

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ (підпис)

“ ___ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в галузі туристичного бізнесу (на прикладі ТОВ “Поїхали з нами”»

Виконавець:

студентка ЦЗФН
Іванішина Любов Олегівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
Маркітан Олександр
Сергійович

АНОТАЦІЯ

Іванішина Л. О., «Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в галузі туристичного бізнесу (на прикладі ТОВ “Поїхали з нами”)),
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
«076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою «Економіка, планування та управління бізнесом»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об’єкт дослідження – процеси обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства, на прикладі ТОВ “Поїхали з нами”.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, поняття та сутність конкуренції, методи оцінки та підвищення конкурентоспроможності, особливості конкуренції в туристичній галузі. Охарактеризована та проаналізована діяльність ТОВ “Поїхали з нами”. Проведена оцінка фінансово-господарської діяльності ТОВ “Поїхали з нами”. Розглянуто конкурентне середовище на ринку туристичних послуг в м. Одесі. Визначені конкурентні позиції ТОВ “Поїхали з нами”. Економічно обґрунтований проект щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. Проведена оцінка економічної ефективності проекту. Проаналізовані можливі ризики та запропоновані заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: конкуренція, туристичне агентство, конкурентоспроможність, туристичні послуги, проект, платоспроможність, рівень конкурентоспроможності, прогнозування, ризики.

ANNOTATION

Ivanishyna Liubov, «Ways of increasing the competitiveness of an enterprise in the field of tourism business (on the example of LLC “Go with us”)),
Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty
“076” Entrepreneurship, trade and stock exchanges»
under the master's program «Economics, planning and business management»
Odessa National Economics University
Odessa, 2019

Master’s qualification work consists of three sections. The object of research – the processes of substantiation of measures aimed at increasing the competitiveness of the enterprise, on the example of LLC “Go with us”.

Ways of increasing competition of the enterprise LLC “Go with us” in the sphere of tourism services are considered in this scientific work. Concept and main point of the competition, defined evaluation method and increasing competition, particulars of competition in the tourism industry are considered in this scientific work. The activities of LLC “Go with us” are analyzed and characterized. The assessment of financial and economic activities has been assessed. Competitive playing field of tourism services market in Odesa is considered in this scientific work. Competitive positions of LLC “Go with us” are defined. The project about increasing competition, namely investment and operating commitments is provided. Assessment of the economic efficiency of the project has been assessed. Possible risks and methods for their reduction have been realized.

Keywords: competition, travel agency, competitiveness, travel services, project, solvency, level of competitiveness, prognostication, risks.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
 РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1. Поняття та сутність конкуренції.....	7
1.2. Методи оцінки та підвищення конкурентоспроможності.....	13
1.3. Особливості конкуренції в туристичній галузі.....	18
 РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ “Поїхали з нами”	
2.1. Характеристика та аналіз фінансової діяльності на підприємстві.....	28
2.2. Оцінка конкурентного середовища на ринку туристичних послуг в м. Одесі.....	55
2.3. Конкурентні позиції ТОВ “Поїхали з нами”.....	65
2.4. Запропоновані напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ “Поїхали з нами”.....	74
 РОЗДІЛ 3 ФІНАНСОВЕ ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕКОМЕНДАЦІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	
3.1. Інвестиційні та операційні плани напрямів підвищення конкурентоспроможності ТОВ “Поїхали з нами”.....	80
3.2. Оцінка економічної ефективності проекту підвищення конкурентоспроможності.....	92
3.3. Оцінка ризиків та методів їх запобігання.....	98
ВИСНОВКИ	107
Список використаних джерел	110
Додатки	114

ВСТУП

Актуальність теми. Конкуренція є основною умовою, за якою працює ринковий механізм, бо забезпечує стабільне зростання економіки, розмаїтість асортименту і високу якість товарів та послуг. Формування конкурентних відносин сприяє створенню цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну. При цьому конкуренція виконує ряд важливих функцій, серед яких: визначення ринкової вартості товару в процесі конкурентної боротьби; стимулювання впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво як інструмент економічної виживаності підприємств й одержання інших переваг перед конкурентами; відбір у процесі конкуренції найбільш ефективних форм власності й господарювання, виключення її неефективних ланок через механізм банкрутства.

Вітчизняні підприємства повинні зосереджувати увагу не тільки на ефективності виробництва, але й на ефективності функціонування в конкурентному середовищі, а тому виникає необхідність науково-методичного забезпечення оцінки та діагностики їх конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження з метою наступної розробки системи заходів для зміцнення позиції та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальним. Конкурентоспроможність є категорією динамічною, причому її динаміка обумовлена, насамперед, зовнішніми факторами, значна частина яких може розглядатися як керовані параметри.

