділі надано пропозиції щодо розширення надання послуг: удосконалення маркетингової діяльності, розробка нових туристичних продуктів, покращення якісного складу працівників, автоматизація діяльності підприємства.

Ключові слова: туристична послуга, комплекс туристичних послуг, новий продукт, туристичне підприємство.

SUMMARY

Qualification work for a bachelor's degree in "Tourism" Dimitrov Vitaly
Vitalievich

"Ways to expand the complex of tourist services"

Odessa National Economic University

Odessa, 2021

Qualification work consists of three sections.

The concept of tourist service, structure of tourist product, levels and approaches to the analysis of a complex of services of the tourist enterprise are considered in the work. The first section discusses the theoretical issues of tourism policy. The second section analyzes the activities of the tourist enterprise, its competitors and consumers. The third section provides proposals for expanding the provision of services: improving marketing activities, developing new tourism products, improving the quality of employees, automation of the enterprise.

Key words: tourist service, complex of tourist services, new product, tourist enterprise.