

Форма № Н-9.02

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

центр заочної форми навчання

(повна назва факультету)

кафедра економіки та управління туризмом

(повна назва кафедри)

Допустити до захисту

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Герасименко В. Г.
(прізвище та ініціали)

“25” грудня 2015 року

Дипломна робота

спеціаліста

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

з теми **«Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств у сфері сільського зеленого туризму»**

Виконала:

студентка б курсу, групи 21-С
спеціальності

7.14010301 “Туризмознавство”

(шифр і назва спеціальності)

Романова Оксана Петрівна
(прізвище та ініціали)

Керівник Павлоцький Володимир Якович
(прізвище та ініціали)

Рецензент: Дудченко Валентин Аркадійович
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Романова О.П. «Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств у сфері сільського зеленого туризму»

дипломна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста за програмою «Економіка та управління туризмом»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2016 рік

Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів основної частини, висновків, додатків та списку використаних джерел.

Об'єктом дослідження виступає процес забезпечення сталого рівня конкурентоспроможності підприємств, що надають послугу у сфері сільського зеленого туризму.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методологічні та практичні питання управління конкурентоспроможністю послуг у сфері сільського зеленого туризму на прикладі ТОВ «Тартус-тур».

У роботі досліджуються теоретичні основи ефективності операційної діяльності підприємств на ринку туристичних послуг. Аналізується стан фінансово-господарської діяльності ТОВ «Тартус-тур» за 2012-2014 роки. Обґрунтовуються пропозиції із впровадження трьох нових екологічних турів.

За результатами дослідження підрахована економічна доцільність впровадження вказаних інновацій, проаналізовано структуру та обсяг необхідних витрат, за допомогою аналізу безбитковості визначено критичні обсяги реалізації нових екологічних турів.

Наведені результати аналізу й рекомендації можуть застосовуватися вітчизняними туристичними підприємствами, що на нашу думку, обумовлює практичну цінність роботи.

Ключові слова: екологічний тур, стратегія, ефективність, калькулювання витрат, точка безбитковості, інвестиційні витрати, аналіз визначення безбитковості.

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи забезпечення конкурентоспроможності у сфері сільського зеленого туризму	
1.1. Сутність конкуренції у туристичній діяльності.....	6
1.1.1. Поняття конкуренції, її функції та роль у розвитку туристичної діяльності.....	6
1.1.2. Особливості та види конкуренції в туризмі.....	9
1.2. Сутність та особливості конкурентоспроможності туристичного продукту.....	17
1.3. Чинники, що зумовлюють привабливість сфери сільського зеленого туризму.....	21
РОЗДІЛ 2. Аналіз економічної ефективності діяльності ТОВ «Тартус-тур» з надання туристичних послуг	
2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «Тартус-тур»....	39
2.2 Аналіз основної операційної діяльності підприємства.....	48
2.3. Оцінка фінансового стану та основних економічних показників діяльності ТОВ «Тартус-тур».....	56
2.4. Аналіз конкурентоспроможності туристичних послуг ТОВ «Тартус-тур» у сфері сільського зеленого туризму.....	70
РОЗДІЛ 3. Оцінка можливостей підвищення ефективності діяльності ТОВ «Тартус-тур» за рахунок проектування екологічних турів	
3.1. Формування пропозицій з проектування нових екологічних турів для ТОВ «Тартус-тур».....	78
3.2. Методика аналізу безбитковості для обґрунтування управлінського рішення по проектуванню нових екологічних турів.....	82
3.3. Аналіз економічної доцільності проектування екологічних турів ТОВ «Тартус-тур».....	90
ВИСНОВКИ	96
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99
ДОДАТКИ	103

ВСТУП

З розвитком ринкових реформ в Україні, посиленням конкуренції між суб'єктами господарювання виникає проблема забезпечення їх конкурентоспроможності, що є головною передумовою підтримання стійких позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. Успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби обумовлюється здійсненням постійного моніторингу позицій на ринку, дослідженням сильних та слабких сторін власної господарської діяльності і конкурентів, здатністю пристосовуватись до змін ринкової ситуації.

