

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

Кафедра міжнародних економічних відносин

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини  
за освітньо-професійною програмою  
«Міжнародні економічні відносини»

на тему: **«ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ  
ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ (НА ПРИКЛАДІ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ  
«ВИСОТНИК» ТОВ «ХІМЗАХИСТ»)»**

**Виконавець:**  
студентка бзф13 групи ЦЗФН  
Березянська Анна Юріївна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**  
д.е.н, професор  
Козак Юрій Георгійович \_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність кваліфікаційної роботи.** Зовнішня торгівля туристичними послугами займає особливе місце в галузі туризму. Сучасний світ, навіть не зважаючи на негативний вплив пандемії, важко уявити без туризму, він є сферою міжнародної торгівлі, куди припадає близько 7% світового капіталу. Сьогодні туризм відіграє одну з найважливіших ролей у міжнародній економіці, туристична сфера забезпечує 1/10 частину світового валового національного продукту.

Сучасна Центрально-Східна Європа найбільш масштабно демонструє темпи розвитку торгівлі туристичними послугами, оскільки відкритість ринкової економіки дозволяє розширити механізм торгівлі, тому для України в цілому, а також для підприємств та організацій туристичної галузі Одеського регіону дана сфера має неабиякий інтерес. Динамічний розвиток індустрії туризму в Одеському регіоні оцінюється фахівцями досить оптимістично. Підприємства туристичної галузі Одеського регіону користуються перевагами розташування, вона має всі ймовірні переваги для розвитку іноземного туризму. Особливості географічного положення, багатий природний потенціал країни, санаторно-курортний та туристично-рекреаційний потенціал та історико-культурна спадщина сприяють розвитку туризму не лише в самій країні, але й в міжнародному середовищі. Завдяки вдосконаленню та розширенню транспортних систем, розвитку телекомунікаційних технологій, очікується, що сектор туризму після пандемії зростатиме в майбутньому. Торгівля туристичними послугами є вельми прибутковою галуззю економіки, а доходи від неї – важливою складовою бюджетів. Не менш важливим чинником міжнародної торгівлі туристичними послугами є й те, що подорожі та туризм стимулюють розвиток інвестиційних проектів з розбудови транспортної та готельно-туристичної інфраструктури, що підвищує як якість життя населення, так і обслуговування туристів. Також, він являється активним джерелом надходжень іноземної валюти і впливає на платіжний баланс країни та доходи підприємств, задіяних у туристичній галузі. Суттєвий доробок у дослідження ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами внесли Герасименко Ю, Єгорова М, Сагалакова Н., Фролова Т., Ільїна Є., однак розгляд міжнародної торгівлі туристичними послугами, дослідження особливостей формування та функціонування, аналіз пріоритетних тенденцій її розвитку, аналіз ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами підприємств є актуальним питанням сьогодення.

**Мета і завдання кваліфікаційної роботи.** Метою дослідження є на основі аналізу ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами БВ «Висотник» розробити рекомендацій щодо її підвищення.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

- дослідити сутність та складові ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами;
- узагальнити чинники, що впливають на ефективність курортних та рекреаційних підприємств та організацій Одеської області;
- узагальнити методи оцінки ефективності зовнішньої торгівлі послугами туристичними підприємствами;

- охарактеризувати БВ «Висотник як суб'єкта зовнішньої торгівлі туристичними послугами;
- провести аналіз чинників, що впливають на ефективність зовнішньоторговельної діяльності БВ «Висотник»;
- провести оцінку ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами БВ «Висотник»;
- розробити організаційні заходи з підвищення ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами БВ «Висотник»;
- запропонувати кастомізацію туристичних послуг як напрям підвищення показників зовнішньої торгівлі БВ «Висотник»
- розробити заходи із вдосконалення зовнішньої торгівлі туристичними послугами БВ «Висотник» за рахунок використання Інтернет-платформ.

**Об'єктом дослідження** є ефективність зовнішньої торгівлі туристичними послугами бази відпочинку «Висотник».

**Предметом дослідження** є теоретичні основи та практичні рішення щодо підвищення ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами бази відпочинку «Висотник».

**Методи дослідження.** Методологічною основою кваліфікаційної роботи магістра є теоретичні положення економічної науки та праці вчених-економістів в галузі зовнішньої торгівлі туристичними послугами підприємств. При написанні роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення та синтезу, порівняльного, статистичного та економічного аналізу, економіко-математичні методи (імітаційна модель), SWOT-аналіз. Робота здійснена з використанням офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

**Інформаційна база дослідження.** Для написання роботи проаналізовано монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, офіційна статистична інформація державної служби статистики України, внутрішня звітність БВ «Висотник».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (68 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 104 сторінки. Основний зміст викладено на 99 сторінках. Робота містить 19 таблиць, 32 рисунки.

