

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: **«Організація просування та реалізації туристичного продукту підприємствами сфери туризму (на прикладі ТОВ «Селезньов Тур»)»**

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки
Постолатій Дарія Олександрівна _____

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент
Бедрадїна Ганна Костянтинівна _____

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність роботи. Туризм у наш час є одним із найбільш динамічних напрямків, який складає значну частину доходу будь-якої країни. Тому виникає необхідність постійного нагляду за туристичним ринком, його аналізу та визначенні перспектив подальшого розвитку туристичної галузі.

Пандемія COVID-19 внесла свої корективи у функціонування туристичної діяльності. Швидке поширення хвороби сприяло закриттю кордонів більшості країн та ускладненню пересування між ними. Внаслідок ужитих заходів вплив сфери туризму на світовий ВВП скоротився на 30%. Це свідчило про те, що туристичним підприємствам необхідним є переорієнтування діяльності та пристосування до нових умов. Зміни у туристичному попиті, спричинені пандемією, підштовхнули туристичні фірми до розвитку внутрішнього туризму та дослідження шляхів просування і реалізації туристичного продукту в нових умовах.

Успіх туристичної галузі країни та кожного окремого підприємства у даних обставинах залежить, у першу чергу, від постановки чіткої системи туристичних послуг. Особливістю даної системи є значна розгалуженість у напрямках просування, звідки витікає значна кількість каналів збуту туристичного продукту. Метою кожного туристичного підприємства є визначення найбільш вдалої стратегії просування та реалізації власного продукту на туристичному ринку.

Стає актуальним виділення саме тих напрямків збуту, які стануть найбільш доречними для просування туристичного продукту окремого підприємства та у кінцевому результаті призведуть до найбільшого економічного успіху.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз та удосконалення просування та реалізації туристичних продуктів, на прикладі туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур».

Для досягнення цієї мети необхідним є вирішення наступних завдань:

- визначити методологічні підходи до просування та реалізації туристичного продукту;
- дослідити світовий досвід просування туристичних послуг у різних країнах;
- охарактеризувати діяльність ТОВ «Селезньов Тур»;
- проаналізувати економічні показники діяльності ТОВ «Селезньов Тур»;
- опрацювати систему просування та реалізації туристичного продукту підприємства ТОВ «Селезньов Тур»;
- запропонувати нові шляхи просування та реалізації туристичного продукту підприємства;

- внести пропозиції щодо створення нових стратегій просування та реалізації туристичного продукту підприємства «Селезньов Тур».

Об'єктом кваліфікаційної роботи є процес просування та реалізації туристичного продукту.

Предметом є дослідження стратегій просування та реалізації продуктів туристичного підприємства «Селезньов Тур».

В якості **методологічної основи** кваліфікаційної роботи було використано такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми: абстрактно-логічний, статистичного та економічного аналізу, графічний, табличний, експериментальний.

Інформаційну базу дослідження складають нормативно-правові акти та закони України, праці провідних українських та закордонних науковців у сфері туризму – Герасименко В.Г., Котлера Ф., Мальської М.П., Бедрадіної Г.К., Давиденко І.В., Галасюк С.С., Нездоймінова С.Г., Любіцевої О.О., Агафонова О.Є., Уокера Дж.

Окремі результати дослідження були висвітлені у тезисах, опублікованих у збірнику статей Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», що відбулася 15 квітня 2020 року в Одеському національному економічному університеті, у збірнику наукових студентських праць «Інформаційні технології в економіці і управлінні», виданому у 2021 році в Одеському національному економічному університеті на теми:

1. «Рекреаційний потенціал Мексики для розвитку туризму».
2. «Цивілізаційне значення великих географічних відкриттів».
3. «Екологічні ризики розвитку рекреаційного туризму на узбережжі Куяльницького лиману».
4. «Використання таргетингу та ретаргетингу в туризмі».
5. «Основні техніки підвищення якості обслуговування на туристичних підприємствах».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел(73 найменування). Робота містить 88 сторінок, 21 таблицю, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі роботи «Теоретичні основи формування системи просування та реалізації туристичного продукту підприємствами сфери туризму» розглянуто сутність поняття туристичного продукту, процес просування та способи реалізації туристичного продукту, а також описано світовий досвід у сфері просування та реалізації туристичного продукту. Заходи з просування та реалізації туристичного продукту займають одне з провідних значень у туристичній сфері. Продуктивність реалізації туристичного продукту залежить від комплексу заходів, що формують технологію просування туристичної послуги окремого підприємства. Процес просування туристичного продукту нерозривно пов'язаний із використанням новітніх маркетингових прийомів. На світовому ринку туризму панує висока конкуренція, лідируючі частки займають США, Франція, Іспанія, Італія, Австрія. Кожна з країн використовує власну стратегію просування та реалізації туристичних продуктів, серед яких: реклама, організація міжнародних рекламних заходів, проведення міжнародних виставок.

