

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ  
кваліфікаційної роботи  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
зі спеціальності 241 «Туризм»**

на тему: «Підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Дубай  
Тревел»

**Виконавець:**

Студент центру заочної форми навчання

Зизяк Анастасія Андріївна

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент

Іванов Андрій Миколайович

**Одеса 2019**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність.** З розвитком ринкових відносин і посиленням ринкової конкуренції перед керівниками суб'єктів господарювання постало питання ефективного управління підприємством, що дозволило б забезпечити стійкість конкурентних переваг. Це актуалізувало наукові дослідження з даної тематики, сприяло появі нових знань щодо визначення, оцінювання та управління конкурентоспроможністю підприємств різних видів економічної діяльності. Безумовно, більша частина досліджень стосується виробничих підприємств чи окремих бізнес-одиниць, натомість проблемам управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг приділяється недостатньо уваги, особливо в контексті необхідності їх стійкого розвитку. Тому, на мою думку, особливо актуальним є розгляд інструментів стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг – туристичних підприємств, специфіка яких недостатньо досліджена у вітчизняній та зарубіжній літературі.

Так, особливе місце у сфері послуг посідає туристична галузь, адже у багатьох розвинутих країнах у ній продукується близько 10% ВВП. Туристична галузь позиціонується як найменш затратна галузь національного господарства, яка має значні прибутки за рахунок швидкого обороту капіталу. Так, надходження від туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. доларів США щорічно. Видатки на створення одного робочого місця у туристичному бізнесі у двадцять разів менші, ніж у сфері промислового виробництва. Тому туризм є потенційно інвестиційно-привабливим видом економічної діяльності. Проте в Україні конкурентоспроможність підприємств туристичної галузі є низькою. Однією з головних причин є недосконалість стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств туристичної галузі.

Актуальність окреслених питань, їх недостатня розробленість на теоретичному рівні, невирішеність проблемних аспектів методологічного та прикладного характеру щодо стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг зумовили вибір теми, визначили мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження.

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є поглиблення теоретичних і обґрунтування методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, а також розробка практичних рекомендацій щодо стратегічного управління конкурентоспроможністю таких підприємств.

Відповідно до мети в роботі поставлено наступні завдання:

- узагальнити та вдосконалити понятійно-категорійний апарат конкурентоспроможності підприємств сфери послуг;
- розвинути методичний інструментарій оцінювання конкурентоспроможності підприємств і адаптувати його до ринку сфери послуг;
- виділити загальні та специфічні ознаки стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг;
- здійснити аналіз структури ринку туристичних послуг України та провести діагностику підприємств цільового ринку;

- провести діагностику фінансового стану та господарської діяльності туристичного підприємства «Дубай Тревел»;

- визначити рівень конкурентоспроможності підприємства та вказати на проблемні питання в діяльності;

- запропонувати можливі шляхи вирішення проблемних питань для підвищення конкурентоспроможності та обґрунтувати доцільність та вигідність запропонованих методів.

**Об'єктом** дослідження є процеси стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств і діяльності туристичного підприємства «Дубай Тревел».

**Предметом** дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів оцінювання та стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери туристичних послуг.

**Методи дослідження.** В основу дослідження покладені загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, використання яких зумовлено поставленою метою та завданнями кваліфікаційної роботи. При розгляді понятійно-категорійного апарату, який формує теоретичний базис дослідження, використано методи аналогії, теоретичного узагальнення, систематизації, абстрактно-логічні методи. У роботі використано структурно-логічний аналіз та системний підхід, методи статистичного аналізу та індукції, методи SWOT- та PESTаналізу, метод набору конкурентних переваг (при побудові конкурентної карти ринку для виділення конкурентів на окремих сегментах ринку туристичних послуг), метод таксономічного аналізу (при оцінці конкурентоспроможності підприємств).

**Інформаційною базою дослідження** є чинна нормативно-законодавча база, дані Державної служби статистики України, монографії, підручники, навчальні посібники, наукові статті та публікації вітчизняних і зарубіжних вчених у межах досліджуваної проблематики, фахові наукові журнали, тези доповідей, дані офіційних сайтів у мережі Інтернет, статистика спеціалізованих туристичних порталів, а також результати власних досліджень та спостережень автора.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків, списку джерел та додатків. Загальний обсяг 75 с.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ»** розглянуто поняття і принципи управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах бізнес-середовища, організаційно-економічні інструменти управління та оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства. Відповідно до поставлених завдань в даному розділі дипломної роботи було розглянуто різні погляди зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів щодо тлумачення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». В результаті аналізу найпоширеніших трактувань сутності конкурентоспроможності підприємства було виділено ряд важливих аспектів для