**Публікації та апробація результатів дослідження.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези: Корягіна А.Ю. «Зовнішня торгівля туристичними послугами одеського регіону: проблеми та перспективи» // Всеукраїнська науково-практична конференція «Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки», 21 жовтня 2021 року. м. Одеса, Україна., обсяг 0,2 авт.арк.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

**ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ»** розглянуто теоретичні аспекти ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами, узагальнено чинники, що впливають на ефективність зовнішньої торгівлі туристичними послугами, розглянуто підходи та методи аналізу ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами підприємства.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ (БВ) «ВИСОТНИК»** Надано організаційно-економічну характеристику БВ Висотник як суб'єкту зовнішньої торгівлі туристичними послугами, здійснено аналіз впливу чинників, що сприяють та заважають здійсненню зовнішньої торгівлі туристичними послугами. Розраховано коефіцієнти фінансово-економічного стану підприємства, проаналізовано показники зовнішньої торгівлі туристичними послугами.

У третьому розділі **«ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТУРИСТИЧНИМИ ПОСЛУГАМИ БВ «ВИСОТНИК»»** розглянуто заходи із підвищення ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами БВ Висотник, зокрема, запропоновано схему оптимізації організаційної структури, заходи із впровадження автоматизованої системи, що підтримує розроблену політику залучення та утримання клієнтів, впровадження кастомізованих квест-турів для іноземних туристів та використання можливостей платформи Adventure Compass.

## **ВИСНОВКИ**

У результаті аналізу широкого спектра теоретичних та аналітичних джерел щодо проблеми ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами підприємства зробимо такі висновки:

Після проведення дослідження можна дістатись на ступнях висновків.

В загальному сенсі ефективність визначається як «відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, витрат, що зумовили, забезпечили його отримання». Розрахунок ефективності міжнародної торгівлі туристичними послугами проводиться шляхом порівняння витрат з економічним ефектом як грошовим виразом результату. Позитивний економічний ефект - це економія, негативний - збиток. Кінцевим результатом виробничо-господарської діяльності підприємства є виготовлений туристичний продукт чи надані послуги, тобто новостворена вартість, а фінансовим результатом комерційної діяльності – одержаний дохід. До кожного туристичного підприємства бажане підвищення ефективності діяльності всіх структурних підрозділів, що загалом призведе до підвищення ефективності роботи всього підприємства на міжнародному ринку послуг. Суть проблеми підвищення ефективності діяльності полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат досягти максимально можливого збільшення обсягу послуг або прибутку.

Рівень ефективності економічної та соціальної діяльності залежить від багатьох факторів. У 2020 році для світового туризму став найгіршим роком за всю історію спостережень і швидкого поліпшення чекати не варто. Серед негативних чинників розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами підприємств Одеської області відзначається, що переважна більшість закладів оздоровлення та відпочинку мають невисокий рівень та асортимент послуг, слабку матеріально-технічну базу, сезонність у роботі. Якщо розглядати безпосередньо рівень туристичного підприємства, що надає міжнародні туристичні послуги, слід зазначити особливо важливий поділ на внутрішні та зовнішні фактори: внутрішні – технологія, працівники, методи роботи, стиль управління та ін. зовнішні – державна економічна та соціальна політика, структурні зміни, інфраструктура. Напрями реалізації внутрішніх та зовнішніх факторів підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств та організацій неоднакові за ступенем впливу, ступенем використання та контролю, тому для практичної діяльності керівникам, менеджерам, спеціалістам важливо знати масштаби дії, форм контролю та використання найбільш важливих внутрішніх та зовнішніх факторів ефективності на різних рівнях управління діяльністю трудових колективів.

Процес діагностики стану організації туристського бізнесу слід проводити за двома напрямками: оцінки зовнішніх умов; оцінювання внутрішніх умов. Для цього слід використовувати набір критеріїв та показників, що відбивають як існуючу практику, так і знову виникають об'єктивні процеси, найважливіші серед них: загальна ефективність роботи організації, тобто міра досягнення цілей, заради яких вона створена; виконання програми економічного та соціального розвитку; фінансова забезпеченість функціонування організації. Найважливішим узагальнюючим економічним критерієм ефективності діяльності – є перевищення виручки над витратами, розвиток діяльності туристичної фірми та соціальний розвиток колективу. Аналіз та оцінка ефективності управління припускають системний підхід, що означає розгляд організації у цілому як системи, тобто як сукупності підсистем та елементів, які іноді укрупнено визначають як сукупність блоку середовища організації; цілей та стратегій.