У другому розділі «Дослідження системи просування та реалізації туристичного продукту ТОВ «Селезньов Тур» охарактеризовано дане туристичне підприємство, проаналізовано економічні показники його діяльності та розглянуто систему просування та реалізації туристичного продукту підприємства. ТОВ «Селезньов Тур» є туристичним оператором, про що свідчить ліцензія серії АГ № 581238 з необмеженим терміном дії. Туристична фірма пропонує найрізноманітніші види турів, досліджено, що кількість турів, реалізованих підприємством «Селезньов Тур», збільшилась у 2021 році порівняно з 2020. Також було встановлено, що у 2021 році економічні показники діяльності ТОВ «Селезньов Тур» помітно покращились, фірма почала вживати заходів для виведення підприємства із кризового стану, спричиненого наслідками пандемії Covid-19. Водночас сума витрат підприємства на рекламні та маркетингові заходи у 2021 році значно збільшилась порівняно з попереднім 2020 роком, і становила 602,2 тис. грн. Було виявлено, що підприємство «Селезньов Тур» є рентабельним: дохід туристичної фірми збільшився на 59% у 2021 році, порівняно з попереднім. Однак збільшились також витрати – на 48,6%.

З метою виявлення сильних та слабких сторін підприємства «Селезньов Тур», а також можливостей та загроз проведено SWOT-аналіз. Результати дослідження показали, що керівництву туристичної фірми необхідно приділити увагу модернізації системи просування та реалізації туристичної фірми «Селезньов Тур» з огляду на виявлені слабкі сторони та можливості підприємства.

У третьому розділі «Удосконалення системи просування та реалізації туристичного продукту на туристичному підприємстві «Селезньов Тур» запропоновано шляхи вдосконалення системи просування та реалізації туристичного продукту фірми. Зважаючи на результати дослідження, встановлено, що туристичне підприємство «Селезньов Тур» має сприятливі умови для покращення системи збуту власного туристичного продукту, проте не впроваджує у свою діяльність усі доступні маркетингові інструменти. Як результат,

рекомендовано деякі заходи щодо покращення системи просування та реалізації туристичного продукту підприємства.

ВИСНОВКИ

Виходячи з викладеного матеріалу, доцільно зробити такі висновки:

Існує багато визначень поняття «туристичний продукт», але загалом сутність терміну визначається таким чином – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що об'єднує не менше двох таких послуг, який реалізується за встановленою ціною та до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші послуги.

У першому розділі роботи визначено методологічні підходи до просування та реалізації туристичного продукту. Просування туристичного продукту - це комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту або туристичних послуг.

До комплексу заходів, які забезпечують ефективне просування та реалізацію туристичного продукту належать: реклама, участь у виставках та ярмарках, друк різноманітних туристичних буклетів, брошур, організація туристичних інформаційних центрів. Основною метою таких заходів є демонстрація потенційному споживачу найкращих якостей туристичного продукту та заохочення його придбати даний продукт.

Залежно від того, на кого спрямований кінцевий результат просування, туристичні підприємства можуть використовувати внутрішні та зовнішні засоби просування.

Зовнішні засоби просування використовуються туристичними фірмами для мотивації клієнта до покупки туристичного продукту. За допомогою таких традиційних методів, як реклама, виставки, персональні продажі туристичні агенти поширюють інформацію про туристичний продукт туроператора та швидше реалізують його, просуваючи на ринок.

Внутрішні засоби просування виступають у ролі зв'язуючої ланки між туристичними підприємствами та споживачами. Дані засоби спонукають туристичних агентів до співпраці з туристичними операторами на основі привабливих для обох сторін умов.

Також було досліджено світовий досвід у сфері просування та реалізації туристичного продукту. Лідируючі позиції на туристичному ринку займають такі країни, як США, Франція, Іспанія, Італія, Австрія, які поділили між собою більше 30% туристичного ринку. Серед найбільш поширених заходів просування у цих країнах можна виділити рекламу, організацію міжнародних рекламних заходів, проведення міжнародних виставок.

Другий розділ роботи присвячено характеристиці системи просування та реалізації туристичного продукту компанії «Селезньов Тур». Було проаналізовано економічні показники діяльності туроператора такі, як кількість обслугованих туристів, кількість і вартість проданих турів, дохід від надання послуг, витрати на рекламні та маркетингові заходи. Аналіз показників показав збільшення витрат на просування. Так, сума витрат ТОВ «Селезньов Тур» на рекламні та маркетингові заходи у 2021 році значно збільшилась порівняно з попереднім 2020 роком, і становила 602,2 тис. грн. Сума витрат на рекламні заходи також збільшилась у 2021

році, порівняно з попереднім роком: у 2021 сума витрат склала 3,2 тис. грн, а у 2020 – 0,7 тис. грн.