Ці проблеми актуальні і для підприємств туристичної сфери, які, не зважаючи на наявність потенційних можливостей для інтенсивного розвитку, не можуть їх реалізувати повною мірою, через невисоку конкурентоспроможність. Актуальність проблеми підсилюється в умовах інтеграції України у світовий економічний простір, виходу на міжнародний ринок і розширення, таким чином, кола потенційних конкурентів.

Серед вітчизняних і зарубіжних науковців вагомий внесок у розвиток сучасної теорії конкурентоспроможності внесли М. Портер., І. Ансофф, А. П. Градов, В. Л. Дикань, І. Б. Іванов, І. Н. Герчикова, А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, А. Т. Литвиненко, І. В. Смолін, І. В. Балабанова, О. Є. Шишкова та інші, які досліджували проблему конкурентоспроможності підприємств у сфері матеріального виробництва та торгівлі.

Питання конкуренції та конкурентоспроможності, що набули важливого практичного значення в умовах ринкової економіки, залишаються не дослідженими з точки зору галузевої специфіки в туризмі. На сучасному етапі не уточнено понятійний апарат теорії конкурентоспроможності у сфері туризму, не зроблено чіткої системи критеріїв, показників та методів оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств, малодослідженими залишаються питання розробки конкурентних стратегій, не визначені фактори впливу на конкурентоспроможність.

Особливе місце серед науково-практичної літератури з проблематики дипломної роботи належить монографії С. П. Гаврилюк «Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу». Ця праця, зокрема, містить методику рейтингової оцінки рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Окремі методи, показники оцінки та зовнішні фактори конкурентоспроможності підприємств на ринку туристичних послуг висвітлені також в роботах Ф. Котлера, О. П. Дуровича, А. С. Копанєва, Н. Є. Кудли, але ці дослідження не враховують особливостей сільського зеленого туризму.

Метою моєї дипломної роботи є обґрунтування методики оцінки конкурентоспроможності туристичних послуг у сфері сільського зеленого туризму, шляхом проведення комплексного дослідження господарсько-економічної діяльності ТОВ «Тартус-тур».

Об'єктом дослідження виступає процес забезпечення сталого рівня конкурентоспроможності послуг сільського зеленого туризму.

Предметом дослідження були теоретичні, методологічні та практичні питання управління конкурентоспроможністю послуг у сфері сільського зеленого туризму на прикладі ТОВ «Тартус-тур».

Основні завдання:

- дослідити теоретичні аспекти конкурентоспроможності туристичних послуг;
- провести фінансово-економічний аналіз діяльності ТОВ «Тартус-тур»;
- визначити критерії та показники оцінки рівня конкурентоспроможності туристичного продукту;
- обґрунтувати використання конкретного методичного підходу до управління конкурентоспроможністю послуг сільського зеленого туризму;
- випробувати методику визначення беззбитковості на прикладі проектування послуг екологічного спрямування для ТОВ «Тартус-тур».

рентабельним. Для більш ефективної роботи підприємства і отримання більшого прибутку, необхідно розширювати асортиментну лінію туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі зроблена спроба розкриття актуальної наукової проблеми вдосконалення процесу управління конкурентоспроможністю послуг на туристичному підприємстві. Основні результати проведеного дослідження полягають у наступному:

1. Динамічні процеси у різних галузях економіки України призвели до численних диспропорцій у соціально-економічному розвитку. Подальший ефективний розвиток туристичної галузі в Україні об'єктивно викликає необхідність кардинальних змін у системі управління конкурентоспроможністю послуг сфери сільського зеленого туризму.

2. Пріоритетним для досягнення високого рівня конкурентоспроможності туристичних продуктів є наявність конкурентних переваг, що забезпечують високий попит з боку споживачів та стійке становище на ринку.

3. Конкурентоспроможність туристичних послуг у сфері сільського зеленого туризму була проаналізована на базі ТОВ «Тартус-тур». Головною метою діяльності підприємства є отримання прибутку шляхом задоволення потреб клієнтів у наданні туристичних послуг. Підприємство для розвитку туристичних послуг сфери сільського зеленого туризму має сприятливі умови, зокрема: вдале територіальне розташування, добре розвинену інфраструктуру, стабільні канали зв'язку з основними споживачами, базу постійних клієнтів, перспективну політику.

