

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

“ ___ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 «Туризм»

за темою:

«Управління конкурентоспроможністю туристичної фірми»

Виконавець

Студентка 47 групи, ФМЕ

Гонцова Владислава Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С.Г.

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2017

АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Гонцової Владислави Віталіївни

«Управління конкурентоспроможністю туристичної фірми»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2017 рік

Випускна робота складається з 3 розділів.

У роботі розглядається управління конкурентоспроможністю туристичної фірми та фактори, які впливають на конкурентоспроможність. Охарактеризовано найбільш поширені підходи до визначення конкурентоспроможності. Надана класифікація методів оцінки управління конкурентоспроможністю туристичної фірми. Надано загальну характеристику туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ». Зроблено аналіз господарської діяльності туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ». Розглянуто організаційну систему управління. Проведено SWOT – аналіз та виявлено основних конкурентів туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ». Запропоновано заходи щодо підвищення управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ». Надано рекомендації щодо ведення посади фахівця з маркетингу та надано економічне обґрунтування його створення.

Ключові слова: конкурентоспроможність, управління конкурентоспроможністю, туристична фірма, методи оцінки конкурентоспроможності, організаційна структура.

SUMMARY

Graduation work for obtaining an educational degree of a bachelor's degree

Hontsova Vladislava

«Tourism company's competitiveness management»

Odessa National University of Economics

Odessa, 2017

The final work consists of 3 sections.

The paper examines the management of the competitiveness of the tourism firm and factors that affect competitiveness. The most common approaches to the definition of competitiveness are described. The classification of methods of evaluation of the management of the competitiveness of a tourism company is given. The general characteristics of the tourist enterprise «ОТДЫХ НА СЛАВУ» are given. An analysis of the economic activity of the tourist enterprise «ОТДЫХ НА СЛАВУ» is made. The organizational management system is considered. The SWOT analysis was carried out and found out the main competitors of the tourist enterprise "ОТДЫХ НА СЛАВУ". Proposed measures to improve the management of the competitiveness of the tourist enterprise «ОТДЫХ НА СЛАВУ». The recommendations for the post of a marketing specialist are given and the economic substantiation of its creation is provided.

Key words: competitiveness, competitiveness management, tourism company's, methods of evaluation of competitiveness, organizational structure.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Наукові підходи до визначення конкурентоспроможності в туристичній галузі.....	5
1.2. Фактори конкурентоспроможності туристичного підприємства.....	10
1.3. Методи оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства.....	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ОТДЫХ НА СЛАВУ»	21
2.1. Загальна економіко-організаційна характеристика туристичного підприємства "ОТДЫХ НА СЛАВУ".....	21
2.2. SWOT-аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність туристичного підприємства "ОТДЫХ НА СЛАВУ".....	32
2.3. Оцінка конкурентоспроможності туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ».....	39
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА "ОТДЫХ НА СЛАВУ"	42
3.1 Основні напрямки підвищення управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства.....	42
3.2. Організаційна модель управління маркетингом туристичного підприємства "ОТДЫХ НА СЛАВУ".....	49
ВИСНОВКИ	56
Список використаних джерел	58

ВСТУП

Конкурентоспроможність туристичної фірми сьогодні - це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби споживачів і по ефективності виробничої діяльності.

Більшість фахівців вважають, що конкурентоспроможність базується на таких основних складових:

1. Якість менеджменту туристичної фірми;
2. Політика збуту і якісного сервісу з надання туристичних послуг (переваги споживача);
3. Уподобання споживача (вихід фірми на цільовий ринок споживача, визначення своєї ніші на ринку (сегмента)).

При вивченні науково-теоретичних основ конкурентоспроможності туристичних підприємств, використано роботи авторів В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, І.В. Давиденко, В.Ф. Семенова, С.Г. Нездоймінова, О.В. Шикіной, М.В. Жигалкіної, Ю.В. Мігущенко, С.П.Гаврилюк, А.О.Левицької, В. Я. Павлоцького та інші.

Актуальність роботи. У сучасній економіці головним напрямком фінансово-економічної і збутової стратегії туристичної фірми стає підвищення конкурентоспроможності для закріплення його позицій на ринку з метою отримання максимального прибутку.

Метою дослідження є аналіз діяльності туристичного підприємства та розробка рекомендацій щодо підвищення управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ».

Для досягнення мети, були поставлені такі завдання:

- 1) Розглянути науково-теоретичні основи управління конкурентоспроможністю туристичної фірми;
- 2) Провести аналіз господарської діяльності туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ»;
- 3) Провести SWOT-аналіз туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ»;

4) Надати оцінку конкурентоспроможності туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ»;

5) Розглянути шляхи щодо підвищення управління конкурентоспроможністю туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ».

