

Мукачівський державний університет
Факультет туризму і готельно-ресторанного бізнесу
Кафедра туризму і рекреації

Дипломна робота

бакалавра

на тему:

«Шляхи підвищення рівня комплексності туристичного продукту»

Виконала: студентка 5 курсу, групи Т - 51(з)

напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Дзяпко Т.В.

Керівник: ст. викладач Махлинець С.С.

Рецензент:

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ РІВНЯ КОМПЛЕКСНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	6
1.1. Особливості надання туристичних послуг в сучасних умовах	6
1.2. Характеристика комплексного туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг.....	16
1.3. Класифікація туристичного продукту, його організація та просування на ринку туристичних послуг.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ПОСЛУГ.....	29
2.1. Формування та реалізація туристичного продукту на ринку міжнародних туристичних послуг.....	29
2.2. Оцінка рівня комплексності туристичного продукту в Україні.....	38
2.3. Проблеми та недоліки розвитку ринку туристичних послуг в Україні.....	44
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМПЛЕКСНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	52
3.1. Прогнозування попиту туристичного продукту та забезпечення його конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку	52
3.2. Система формування продажу комплексного туристичного продукту на ринку туристичних послуг.....	57
3.3. Перспективи розвитку рівня комплексності туристичного продукту в Україні	65
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність дослідження полягає в тому що, питання підвищення рівня комплексності туристичного продукту залишається невирішеним і стоїть в ряді першочергових серед економічного піднесення країни. На сьогоднішній туристична галузь спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, розширюючи як національний, так і міжнародні кордони. Ефективний розвиток міжнародного туристичного потенціалу України вимагає, в першу чергу, вирішення організаційних питань функціонування туристичної галузі. Сталому та стійкому розвитку туристичного потенціалу України перешкоджає низка проблем, що негативно впливають на реалізацію туристичного продукту та сучасний розвиток індустрії туризму. Так, до основних можна віднести, насамперед, недостатність державної підтримки та комплексного підходу щодо позиціонування туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринку туристичних послуг; відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном; низьку якість обслуговування; відсутність розвиненої інфраструктури для розвитку туристичної діяльності; невідповідність переважної більшості туристичних об'єктів міжнародним стандартам; відсутність ефективних маркетингових інструментів та єдиної стратегії просування українського туристичного продукту на міжнародний ринок, у тому числі туристичних представництв України за кордоном; незадовільний стан туристичної, сервісної, соціальної та інформаційної інфраструктури потенційних туристичних зон.

Аспекти рівня комплексності туристичного продукту на туристичному ринку досліджували різні вітчизняні та зарубіжні вчені. Серед науковців, які зробили значний внесок і виділили цілий ряд досліджень в цьому напрямку, слід відзначити: Любіцева О. О, Мальська М. П – запропонували оригінальні технології розвитку різних видів турів, в'їзного та виїзного туризму; Балабанов

И. Т., Гаврилюк С. П., Дубенюк Я. А., Кіптенко В. К. – окреслюють значні перспективи використання туристичного продукту; науковці Александрова А. Ю., Бланк И. А., Дурович А.П. – розвинули уявлення про механізми регуляції організаційно-правових відносин у туристичній сфері; Метеленко Н. Г., Крилова О. В – сформулювали основи конкурентоспроможності туристичного продукту; учені Балабанів А.І, Шагінов Ю. А., Гуденко Н. Б, Файбусович Є. Л, – запропонували систему заходів для формування туристичного продукту.

Проте і досі немає дослідження, яке б стосувалось шляхів підвищення рівня комплексності туристичного продукту в Україні, що й обумовило вибір теми дипломної роботи.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є пошук шляхів підвищення рівня комплексності туристичного продукту.

Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені наступні **завдання**:

- дослідити особливості надання туристичних послуг в сучасних умовах;
- визначити характеристику комплексного туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг;
- вивчити класифікацію та організацію туристичного продукту на ринку туристичних послуг;
- дослідити формування та реалізацію туристичного продукту на ринку міжнародних послуг;
- проаналізувати оцінку рівня комплексності туристичного продукту в Україні;
- дослідити проблеми та недоліки розвитку ринку туристичних послуг в Україні;
- обґрунтувати прогнозування попиту туристичного продукту та забезпечення його конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку;
- розробити систему формування продажу туристичного продукту на ринку туристичних послуг;

– окреслити перспективи розвитку рівня комплексності туристичного продукту в Україні.

Об’єкт дослідження є комплексний туристичний продукт.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та прикладних аспектів підвищення рівня комплексності туристичного продукту.

Методи дослідження. Методичними засадами дипломної роботи є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, які стосуються проблематики розвитку туристичного продукту в Україні та перспектив розвитку рівня комплексності туристичного продукту на ринку міжнародних послуг. В роботі виконано такі конкретні методи дослідження: логічно-теоретичний (при дослідженні особливостей надання туристичних послуг в сучасних умовах та характеристиці і класифікації туристичного продукту на міжнародному ринку); системного аналізу та синтезу (при проведенні дослідження формування та реалізації туристичного продукту на ринку міжнародних послуг); економіко-статистичного аналізу (при визначенні проблем та недоліків розвитку ринку туристичних послуг в Україні та прогнозування попиту та перспектив розвитку формування продажу комплексного туристичного продукту на ринку туристичних послуг).

