

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Герасименко В. Г.

“ ____ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності туризм

за темою:

«УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ»

Виконавець

Студентка факультету міжнародної економіки

Герасимова Карина Сергіївна _____

Науковий керівник

д.е.н., доцент

Лебедев Ігор Васильович _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. СТРАТЕГІЇ ПОВІДІНКИ ФІРМИ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ	
1.1. Сутність та особливості конкуренції в сфері туристичного бізнесу.....	5
1.2. Характеристика зовнішньої середовища конкурентних сил у галузі.....	10
1.3. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ХОРОШИЙ ВІДПОЧИНОК»	
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності туристичної фірми «Хороший відпочинок».....	21
2.2. Економічний аналіз туристичної фірми «Хороший відпочинок».....	34
2.3. Аналіз організації міжнародного туризму на підприємстві «Хороший відпочинок».....	40
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ХОРОШИЙ ВІДПОЧИНОК»	
3.1. Аналіз конкурентної середовища як початковий етап розробки стратегії..	48
3.2. Розробка заходів удосконалення конкурентної стратегії.....	49
3.3. Обґрунтування економічної ефективності конкурентної стратегії.....	56
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64

ВСТУП

Запезбечення конкурентоспроможності та стабільності підприємств сфери туризму прямо пов'язане з ефективністю управління та розробкою чіткої стратегії їх розвитку. Ситуація в Україні ускладнена тим, що економічна трансформація країни за часом збіглася з глобалізацією світової економіки, а пізніше і з фінансовою кризою, що не могло не вплинути на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та туристичних зокрема. Особливо гостро ця проблема стоїть перед підприємствами туристично-рекреаційного комплексу, які потребують економічної інтеграції, сприяння зі сторони центральних та місцевих органів влади в сфері туризму.

Мета дипломної роботи складається у визначенні шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх економічне обґрунтування.

Відповідно до поставленої мети визначаються наступні завдання дослідження:

- 1) Надати економічну сутність конкурентоспроможності підприємства.
- 2) Охарактеризувати методики оцінки конкурентоспроможності підприємства.
- 3) Сформулювати фактори які впливають на конкурентоспроможність підприємства
- 4) Надати загальну характеристику підприємства, що досліджується.
- 5) Провести оцінку фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства. Проаналізувати платоспроможність та конкурентоспроможність підприємства.
- 6) Економічно обґрунтувати шляхи збільшення конкурентоспроможності підприємства за рахунок покращення ключових факторів, що впливають на конкурентоспроможність.

Дипломна робота виконана з матеріалів туристичної фірми «Хороший відпочинок». Для порівняльного аналізу були залучені дані по фірмах прилеглого конкурентного оточення – «Пегас-Туристик», «Аквасервіс», «Чорне море».

Об'єктом дослідження виступає процес управління конкурентоспроможності на підприємствах сфери туризму.

Предметом дослідження є методи та заходи, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств туризму. За результатами дослідження сформульовані рекомендації щодо формування стратегії підвищення конкурентоспроможності як туристичної фірми «Хороший відпочинок» в цілому, так і її окремих туристичних продуктів. Отримані результати можуть бути використанні в процесі управління конкурентоспроможністю туристичної фірми.

В дипломній роботі використовувались наступні методи: метод горизонтального та порівняльного аналізу для оцінки фінансово – господарської діяльності туристичного підприємства та визначення його місця на ринку, сукупність принципів, загальнонаукових та спеціальних методів та прийомів дослідження, використання яких зумовлено метою та завданнями. Використано метод бенчмаркінгу та інтегральні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Для виявлення резервів підвищення прибутку підприємства використовувався факторний аналіз.

ВИСНОВКИ

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного розвитку в будь-якого підприємства. Проведені дослідження у дипломній роботі щодо економічного обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності торгівельного підприємства дозволяють зробити висновки.

1. Аналіз літературних джерел дозволяє сформулювати економічну сутність конкурентоспроможності підприємства як здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку, визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами.

При всьому різноманітті трактувань конкурентоспроможності підприємства можна сформулювати загальні характерні ознаки конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства характеризує величину і ефективність використання всіх його ресурсів.

Конкурентоспроможність підприємства розвивається в часі, зміни залежать як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників.

Конкурентоспроможність - відносний показник. Базою для порівняння виступають аналогічні показники конкурентоспроможності підприємств-конкурентів або ідеальних еталонних підприємств.

Конкурентоспроможність - це властивість об'єкта, що характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства - це здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства показує рівень розвитку даної фірми в порівнянні з рівнем розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби клієнтів і по ефективності виробничої діяльності.

Конкурентоспроможність підприємства характеризує для інвестора його привабливість.