Теоретико-методологічною базою дослідження є наукові концепції, представлені в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених в сфері туризму і економіки, які пов'язані з управлінням конкурентоспроможності підприємства, статистичні матеріали, матеріали періодичних та спеціалізованих видань, а також результати власних спостережень.

Об'єктом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів розробки конкурентних переваг туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ».

Методи дослідження. За основу дослідження взято діалектичний підхід до вивчення економічних і соціальних явищ, який передбачає виявлення закономірностей, тенденцій та взаємозалежності їхнього розвитку.

Теоретичну базу роботи становлять загальнонаукові методи і прийоми досліджень:

- а) SWOT-аналіз;
- б) групування методів оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- в) табличне та графічне зображення даних при оцінюванні фінансово-господарської діяльності турфірми;
- г) факторний та порівняльний аналіз при оцінці рівня конкурентоспроможності туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ».

Робота складається із:

- 1) Вступу ;
- 2) 3 розділів;
- 3) Висновків;
- 4) Списка використаних джерел.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз проблем щодо управління конкурентоспроможністю туристської фірми показав, що на даному етапі свого розвитку, якість послуг, що надаються з кожним роком покращується, конкуренція туристичних фірм залишається високою, партнерами турфірми стають з примусу, так як вижити в умовах жорсткої конкуренції нелегко. У той же час попит на туристичні послуги буде зазнавати деякі зміни, що пов'язано з появою нового типу споживача на ринку туризму.

1. У роботі було розглянуто науково-теоретичні основи управління конкурентоспроможності туристичної фірми, в результаті яких були виявлені визначення конкурентоспроможності, фактори, які впливають на управління конкурентоспроможністю туристичної фірми та методи оцінки конкурентоспроможності туристичної фірми.

2. Проведено аналіз господарської діяльності туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ». Результат аналізу показав, що підприємство є рентабельним, тобто покриває свої витрати та процент туристичного потоку з кожним роком росте.

3. Виявлено сильні і слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози. Найбільш важливими сильними сторонами туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ» є:

- високий рівень кваліфікації співробітників;
- надійні постачальники;
- задоволеність клієнтів.

Найбільш важливими слабкими сторонами туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ» є:

- низька фінансова стійкість підприємства;
- відсутність ефективної реклами;
- слабкі канали збуту.

4. Надано оцінку конкурентоспроможності туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ», порівнявши з двома подібними підприємствами. В результаті оцінки

виявили, що туристична фірма «ОТДЫХ НА СЛАВУ» є «середняком» серед трьох фірм та потребує заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

5. Для підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ» було запропоновано модель «дерево цілей» туристичного підприємства «ОТДЫХ НА СЛАВУ» із 3 блоками рекомендованих заходів в напрямку:

1. Маркетинг;
2. Персонал;
3. Виробництво.

6. Для підвищення управління конкурентоспроможністю туристичної фірми «ОТДЫХ НА СЛАВУ» рекомендовано введення посади фахівця з маркетингу. В результаті впровадження заходів з маркетингу передбачається збільшення туристичного потоку на 20%, а прогнозний дохід складе - 709382 грн.

Список використаних джерел

1. Автономова В., Ананьина В., Макашевой Н. История экономических учений: учеб.пособ. / [под ред. В. Автономова, В. Ананьина, Н. Макашевой]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 784 с.
2. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности / В. М. Гальперин, Л. С. Тарасевич. – СПб.: Экономическая школа, 1996.
3. Касич А.О., Харькова Ж.В. Управління конкурентними перевагами підприємства // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; Тернопіль: Видавничо - поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 25. – №2.- С.79-85. – ISSN 1993-0259
4. Коваленко О.В., Величко Т.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства//Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали четвертої міжнар. наук.-практ. конф. / Одеський національний економічний університет; Одеса, Атлант, 2015.- 367 с.
5. Семенов В. Ф. Методи оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства / В. Ф. Семенов, М. М. Жигаліна // Науковий вісник. – Одеса, 2010. – № 14 (115). – С. 75-85.
6. Солов'янчик, А. В. Сучасні підходи до визначення конкурентоспроможності туристичних підприємств / А. В.Солов'янчик // Вісник соціально-економічних досліджень: зб.наук. праць; за ред.: М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2015. – Вип. 1. - № 56. – С. 161 – 169.
7. Сидоренко І.О. Конкурентоспроможність туристичних підприємств в Україні / І.О. Сидоренко // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. - №1.

