

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

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

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/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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.

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».

Для обробки та аналізу інформації використовувалися комп'ютерні програми Microsoft Word і Microsoft Excel.

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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи поняття ринку туристичних послуг» розглянуто сутність туристичного ринку та його складових, поняття туристичної послуги та показники що визначають тенденції на ринку туристичних послуг, характеристика тенденцій регіонального та національного ринку туристичних послуг.

У другому розділі «Аналіз діяльності підприємства «Аміготур»» проаналізовано загальну характеристику підприємства та господарсько-економічну діяльність, здійснено оцінку конкурентного середовища підприємства.

У третьому розділі «Напрямки удосконалення надання послуг туристичного підприємства» запропоновано рекомендації щодо удосконалення послуг туристичної фірми «Аміготур», та надані пропозиції щодо розширення туристичного продукту для внутрішніх туристів.

ВИСНОВКИ

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 14,7 тис.грн.. В загальній структурі витрат турпідприємства, найбільш питома вага приходить на заробітну плату, відбувається збільшення матеріальних витрат на 15% порівнянно 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.

Була проведена оцінка основних конкурентів та побудований багатокутник конкурентноспроможності. Дані показали, що найбільш сильним конкурентом є «VICTORY TOUR».

Для рекомендацій, щодо надання туристичних послуг, та розвитку підприємства «Аміготур», був розроблений груповий тур «Зимова казка».

Рентабельність розробленого туру склала 7,1%, що є позитивною і перспективною тенденцією при його впровадженні. Було виявлено, що для того, щоб підприємство почало отримувати прибуток, потрібно реалізувати більше 33 турів, в грошовому еквіваленті сума який становить 366300 грн.

У ході дослідження діяльності туристичного оператора «Аміго тур» було виявлено, 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.

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

АНОТАЦІЯ

Липовецька Ю.В. «Удосконалення надання послуг туристичного підприємства на основі тенденцій розвитку туристичного ринку»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «Туризм» за магістерською програмою «Економіка та управління туристичною діяльністю»

Одеський національний економічний університет, м.Одеса, 2017 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - процес удосконалення надання послуг на основі тенденцій розвитку туристичного ринку. В роботі розглядаються теоретичні основи поняття якості туристичних послуг, туристичного ринку та його складових, показників, що визначають тенденції на ринку туристичних послуг.

Здійснено оцінку якості туристичних послуг туристичного оператора «Аміготур», проведено аналіз господарської та економічної діяльності підприємства. Розроблено стратегію підвищення якості послуг туристичного оператора, яка складається з розширення асортименту туристичних послуг, підвищення кваліфікації персоналу підприємства та розроблення туристичного продукту для внутрішніх туристів. Проведено прогностичну оцінку ефективності впровадження стратегії підвищення якості туристичних послуг на підприємстві «Аміготур».

Ключові слова: туризм, туристичний ринок, туристична послуга, показники якості туристичних послуг, туристичний оператор, туристичний бізнес.

ANNOTATION

Lypovetska Y.V. "Improvement of travel company services delivery on the basis of tendencies of development of tourist market"

Qualification work on obtaining a master's degree in the specialty "Tourism" under the master's program "Economy and management of tourism activities".

Odessa National Economic University, city of Odessa, 2017

Master's thesis consists of three chapters. Research object is the process of services delivery improvement on the basis of tendencies of tourist market development. This work deals with theoretical basis of concepts of quality of tourism services, tourist market and its components, rates, that define tendencies in the market of tourism services.

It was made an assessment of quality of tourism services of touristic operator "Amigotur", it was conducted analysis of economic activity of enterprise. It was developed the strategy of increasing of services quality of touristic operator, which consists of enlargement of touristic services range, increasing of staff qualification and development of touristic product for internal tourists.

It was made an assessment of the strategy effectiveness implementation for increasing touristic services quality in the enterprise "Amigotur".

Key words: tourism, tourist market, tourist service, rates of quality of touristic services, touristic operator, tourist business.