Була опрацьована система просування та реалізації туристичного продукту ТОВ «Селезньов Тур», надана характеристика напрямків просування та реалізації, а саме просуванню через веб-сайт, соціальні мережі Instagram, Facebook, Telegram, за допомогою поширення промо-акцій в Інтернеті та розсилки повідомлень через месенджери.

Також виконано SWOT-аналіз діяльності підприємства. Результати SWOT-аналізу показали що поруч сильними сторонами, такими як висока кваліфікація персоналу, широкий асортимент послуг та висока якість їх надання, значний досвід функціонування підприємства, туристична фірма «Селезньов Тур» має також ряд слабких сторін: відсутність відділу маркетингу та агентської мережі, повільне впровадження фірмою новітніх інструментів просування продукту, застарілий сайт та деякі інші.

Третій розділ присвячено пошуку нових шляхів просування та реалізації туристичного продукту на підприємстві «Селезньов Тур». Внесено деякі пропозиції щодо створення нових стратегій просування та реалізації туристичного продукту підприємства «Селезньов Тур», а саме:

- модернізація веб-сайту туристичної фірми;
- утворення мережі агентів з просування продукту;
- формування нового привабливого туристичного продукту;
- участь у міжнародних туристичних подіях.

У рамках пошуку шляхів удосконалення системи просування та реалізації, розроблено новий тур вихідного дня «Культурний відпочинок та козацькі розваги» та виконано калькуляцію туру.

Шляхом обчислення економічної ефективності від застосування програми заходів щодо вдосконалення системи просування та реалізації туристичного продукту «Селезньов Тур» встановлено, що наведені заходи не потребують значних інвестицій, а отже можуть бути втілені за рахунок доходу туристичної фірми «Селезньов Тур». При цьому, після впровадження програми заходів очікується збільшення прибутку підприємства на 20%, тобто ефективність впровадження даних інструментів просування та реалізації туристичного продукту може бути значно високою.

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Постолатій Дарії Олександрівни
 «Організація просування та реалізації туристичного продукту
 підприємствами сфери туризму (на прикладі ТОВ «Селезньов Тур»)»
 кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра
 зі спеціальності 242 «Туризм»

Одеський національний економічний університет
 м. Одеса, 2022 рік

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Об'єкт дослідження: процес просування та реалізації туристичного продукту.

Предмет дослідження: дослідження стратегій просування та реалізації продуктів туристичного підприємства «Селезньов Тур».

У першому розділі роботи проаналізовано теоретичні основи формування системи просування та реалізації туристичного продукту, а саме розглянуто методологічні підходи до просування та реалізації та світовий досвід у сфері просування та реалізації туристичного продукту.

Другий розділ містить аналіз економічних показників діяльності підприємства «Селезньов Тур», охарактеризовано систему просування та реалізації туристичного продукту даним підприємством.

У третьому розділі наведено шляхи удосконалення системи просування та реалізації туристичного продукту підприємства «Селезньов Тур», запропоновано заходи щодо створення нових стратегій просування та реалізації туристичного продукту даного підприємства.

Ключові слова: туристичний продукт, туристичне підприємство, просування туристичного продукту, реалізація туристичного продукту, заходи просування, стратегія.

ANNOTATION

for the qualification work of Postolatii Daria

«Organization of promotion and realization of tourism product by enterprises in
 the field of tourism (exemplified by LLC «Seleznev Tour»)»

qualification work for a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism"

Odessa National Economic University

Odesa, 2022

Qualification work consists of introduction, three sections, conclusions, list of sources used, applications.

Object of research: process of promotion and realization of tourist product.

Subject of research: research of strategies of promotion and realization of products of tourist enterprise «Seleznev Tour».

In the first section of the work the theoretical bases of forming the system of promotion and are analyzed namely, methodological approaches to promotion and realization and world experience in the sphere are considered.

The second section contains an analysis of economic indicators of the activity of the company «Seleznev Tour», the system of promotion and realization of tourist product by the given enterprise is described.

The third section presents ways to improve the system of promotion and realization of tourism products of the enterprise «Seleznev Tour», proposed measures to create new strategies for the promotion and realization of the tourist product of the enterprise.

Keywords: tourist product, tourist enterprise, promotion of a tourist product, realization of a tourist product, promotion measures, strategy.