

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“ ___ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 Туризм

за темою:

Шляхи підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки

Петрова Анна Сергіївна

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

Науковий керівник

д.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С.Г.

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

ЗМІСТ

	стр.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Науково-теоретичні засади конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства.....	6
1.1. Наукові підходи до визначення конкурентоспроможності послуг в сфері туризму та рекреації.....	6
1.2. Теоретичні засади формування конкурентних переваг туристичного підприємства.....	10
1.3. Методичні підходи до аналізу конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства.....	19
РОЗДІЛ 2. Розділ 2. Аналіз господарської діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».....	30
2.1. Загальна характеристика КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».....	30
2.2. Аналіз господарської діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».....	38
2.3. Дослідження рівня конкурентних переваг послуг КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».....	42
РОЗДІЛ 3. Основні напрямки вдосконалення конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства.....	49
3.1. Розробка нового екскурсійного маршруту та формування послуги « екскурсія».....	49
3.2. Заходи щодо просування екскурсійних послуг туристичного підприємства.....	58
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. На сучасному етапі все більше зростає роль туризму як сектора світового господарства, який складає 7% світового експорту товарів та послуг, 10% світового ВВП та забезпечує створення нових робочих місць, сприяє екологічному захисту довкілля, збереженню культурної спадщини та подоланню бідності [2]. За даними ЮНВТО, у 2017 році до міжнародних подорожив було залучено 1,322 млн осіб, що на 7% більше ніж у попередньому році. Фахівці вважають, що огляд визначних місць залишається основною метою здійснення туристичної подорожі [1]. Так, за даними досліджень TripBarometer, у 2016 році 47 % туристів зазначили, що відвідали місце призначення з ціллю знайомства з культурною спадщиною та життям людей конкретної країни [3].

В умовах збільшення пропозиції схожих туристичних продуктів та збільшення інформованості туристів про туристичні послуги з одночасним підвищенням вимог до рівня обслуговування та якості послуг, актуальним стає питання конкурентної боротьби між туристичними підприємствами, що спеціалізуються на організації туристичного обслуговування туристів. Отже, актуальність досліджуваної теми обумовлена тим, що на сучасному етапі розвитку ринку загострилася проблема перерозподілу туристичних потоків та пошуку напрямів підвищення конкурентоспроможності регіональних туристичних послуг.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства.

Об'єктом дослідження - процес підвищення конкурентоспроможності послуг КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».

Метою випускної роботи виступає аналіз діяльності підприємства щодо формування конкурентних переваг туристичних послуг та визначення шляхів удосконалення конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Ступінь наукової розробки теми. Проблемами вивчення процесів управління конкурентоспроможністю займаються як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Аналіз

публікацій дав можливість стверджувати, що чинне місце серед дослідників питань конкурентоспроможності у США і Європі займають М. Портер, І. Адзіс. Вивчають конкурентоспроможність як підприємства, так і продукції багато вітчизняних науковців. Зокрема загальні аспекти конкурентоспроможності досліджують В. Адамик, Г. Вербицька, О. Нефедова. Комплексно вивчають конкурентоспроможність підприємства Г. Осовська, Н. Тарнавська, Р.Фатхутдінов. На окремих аспектах конкурентоспроможності підприємства зосереджують увагу І. Балабанова, Н. Бутенко, Н. Гладчак, Н. Грицишин, М. Кривенко, Я. Машталір, Н. Струк, М. Федоркіна, О. Циганок.

Наукові розробки з проблем підвищення ефективності підприємств і їхньої конкурентоспроможності описані в досить широкому переліку праць зарубіжних і вітчизняних вчених: М. Портера, В.Дж. Стівенсона, О. Решетняка, Л.П. Дядечко, К. Хаксевера и Б. Рендера, Ж.-Ж. Ламбена, Л.В. Балабанової, О.А. Оболенцевої, В. А. Маслової тощо. В дослідженнях розглядається понятійний апарат, принципи, методи і підходи до оцінки рівня формування механізму забезпечення ефективності і конкурентоспроможності підприємств в умовах динамічного ринкового середовища й також в умовах криз і невизначеності.

Останніми роками у вітчизняних та зарубіжних джерелах зростає кількість публікацій стосовно напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств. Питання оцінки конкурентоспроможності розглянуті у працях Г. Азоева, М. Долішнього, О. Кузьміна, Й. Петровича, А. Татаркіна, Р. Фатхутдінова , Л. Чайнікової, Н. Чухрай, Л. Шеховцевої та інших. Методичні аспекти дослідження конкурентних позицій туристичних підприємств висвітлюють у своїх працях такі вчені: О. Азарян, Л. Балабанова, І. Бочан, О. Виноградова, С. Гаврилюк, В. Герасименко, І. Давиденко, А. Дурович, Ф. Поклонський, В. Полюга, О. Сидорова, Т. Ткаченко, Н. Цопа, Н. Хумарова, Л. Шульгіна.

