

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту  
Завідувачка кафедри  
Давиденко І. В.

(підпис)

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023 р.

**РЕФЕРАТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

за темою:

на тему: *Організація просування та реалізації туристичного  
продукту підприємствами сфери туризму (на прикладі  
туристичних фірм Полтавської області)*

**Виконавець:**

Студентка IV курсу ЦЗФН

Дяченко Вероніка Олександрівна

/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент Михайлюк Олена Леонідівна

/підпис/

**Одеса 2023**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Туристична галузь є важливою галуззю економіки, яка забезпечує не тільки розвиток туризму, але і створення нових робочих місць та покращення благополуччя населення. Для успішного розвитку туризму важливо, щоб підприємства сфери туризму були ефективними в організації просування та реалізації туристичного продукту.

Організація просування туристичного продукту передбачає рекламну діяльність, яка допоможе привернути увагу до певної туристичної послуги або місця. Ефективна реклама передбачає використання різноманітних інструментів, таких як рекламні буклети, сайти, соціальні мережі, агенти з продажу та інше.

Реалізація туристичного продукту передбачає планування, організацію та здійснення послуг для клієнтів. Це може включати бронювання готелів, транспорту, екскурсій та інших туристичних послуг. Для успішної реалізації туристичного продукту підприємства сфери туризму повинні мати високу якість послуг, а також забезпечити належний рівень обслуговування та задоволення клієнтів.

У підсумку, організація просування та реалізації туристичного продукту є важливими чинниками для розвитку туризму та забезпечення належного рівня обслуговування туристів. Важливо забезпечити ефективну організацію роботи та використання різноманітних інструментів просування, а також забезпечити високу якість та належний рівень обслуговування клієнтів. Крім того, підприємства сфери туризму повинні забезпечити належний рівень безпеки для туристів та виконання всіх вимог щодо збереження культурної та природної спадщини відвідуваних місць.

Організація просування та реалізації туристичного продукту також повинна бути адаптована до вимог міжнародного ринку та специфіки туристичних продуктів, які пропонуються. Наприклад, важливо мати досвідчених фахівців з мовами та культурою країн, до яких спрямовані

туристичні продукти.

У підсумку, успішне просування та реалізація туристичного продукту залежить від ефективної організації роботи та забезпечення якості послуг для клієнтів. Також важливо враховувати специфіку міжнародного ринку та вимоги до збереження природних та культурних ресурсів, які використовуються в туристичній діяльності.

**Мета** – дослідження теоретичних і практичних аспектів організації просування та реалізації туристичного продукту підприємствами сфери туризму Полтавської області.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення низки взаємопов'язаних **завдань**, серед яких основними є:

- дослідити теоретичну сутність понять: маркетинг у туризмі, туристичний менеджмент, політика просування у туризмі, реалізація туристичних послуг;

- проаналізувати світовий досвід процесу просування та реалізації туристичного продукту;

- дослідити національний і регіональний досвід просування та реалізації туристичного продукту;

- визначити специфіку просування туристичного продукту українських підприємств на міжнародному ринку;

- проаналізувати туристичні фірми Полтавської області;

- окреслити напрямки просування туристичного продукту через соціальні мережі.

**Об'єкт дослідження** – підприємства сфери туризму Полтавської області.

**Предмет дослідження** – теоретичні і практичні аспекти організації просування та реалізації туристичного продукту підприємствами сфери туризму Полтавської області.

Питання просування та реалізації туристичного продукту висвітлюються у працях Столяренко М.М. [26], Кифяк О.В.[9], Козубова Н.В.

[8], Євтух І. [5] та інших. Аналіз і специфіку розвитку туризму в Полтавському регіоні досліджують Якименко І.В. [29], Яковенко Н.В. [30], Жукова О.В., Москаленко О.В., Тищенко І.І [6] та інші.

**Практичне значення** кваліфікаційної роботи полягає у наступному: - досліджено теоретичну сутність понять: маркетинг у туризмі, туристичний менеджмент, політика просування у туризмі, реалізація туристичних послуг;

- проаналізовано світовий досвід процесу просування та реалізації туристичного продукту;

- досліджено національний і регіональний досвід просування та реалізації туристичного продукту;

- визначено специфіку просування туристичного продукту українських підприємств на міжнародному ринку;

- проаналізовано туристичні фірми Полтавської області;

- окреслено напрямки просування туристичного продукту через соціальні мережі.