Новизна одержаних результатів полягає у виявленні тенденцій розвитку рівня комплексності туристичного продукту на туристичному ринку, визначенні проблеми та недоліки ринку туристичних послуг в Україні, розроблений тур «вихідного дня» по Україні та запропоновано систему формування продажу комплексного туристичного продукту на ринку туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи все вище наведене можна зробити загальні висновки і надати рекомендації щодо підвищення рівня комплексності туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг. У роботі узагальнено визначення туристичного продукту як соціально-економічного процесу, пов'язаного із наданням туристичних послуг особам, які подорожують і спрямованого на задоволення їх потреб. Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити:

1. Туристична діяльність є однією з найбільш динамічних галузей міжнародної діяльності, яка охоплює організацію подорожей та надання туристичних послуг, необхідних для задоволення різноманітних потреб туристів. Взаємозв'язок туристичних послуг здійснюється через ринок туристичного продукту, який являє собою сферу економічних відносин між виробниками і споживачами. Туристичний продукт як комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі, виступає основним товаром на туристичному ринку і забезпечує приймання та обслуговування туристів. Діяльність у сфері туризму, що полягає у створенні комплексного туристичного продукту і оптимізації умов його споживання як зарубіжними, так і вітчизняними туристами, здійснюється на основі розробки пакету програм їх обслуговування на маршруті і є формою туристичного бізнесу.

2. Сучасний туристичний бізнес являє собою сферу економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка охоплює практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих

галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

3. Стратегічною метою розвитку туристичної галузі в Україні є створення конкурентоспроможного комплексного туристичного продукту на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити комплексний розвиток територій та їх соціально-економічні інтереси при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму. Важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туристичного бізнесу, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

4. На сьогоднішній день, туристична галузь як сукупність підприємств і організацій сфери обслуговування, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, розширюючи як національний, так і міжнародні кордони. Туристична діяльність охоплює організацію подорожей та надання туристичних послуг, необхідних для задоволення різноманітних потреб туристів, через систему ринкових відносин, тобто через купівлю-продаж, з метою одержання прибутку або іншої вигоди. Забезпечення сталого розвитку туризму та підвищення якісної конкурентоспроможності туристичних підприємств України спрямована: подолати негативні тенденції у сфері туризму та діяльності курортів; покращити якість життя населення, забезпечення доступності туристичних ресурсів для всіх верств населення; зберегти унікальність природних та історико-культурних ресурсів; посилити позитивний туристичний імідж країни на міжнародному туристичному ринку;

прискорити темпи розвитку та збільшити частку очікуваних доходів від сфери туризму та діяльності курортів; збільшити в'їзний туристичний потік.

5. Взаємозв'язок туристичних потоків здійснюється через ринок туристичних послуг, який являє собою сферу економічних відносин між виробниками і споживачами туристичного продукту. Суб'єктами туристичного ринку виступають юридичні та фізичні особи, що є виробниками і покупцями туристичного продукту, який виступає об'єктом ринкових відносин, тобто відносин купівлі-продажу туристичних послуг і просуває туристичний продукт від виробника до споживача, реалізує споживчу вартість туристичних послуг, що входять до складу туристичного продукту; інвестують грошові кошти у забезпечення діяльності та розвиток туристичної індустрії й формують новий туристичний продукт.

6. Туристичний продукт як комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі, виступає основним товаром на туристичному ринку. Оскільки туристичний продукт являє собою комплекс туристичних послуг, то існують різні структури, які забезпечують приймання та обслуговування туристів. Сукупність таких структур є туристичною індустрією. На споживчому ринку туристичний продукт виступає як комплекс матеріальних і нематеріальних благ, необхідних для обслуговування сукупності конкретних туристичних маршрутів. Комплекс таких благ, сформований для задоволення потреб мандрівників на окремому маршруті, має цілісно-цільовий характер, називається пакетом туристичних товарів і послуг, виступає на ринку як товарна одиниця. Підставою для формування пакета туристичних послуг виступає конкретний за простором, часом та якістю обслуговування туристичний маршрут.

7. У ринковій економіці діяльність підприємств туристичної індустрії аналогічно іншим сферам діяльності орієнтується на попит потенційних туристів. Виготовляти туристичні послуги, не знаючи споживчого попиту, означає марнувати ресурси. Тому планування обсягів реалізації туристичного продукту виступає вихідним моментом процесу економічного управління

суб'єктом підприємництва в туризмі. Це означає, що плануванню виробничо-обслуговуючої та фінансової діяльності підприємства туристичної індустрії має передувати вивчення ринку й обґрунтування планів реалізації туристичного продукту.

8. Потрібно застосовувати відповідні заходи щодо конкурентоспроможності туристичного продукту при виході на зовнішні туристичні ринки та підвищити рівень комплексності туристичного продукту шляхом залучення державної підтримки внутрішнього та іноземного туризму; забезпеченням внутрішньої конвертованості туристичних послуг, шляхом підвищення їхньої якості та розширення асортименту туристичного продукту, покращенням умови обслуговування туристів, залученням державного фінансування туристичних підприємств, а також залученням коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристичної діяльності для розвитку інфраструктури туризму; створити нові рекреаційні зони загальнодержавного та місцевого значення; створити сприятливі умови для розвитку активних видів туризму; створити сучасну інформаційно-маркетингову службу у сфері туризму та сформуванню туристичну інфраструктуру щодо використання рекреаційно-туристичного потенціалу.

9. Стратегічна мета розвитку туристичної індустрії полягає у створенні конкурентоспроможного на світовому ринкові туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби туристів. А створення позитивного образу країни та її окремих туристичних об'єктів має стати частиною загальної стратегії розвитку туризму в Україні. Наші гості мають переконатися, що Україна незалежна європейська держава з давніми традиціями, багатими природними, історико-архітектурними та культурними цінностями. Надання комплексного туристичного продукту в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>