

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

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

“__” _____ 20__р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

На здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за магістерською програмою професійного спрямування

економіка та управління туристичною діяльністю

на тему: «Удосконалення надання послуг туристичного підприємства на
основі тенденцій розвитку туристичного ринку»

Виконавець:

студентка 6 курсу 8 групи

факультету міжнародної економіки

Липовецька Юлія Володимирівна _____

/підпис/

Науковий керівник:

к. г. н., доцент

Ярьоменко Сергій Григорович _____

/підпис/

Зміст:

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	6
1.1 Туристичний ринок та його складові.	6
1.2. Поняття туристичної послуги та показники що визначають тенденції на ринку туристичних послуг.....	14
1.3 Характеристика тенденцій регіонального та національного ринку туристичних послуг	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «АМІГОТУР»	42
2.1. Загальна характеристика підприємства та аналіз господарської діяльності.....	42
2.2 Оцінка конкурентного середовища підприємства.....	52
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	56
3.1 Рекомендації щодо удосконалення послуг туристичної фірми.....	56
3.2 Пропозиції щодо розширення туристичного продукту для внутрішніх туристів.....	59
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що подальший розвиток ринкових процесів в Україні, створення передумов для її успішної інтеграції у світове економічне співтовариство потребує суттєвих змін у визначенні пріоритетних форм, методів і напрямів діяльності в умовах інформаційного суспільства. Нині однією із найважливіших соціально-економічних галузей світової економіки є туризм. Саме туризм найбільш суттєво впливає на розвиток політичних, економічних, соціальних, культурних відносин і міжособистісних стосунків у міжнародному масштабі, стає змістом та стилем життя для мільйонів людей в умовах інформаційного суспільства. Україна володіє різноманітними туристично-рекреаційними ресурсами, значним потенціалом для розвитку міжнародного туризму, а, отже, має всі передумови, щоб увійти до найбільш розвинених у туристичному відношенні країн світу. Тому туристичні підприємства для успішної роботи та зайняття своєї ніші на ринку послуг повинні використовувати удосконалення всіх сфер, починаючи від маркетингової діяльності і закінчуючи його рекламною діяльністю для того, щоб розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на туристичні послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування туристичних товарів і послуг.

Метою кваліфікаційної роботи є формування концепції та розробка пропозицій щодо удосконалення туристичної діяльності приватного підприємства в умовах ринку.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- виявити складові туристичного ринку;
- дати визначення поняттєво-категорійному апарату туристичної діяльності в умовах ринку;
- проаналізувати показники, що визначають тенденції на ринку туристичних послуг;

- опрацювати організаційно-управлінську структуру туристичного підприємства «Аміготур»;
- проаналізувати господарську діяльність підприємства «Аміготур»;
- визначити тенденції туристичних послуг на ринку України;
- з'ясувати діагностику проблем туристичної діяльності підприємства «Аміготур»;
- виявити шляхи удосконалення системи управління діяльністю «Аміготур»;
- розробити практичні рекомендації удосконалення туристичної діяльності підприємства «Аміготур» в умовах туристичного ринку.

Об'єкт кваліфікаційної роботи – процес удосконалення надання послуг на основі тенденцій розвитку туристичного ринку.

Предмет кваліфікаційної роботи – удосконалення надання послуг туристичного підприємства на основі тенденцій розвитку туристичного ринку.

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. В контексті системного підходу туристична діяльність підприємства аналізується як ресурс економічного розвитку країни. Синергетичний підхід відбиває дослідження туристичної діяльності підприємства в процесах самоорганізації як детермінанти розвитку суспільства, що знаходиться в умовах нелінійності, невизначеності, невірноваженості, багатофакторності соціального розвитку. Аналітико-прогностичний метод був використаний з метою можливого опрацювання майбутньої моделі туристичної діяльності в контексті сприятливого розвитку економічних, політичних і соціокультурних реалій в Україні, світових глобалізаційних та інформаційних процесів. Метод порівняльного аналізу дозволив уточнити завдання і зміст туристичної діяльності у порівнянні з головними конкурентами на туристичному ринку. Системно-структурний дозволив експлікувати туристичну діяльність як

складну систему, що розвивається, та представляє собою складне соціальне та економічне явище та динамічний процес.

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 «Аміготур».