**Методи дослідження:** аналогії (характеристика організації та просування туристичного продукту в Полтавському регіоні); порівняльного, історичного, статистичного аналізу - для аналізу організації та просування туристичної сфери; предметного моделювання, метод аналіз-синтез, системно-структурний – для систематизації основних понять.

**Інформаційна база дослідження.** Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою аналізу законодавчих актів; ДСТУ; літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів об'єктів туристичного бізнесу; сайту Державної служби статистики України.

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінки. Робота містить 11 таблиць, 2 малюнка. Список використаних джерел включає 54 найменування.

## **Публікації за темою дослідження.**

1. Дяченко В. Національний і регіональний досвід просування та реалізації туристичного продукту. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали III Міжнародної науковопрактичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 12 квітня 2023 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2023. 255 с. (С.104-108).*

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі **«Теоретичні основи просування туристичного продукту»** наведена характеристика основ просування туристичного продукту, розглянуто сутність понять, такі як маркетинг в туризмі, туристичний менеджмент, політика просування в туризмі та реалізація туристичних послуг.

У другому розділі **«Аналіз особливостей процесу та реалізації туристичного продукту»** досліджено світовий досвід процесу просування та реалізації туристичного продукту, розглянуто національний та регіональний досвід процесу просування та реалізації туристичного продукту, розглянуто специфіку просування туристичного продукту українських підприємств на міжнародному ринку.

У третьому розділі **«Напрямки організації процесу просування та реалізації туристичного продукту в Полтавській області»** наведена характеристика 10 турфірм Полтавської області, розглянуто напрямки просування туристичного продукту через соціальні мережі.

## ВИСНОВКИ

1. Туристична діяльність має важливе значення для економіки та соціального розвитку країн і регіонів. Туризм є важливим чинником розвитку регіональної економіки та може забезпечити додаткове економічне зростання, залучення інвестицій і створення нових робочих місць. Для ефективного розвитку туризму необхідно забезпечити розвиток інфраструктури, підвищити якість послуг та раціональне використання природних і культурних ресурсів. Крім того, необхідно розвивати маркетингові стратегії та просувати туристичні продукти на міжнародному ринку.

2. Специфіка просування туристичного продукту українських підприємств на міжнародному ринку полягає у необхідності розробки та впровадження ефективної маркетингової стратегії, що враховує особливості цільового ринку та конкурентних переваг туристичного продукту. Крім того, важливими факторами є підвищення якості туристичного продукту та послуг, розвиток інфраструктури, залучення інвестицій та створення партнерств з міжнародними туристичними операторами та агентами. Необхідно також підтримувати діалог та співпрацю з міжнародними організаціями та туристичними асоціаціями з метою підвищення відомості про туристичний продукт України на міжнародному ринку та забезпечення його ефективного просування. Загалом, ефективне просування туристичного продукту українських підприємств на міжнародному ринку може сприяти розвитку туризму в країні та підвищенню її конкурентоспроможності.

3. Туристичні фірми Полтавської області мають важливе значення для розвитку туризму в області та забезпечення якісних туристичних послуг для відвідувачів. Вони надають різноманітні туристичні послуги, сприяють вивченню місцевої культури та історії, розвивають інфраструктуру та економіку. Кожна з розглянутих туристичних фірм має свої переваги та специфіку пропонованих послуг. Важливо пам'ятати про необхідність раціонального використання природних та культурних ресурсів і забезпечення сталого розвитку туризму в області. Успішний розвиток

туризму в Полтавській області залежить від комплексного підходу до просування туристичного продукту та взаємодії усіх стейкхолдерів галузі.

4. Використовуючи засоби просування туристичних послуг і виходячи з вибору оптимальної стратегії збуту, туристичні підприємства можуть отримати конкурентну перевагу над іншими, збільшуючи свою частку ринку та підвищуючи лояльність кінцевих споживачів. Розглянуті особливості соціальної мережі Instagram дозволяють зробити висновок, що вона є одним із найефективніших інструментів управління користувачами в цифрову еру, має комунікаційні, інформаційні, соціальні, ідентифікаційні, презентаційні та розважальні функції, характеризується стабільною та швидкою зростання аудиторії, можливість реалізації сегментації користувачів. Абсолютна першість Instagram у просуванні туристичного бізнесу зумовлена важливою для туризму мультимедійною формою подачі інформації, високою насиченістю інформацією, можливістю активного спілкування з клієнтами, швидкого реагування на їхні вподобання, створення позитивного іміджу, лояльність компанії та клієнтів. Для підвищення ефективності рекламної діяльності в Інтернеті її необхідно гармонійно поєднувати з традиційним комунікаційним комплексом.

