

**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 Гуцуляк Марія Петрівна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

_____ (науковий ступінь, вчене звання)

Іванов Андрій Миколайович

_____ (прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ТУРИЗМІ..... | 5 |
| 1.1. Конкурентоспроможність, як функція управління..... | 5 |
| 1.2. Типи, види конкурентоспроможності..... | 8 |
| 1.3. Параметри, за якими оцінюється конкурентоспроможність..... | 12 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «KARPATY TRAVEL»..... | 22 |
| 2.1. Загальна характеристика діяльності туристичної фірми «Karpaty Travel»..... | 22 |
| 2.2. Економічна діагностика туристичної фірми «Karpaty Travel | 26 |
| 2.3. Визначення рівня конкурентоспроможності «Karpaty Travel»..... | 31 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ ЗАХОДІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «KARPATY TRAVEL»..... | 37 |
| 3.1.. Економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel» | 37 |
| 3.2. Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel»..... | 41 |
| ВИСНОВКИ | 45 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 49 |

ВСТУП

Актуальність роботи. У сучасному ринку економіки для туристичної фірми потрібно підвищувати свою конкурентоспроможність та залишатись лідером для того, щоб існувати та отримувати максимальний прибуток.

На сьогоднішній день в туризмі спостерігається тенденція, при якій показник якості відіграє провідну роль, цим самим спричиняє конкурентоспроможність в туристичних фірмах. У розвинутих країнах управлінню конкурентоспроможності підприємства приділяють особливу увагу. Ефективність функціонування підприємства на ринку туристичних послуг залежить від результатів управління конкурентоспроможності, багато компаній стараються як можна краще спланувати постанови щодо надання послуг, ці послуги повинні бути якісними та мати свою особливість, щоб продукт міг відстояти конкурентність на ринку.

Конкурентоспроможність можна характеризувати по таких особливостях як:

- уподобання та потреба споживача;
- якість надання послуг;
- вивчення сегменту ринку;
- якість менеджменту туристичної фірми

Завданням випускної роботи є:

1. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності в туризмі;
2. Аналіз діяльності туристичного підприємства «Karpaty Travel»;
3. Розробка комплексу заходів для підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel»

Метою випускної роботи є аналіз туристичного підприємства та розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможністю туристичної фірми «Karpaty Travel».

Об'єктом дослідження є управління конкурентоспроможністю туристичної фірми «Karpaty Travel».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розробки переваг конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel».

Методи дослідження: історичний, математичний, статистичний.

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 «Karpaty Travel».

Випускна робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків та списку використаної літератури . Загальний обсяг роботи – 53 с.

ВИСНОВКИ

Таким чином, в ході дипломної роботи нами:

- досліджені аспекти формування конкурентних переваг підприємств, як функція управління;
- оцінена конкурентоспроможність підприємств сфери послуг на прикладі туристичної фірми «Karpaty Travel»;
- розроблено комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel».

До основних положень, які необхідно враховувати при оцінці конкурентоспроможності підприємства, слід віднести наступні положення:

1. Методика комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства призначена для виявлення наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності використання потенціалу конкурентоспроможності і визначення рівня його конкурентоспроможності відносно підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктивній групі.

2. Потенціал підприємства – це сукупність ресурсів, які знаходяться в його розпорядженні, за структурно-функціональними елементами та елементами процесу праці. До функціональних елементів підприємства належать: виробництво; фінансовий; комерційний; управлінський; елементами процесу праці є: засоби праці; предмети праці; робоча сила;

3. Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства проектувати, виготовляти та збувати, в тих чи інших конкретних умовах, продукцію, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів при умові ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.

4. Показник рівня конкурентоспроможності підприємства відображає відносний рівень величини та ефективності використання потенційної конкурентоспроможності в порівнянні з іншими підприємствами (підприємствами-конкурентами), що представлені на даному ринку і

функціонують в одній галузі та продуктивній групі.

5. Застосування даної методики на практиці дозволить оцінити:

- величину потенційної конкурентоспроможності;
- ефективність використання потенційної конкурентоспроможності;
- відносний рівень конкурентоспроможності підприємства в порівнянні з підприємствами конкурентами.

6. Оцінка конкурентоспроможності підприємства здійснюється у відповідності до чотирьох основних етапів:

- оцінка величини потенційної конкурентоспроможності підприємства;
- оцінка ефективності використання потенційної конкурентоспроможності підприємства;
- розрахунок індексу конкурентоспроможності підприємства;
- оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства.

Процес адаптації законодавства України разом з використанням досвіду країн Центрально-Східної та Південної Європи допоможе подолати структурні диспропорції в туристичній галузі України та привести Україну на більш високий щабель конкурентоспроможності. В цьому контексті є доцільним:

1. Для врівноваження туристичних потоків між Україною і сусідніми країнами та відновлення інтенсивного прикордонного руху необхідно прискорити процес імплементації режиму прикордонного руху у двосторонніх угодах.