Завдання випускної роботи:

1. Розглянути наукові підходи до визначення конкурентоспроможності послуг в сфері туризму та рекреації.

2. Провести аналіз теоретичних засад формування конкурентних переваг туристичного підприємства.
3. Охарактеризувати основні методики аналізу конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства.
4. Провести аналіз економічної діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси».
5. Сформувати та економічне обґрунтувати пропозиції щодо формування екскурсійних послуг.
6. Розробити заходи щодо просування екскурсійних послуг туристичного підприємства.

Методи дослідження. Під час проведення досліджень і при обґрунтуванні результатів використовувались загальні економічні методи, методи логічного узагальнення та системного підходу, метод аналізу та синтезу, загальнонауковий описовий, діалектичний, метод факторного аналізу, порівняльний метод.

Висновки

В умовах ринкової економіки основним фактором, визначаючим ефективність функціонування підприємства можна вважати її конкурентоспроможність, яка безпосередньо залежить від конкурентоспроможності послуг цього підприємства. В випускній роботі визначено основний напрямок підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси» та сформовано основні заходи щодо їх просування.

1. В роботі дійшли до висновку, що конкурентоспроможність послуг в сфері рекреації та туризму - це здатність туристичних або рекреаційних послуг систематизувати і реалізувати в майбутньому сукупний потенціал що надає можливість мати економічну перевагу над конкурентами та відповідати потребам споживачів та встановленим нормам і стандартам

2. Для формування конкурентних переваг туристичного підприємства необхідними умовами визначено попередній аналіз переваг підприємства, розробка стратегій розробки та утримання конкурентних переваг підприємства на ринку.

3. Визначено основні підходи до аналізу конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства: якісні (SWOT - аналіз, матричні методи) та кількісні (індексний метод і його похідні, методи оцінки по частці ринку, продукції і показникам стану підприємства).

4. Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр м. Одеси» у 2017 році відвідали більш ніж 6 тисяч туристів. Асортимент туристичних послуг підприємства складається з 13 екскурсій та 9 організованих турів по Одеському регіону. Підприємство проводить активну соціальну роботу: організовує безкоштовні екскурсії, сприяє організації культурних заходів в м. Одеса та проводить навчання та тренінги для підприємств туристичної галузі, гідів-перекладачів та екскурсіводів.

5. В результаті аналізу господарської діяльності КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси» було виявлено зменшення прибутку підприємства

від основної операційної діяльності на 64 % внаслідок збільшення загальних витрат із надання послуг.

6. В результаті дослідження рівня конкурентних переваг послуг підприємства виявлено, що у КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеси» відсутні прямі конкуренти, а серед туристичних підприємств, спеціалізованих на екскурсійному обслуговуванні, підприємство займає більш слабку конкурентну позицію ніж підприємства «Тудой-Сюдой», «Світ-М», проте має значну перевагу завдяки місцю розташуванню його філіалів у центральних місцях міста Одеси. На основі проведеного SWOT-аналізу зроблено висновок, що найбільш критичними для компанії стає низький рівень залучення інновацій та використання застарілих маркетингових стратегій, а при плануванні його діяльності необхідно робити акценти на використання конкурентних переваг, пов'язаних з вдалим місцем розташування, наявністю висококваліфікованих співробітників та можливістю розширення асортименту наданих послуг, зокрема екскурсійних послуг.

7. Для вдосконалення конкурентоспроможності послуг КП «Туристичний інформаційний центр м. Одеса» нами було розроблено оглядову екскурсію по парку Т.Г. Шевченко із застосуванням інноваційної технології - радіо гіда, що дозволяє охопити велику аудиторію слухачів та донести екскурсантам інформацію, впливаючи на декілька органів чуття, та обґрунтовано економічну доцільність включення до асортименту даної послуги.

8. Сформовані основні канали збуту екскурсійних послуг туристичного підприємства: просування в інтернеті та соціальних мережах, випуск якісного рекламного та довідкового матеріалів, співпраця з готелями міста, керівниками музеїв, культурних і розважальних закладів для інформування туристів щодо екскурсійних послуг підприємств.

Список використаних джерел

1. 2017 International Tourism Results: the highest in seven years. – 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years>.
2. 65 travel & tourism statistics to know about in 2017 and 2018.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.trekksoft.com/en/blog/65-travel-tourism-statistics-trends-for-2018>
3. Global Report US Travel Trends TripBarometer. – 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/wp-content/uploads/2018/01/Global-Report-US-Travel-Trends-TripBarometer-2016.pdf>
4. Агафонова Л.Г. Визначення конкурентоспроможності туристичного продукту // Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (25-26 жовтня 2006 р., м. Київ) / Відп. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КТЕУ, 2000. – С. 430434.
5. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. – 2-ге, перероб. і доп. – К.: Альтерпрес РА, 2012. – 444 с.
6. Бутенко, Н. В. Маркетинг [Текст] : Підручник / Н.В. Бутенко. - К. : Атіка, 2006. - 300 с.
7. Гаврилюк С.П. «Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу»: Навч. посібник. – К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. – 180 с. 8.
8. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг: авторереф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / С.П. Гаврилюк.- Київ, - 2001.
9. Гайдук В.А. Фактори конкурентоздатності суб'єктів на товарних ринках // Економіка та держава. – 2007. – №3. – С. 21-23.

10. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2016. – 248 с.
11. Герасимчук З. В., Ковальська Л. Л. Конкуренстоспроможність регіону: теорія, методологія, практика / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська. – Луцьк: Надстир'я, 2008. – 248 с.
12. Градінарова О.О. Рефлексивне управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / О.О. Градінарова. – Донецьк, 2009. – 20 с.
13. Градов А. П. Стратегия экономического управления предприятием: Уч. пособ. / А. П. Градов. – СПб.: ГТУ, 1993.
14. Гриньов а. інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління: [монографія] / а. Гриньов. – Х.: інжек, 2003. – 308 с.
15. Ілляшенко с. Інноваційний менеджмент: [підручник] / с. Ілляшенко. – суми: втд – університетська книга, 2010. – 334 с.
16. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон за I півріччя 2016 – 2017 років – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaIPivrichchia2016-2017-Rokiv>
17. Кныш М. И. Конкурентные стратегии: Уч. пособ. / М. И. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с.
18. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Компакт – ЛВ, 2005. – 304 с.
19. Конкуренстоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. о. Янкового. – о.: атлант, 2013. – 470 с.

20. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Затверджено МОН / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. – К., 2008. – 661 с
21. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін. — Київ: Навч.-метод. центр «Конс. із удоск. менеджмент-освіти в Україні», 2005.
22. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк: Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 294 с.
23. Матюхін В. О., Кашуба Я. М. Інноваційний навчальний проект туристичного менеджменту // Наукові праці МАУП, Київ. – 2002. – вип.3. – С. 327–329.
24. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристической фирмой. Учебник.- М: Финансы и статистика, 2001. -208 с. 7
25. Нездоймінов С.Г. Наукова парадигма підприємництва в економічній системі туризму / С.Г. Нездоймінов // Вісник ДІТБ. Серія “Економіка, організація і управління підприємствами” (в туристичній сфері) / гол. ред.: д.е.н., проф., академік АЕН України М.М. Туріянська. – Донецький інститут туристичного бізнесу. – 2008. – № 12. – 2008. – С. 54–60.
26. Нездоймінов С.Г., Петрова А.С. Напрями підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг туристичних підприємств.[Електронний ресурс] // С.Г. Нездоймінов, А.С.Петрова// Економіка та суспільство.-2018.-№15 - Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-15>.
27. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія /за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.
28. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту. Навчальний посібник / К.: "Кондор", 2006.- 664 с.
29. Офіційний реєстр екскурсоводів та гідів-перекладачів Одеси. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tic.in.ua/>
30. Петрова А.С. Підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг туристичних підприємств.//Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали круглого

- столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018р.). – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 299-304 с.
31. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М.: Вільямс, 2002. – 495 с.
32. Потенціал і розвиток підприємства: [навч. посібник] / [Б. Бачевський, і. Заблодська, о. решетняк]. – к.: ЦуЛ, 2009. – 400 с.
33. Радіосистеми для екскурсиводів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.texkontora.com.ua/index.php?page=gromkogovoritel_ekskurso_voda_megafon&tid=4916
34. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г.Герасименко. – Одеса : Астропринт, 2013. – 334 с.
35. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : [підручник]. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с. 99 с
36. Скібіцький О.М. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності : навч. посібн. [для студ. ВНЗ] / О.М. Скібіцький, В.В. Матвеев, Л.І. Скібіцька. – К. : Вид-во "Кондор", 2011. – 912 с.:
37. Сладкевич в. Стратегічний менеджмент організацій: [підручник] / в. сладкевич. – к.: Персонал, 2008. – 496 с.
38. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор / Л. А. Слатвінська // Ефективна економіка. – 2017. – № 5. [Електронний ресурс]– Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
39. Смирнов І. Теорія конкурентних переваг М. Портера та її застосування у туризмі / Тенденції, проблеми і перспективи розвитку національного ринку туристичних послуг: регіональний аспект : Всеукраїнська наукова конференція, 18-19 листопада 2010 р. : матеріали конф. – К. : Вид-во НАУ «НАУ-друк», 2010. – С.24-33.
40. Стратегічний облік та аналіз конкурентних переваг підприємства / Н. В. Гладчак // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2009. - Вип. 2. - С. 170-179.

41. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства / М. Кривенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2008. - Вип. 99-100. - С. 44-48.
42. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика [монографія] / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
43. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентноздатністю організації: підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. – К.: Кондор, 2009. – 470 с.
44. Фатхудинов р. Стратегический менеджмент: [учебник] / р. Фатхудинов. – М.: дело, 2005. – 448 с.
45. Чорненькая Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник, - К.: Атіка, 2006. - 264 с.