База відпочинку «Висотник» розміщена у Білгород-Дністровському районі, на станції Лиманська. База «Висотник» функціонує протягом літнього сезону. База відпочинку має 50 номерів. Проаналізувавши дані етапи надання послуг у БВ «Висотник», можна дійти висновку, що БВ «Висотник» приділяє достатню увагу відповідності якості обслуговування, гідний рівень сервісу забезпечений чітко налагодженим зв'язком між задіяними підрозділами.

З PEST-аналізу можна дійти висновку, що, поточний стан справ у сфері туризму країни, ситуація, що склалася, повинна призвести до перерозподілу споживачів серед учасників ринку, що залишилися, і розвитку внутрішнього туризму з метою задоволення потреб населення. В умовах пандемічного впливу на найближчий рік підприємство не може спрогнозувати підвищення кількості іноземних відвідувачів. Аналізуючи матрицю можна дійти висновку, що на діяльність БВ «Висотник» більшою мірою впливають економічні чинники. SWOT-аналіз дозволяє визначити, що сильні сторони БВ «Висотник» дозволяють зберігати

гідні позиції, і свідчать, що компанія насамперед орієнтована задоволення потреб замовників. Для запобігання можливим загрозам БВ «Висотник» має постійно підвищувати як якість надання туристичних послуг, так і впроваджувати нові пропозиції.

У процесі аналізу якості туристичних послуг для іноземців розглядається комплекс параметрів. іноземні гості задоволені станом номерів та бази загалом, але хотіли б бачити зміни обслуговування. Наприклад, пункт «тепле вітання» отримав лише 3 бали з 5-ти можливих. Слід негайно звернути увагу на пункт «час обслуговування», він є найнижчим із усіх та оцінений лише на 3 бали. «Час обслуговування» оцінено в 3, що досить низьким показником проти інших. Високими показниками є «чистота кімнати та фізичний стан бази відпочинку». Індиксація ступеня задоволеності споживача дозволяє формалізувати організаційну роботу виходячи з потреб і очікувань споживача. Аналіз системи управління якістю у службі прийому та розміщення показав, що співробітники погано обізнані про існуючі стандарти та мало використовують їх у повсякденній роботі.

Фінансовий аналіз ефективності здійснення діяльності демонструє, що відповідно до значення коефіцієнта автономії (0,3), організація досить залежна від позикових фінансових джерел, тобто. її фінансове становище не надто стійке; значення коефіцієнта поточної ліквідності (1,5) вважається оптимальним для туристичної галузі; значення коефіцієнта абсолютної ліквідності за прийнятими нормами оптимальне (0,3); значення норми чистого прибутку позитивно (5,8). Як один з показників ймовірності банкрутства організації розрахований Z-рахунок Альтмана. За результатами розрахунків для БВ Висотник значення Z-рахунку станом становило 2,82. Таке значення показника свідчить про незначну ймовірність банкрутства БВ Висотник.

В структурі туристичних потоків за країною походження в переважають внутрішні туристи. Частка іноземних туристів в загальному туристопотоці у 2018 році склала 29%, а у 2020 році – всього 10%. Географічна структура зовнішніх туристів показала, що продовжують приїжджати туристи з Російської Федерації, однак їх у структурі відвідувань бази відпочинку у 2018 та 2020 роках було всього 9,2 та 9,6% відповідно. Найбільшу частку складають туристи з Білорусі (28,2 та 19,2% відповідно). У 2018 році 14,9% іноземних туристів приїжджало з Молдови, у 2020 році цей показник збільшився до 14,9%.

Підприємству запропоновано ввести автоматизовану систему, що підтримує розроблену політику залучення та утримання клієнтів з урахуванням кращого досвіду готельного менеджменту у західних організаціях. Після впровадження модуля on-line бронювання передбачається збільшення завантаженості на 10%. Організаційна структура служби прийому та розміщення БВ «Висотник» потребує змін у вигляді: запровадження посади помічника менеджера; проведення "аутингів"; підвищення кваліфікації працівників служби прийому та розміщення БВ «Висотник»; організації комісії з якості (Quality team), яка контролювала б дотримання внутрішніх стандартів та правил.