Аналіз літератури. Вивченню удосконалення туристичної діяльності було присвячено багато праць зарубіжних і вітчизняних авторів, а саме: Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В., що аналізували основи маркетинга в туризмі. Любіцева О.О., яка приділила увагу ринкові туристичних послуг. Кудла Н.Є., що опрацьовував маркетинг туристичних послуг. Бейдик О.О., Ліщишина О.М., Сараєв А.Р. та Яковлев Г.А. висвітлили показники статистики туризму.

Практичною цінністю виконаної роботи для підприємства є проведений аналіз діяльності приватного підприємства за 2015-2016 рр. і запропонований комплекс заходів по удосконаленню діяльності туристичного підприємства «Аміготур» в умовах ринку. Практичне використання її результатів і впровадження запропонованих у ній заходів дасть позитивний ефект, підвищить рівень прибутку підприємства і буде сприяти розширенню його ринкової частки.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок. Основний зміст викладено на 64 сторінках. Робота містить 24 таблиць, 9 рисунків.

ВИСНОВКИ

Актуалізація потреби теоретичного осмислення туризму обумовлена рядом причин: планетарний характер розвитку подорожей, широкомасштабність туристичної діяльності, необхідність наукового обґрунтування туризму, узгодження різних підходів до вирішення загальних завдань туристичної галузі. Накопичений фактичний матеріал туристської діяльності потребує розгорнутої оцінки, упорядкування і узагальнення. Таку роль повинан відіграти теорія управління туристської діяльності в умовах ринку, кризи, глобалізації, підвищення конкурентоспроможності.

ПП «Аміготур» за характером своєї діяльності є підприємством яке займається наданням туристичних послуг. Працює на туристичному ринку України з 2005 року. Туристичні послуги, що надаються даним підприємством відповідають вимогам таких нормативних документів як Закон України "Про захист прав споживачів"; Закон України "Про туризм". Основні напрямки діяльності ПП " Амыготур":

- підбір і продаж турів в 59 країн світу;
- продаж авіаквитків;
- організація екскурсій;
- організація весільних церемоній в туристичних країнах;
- допомога в оформленні закордонних паспортів;
- допомога в оформленні візи;
- поповнення TravelSim.

Головна цінність компанії - задоволений клієнт.

ПП "Аміготур» пропонує своїм клієнтам здійснити туристичні подорожі в такі країни, як Австрія, Англія, В'єтнам, Німеччина, Греція, Індія, Індонезія, Іспанія, Італія, Канада, Кіпр, Китай, Мальта, ОАЕ, Перу, Польща, Румунія, Сінгапур, США, Таїланд, Туніс, Туреччина, Чехія, Франція, Естонія, Японія.

Під час аналізу господарської діяльності підприємства «Аміготур», виявлено збільшення подорожей, а саме на 29,5% порівнянно з 2015р.. До

провідних цілей, по обслуговуванню туристів є відпочинок та спеціалізований туризм. Збільшується туристопотік, найбільш популярними країнами, які відвідали туристи «Аміготур» є Туреччина, Єгипет, Польща та Італія.

Що стосується економічних показників, спостерігається збільшення об'єму наданих послуг з 105 тис.грн. до 114,7 тис.грн.. В загальній структурі витрат турпідприємства, найбільш питома вага приходить на заробітну плату, відбувається збільшення матеріальних витрат на 15% порівняно з 2015р.. Рентабельність виробничої діяльності коливається у межах 6,5%, рентабельність продажів зросла до 27,3%, а це означає, що збільшилась дохідність операційної діяльності підприємства. Рентабельність власного капіталу становить 37,8%. Показник фінансової стійкості знаходиться у межах норми. Підприємство має достатній рівень платоспроможності, оскільки всі коефіцієнти ліквідності відповідають установленим нормам.

Також в роботу були представлені тенденції на ринку туристичних послуг. Так за даними державної служби статистики України суб'єктами туристичної діяльності було обслуговано 2,2 млн. вітчизняних туристів, а це на 1,2 разв більше ніж в 2015р., дохід від надання туристичних послуг становив 11522520,4 тис.грн.. Одеська область зайняла друге місце по кількості суб'єктів туристичної діяльності, а саме 30 туроператорів, 120 турагентів та 7 суб'єктів екскурсійної діяльності, дохід від наданих туристичних послуг становив 219425,5 тис.грн.

Що стосується мотиваційної структури туристичних подорожей в Україні, провідне місце займають поїздки з рекреаційною та екскурсійною метою.