8. Васильчак С.В. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки / С.В. Васильчак, С.С. Семак // Економічний вісник Донбасу. – 2014. - №3. - С. 61-64.
9. Лютак О. М. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластера / О. М. Лютак, Д. Л. Романчук // Економічні науки (Сер.: Облік і фінанси). – 2013. – Вип. 10 (2). – С. 141-150.
10. Мігущенко Ю.В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України/ Ю.В. Мігущенко // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. - №1.
11. Герасимчук, Л. Л. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика : монографія / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська; Луц. нац. техн. ун-т. - Луцьк : Надстир`я, 2008. - 248 с.
12. Савицька О. П. Теоретико-методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії / О.П. Савицька, Н.В. Савицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. - № 776. – С. 154-163.
13. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. / С.П. Гаврилюк. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. – 180 с.
14. Куницин С.В. Система показателей оценки конкурентоспособности туристического продукта/ С.В. Куницин// Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 1. – С. 40-49.
15. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: учеб. пособие / М.И. Кныш –СПб.: Б. и., 2000. –284 с.
16. Шеховцева Л. С. Конкурентоспособность предприятия: факторы и метод создания / Л. С. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 4. – С. 18- 24.

17. Портер М. Конкуренция: учебн. пособ. / М.Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. – 608 с.
18. Дінес В.А., Яшин Н.С. Проблеми якості та конкурентоспроможності промислової продукції.// Проблеми економічної історії та теорії. Саратов: СГУ.1999.С.117-125.
19. Касич А.О., Харькова Ж.В. Управління конкурентними перевагами підприємства // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; Тернопіль: Видавничо - поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 25. – №2.- С.79-85. – ISSN 1993-0259
20. Смольянова Е.Л. К вопросу о классификации факторов и резервов обеспечения конкурентоспособности предприятия / Е. Л. Смольянова, В. Б. Малицкая // Вестник ТГУ. – 2009. – Вып. 2 (70). – С. 336–344.
21. Томпсон А. А. мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации / А. А. Томпсон мл., А. Дж. Стрикленд III. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 412 с.
22. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації/ Механізм регулювання економіки, 2013, №4, С.155-163.
23. Костюк, Л. А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л. А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету.(Економічні науки). – 2012. – Випуск 2. – С. 22–30.
24. Сахно, І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2, Ч. 2. – С. 385–390.
25. Беляев, В. И. Маркетинг в современном бизнесе / В. И. Беляев. – Барнаул: Изд-во АГУ, 1998. – Ч. 1. – 220 с.

26. Кузьмін, О. Є. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, О. П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Випуск 21.10. – С. 159–166.
27. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. – 180 с.
28. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг: авторефер. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / С.П. Гаврилюк.- Київ, - 2001.
29. Павлоцький В. Я. Комплексна оцінка стану регіонального ринку як зовнішня складова конкурентоспроможності туристичних підприємств / В. Я. Павлоцький // Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. - Луганськ, 2012. - С. 59-64
30. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР: станом на 11.02.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
31. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ/За ред. д.е.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.
32. Коновалова О.В., студентка 5 к. ОЕФ Андрущакевич Т. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки / Криворізький економічний інститут ДВНЗ „Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана”, Україна, 2010 рік.
33. Шикіна О. В. Індекс туристичної конкурентоспроможності як показник туристичного потенціалу України / О. В. Шикіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – № 2. – Т.2. – С. 275-279.
34. Галасюк С. С. Заходи щодо забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства Одеської

області / С. С. Галасюк, О. В. Гусєва // Економіка та управління національним господарством: стан, тенденції та перспективи: тези доповідей І Міжнародної наук.-практ. конф. (29-30.05.2014). – Одеса: Пальміра, 2014. – С. 66-68.

35. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2017.- №2 (15) – С. 23-27.

36. Герасименко В. Г. Концепція сталого розвитку туризму: етапи становлення і сучасний зміст / В. Г. Герасименко // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Збірник наукових праць. – К.: Тонар, 2007. – С. 17-23.

37. Нездоймінов С. Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: монографія / С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Пальміра, 2011. – 344с.

38. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки : монографія : в 3 т. / [Н. М. Андрєєва, О. М. Головченко, І. А. Маркіна, С. Г. Нездоймінов та ін.] ; за заг. ред. М. А. Зайця, О. В. Захарченка, О. М. Коваленка. – Одеса : ВМВ, 2014. – Т. 1 : Регіональні аспекти та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах інноваційного розвитку. – 292 с.

39. Гонцова В.В. Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства/ В.В. Гонцова, С.Г. Нездоймінов / Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – С. 238-241

40. Фінансові звіти підприємства за 2014-2016 рр.