4. Загальний фінансово-економічний стан підприємства характеризується як задовільний, оскільки показники рентабельності свідчать про те, що діяльність підприємства не є збитковою. ТОВ «Тартус-тур» отримало чистий прибуток у розмірі 402,0 тис. грн., який компенсував збитки минулих років. Однак керівництву варто вжити заходів із розширення асортиментної лінії продуктів, а саме ввести тури сільського спрямування, що збільшить питому вагу

внутрішнього туризму у сукупних доходах.

5. Розглянувши інвестиційний проект зі створення нових екологічних турів для ТОВ «Тартус-тур», ми прийшли до висновку про доцільність роботи підприємства в цьому напрямку. Аналіз беззбитковості показав, що навіть при песимістичному розвитку подій, підприємство буде отримувати прибуток і цей проект буде рентабельним. Для більш ефективної роботи підприємства і отримання більшого прибутку, необхідно розширювати асортиментну лінію туристичних послуг.

6. Для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг ТОВ «Тартус-тур» нами було запропоновано проектування нових екологічних турів. Термін окупності цього проекту є досить привабливим, оскільки дозволяє покрити всі витрати вже за перший сезон продажу турів. Рентабельність проекту коливається від 18,1 до 26,4%, що на сьогодні, враховуючи стан економіки країни, є достатнім.

7.3 метою підтримання високого рівня управління конкурентоспроможністю послуг на підприємстві слід: займатися вивченням та впровадженням передового вітчизняного та іноземного досвіду, приділяти увагу таким показникам, як ціна туристичного продукту, якість продукту, асортимент продуктів; через систему заохочень на підприємстві за високі досягнення у роботі, вживати заходів щодо створення відповідного іміджу своєї організації; постійно сприяти підвищенню кваліфікації персоналу.

8. У туристичній фірми практично відсутній рекламний бюджет, що не дозволяє отримувати додаткові доходи, і, відповідно, додатковий прибуток. Для вирішення проблеми неефективної маркетингової політики, я пропоную кілька видів реклами: реклама в міському транспорті, реклама в соціальних мережах, реклама на Авторадіо і реклама в періодичних спеціалізованих виданнях. Всі види даної реклами є ефективними, хоча один з них – реклама на Авторадіо досить витратний. Незважаючи на значні витрати на рекламу, ми вважаємо, що все це принесе очікуваний ефект.

Враховуючи і узагальнюючи вищенаведені дослідження ТОВ «Тартус-

тур», ми вважаємо, що при управлінні якістю обслуговування повинні виконуватися такі основні умови: відношення до споживача як до найважливішого учасника даного процесу; здійснення ретельного дослідження дефектних послуг та виявлення причини виникнення дефектів з втіленням коригувальних заходів; організація навчання своїх співробітників; розширення або завоювання нових ринків збуту; орієнтація на задоволення потреб та вимог споживачів певних галузей або регіонів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова А. Ю. Международный туризм: Учебник.- М.: Аспект Пресс, 2011. – 470с.
2. Апопій В.В., Олексин І.І., Шутковська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг. – К.: ВЦ “Академія”, 2006. – 312 с.
3. Васильєв В. Актуальні проблеми сільського туризму// Туризм сільський зелений. 2002. – 40с.
4. Гаврилук С. П. Конкуренентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. – К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2006. – 180 с.
5. Герасименко В. Г., Нездоймінов С. Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: Монографія. Одеса: Пальміра – 177 с.
6. Глядіна М. В. Зарубіжний та вітчизняний досвід розвитку екологічного туризму // II міжнародний конгрес "Інформатизація рекреаційної і туристичної діяльності: перспективи культурного та економічного розвитку. – Трускавець, 23-28.05.2000 р. – с.190-193.
7. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. - Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. – 148с.
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р., № 436-IV.
9. Грещак М. Г., Коцюба О. С. Управління витратами: Навч.-метод. Посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2012. – 131с.
10. Гріфін Р .В., Яцура В. Основи менеджменту. – Львів: Бак, 2001.– 544 с.
11. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм у системі суспільно-економічних відносин // Економічна та соціальна географія: Науковий збірник. – К., 2001. – с.89.
12. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризмі: Учеб. пособие/ Под ред. З. М. Горбылевой. – Минск: Экономэкспресс, 1998. – 400 с.