Протягом останніх 3 років найпопулярнішими для відпочинку український туристів залишаються Туреччина, Єгипет. В обсяг продажів компанії «Аміготур» вони займають близько 90%, решта 10% розподілені між Болгарією, Грецією, Іспанією, Італією, Австрією, Шрі-Ланкою й Тайландом.

Так, як м.Одеса займає друге місце по кількості суб'єктів туристичної діяльності, туроператор «Аміготур» має велику конкуренцію. Головним

конкурентами є туроператори «Едем» та «VICTORY TOUR». Була проведена оцінка основних конкурентів та побудований багатокутник конкурентноспроможності. Дані показали, що найбільш сильним конкурентом є «VICTORY TOUR». Для того, щоб стати лідером П.П. «Аміготур» потрібно збільшувати кількість офісів, асортимент туристичного продукту, працювати над іміджем та розвивати внутрішній туризм.

Тому, для рекомендацій, щодо надання туристичних послуг, та розвитку підприємства «Аміготур», мною був розроблений груповий тур «Зимова казка». Який розрахований на 6 днів до західної України, а саме до Яремче та Буковелі. Ціна туру складає 11100 грн. Даний тур націлений на споживачів з активною життєвою позицією, яким непритаманний пасивний відпочинок, з середнім або вище середнього рівнем доходів. Чистий прибуток від реалізації запланованих путівок складає 219218 грн. Показник рентабельності показав, що підприємство має 7,1% прибутку з кожної гривні витраченої на виробництво і реалізацію продукції, що є перспективною та позитивною тенденцією при впровадженні туру. Коефіцієнт прибуткованості, що характеризує рівень віддачі на вкладенні кошти дорівнює 10,2%. Було виявлено, що для того, щоб підприємство почало отримувати прибуток, потрібно реалізувати більше 33 турів, в грошовому еквіваленті сума який становить 366300 грн.

Отже, підсумовуючи аналіз діяльності туристичної фірми «Аміго тур», слід зазначити, що даний туроператор – має угоду з партнерами по усім напрямкам, які допомагають надавати якісні туристичні послуги.

Згідно з проведеними аналізами можливо зробити висновок, що підприємство знаходиться на стадії розвитку та має широкі перспективи.

У ході дослідження діяльності туристичного оператора «Аміго тур» я виявила, що для подальшого успішного функціонування фірми потрібно розробити та застосувати нову концепцію збуту, необхідно розширити штат співробітників, та кількість офісів, а також почати займатись в'їзним туризмом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга [Текст] / Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К., 1999.
2. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lgtinfo.com.ua/images/stories/books/turizmoznavstvofax/tvf4.pdf>
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с. - С.44-48.
4. Чорненька, Н. В. Організація туристичної діяльності [Текст] : навч. посібник / Н. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.
5. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник [Електронний ресурс] режим доступу: http://pidruchniki.com/11800912/turizm/efektivniy_menedzhment_upravlinnya_oriyentovane_kliyenta
6. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Навчальний посібник [Електронний ресурс] режим доступу: <http://buklib.net/books/31790/>
7. Поняття туристичної діяльності [Електронний ресурс] режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>
8. Про туризм: Закон України // Відомості Верховної Ради. - 2002. - № 31.
9. Туристична діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://library.if.ua/book/38/2530.html>
10. Бейдик О.О., Ліщишина О.М. Російсько-український тлумачний словник термінів з медичної географії. – К.: РВЦ “Київський університет”, 1997. – 120 с. - С.52.
11. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие / А. И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 176 с.
12. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. - М., 2000. – 200 с.

13. 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.

14. Печеник О. Б. Туризм як соціальне і культурне явище / О. Б.Печеник // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Філософські проблеми сучасності»: статті й тези / редкол. Г.Д. Берегова, Е. М. Герасимова, Т. В. Лень та ін. – Херсон: РВВ «Колос», 2015.

15. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник / В. М. Колот. - К.: КНЕУ, 2004. - 350с

16. Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл / С. С. Гаркавенко. - К.: Лібра, 2004. – 712 с.

17. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні (інформаційно-аналітичний матеріал до парламентських слухань). - жовтень. - 2000. - 87 с.

18. Печеник О.Б. Напрями удосконалення діяльності туристичної фірми в умовах ринку / О.Б.Печеник // Матеріали XX науково-технічної конференції студентів, магістрантів, аспірантів і викладачів ЗДІА.

19. Анисимов В.М. Кадровая служба и управление персоналом организации: Практическое пособие кадровика / В. М. Анисимов . - Центр кадрологии и эффективного персонал-менеджмента. - М.: Экономика, 2003. – 703 с.