Розглянувши всі проблеми, які є на сьогоднішній день у діяльності турбази БВ Висотник та шляхи їх вирішення, запропоновано ввести кастомізовані екскурсії для клієнтів, щоб залучити більшу кількість туристів з закордонних країн, які часто

потребують активного відпочинку. Слід також відмітити, що це може дозволити базі відпочинку перейти в категорію туристичних баз та зробити туристичний сезон більш пролонгованим. Прогнозується, що за рахунок показників ефективності від застосування кастомізації послуг на БВ Висотник, на базі підвищиться потік туристів як мінімум на 10-12% щорічно.

Внаслідок зростання популярності диджиталізації туристичних послуг, компанії запропоновано розміщувати тури на спеціальних туристичних платформах. Проаналізовано платформи - IGotoWorld.com, Otpusk.com, Adventure Compass. Перша платформа має практично весь необхідний функціонал, але більшу вартість. Друга - володіє всім необхідним функціоналом, але просування туристичного продукту не є безкоштовним. Друга платформа також переважно взаємодіє лише із українським ринком. Третя платформа має не весь функціонал, проте вона повністю безкоштовна і дозволяє вийти на міжнародний ринок. Для більш глибокого аналізу процесів було розроблено імітаційну модель продажу туристичних продуктів. Ця кількість куплених туристичних продуктів у період за 4 місяці буде дорівнювати 145. Якщо середня вартість кастомізованого туру розглядається рівною 9500 гривень з кастомізованою квест-екскурсією, проживанням та харчуванням за тиждень, відповідно, можна поррахувати виручку у 1 377 500 гривень.

## АНОТАЦІЯ

**Березянська А.Ю.**, «Ефективність зовнішньої торгівлі туристичними послугами (на прикладі бази відпочинку «Висотник» ТОВ «Хімзахист»)). Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2021 р.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є ефективність зовнішньої торгівлі туристичними послугами бази відпочинку Висотник.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами, узагальнено чинники, що впливають на ефективність зовнішньої торгівлі туристичними послугами, розглянуто підходи та методи аналізу ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами підприємства.

Надано організаційно-економічну характеристику БВ Висотник як суб'єкту зовнішньої торгівлі туристичними послугами, здійснено аналіз впливу чинників, що сприяють та заважають здійсненню зовнішньої торгівлі туристичними послугами. Розраховано коефіцієнти фінансово-економічного стану підприємства, проаналізовано показники зовнішньої торгівлі туристичними послугами.

Запропоновано заходи із підвищення ефективності зовнішньої торгівлі туристичними послугами БВ Висотник, зокрема, запропоновано схему оптимізації організаційної структури, заходи із впровадження автоматизованої системи, що підтримує розроблену політику залучення та утримання клієнтів, впровадження кастомізованих квест-турів для іноземних туристів та використання можливостей платформи Adventure Compass.

**Ключові слова:** туристичні послуги, зовнішня торгівля, кастомізовані туристичні продукти, ефективність зовнішньої торгівлі, чинники ефективності зовнішньої торгівлі.

#### ANNOTATION

Berezianska A., «The efficiency of foreign trade in tourist services (on the example of the recreation center «Vysotnik» LLC «Khimzakhyst»)). Qualifying work for a master's degree in specialty 292 "International Economic Relations" in the educational program "International Economic Relations". - Odessa National Economic University. - Odessa, 2021

Qualification work consists of three sections. The object of the study is the effectiveness of foreign trade in tourist services of the recreation center Vysotnyk.

The paper considers the theoretical aspects of the efficiency of foreign trade in tourist services, summarizes the factors influencing the efficiency of foreign trade in tourist services, approaches and methods of analysis of the effectiveness of foreign trade in tourist services of the enterprise.

The organizational and economic characteristics of recreation center Vysotnyk as a subject of foreign trade in tourist services are given, the analysis of the influence of factors that promote and hinder the implementation of foreign trade in tourist services. The coefficients of financial and economic condition of the enterprise are calculated, the indicators of foreign trade in tourist services are analyzed.

Measures to increase the efficiency of foreign trade in tourist services recreation center Vysotnyk are proposed, in particular, a scheme to optimize the organizational structure, measures to implement an automated system that supports the policy of attracting and retaining customers, implementation of customized quest tours for foreign tourists and Adventure Compass.

**Keywords:** tourist services, foreign trade, customized tourist products, efficiency of foreign trade, factors of efficiency of foreign trade.