2. З метою активізації співробітництва України з іншими державами в сфері туризму, а також популяризації туристичних атракцій України за кордоном необхідно підписати угоди про співробітництво з тими країнами, які є генераторами туристичних потоків в Україну: Бельгією, Канадою, Данією, Францією, Німеччиною, Нідерландами, Швецією, Швейцарією, США, Великобританією. Це забезпечить можливість створення робочих груп, в рамках яких буде активно здійснюватися обмін інформацією щодо законодавства в сфері туризму країн, отримання досвіду організації та проведення державної туристичної маркетингової політики, активного

обговорення питання спрощення візового режиму для туристів.

3. Для підвищення рівня якості туристичних послуг вітчизняних підприємств, які б відповідали стандартам якості Європейського Союзу прискорити процес прийняття відповідних до Директиви 90/314/ЄЕС змін до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»». (Додаток 2).

4. Скориставшись досвідом Угорщини, Мальти, Італії, розробити «Концепцію створення та діяльності мережі туристичних представництв України за кордоном». Це завдання слід покласти на Державну службу туризму та курортів. Під час обрання країн, в яких доцільно розмістити туристичні представництва, керуватися інформацією про наявні туристичні потоки з перспективою розвитку відносин в сфері туризму на 10 років та поетапно відкривати представництва, керуючись принципом «найтіснішого співробітництва», наявності з ними коопераційних зв'язків у сфері туризму.

Узагальнення SWOT-аналізу середовища туристичної діяльності в країні дав змогу визначити конкурентні переваги і недоліки України.

Основою стратегії розвитку «Karpaty Travel», що розробляється, повинна стати диверсифікація його діяльності на суміжних сегментах ринку туристичних послуг з використанням зовнішньоекономічної співпраці з провідними фірмами, які надають туристичні послуги. Основними причинами негативного результату господарської діяльності «Karpaty Travel» є збиткова діяльність підприємства і відсутність обґрунтованої політики управління оборотним капіталом. Усунення даних причин повинне знайти своє віддзеркалення в стратегії розвитку підприємства, що розробляється.

Оцінка платоспроможності підприємства «Karpaty Travel» зводиться до наступних показників: коефіцієнт покриття – 3,59; коефіцієнт ліквідності – 2.23; відношення суми боргу до власного капіталу складає 42/58%; коефіцієнт автономії – 0,53; коефіцієнт забезпечення платоспроможності платежів щодо обслуговування боргу - 3. Оцінка ефективності використання активів зводиться до наступних показників: оборотність запасів – 2,72 за рік і 1 місяць; середній

строк запасів – 144 діб; коефіцієнти витрат діяльності – 0,63. Оцінка рентабельності діяльності компанії зводиться до наступних показників: рентабельність продажу - 24,78%; рентабельність власного капіталу - 34,58%; дохід на капіталізацію - 23,72%; дохід на активи - 18,42%; рентабельність послуг - 56,79%; рентабельність виробничого капіталу - 27,21%.

Таким чином, в ході дипломної роботи нами проведено оцінку конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel» та на основі цього розроблені заходи та запропоновані рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Karpaty Travel».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабий Н. Гости или хозяйева? / Н.Бабий // Архангельск. – 2011. - №71. – 231 с.
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И.Байлик. – Киев: Альтерпресс, 2002. – 374 с.
3. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа / М.И.Баканов, А.Д.Шеремет. Учебник - 4-е изд.- М: Финансы и статистика, 1997. – 234 с.
4. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов. - М: Финансы и статистика, 2011. – 256 с.
5. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б.Биржаков. – СПб.: Издательство Торговый Дом «Черда», 2010. – 192 с.
6. Винокуров В.А. Стратегическое планирование на предприятии / В.А.Винокуров.- М: ЦЭМ, 2012. – 361 с.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С.Виханский. - М: МГУ, 2010. – 351 с.
8. Виханский О.С., Наумов П.И. Менеджмент /О.С.Виханский, П.И.Наумов. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 221 с.
9. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник /С.С.Гаркавенко. – К.:Лібра, 2004. - 712 с.
10. Гельвенковский М. Конкурентоспособность на микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М.Гельвенковский // Российский журнал. – 2008. – № 3. – С. 67–77.
11. Голов С.Ф. Управлінський облік. Підручник / С.Ф.Голов. – К.:Лібра, 2003. - 704 с.
12. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / А.Б.Гончаров. – Х.:ВД «ІНЖЕК», 2010. – 240 с.
13. Гостиничный и туристский бизнес // Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд – во «ЭКМОС», 1998.

– 352 с.