13. Закон України «Про сільський зелений туризм». Проект.
14. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 324/95 – ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Ст. 241.
15. Закон України «Про особисте селянське господарство» від 15 травня 2003 року № 742-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 29. – Ст. 232.
16. Закон України «Про підприємництво» від 6 жовтня 1999 року № 1121-XIV // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 14. – С. 168.
17. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» // Уряд.кур'єр. – 1996. – 29черв. – С.1-2.
18. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р.№2210-III //Відом. Верховної Ради України. – 2001. – №12.
19. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»// Урядовий кур'єр. – 2003. – №244. – с.15-19.
20. Замедлина Е. А., Козырева О. Н. Экономика отрасли: туризм: Учеб.пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007.– 205 с.
21. Экономика підприємства. /Покропивний С.Ф. – К: КНЕУ, 2005. – 517 с.
22. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. – М.: Финансы и статистика,2003. – 672 с.
23. Кекушев В. П., Сергеев В. П., Степаницкий В. Б. Основы менеджмента экологического туризма. – М.: Изд-во МНЭПУ, 2001. – 60 с.
24. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
25. Козырева Т. В. Учет издержек в туризме: Учеб. Пособие для вузов. –К., 2011. – 224с.
26. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності: навч. посіб./ Н.Є.Кудла – К.: «Центр учбової літератури», 2015 – 152с.
27. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М.: Юрайт-М, 2001. – 224с.

28. Любіцева О.О., Сташук К. Розвиток екологічного туризму в Україні // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. / Ред. кол.: С.І. Іщук (відп. ред.) та ін. – К., 2002. – Вип. 53. – с.189.
29. Любіцева О. О., Бабарицька В. К., Мельник О. П. Організація туризму в Україні. – К., 1995 – 436 с.
30. Мальська М., Худо В. Менеджмент туризму. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – с.139.
31. Менеджмент туризма: Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.
32. Національна доповідь про екотуризм в Україні / Підг. Панченко Т.Ф. та ін. Нац. комісія сталого розвитку при КПУ. – К.: Б.В., 2003.
33. Нездойминов С. Г. Экологизация туризма как фактор устойчивого развития туристских регионов / С. Г. Нездойминов // Региональные исследования. – Смоленск: Смоленский гуманитарный университет, 2014. – № 1(43). – С.133–140.
34. Никифоренко В. Г. Управління персоналом: Навчально-методичний посібник. Пальміра – 260с.
35. Павлоцький В. Я. Аналіз залежності рівня конкурентоспроможності туристичних підприємств від контрольованої ними ринкової частки / В. Я. Павлоцький // Економіка і управління. – 2013. - №5. – С. 24-30.
36. Про затвердження державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 р. № 1158 // Офіційний вісник України. – 2007. – № 73. – С. 7.
37. Податковий кодекс України в ред. в ід 20.09. 2011, № 3741-VI
38. Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. Сільський туризм: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 271с.
39. Сергеева Т. К. Экологический туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – с.56
40. Серебряй В. Екологічний туризм – ключ до сталого розвитку // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2002. - №35 (280). – с.58.

41. Экономика современного туризма/ Под ред. Г. А. Карповой.- М.:СПб.: Герда, 2002. – 86с.
42. Юданов А. Ю. Конкуренція. Теорія та практика: Учеб.-практич. Посobie. – М.: Акамес, 2003. – 130с.
43. Юсенко В. Сільський туризм – специфічна галузь//Туризм сільський зелений. – с.30.
44. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р., № 435-IV.
45. Офіційний сайт Європейського банку реконструкції та розвитку. [Електронний документ] – режим доступу: <http://www.ebrd.com/>.
46. Офіційний сайт Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. [Електронний документ] – режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/>.
47. Офіційний сайт Придунайського туристичного інформаційного центру «Розвиток СЗТ в Україні». [Електронний документ] – режим доступу: www.rural.danubetour.info/ru/.
48. Журнал «Бухгалтер&Комп'ютер». [Електронний документ] – режим доступу: <http://www.bk.factor.ua/ru/publications/14/38/347.html/>.