

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності «242 Туризм»

за магістерською програмою професійного спрямування

«Економіка та організація туристичної діяльності»

за темою: «Шляхи удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури»

Виконавець:

студентка ФМЕ

Гонцова Владислава Віталіївна _____

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Нездоймінов Сергій Георгійович _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах трансформації туристичного ринку, гостро постає проблема ефективності управління розвитком підприємств сфери туристичного бізнесу, забезпечення відповідного рівня якості та конкурентоспроможності туристичних послуг. Застосування методів побудови ефективної системи управління, сприяє розвитку туристичного підприємства, розширенню ринку споживачів туристичних послуг. Тому саме корпоративна культура – є підґрунтям згуртованості всього колективу, яка забезпечує ефективність управління туристичним підприємством.

Мета дослідження. Метою даної роботи є розроблення заходів щодо удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури.

Завдання дослідження:

- розглянути науково-теоретичні основи формування корпоративної культури, визначити сутність корпоративної культури туристичного підприємства;
- визначити фактори, що впливають на формування корпоративної культури туристичного підприємства;
- проаналізувати науково – методичні підходи до формування корпоративної культури підприємства;
- надати загальну характеристику туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур»
- проаналізувати економічну діяльність туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур»;
- провести діагностику зовнішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур»;
- визначити пріоритетні напрямки формування корпоративної культури туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур»;
- сформувати рекомендації щодо удосконалення управління туристичним підприємством ТОВ «Селезньов Тур» на підґрунті концепції лідерства;

-запропонувати заходи щодо формування кадрового потенціалу туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур».

Об'єктом дослідження є процес формування корпоративної культури туристичних підприємств.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних положень щодо удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури.

Теоретико-методологічною базою дослідження є наукові концепції, що представлені в монографічних дослідженнях, працях вітчизняних і зарубіжних вчених в сфері туризму, економіки та менеджменту, які пов'язані з формуванням корпоративної культури, статистичні матеріали, матеріали періодичних та спеціалізованих видань, а також результати власних спостережень.

Інформаційна база дослідження. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувалися монографії, наукові статті, нормативно-правові акти України, внутрішня статистична та бухгалтерська звітність туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи становить 112 сторінок. Основний її зміст викладено на 106 сторінках. Робота містить 20 таблиць та 16 рисунків, список використаних джерел із 66 найменувань, 3 додатків.

Публікації. Окремі результати дослідження були представлені у науковій статті на тему «Формування корпоративної культури туристичного підприємства» в електронному науково-практичному фаховому виданні «Інфраструктура ринку», випуск №24, 2018 р. та опублікована на офіційному сайті журналу – <http://www.market-infr.od.ua>.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти формування і розвитку корпоративної культури на туристичному підприємстві**» розглянуто наукові підходи до управління підприємством на засадах формування корпоративної

культури, поняття «корпоративна культура», визначено фактори впливу на корпоративну культуру та методи дослідження стану корпоративної культури туристичного підприємства.

У другому розділі «Дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур» надано загальну характеристику туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур». Зроблено аналіз господарської діяльності. Розглянуто організаційну систему управління. Проаналізовано зовнішнє середовище ТОВ «Селезньов Тур».

У третьому розділі «Формування стратегії управління персоналом в готелі «Geneva» сформовано модель корпоративної культури ТОВ «Селезньов Тур», запропоновано методику оцінювання кадрового потенціалу та розраховано економічну ефективність від впровадження заходів.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз проблем щодо удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури показав, що саме корпоративна культура туроператора дає можливість досягнення поставлених раніше стратегічних цілей і актуальних завдань, є основою згуртованості всього колективу.

1. У роботі було розглянуто науково-теоретичні основи формування корпоративної культури на туристичному підприємстві, підходи щодовизначення понять «корпоративна культура», «культура підприємства» та «організаційна культура», фактори, які впливають на формування корпоративної культури туристичного підприємства, механізм формування корпоративної культури та методидослідження корпоративної культури.

2. Наведено загальна характеристика туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур», охарактеризовано вид діяльності підприємства як туроператора. Проаналізована організаційна структура підприємства ТОВ «Селезньов Тур» та виявлено, що вона є раціональною для туроператора.

3. Здійснено аналіз економічної діяльності туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур», за результатами якого виявлено, що підприємство отримує прибуток та є тенденція до його збільшення. Але збільшуються і загальні витрати. У підприємства є резерви щодо зменшення управлінських витрат.