На конкурентоспроможність підприємства впливають екологічна і соціальне середовище. Конкурентоспроможність - це можливість забезпечувати випуск і реалізацію продукції, яка за своїми ціновими і неціновими факторами привабливіша, ніж продукція підприємств-конкурентів, використовуючи конкурентні переваги підприємства і маючи потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції у майбутньому при зміні ринкової ситуації і попиту споживачів.

Існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна класифікувати за двома ознаками: за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства та формою вираження результату оцінки.

В дипломній роботі показано, що багато туристичних фірм міста та області, прагнучи задовольнити попит споживачів, пропонують на ринку ідентичні туристичні продукти. Це потребує розробки стратегії поведінки фірми з урахуванням всього різноманіття факторів, які визначають стан, як внутрішньої середовища підприємства, так і його конкурентного оточення.

В дипломній роботі на основі методів конкурентного аналізу виявлені основні конкуренти туристичної фірми «Хороший відпочинок».

У ході дослідження діяльності туристичної фірми «Хороший відпочинок» були визначені її сильні та слабкі сторони, можливості та погрози, виявлені стратегічні групи конкурентів. Для вироблення конкурентної стратегії фірми необхідно мати інформацію про те, як клієнти фірми оцінюють вартість її послуг та якість обслуговування. Для отримання такої інформації у дипломній роботі використалась методика бенчмаркінгу, яка вважається одним із найбільш надійних інструментів відповідності рівня роботи фірми вимогам конкурентного ринку.

У результаті такого дослідження отримані наступні висновки: незважаючи на те, що фірма «Алвона» (об'єкт для порівняння) вважається лідером у даній стратегічній групі організацій по набору запропонованих послуг и ціновій політиці, задоволеність клієнтів якістю обслуговування в туристичній фірмі «Хороший відпочинок» вища, ніж в «Алвона». У всякому разі, такий результат вийшов у результаті обробки анкет туристів та їх прямого опитування.

Список використаної літератури

1. Агафонова Л.Г. Визначення конкурентоспроможності туристичного продукту. 2006
2. Азоев Г.А. 5. Конкуренція: аналіз, стратегія та практика. – Центр економіки та маркетингу, 1996
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посіб. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 448 с.
4. Балабанова І.П. 8. Економіка туризму: учб.посібник- Фінанси та статистика
5. Бандурка А.М. Конкурентоспособность промышленного предприятия: учебн. пособ. / А.М. Бандурка, В.В. Глуценко - Харьков: Изд- во Ун-та внутр. дел, 2004. - 480 с.
6. Баумгартен Л.В. 7. Управління якістю в туризмі. Практикум, 2008
7. Васюренко, О.М. Аналіз конкурентоспроможності підприємств, 2011
8. Готелі та інші місця тимчасового проживання Одеської області: статистичний збірник. Одеса. Головне управління статистики в Одеській області. 2009.
9. Гаврилюк С.І. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. Навч.посібник, 2006
10. Гаврилюк С.П. Розвиток конкуренції на ринку туристичних товарів та послуг. 2010
11. Гальперин В.М. Мікроекономіка. Економічна школа, 2008
12. Гольдштейн Г.Л. Стратегічний менеджмент., 2005
13. Евенко Л.І. Стратегічне управління компанією.

14. Котлер. Ф., Маркетинг. Гостинність та туризм, 1999
15. Криворотов В.В, Конкуренентоспроможність підприємств: джерела формування та оцінка. 2005
16. Романова А.Н, Маркетинг, 2008
17. Основи туристичного бізнесу. Сальська М.П, 2004
18. Саритх М, Конкуренентоспроможність: багаторівневий аналіз, 2004
19. Сміт А., Дослідження природи та причин багатства народів, 1962
20. Стратегічне управління туристичною фірмою. «фінанси та статистика». Мойсеєва Н.К, 2009
21. Портер М. Конкуренентна стратегія, 2005
22. Портер М. Маркетинг, 2000
23. Теорія економічного розвитку. Шумпетер Й. 1982.
24. Конкуренція: теорія та практикка. Юданов А.Ю. 2000
25. Маркетинг у готельній індустрії та туризмі: вітчизняний та міжнародний досвід. Янкевич В.С. 2003
26. Туристичний бізнес. Холовей Дже.К. 2007
27. Міжнародний туризм та сфера послуг. Мальська М.Г. 2008
28. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби. Іванов Г.Г. 2009
29. www.world-tourism.org
30. www.tour.com.ua
31. www.alvona.com
32. [http:\pegast.com.ua](http://pegast.com.ua)
33. www.aqua.com.ua
34. www.sam.ua
35. www.tourlib.net
36. www.tourism.gov.ua