14. Губський Б.В. Конкуентоспроможність української економіки: орієнтири макрополітики в кризових умовах / Б.В.Губський // Економіка України. - 2013. - № 4. - С.4-15.
15. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів / Д.Прейгер, І.Малярчук // «Економіка України», № 6 (червень) 2011. - С.20-28
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А.П.Дурович.- Минск: ООО «Новое знание», 2007. – 325 с.
17. Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие М.В.Ефремова. – М.: «Ось – 89», 2009. – 252 с.
18. Ефремова М.В. Основы технологии туристического бизнеса. Учебное пособие / М.В.Ефремова. - М: Издательство «Ось – 89», 2009. – 357 с.
19. [Електроний ресурс] – Режим доступа: <http://karpaty-travel.com.ua/category/aktyvnyj-vidpochynok/>
20. Ефремова М.В. Формирование и развития рынка туристических услуг в России (теория и практика) / М.В.Ефремова. - Нижний Новгород, НКИ, 2006. – 351 с.
21. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник / И.В.Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 368 с.
22. Зорина Г.И., Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности / Г.И. Зорина, Е.Н.Ильина. - М.: Советский спорт, 2002. – 325 с.
23. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник / Н.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
24. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. Пособие / Н.И. Кабушкин. – 2 е изд., перераб. – Мн.: Новые знания, 2001. – 432 с.
25. Кардаш В. Я. Маркетингова політика послуг Я.Я.Кардаш. - К: „Знання”, 1998. – 426 с.
26. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме / В.А.

- Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 308 с.
- 27.Квартальнов В.А. Туризм: Учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
- 28.Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия / А.И. Ковалев. - М: Центр экономики и маркетинга, 2011. – 424 с.
- 29.Кожанова Є. П., Отенко І. П. Економічний аналіз: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Є.П. Кожанова, І.П. Отенко. - Х.: ВД «ИНЖЕК», 2003. - 208 с.
- 30.Костюкова О.И. Основы туризма / О.И.Костюкова. – М.: «Ось – 89», 1999. – 317 с.
- 31.Лесник А.Л., Мацицкий И.П., Чернышев А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом / А.Л.Лесник, И.П.Марицкий. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 265 с.
- 32.Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учебник для проф. образования / Ирина Юрьевна Ляпина // Под ред. канд. пед. наук А.Ю.Ляпина. – 2 – е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 208 с.
- 33.Мишин В.М. Управление качеством как основа обеспечения конкурентоспособности промышленной продукции / В.М.Мишин. – М.: Международный гуманитарный фонд “Знание”, 2007. – 14 с.
- 34.Немов С. Психология / С.Немов. - М.: Просвещение, 1994. – 348 с.
- 35.Организация туризма // под ред. Дуровича А.П. - Минск: ООО «Новое знание», 2006. – 321 с.
- 36.Основы управления в индустрии гостеприимства. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 271 с.
- 37.Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства / Г.А.Папирян. – М.: Экономика, 2010. – 284 с.
- 38.П. Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке / Питер Друкер. - М: Издательство: Вильямс, 2006. – 323 с.

- 39.Панчишин С. М.. Економика: Навч. Посібник для навч. закладів / З.Г. Ватаманюк, С.М. Панчишин, І.М. Грабинський та ін. За ред З.Г. Ватаманюка, С.М. Панчишина . – К.: Либідь, 2009. – 384с.
- 40.Савченко С. Конкуентоспроможність підприємства / С.Савченко // Науковий вісник ДПА України. - 2002. -№3. – С. 23.
- 41.Сенин В.С. Введение в туризм / В.С.Сенин. - М.: "Ось-89", 1995. - 208 с.
- 42.Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства / Г.М.тарасюк. Навч. посіб. – К.:”Каравела”, 2003. – 432 с.
- 43.Труды Академии Туризма. Выпуск 3. – СПб.: Издательство «Невский фонд», 2010. – 295 с.
- 44.Туризм и гостиничное хозяйство // Под ред. А.Д. Чудновского. – М.: ЭКМОС, 2010. – 317 с.
- 45.Уокер Д. Введение в гостеприимство / Д.Уокер. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 282 с.
- 46.Управління якістю послуг: Навчальний посібник // За редакцією В.Д. Немцова. – К.: ІЗМН, 2008. – 135 с.
- 47.Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / О.С Філімоненко. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2009. – 360 с.
- 48.Фромм Э. Человек для себя / Э Фромм. – Екатеринбург: Деловая книга, 2008. – 368 с.
- 49.Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес Ю.М.Чеботарь. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 123 с.
- 50.Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие Н.Б. Черных. – М.: Советский спорт, 2002. – 320 с.
- 51.Чирков В.И. Межличностные отношения, внутренняя мотивация и саморегуляция / В.И. Чирков // Вопросы психологии. – М.: Московский психолого-социальный институт: Флинта, 2001. – 192 с.
- 52.Шершньова З.Е., Оборська С.В. Стратегічне управління / З.Е.Шершньова, С.В.Оборська. - К: КНЕУ – 2009. – 432 с.

- 53.Как упорядочить процесс разработки стратегии. – Режим доступа: <http://management.com.ua>
- 54.Рекреаційні ресурси та курортологія. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/fomenko66.htm
- 55.Статистичний звіт «Туризм в Україні». – Режим доступу: <http://www.marketing.vc>
- 56.Якість конкуренції в туризмі. – Режим доступу: <http://konkurentosposobnost-ukrainy-na-mirovom-rynke-turizma/>