20 Основні питання в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://pidruchniki.com/13761025/turizm/osnovni_ponyattya_upravlinski_kategoriyi_turizmu

21 Сараев А.Р. О показателях статистики туризма // Вопросы статистики 2007. – № 9. – С. 39-43.

22. Яковлев Г.А. Экономика и статистики туризма: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство РДЛ, 2004. – 376 с.

23. 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.

24. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник. - К.: Знання, 2011. - 351 с.

25. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник / В. О. Василенко. - Київ: ЦУЛ, 2003. - 504 с.

26. Герасименко В.Г. Основы туристского бизнеса: учебное пособие.- Одеса: Чорномор'я, 1997.- 160 с.

27. Наказ Державного комітету статистики України Про затвердження форм державної статистичної звітності з питань туризму та інструкцій щодо їх заповнення від 04.03.1998 № 96 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.

28. Туризм в Україні. Статистичний щорічник. – Київ: Державний комітет статистики, 2006. – 184 с.

29. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електрон. ресурс] – Режим доступу: www.unwto.org.

30. Туристичний ринок України : [Електроннийресурс]: http://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva.htm

31. Державна служба статистики України: [Електроннийресурс]: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

32. Рейтинг країн : [Електроннийресурс]: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/2017-05-22/leto-2017-gde-i-pochem-otdohnut-ukraintsam/12261>

33. Турпотік за 2017р : [Електроннийресурс]: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2303537-turpotik-do-ukraini-zris-na-87.html>

34. Стратегії розвитку туризму і курортів на 2016–2020:[Електроннийресурс]:

роки <https://www.knteu.kiev.ua/file/NjY4NQ==/e1227acdf34bb4a1da39d384139b9d7a.pdf>

35. Офіційний сайт ВТО [Електрон. ресурс] – Режим доступу: www.unwto.org.

36. Програми розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017 - 2020 рр: [Електронний ресурс]: https://oda.odessa.gov.ua/53/52281/78913/78936/____.pdf

37. Офіційний сайт підприємства «Аміготур» [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://amigotour.com.ua/>

38. Закон України “Про підприємства в Україні” від 27.03.1991 р., № 887-ХІІ, із змінами та доповненнями.

39. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р., № 436-IV.

40. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р., № 435-IV.

41. Закону України «Про туризм» : [Електронний ресурс]: <http://zakon4.rada.gov.ua;>

42. Туристично-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг ГОСТ 28681.1-95 : [Електронний ресурс]: info-tour.org;

43. Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Загальні вимоги ГОСТ 28681.2-95: [Електронний ресурс]: info-tour.org;

44. Туристично-екскурсійне обслуговування. Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів ГОСТ 28681.3-95: [Електронний ресурс]: info-tour.org;

45. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/19570411/marketing/metodi_otsinyuvannya_konkurentospromozhnosti_pidpriyemstva

46. Офіційний сайт туристичного підприємства «Едем»: [Електронний ресурс]: <http://edem-trv.com/o-nas/>

47. Офіційний сайт туристичного підприємства «Victorytour»: [Електронний ресурс]: <http://www.victorytour.com.ua/>

48.Метод експертнонь оцінки»: [Електроннийресурс]:
<https://uk.wikipedia.org/wiki>

49.Багатокутник конкурентоспроможності [Електроннийресурс]:
<http://posibniki.com.ua/post-metodi-ocinyuvannya-rivnya-konkurentospromozhnosti-pidpriemstva>

50. Розвиток туризму в Україні. - К.: Інститут туризму, 2007.- 245 с.
розвитку у сучасних умовах. Том IV / Запоріз. держ. інж. акад. –
Запоріжжя: ЗДІА, 2015. – 246 с.

51. . Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навч.
посібник / Федерація профспілок України; Інститут туризму / Ю. Б. Забалдіна. -
К., 2002. – 196 с.

52.Офіційний сайт курорту «Буовель» : [Електроннийресурс]:
<https://bukovel.com/>

53. Офіційний сайт готелю «Цвіт папороті»: [Електроннийресурс]:
<https://www.booking.com/>

54. Офіційний сайт «VODA CLUB»: [Електроннийресурс]:
<https://vodaclub.ua/>

55.Визначення точки беззбитковості [Електронний ресурс] режим
доступу:
http://pidruchniki.com/1674020853301/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/viznachennya_t_ochki_bezbitkovosti_dopomogyu_rivnyan