В умовах трансформаційних процесів розвитку економіки України все більшого значення набуває проблема вибору методу оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Фундаментальні поняття конкурентоспроможності досліджені та розроблені у працях таких економістів, як М. Портер, А. Сміт, К. Маркс, Ф. Енгельс, Й. Шумпетер та інші.

Серед вітчизняних дослідників питання розвитку конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності економічних формацій висвітлюється у працях А. Задоя, В. Петруня, О. Маслак, Л. Квятковська, П. Кулінічев, Л. Антонюк, Н. Тарнавська, А. Левицька та інших вітчизняних вчених-економістів.

Мета кваліфікаційної роботи є обґрунтування механізмів розвитку підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності в сучасних ринкових умовах.

Завдання:

1. Розглянути поняття та сутність конкуренції.
2. Визначити методи оцінки та підвищення конкурентоспроможності.
3. Розглянути особливості конкуренції в туристичній галузі.
4. Охарактеризувати та надати аналіз діяльності ТОВ “Поїхали з нами”.
5. Провести оцінку фінансово-господарської діяльності ТОВ “Поїхали з нами”.
6. Провести оцінку конкурентного середовища на ринку туристичних послуг в м. Одесі.
7. Виявити конкурентні позиції ТОВ “Поїхали з нами”.
8. Сформулювати напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства ТОВ “Поїхали з нами”.
9. Скласти інвестиційні та операційні плани напрямів підвищення конкурентоспроможності.
10. Провести оцінку ризиків та методів їх запобігання.

Об'єктом дослідження виступають процеси обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства, на прикладі ТОВ “Поїхали з нами”.

Предметом дослідження є методи та заходи, які спрямовано на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Методи дослідження. У дипломній роботі використовувались наступні методи: метод горизонтального та порівняльного аналізу для оцінки фінансово-господарської діяльності турагенства та визначення його на ринку, метод порівняння, розрахунковий, графічний метод, для розрахунків динаміки був використаний Microsoft Word Excel та Project Expert .

Інформаційна база дослідження складають закони України, періодичні видання, статистичні дані щодо розвитку галузі, кон'юнктурні дослідження галузі, дані статистичні, аналітичні, бухгалтерського, управлінського й аналітичного обліку діяльності ТОВ “Поїхали з нами”, сайти турагенств, власні спостереження автора, відгуки туристів.

Публікації. За результатами проведеного дослідження опубліковано статтю у Науковому-студентському віснику ФЕУП на тему: ”Аналіз конкурентоспроможності туристичних підприємств в Україні”.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки:

1. Розглянуто поняття конкуренція — регульована економічна форма суперництва і боротьби між суб'єктами різних типів і форм власності та всередині них за найвигідніші умови та результати виробництва, обігу і розподілу з метою привласнення максимального доходу і передусім найбільшого прибутку. Конкуренція є необхідною та однією із найважливіших умов існування ринкової економічної системи. Основним завданням, і по суті головною функцією конкуренції — це боротьба виробників за споживача, з метою завоювання ринку та забезпечення сталого прибутку.

2. Оцінити конкурентоспроможність підприємства означає здійснити розрахунки комплексу показників, що характеризують різні аспекти діяльності підприємства та стан ринкового середовища, оцінити їх рівень та інтерпретувати отримані результати. В роботі були визначені кількісні, якісні, матричні, індексні, графічні методи.

3. В роботі розглянуто особливості конкуренції в туристичній галузі. Конкуренція в туризмі — це боротьба між туристичними організаціями за найбільш вигідні умови виробництва і збуту в цілях досягнення кращих результатів своєї підприємницької діяльності. Основний зміст конкуренції в туристичному секторі економіки — боротьба за споживача-туриста, як найповніше задоволення його потреб. Адаптуючи визначення конкуренції до сфери туризму можливо зазначити, що кожна туристична організація як основна інституційна виробнича одиниця (суб'єкт господарювання), не займаючи монопольного положення на ринку, веде постійну боротьбу за найвигідніші умови доступу до туристичних та економічних ресурсів, а також збуту туристичного продукту, маніпулюючи ціною та якістю послуг з метою задоволення потреб і збільшення потенційних споживачів, підвищення частки

підприємства на споживчому ринку та отримання максимально можливого прибутку.

