

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему:

«Розробка методів та засобів формування туристичних пропозицій»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТР-20-1
спеціальності 242 «Туризм»

Красько Є.Р

Керівник: Бойко Л.Г., доцент кафедри
менеджменту

**м. Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

КРАСЬКО Є.Р. РОЗРОБКА МЕТОДІВ ТА ЗАСОБІВ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОПОЗИЦІЙ

Об'єкт дослідження: туристичні пропозиції туристичного агентства «ANEX Tour».

Предмет дослідження: комплекс заходів та інструментів розробки туристичних пропозицій туристичного агентства «ANEX Tour».

Мета роботи: оцінка розробки методів та засобів формування туристичних пропозицій на прикладі туристичного агентства «ANEX Tour».

Одержані висновки та їх новизна: виявлено, що в розробці нових туристичних пропозицій туристичному агентству «ANEX Tour» слід орієнтуватися на окреслені тренди у вітчизняному та світовому туризмі, оскільки слідування трендам дозволить краще задовольнити потреби цільової аудиторії, збільшити рівень зацікавленості клієнтів у замовленні послуг в даного туристичного агентства. Туристичне агентство «ANEX Tour» поступово додає більше туристичних пропозицій, які передбачають туризм всередині України, оскільки підлаштовується під воєнні реалії. Здійснена розробка заходів з підвищення ефективності формування та реалізації туристичних пропозицій на прикладі туристичної агенції «Апех Tour», які враховують методи кореляційно-регресійного аналізу, моделювання, та цифровізацію і посилення маркетингових процесів.

Результати дослідження можуть бути використані в процесі управління підприємствами туристичної галузі, зокрема для удосконалення процесу формування та просування туристичних пропозицій на туристичному ринку та для підвищення власної конкурентоспроможності.

Дипломна робота: 71 с., 19 рис., 4 табл., 41 джерело.

Ключові слова: туристична пропозиція, конкурентоспроможність, тур, поїздка, маркетинг, просування, інструмент, кореляція, моделювання, цифровізація.

SUMMARY

KRASKO.Y. DEVELOPMENT OF METHODS AND TOOLS FOR THE FORMATION OF TOURIST OFFERS

The research object is travel offers of «ANEX Tour» travel agency.

The research subject is a set of activities and tools for developing tourist offers of the ANEX Tour travel agency.

The research paper aims at evaluation of the development of methods and means of forming tourist offers on the example of the travel agency «ANEX Tour».

The scientific novelty of the study: It was found that in the development of new tourist offers, the travel agency «ANEX Tour» should focus on the outlined trends in domestic and world tourism, since following the trends will allow to better satisfy the needs of the target audience, increase the level of interest of customers in ordering services from this travel agency. Travel agency «ANEX Tour» is gradually adding more tourist offers that include tourism inside Ukraine, as it adapts to the realities of war. The development of measures to increase the effectiveness of the formation and implementation of tourist offers on the example of the travel agency «Anex Tour», which take into account the methods of correlation-regression analysis, modeling, and digitalization and strengthening of marketing processes, was carried out.

The results of the research can be implemented in the process of managing enterprises in the tourism industry, in particular, to improve the process of formation and promotion of tourist offers on the tourist market and to increase one's own competitiveness.

The degree paper amounts 71 pages. It is illustrated with 19 fig., 4 tables; 41 references are used.

Keywords: tourism offer, competitiveness, tour, trip, marketing, promotion, tool, correlation, modeling, digitization.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОПОЗИЦІЙ	10
1.1. Поняття туристичних пропозицій.....	10
1.2. Аналіз наявних методів формування туристичних пропозицій.....	15
1.3. Сучасні тенденції в розробці туристичних програм та пропозицій.....	20
1.4. Методи дослідження у галузі формування туристичних пропозицій.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТРЕБ ТА ОЧІКУВАНЬ ТУРИСТІВ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «ANEX TOUR».....	32
2.1. Вивчення попиту на туристичні послуги туристичного агентства «ANEX Tour».....	32
2.2. Аналіз вподобань та потреб цільової аудиторії.....	38
2.3. Оцінка туристичних трендів.....	44
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА НОВИХ МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОПОЗИЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ «ANEX TOUR».....	51
3.1. Визначення ключових принципів формування туристичних пропозицій.....	51
3.2. Розробка інструментів для аналізу ринку та конкурентоспроможності.....	55
3.3. Проведення експериментів та тестування нових методів.....	57
3.4. Практичні рекомендації для підприємства «Anex Tour» з використання нових методів у формуванні туристичних пропозицій.....	62
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71