5. Полтавська область – один із наймальовничіших та екологічно чистих регіонів України. Регіон має значний туристичний потенціал завдяки вигідному географічному положенню, особливостям історичного розвитку, національно-культурному розмаїттю, специфічній архітектурі, природним об'єктам, наявності потенційно брендового туристичного продукту, унікальному поєднанню урбанізованих та індустріалізованих територій із заповідними територіями.

Крім того, Полтавщина надзвичайно багата на природні ресурси та лікувальні чинники. Цьому сприяють географічне положення, геологічна будова та гідрогеологічні умови. Розглядаючи заклади медичного туризму в цьому регіоні, можна з упевненістю сказати, що цей регіон має всі переваги

для створення конкурентного середовища.

У 2019 році було прийнято Стратегію розвитку туризму та курортно-оздоровчої сфери Полтавської області на 2019-2029 роки, яка визначила зелений пізнавальний, подієвий, діловий та сільський туризм пріоритетними напрямками розвитку туризму в області для довгостроковий термін. До цього переліку варто додати лікувально-оздоровчий туризм, а також спортивний туризм, враховуючи їх соціальну значимість і затребуваність, а також наявний ресурсний потенціал. Реалізація Стратегії передбачається у три етапи, а її цілі та операційні завдання за умови повної реалізації здатні забезпечити зростання туристичної популярності регіону та значне підвищення ефективності його туристичної галузі. Основними напрямками розвитку є створення нових туристичних стежок, удосконалення інформаційної бази, розвиток інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг. Досягнення цих цілей може сприяти залученню більшого потоку туристів, збільшенню обсягів інвестицій та розвитку економічної діяльності у сфері туризму. Розвиток туризму також може позитивно вплинути на соціально-економічний розвиток регіону, сприяючи створенню нових робочих місць та збільшенню доходів місцевого населення.



## АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу студентки ЦЗФН Дяченко В.О

на тему:

**«Організація просування та реалізації туристичного продукту підприємствами сфери туризму(на прикладі туристичних фірм Полтавської області)»**

на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 Туризм за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2023 рік

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів; містить 11 таблиць, 2 малюнків, висновки і пропозиції. Список літератури складається з 54 найменувань.

**Об'єкт дослідження:** підприємства сфери туризму Полтавської області

**Предмет дослідження:** теоретичні і практичні аспекти організації просування та реалізації туристичного продукту підприємствами сфери туризму Полтавської області У першому розділі «Теоретичні основи просування туристичного продукту» досліджується теоретичні основи просування туристичної діяльності, маркетингу в туризмі та реалізація туристичних послуг.

У другому розділі «Аналіз особливостей процесу просування та реалізації туристичного продукту» проводиться аналіз світового, національного і регіонального процесу та специфіка просування та реалізації туристичного продукту.

У третьому розділі «Напрямки організації процесу просування та реалізації туристичного продукту у Полтавській області» наводиться характеристика туристичних фірм Полтавської області та напрямки просування туристичного продукту через соціальні мережі.

**Ключові слова:** туристична діяльність, маркетинг в туризмі, просування та реалізація туристичного продукту в Полтавській області.

## SUMMARY

for qualification work of CFCE student Diachenko V.O.

on the topic:

**" Organization of service and implementation of a tourist product within the tourism sector (on the example of travel companies in the Poltava region)"**

obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 Tourism

Odessa National Economic University, Odessa, 2023

Qualification work consists of three sections; contains 11 tables, 2 figures, conclusions and suggestions. The list of literature consists of 54 items.

**Object of research:** enterprises in the field of tourism of the Poltava region.

**Subject of research:** theoretical and practical aspects of organizing the promotion and sale of a tourist product by tourism enterprises in the Poltava region.

The first section "Theoretical foundations of tourism product promotion" examines the theoretical foundations of tourism promotion, marketing in tourism and implementation of tourist services.

In the second section "Analysis of the peculiarities of the process of promotion and realization of the tourist product" the analysis of the global, national and regional process and the specifics of the promotion and realization of the tourist product is carried out.

The third section "Directions of the organization of the process of promotion and realization of the tourist product in Poltava region" describes the characteristics of tourist companies of the Poltava region and the directions of promotion of the tourist product through social networks.

**Key words:** tourism activity, marketing in tourism, provision and sale of a tourist product in the Poltava region.