4. Турагенство ТОВ «Поїхали з нами» входить до мережі турагенств ПСН та знаходиться на вул. Велика Арнаутська, вугол Преображенської в центрі міста Одеси. Було засноване в 2011 році. Сфера діяльності - продаж туристичних продуктів (гарячі тури, путівки, екскурсійні тури). Має тісні зв'язки з найкращими туроператорами, серед партнерів даної мережі налічуються відомі туроператори як національного рівня, так і міжнародного. Займається виїзним, внутрішнім та в'їзним туризмом.

5. Підприємство є платоспроможним, тобто підприємству цілком вистачає ресурсів для погашення поточних зобов'язань, є фінансово стабільним, але має додаткові резерви підвищення ефективності, витрати покриваються отриманим прибутком повністю та вчасно, дебіторська заборгованість повністю дозволяє покривати кредиторську. Є конкурентоспроможним, зобов'язання виконуються вчасно та у повній мірі. Є рентабельними за всіма статтями балансу. Щодо фінансового стану, то ТОВ «Поїхали з нами» є прибутковим підприємством.

6. За проведеним дослідженням конкурентного середовища на ринку туристичних послуг в м. Одесі, з'ясовано, що конкуренція серед туристичних фірм в м. Одесі велика. Статистичні дані свідчать про тенденції до спотворення ситуації на ринку, фактичне зростання кількості незалежних суб'єктів туристичної діяльності (збільшення турагенств), яке супроводжується посилення конкуренції між вітчизняними туристичними підприємствами на місцевому ринку.

7. Були виявлені конкурентні позиції турагенства ТОВ «Поїхали з нами», яке зайняло III місце за прикладом незваженої оцінки. І яке зіткнулося з такими конкурентними недоліками – якість надання послуг, кваліфікація персоналу (менеджерів) та особливості турагенства. Має перевагу над іншими

конкурентами у роботі з партнерами, а саме з туроператорами - найбільша кількість.

8. У роботі були сформульовані такі напрямки підвищення конкурентоспроможності турагенства ТОВ “Поїхали з нами”: підвищення якості обслуговування, підвищення кваліфікації та продуктивності персоналу та основним напрямком є надання особливості турагенству (введення нової послуги).

9. Складені інвестиційні та операційні плани впровадження проекту “Тур в Карпати на 4 дні із виїздом з Одеси та проживання у власній базі відпочинку турагенства “Поїхали з нами”, яка має назву “Відпочивай з нами”. Проект, починаючи з вересня 2020 року стає прибутковим, чистий прибуток становитиме 7,09 тис.грн, у наступному місяці планується отримати прибуток у розмірі 287,23 тис.грн в місяць. Розраховані показники ефективності проекту показали, що чистий приведений дохід складає 12874 грн., що свідчить про загальну ефективність проекту з урахуванням вартості грошей у часі. Термін окупності проекту складає 13 місяців. Індекс прибутковості показав, що інвестування в даний проект є вигідним, що свідчить про привабливість проекту для інвесторів. Значення внутрішньої норми рентабельності складає 266,4%, що свідчить про високу надійність та прийнятний рівень ризику проекту. Середня норма рентабельності складає 205,3%, що інвестування у бізнес, що аналізуються, є ефективним як враховуючи зміну вартості грошей у часі, так і без такого врахування.

10. Оцінені можливі ризики та заходи щодо їх мінімізації. Згідно із графіком точки беззбитковості, при плановій кількості туру 4 у розрахунку на місяць, поріг рентабельності складає 1,59. Коефіцієнт беззбитковості складає 1,52. Згідно нормативів проектного аналізу, безпечним рівнем є значення коефіцієнту беззбитковості на рівні 30%, тобто є значний запас міцності у випадку зменшення обсягу продажу.

Список використаної літератури

1. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: навч. посіб. М.: ГНОМ и Д, 2001. 304 с.
2. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Кулінічев П.К. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації. 2014. №3/3(17). С. 57—61.
3. Сміт, А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. К.: Port-Royal, 2001. 596 с.
4. Маркс К. До критики політичної економії. /Маркс До., Енгельс Ф. Твори., 2 видавництва, М.: Видавництво .політична література, 1959. Т.13.- 770 с.
5. Маркс К., Енгельс Ф. Капитал. 2-е изд. М.: Политиздат, 1960. Т. 23. 907 с.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М.: Прогресс, 1982. 456 с.
7. Портер М. Конкурентное преимущество: создание и обеспечение более высокого уровня деятельности / М. Портер. – Нью-Йорк : Фрн-Пресс, 1995. – 757 с.
8. Яремко І.М. Навч. посібник. – Львів : Новий світ-2000, 2004.
9. Базилевич В.Д. Економічна теорія. Політекономія. Практикум: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 494 с
10. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. К.: КНЕУ, 2004. 273 с.
11. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств : теоретичні аспекти: моногр. Київ : ДАКККіМ, 2006. 144 с.
12. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2006. 384 с.
13. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. Механізм регулювання економіки. 2013. № 4. С.155–163.

