

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «БРАВО ТУР»

Овесков О.В.

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

За даними Всесвітньої Туристичної організації (ВТО) у теперішній час туристська індустрія є одним з най динамічніших секторів як української, так і світової економіки. За рівнем прибутковості туризм поступається лише індустрії видобутку нафти і автобудування.

Запорізька область займає дуже незначне місце на туристичному ринку України. Запоріжжя є більш індустріальним містом, де знаходиться багато заводів, тому розвиток туристичної діяльності саме в цій області має маленькі темпи. Однак незважаючи на це туристичні фірми розвивають свою діяльність та всіляко намагаються її підтримувати.

Зараз кількість турфірм значно збільшилася і жорстка конкуренція змушує їх займати свої ніші на туристичному ринку міста Мелітополя. Всього в місті працює більше 30 туристичних фірми, кожна з яких намагається привабити клієнтів купувати послуги саме в їх фірмі.

Відповідно до навчального плану я проходив практику з 3 червня 2019 року по 21 червня 2019 року. Проходження виробничої практики було здійснено в турфірмі "Браво Тур".

Головною метою проходження практики була систематизація і розширення теоретичних навиків самостійної роботи у розв'язанні конкретних економічних та управлінських завдань, які входять в коло обов'язків фахівців з туризму.

Проходячи практику у в турфірмі " Браво Тур" на посаді керівник менеджера з туризму, моїми основними завдання, були:

- повне і широке висвітлення можливостей відпочинку і подорожей по всіх наявних турах, курортах, туристичних центрах;
- просування інформації про власні можливості за допомогою реклами;
- організація продажу туристичного продукту з урахуванням специфіки і особливостей туристичного ринку.

В процесі проходження практики я:

- навчився застосовувати теоретичні знання, отримані в процесі навчання, на практиці;
- ознайомився з підприємством, його внутрішньою структурою, роботою і способами управління діяльністю працівників;
- ознайомився з роботою співробітників;
- ознайомився з ціноюю і маркетинговою стратегією підприємства.

В якості основного об'єкта даної роботи виступає підприємство, яке утворено в якості приватного підприємства, що належить одному власникові, і має власну назву "Браво Тур" та знаходиться в місті Мелітополь. Підприємство діє на підставі українського законодавства, різних нормативних і правових норм і документів. Основним напрямком підприємства є надання туристських послуг. Прибуток підприємства безпосередньо залежить від кількості замовлень, присутність яких визначається кваліфікацією персоналу.

Проходження практики є важливим елементом при підготовці майбутнього фахівця. Практика дає можливість студенту застосувати отримані в процесі навчання знання, вміння і навички на практиці. Під час проходження практики була затребувана основна частина знань, отриманих мною на заняттях.

Практика допомогла мені зрозуміти, як багато залежить від грамотно створеної системи управління на підприємстві починаючи від правильно підібраних кадрів і закінчуючи ефективною роботою з інформацією.

Важливе значення для роботи підприємства має маркетинг. В даний час, коли практично всі ніші ринків вже зайняті і в кожній з них є свої лідери, дуже складно пробитися

в одну з них і завоювати місце. Від правильної цінової політики і ступеня мотивації персоналу залежить дуже багато.

Під час проходження виробничої практики в тур фірмі « Браво Тур» в якості молодшого помічника менеджера були придбані не лише прекрасні навички в сфері технологій туристичного бізнесу, а й закріпилися і заглибилися теоретичні знання, набули практичних навичок самостійної роботи.

Дана практика дозволила мені при дослідженні структури та організаційної діяльності турфірми розширити і поглибити вже наявні знання і розвинути до неї інтерес, дозволяючи тим самим визначити для себе правильність вибору даної професії

#### **Список використаних джерел**

1. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі: Конспект лекцій [http://tourlib.net/books\\_ukr/mark\\_tur08.htm](http://tourlib.net/books_ukr/mark_tur08.htm)
2. Котлер Ф. Маркетинг. Гостинність і туризм : навч. посібник для вузів / Ф. Котлер. - Изд.4-е, перероб. і доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006 – 639
3. Офіційний сайт туристичної фірми «Браво Тур» <https://bravo-t.com/>
4. Закон України про рекламу від 11.7.2003 № 1121-IV; [www.ministerstvo.com.ua](http://www.ministerstvo.com.ua)
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [http://tourlib.net/books\\_ukr/kyfjak\\_1.htm](http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_1.htm)
6. Організаційні структури управління в туризмі [https://pidruchniki.com/11570718/turizm/organizatsiyni\\_strukturi\\_upravlinnya\\_turizmi](https://pidruchniki.com/11570718/turizm/organizatsiyni_strukturi_upravlinnya_turizmi)

**Науковий керівник: Демко В.С., викладач**

## **ГРОШОВИЙ РИНОК ТА ПРОБЛЕМИ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ**

**Островецький В.А.**, студент 11 ПУ, Email: [ostroverkhovvlad2@gmail.com](mailto:ostroverkhovvlad2@gmail.com)  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Роль грошей є результатом їх функціонування і виявляється у стимулюючому чи гальмуючому впливі грошей на певні економічні процеси. Такий вплив забезпечується самою наявністю грошей на ринку, завдяки чому всі економічні суб'єкти функціонують у грошовому середовищі, а також зміною кількості грошей в обороті.

Тобто грошам належить ключова роль в ринковій економіці. Однією із найважливіших послуг, що виробляє банківська система це кредитування та депонування. Рушійною силою для економічного зростання є споживче кредитування. Бо, на жаль, із-за економічної ситуації в країні населення не може придбати товари з поточних доходів. Споживче кредитування є досить популярним в Україні, але останнім часом відбувся спад потреб населення у кредитуванні. Нестабільне політичне і економічне середовище негативно вплинуло на розвиток ринку споживчого кредитування, що зумовило необхідність дослідження основних проблем, тенденцій, та перспектив розвитку ринку споживчого кредитування.

Споживчий кредит - кошти, що надаються кредитором (банком або іншою фінансовою установою) фізичним особам на придбання споживчих товарів або послуг у тимчасове користування, під процент, на умовах строковості та платності. Його надають в основному для придбання товарів тривалого користування. Їх можуть надавати банки, ломбарди та інші види мікрофінансових організацій. За даними Національного Банку України у 2019 році обсяг кредитних портфелів збільшився у 4,4 рази і в листопаді того ж року цей показник збільшився до 306,7 мільярдів гривень. Жорстка монетарна політика і девальютація економіки зумовила вихід деяких західних банків з України. За статистикою