розкриття змісту даного поняття та визначено його місце серед інших економічних категорій. Було визначено, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства можливе тільки за умови створення ефективної системи управління, яка має бути доволі різностороннього спрямування та бути спроможною враховувати інтереси підприємства в різних аспектах його діяльності.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ДУБАЙ ТРЕВЕЛ»»** проаналізована ефективність конкурентоспроможності підприємства, проведена діагностика діяльності підприємства та його бізнес-середовища, а також аналізовані проблемні аспекти в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. Таким чином, щоб скористатися позитивними факторами та посилити свої конкурентні позиції, туристичне підприємство «Дубай Тревел» повинна реалізувати такі заходи:

- по-перше, збільшити пропозицію бізнес-турів; по-друге, проводити більш активну роботу з корпоративними клієнтами;
- слід залучити додаткових іноземних клієнтів шляхом розширення варіантів пропозиції для них та активізації співпраці з іноземними партнерами, через яких іноземні бізнес-туристи купують тури до України;
- представити інформацію про турфірму та її послуги в глобальних мережах бронювання, що сприятиме проникненню компанії на міжнародні ринки.

До найбільш несприятливих факторів впливу на конкурентні позиції слід віднести такі, як економічна криза, сезонність попиту на ринку туристичних послуг, існування потужних українських конкурентів та можливий у майбутньому вихід на український ринок світових туроператорів.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи **«ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ДУБАЙ ТРЕВЕЛ»»** запропоновані шляхи підвищення конкурентоспроможності за допомогою впровадження інноваційних технологій. , механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств на міжнародному ринку полягає в забезпеченні конкурентної позиції організації, а зміст виражається в нормах і правилах функціонування підприємств у системі економічних координат. Основним фактором формування конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств на міжнародному ринку є інновації, які спрямовані на підвищення ефективності підприємства, базуються на наукових підходах, принципах та методах управління, використанні нововведень.

Наявність стійкого механізму формування конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств на міжнародному ринку є результатом системного підходу до управління підприємством, елементами механізму якого є організаційно-структурне забезпечення, оптимізація процесів надання туристичних послуг на вітчизняному та міжнародному ринках.

## **ВИСНОВКИ**

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

У напрямку реалізації концепції соціально-етичного маркетингу та внаслідок зростання популярності внутрішнього туризму туристичній фірмі “Дубай Тревел” слід більш активно надавати послуги з організації внутрішніх екскурсійних турів. З цією метою був проведений детальний аналіз факторів, на яких слід зробити наголос у комунікаційній політиці досліджуваної фірми. На підставі проведеного SWOT-аналізу було встановлено сильні та слабкі сторони в діяльності підприємства.

Сьогодні важливим завданням для турфірми “Дубай Тревел” повинно стати розроблення і проведення комплексної рекламної кампанії, в рамках актуальними є такі засоби розповсюдження реклами як газети, журнали, Інтернет – реклама, випуск рекламних проспектів та реклама на місцевому телебаченні.

Рекламні звернення будуть розміщуватися у газеті “Експрес” та в журналі “Туризм і відпочинок”. Не варто відмовлятися і від брошур з довідковою інформацією. Інтернет реклама (банерна) буде розміщуватись на такому сайті як Bigmir.net, що є найбільш відвідуваним web-сайтом в Україні. Реклама також буде розміщена також на радіостанції “Люкс FM”.

Після оптимізації рекламного бюджету дохід потенційно може зрости з 136 800 грн. за місяць до 174 600 грн., тобто збільшуватиметься на 37800 грн. за місяць.

## АНОТАЦІЯ

**Зизяк А.А. «Підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Дубай Тревел».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Туризм».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти: понять і принципів управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах бізнес-середовища, організаційно-економічні інструменти управління та оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Проаналізована ефективність конкурентоспроможності підприємства, проведена діагностика діяльності підприємства та його бізнес-середовища, а також аналізовані проблемні аспекти в управлінні конкурентоспроможністю підприємства.

Запропоновані шляхи підвищення конкурентоспроможності за допомогою впровадження інноваційних технологій.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкуренція, туристична фірма, інструмент управління, принцип управління, інноваційна технологія, туризм.

## ANNOTATION

**Ziziak A. «Increasing the competitiveness of the travel company «Dubai Travel».**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 "Tourism".

Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The theoretical aspects are considered in the work: concepts and principles of competitiveness management in the current conditions of the business environment, organizational and economic tools for management and assessment of the competitiveness of the tourist enterprise.

The efficiency of the company's competitiveness are analyzed, the diagnostics of the enterprise and its business environment are carried out, as well as analyzed the problem aspects in managing the competitiveness of the enterprise.

The ways of increasing competitiveness by introducing innovative technologies are offered.

**Keywords:** competitiveness, competition, travel agency, management tool, management principle, innovative technology, tourism.