- 14.Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : моногр. Тернопіль : Економічна думка, 2008. 570 с.
- 15.Закон України «Про туризм» №324/95-вр від 15.09.1995 [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
- 16.Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика [текст]: підручник / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. — К: «Центр учбової літератури», 2014. — 544с (про конкуренцію туризм)
- 17.UNWTO World Tourism Barometr [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/barometer>
- 18.Entrepreneurship [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.usnews.com/news/bestcountries/entrepreneurship-rankings>
19. Сайт “Поїхали з нами”. – Режим доступу: <https://www.poehalisnami.ua>
20. Сайт ІАТІ система бронирования туристических услуг. – Режим доступу:www.iati.com.ua
21. Сайт «Європейське Туристичне Страхування» . – Режим доступу: <https://eurotravelins.com.ua/o-kompanii/erv-v-mire/>
22. Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма: учебное пособие. 2012. - 93-94 с.
23. Сайт “Поїхали з нами”. – Режим доступу: <https://poehalisnamiodessa.com.ua>
24. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с. - ISBN 978-611-01-0292-6.
25. Кобилецький В. Р., Коефіцієнт швидкої ліквідності (Коефіцієнт термінової ліквідності) / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/252-koefitsient-shvidkoji-likvidnosti-koefitsient-terminovoji-likvidnosti>

26. Дегтярьова В.М. Фінансовий аналіз: навчально-методичний посібник / В.М. Дегтярьова, К.Ю. Мамченко. – Донецьк: ДонДУУ, 2011.- С.186-187.
27. Сидоренко В. Мельник Г. Контроль ділової активності за ключовими показниками ефективності / Г.М. Сидоренко // Економіка та держава: Міжнар. наук.практ. журнал. — К.: РПВПС НАНУ, 2013. — № 10. — С. 74—75.
28. Дорошенко А.П. Напрями оцінки ділової активності сільськогосподарських підприємств / А.П. Дорошенко // Наукові праці ПДАА. Серія: Економічні науки. — Вип. 5. — Т. 3. — С 112—116.
29. Головне управління статистики у м. Києві [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/>
30. Галасюк С.С.Вісник Хмельницького національного університету. - 2010. - Вип.2. - С.89-93.
31. Інформація щодо фінансово-економічних показників туристичної сфери (І півріччя 2016-2018 років) (за даними Державної фіскальної служби України). – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>
32. Закон України від 23.11.2018 № 2628 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-19>
33. Чорненька Н.В. Організація туристичної діяльності: Навч. посіб. – К.: Атіка, 2006. – 264 с
34. Режим доступу <https://www.turpravda.ua>
35. Сайт турагенства Join up. – Режим доступу: <https://joinup.ua>
36. Сайт турагенства Хороший отдых. – Режим доступу: <https://хо.ua>
37. Сайт турагенства Море туров. – Режим доступу: more-turov.com
38. К.С. Ведьманова, О.В. Соколова. ВІСНИК ХНТУ № 4(59), 2016 р.
39. Програмний продукт Microsoft Office Excel
40. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник /

[Іванов Ю. Б., Кизим М. О., Тищенко О. М. та ін.]; за заг. ред. Ю. Б. Іванова, М. О. Кизима. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 320 с.

41. Принцип Парето [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

[https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип Парето](https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип_Парето).

42. Програмний продукт Project Expert

43. Сак Т.В., Економічна безпека України: поняття, структура, основні тенденції, Інноваційна економіка, 2013, № 6, с. 336–340

44. Кальченко О.М., Економічна безпека підприємств туристичної сфери, Вісник ЧДІЕУ, 2013, №1(64), с. 136–143

45. Кальченко О.М., Економічна безпека підприємств туристичної сфери, Вісник ЧДІЕУ, 2013, №1(64), с. 136–143.

46. Іванова Н.Ю. Практичні аспекти аналізу безбитковості виробництва // Економіка, фінанси, право. - 2015. - № 11. - С. 9-11.