4. Проведено діагностику зовнішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур», аналіз макросередовища ТОВ «Селезньов Тур» за допомогою методики PESTELE – та STEEPLE- аналізу. Також була розглянута кількісна оцінка впливу аналізованих факторів. Загальна реакція підприємства на дію всієї сукупності факторів, складає 3,377 балів, тобто вона є вище середнього рівня. Для діагностики стану діяльності підприємства на цільовому сегменту ринку, складено морфологічну карту ТОВ «Селезньов Тур», та виявлено дві групи споживачів: «Група з середнім доходом» та «Група з високим доходом». За результатами діагностики виявлена проблема підприємства щодо зменшення кількості обслугованих туристів підприємством.

5. Для удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури, сформовано пріоритетні напрямки її розвитку. Визначено тип корпоративної культури та виявлено, що підприємство орієнтується на такий тип культури, як «культура великої сім'ї», а далі має перспективи до розвитку моделі корпоративне-управлінської культури «колегіальність». На підставі цього запропонована модель формування корпоративної культури туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур».

6. Розроблено рекомендації щодо удосконалення управління туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур» на підґрунті концепції лідерства, а саме, повної реалізації лідерських якостей керівників туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур». За результатами дослідження було виявлено, що директор підприємства наділений найвищими лідерськими здібностями; фінансовий директор та начальник туристичного відділу наділені однаково середніми лідерськими здібностями.

7. Проведено оцінювання кадрового потенціалу ТОВ «Селезньов Тур» за біографічними характеристиками та запропоновано організаційні заходи щодо формування та управління кадровим потенціалом туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур».

8. Доведено, що автоматизація бізнес-процесів на підприємстві ТОВ «Селезньов Тур» є необхідною умовою застосування інноваційних технологій ефективного управління. Для удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури, рекомендовано впровадження продукту «Система зберігання даних Cisco NSS324D08-K9». Прогнозний розрахунок економічної ефективності витрат на впровадження продукту «Система зберігання даних Cisco NSS324D08-K9» показує, що прибуток за проектом становить 185096 грн, додатковий прибуток складає 18513 грн., а термін окупності складає 16 місяців.

АНОТАЦІЯ

Гонцова Владислава Віталіївна

«Шляхи удосконалення управління туристичним підприємством на засадах формування корпоративної культури»
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм»
за магістерською програмою
«Економіка та організація туристичної діяльності»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з 3 розділів. Об'єкт дослідження – процес формування корпоративної культури туристичних підприємств.

У статті розглянуто сучасні науково-теоретичні підходи щодо формування корпоративної культури туристичного підприємства. Визначено фактори впливу на корпоративну культуру, акцентовано увагу на факторах внутрішнього середовища, які безпосередньо впливають на конкурентоспроможність туристичного підприємства. Запропоновано напрями та заходи формування корпоративної культури туристичного підприємства. Визначено основні методи оцінки корпоративної культури. Надано загальну характеристику туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур». Зроблено аналіз господарської діяльності. Розглянуто організаційну систему управління. Проаналізовано зовнішнє середовище ТОВ «Селезньов Тур». Запропонована модель формування позитивної корпоративної культури ТОВ «Селезньов Тур». Розроблено організаційну схему управління кадровим потенціалом та методика оцінювання кадрового потенціалу туристичного підприємства ТОВ «Селезньов Тур», надано рекомендації щодо удосконалення управління туристичним підприємством на підґрунті концепції лідерства.

Ключові слова: корпоративна культура, менеджмент, туристичне підприємство, туристичні послуги, ринок.

ANNOTATION

of graduation project for master's degree

HontsovaVladyslava

«Ways to improve the management of a tourism enterprise on the basis of the formation of corporate culture»

Odessa National Economics University

The graduation project consists of 3 sections

Object of research -the process of forming a corporate culture of tourism enterprises. The article deals with modern scientific and theoretical approaches to the formation of the corporate culture of the tourist enterprise. The factors of influence on the corporate culture are determined, attention is focused on factors of the internal environment, which directly influence the competitiveness of the tourist enterprise. The directions and measures of formation of the corporate culture of the tourist enterprise are offered. The basic methods of corporate culture evaluation are determined. The general description of the tourist enterprise LTD Seleznev Tour is given. An analysis of economic activity is made. The organizational management system is considered. The external environment of LTD Seleznev Tour is analyzed. The model of formation of positive corporate culture of LTD Seleznev Tour is proposed. The organizational chart of human resource management and the methodology for assessing the personnel potential of the tourist enterprise LLC Seleznev Tour were developed, and recommendations were given for improving the management of a tourism enterprise based on the concept of leadership.

Key words: corporate culture, management, travel company, travel services, market.