

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 073 "Менеджмент"

за магістерською програмою професійного спрямування

«Менеджмент організацій»

на тему: **«Формування стратегії туристичного підприємства на засадах
оцінювання джерел розвитку»**

Виконавець:

студент центру заочної форми навчання

Боячко Валерія Вячеславівна _____

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

Науковий керівник:

д.е.н. проф

(науковий ступінь, вчене звання)

Кузнецова І. О. _____

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

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Туристичний бізнес до пандемії відрізнявся одними з найбільшими показниками зростання та привабливості для бізнесу. Ефективне функціонування підприємств туристичного бізнесу створює сприятливі умови оздоровлення економіки держави. Притаманні туристичному бізнесу гнучкість, мобільність та адаптивність до мінливих ринкових умов є сприятливими для вирішення проблем забезпечення зайнятості населення та насичення споживчого ринку необхідними послугами. Розвиток туристичного ринку відкриває нові можливості для бізнесу. Водночас швидкий розвиток ставить нові проблеми перед туристичними фірмами. В тому числі й умови пандемії привнесли значні проблеми для туристичних фірм.

За таких обставин особливо важливою проблемою стає здатність туристичної фірми спланувати і організувати своє майбутнє, а саме: спрогнозувати перспективи розвитку, оцінити внутрішні можливості фірми, скоординувати дії всіх підсистем фірми задля досягнення поставленої мети. Така ситуація вимагає як один з напрямків підвищення ефективності вітчизняного туристичного бізнесу використання стратегічного управління із застосуванням нових сучасних концепцій та підходів. Тому постає завдання формування стратегії з урахуванням специфіки діяльності туристичного підприємства, що визначає **актуальність** теми кваліфікаційної роботи.

Мета роботи полягає у формуванні стратегії розвитку туристичного підприємства на засадах оцінювання його джерел розвитку.

Відповідно до мети в роботі були поставлені та вирішені такі **завдання**:

1. визначити особливості стратегічного планування туристичної фірми та сукупність операцій процесу формування його стратегії,
2. проаналізувати внутрішнє середовище туристичного підприємства Sun Travel Plus ,
3. аналіз можливостей та погроз зовнішнього середовища туристичного підприємства,

4. аналіз впливу можливостей та погроз зовнішнього середовища туристичного підприємства,
5. аналіз інтенсивності конкуренції в туристичній галузі,
6. обрання стратегічного напрямку розвитку та оцінка джерел зростання туристичного підприємства Sun Travel Plus,
7. формування стратегічних заходів розвитку Sun Travel Plus та оцінювання їх привабливості.

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи – туристичне приватне підприємство «Sun Travel Plus».

Предметом дослідження є процес формування стратегії діяльності туристичного підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: логіко-теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу, статистичного і фінансового аналізу, моделювання процесу формування стратегії туристичного підприємства, метод оцінювання інтенсивності конкуренції в галузі М.Портера, метод аналізу можливостей та погроз зовнішнього середовища, метод аналізу впливу можливостей та погроз зовнішнього середовища з використанням відповідних матриць, метод обрання стратегічного напрямку розвитку підприємства з використанням матриці Ансоффа, оцінювання джерел стратегічного розвитку з використанням матричного методу, оцінювання інвестиційної привабливості проекту.

Наукова новизна полягає:

удосконалено модель формування стратегії туристичного підприємства, яку відрізняє використання матриці Ансоффа (Ansoff's growth strategy matrix) та оцінювання джерел зростання. Використання матричних методів надає змогу оцінити кожний стратегічний напрям розвитку за низкою параметрів.

Публікації.

Основні результати роботи опубліковані:

Боячко В.В. Управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства: фактори впливу // І.О. Кузнецова, В.В. Боячко / «Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти»: Матеріали п'ятої міжнар. наук.–практ. конф., 20-21 травня 2021 р. – відповід. за випуск д.е.н., проф. Кузнецова І. О. – Одеса – С. 150-153

Структура та обсяг роботи.

Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 83 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У першому розділі «Формування стратегії розвитку туристичного підприємства» розглянуто сутність та значення менеджменту на підприємствах туристичного бізнесу. Встановлено, що туризм - одна з провідних галузей економіки невиробничої сфери, яка найбільш динамічно розвивається. Значимість менеджменту для підприємств туристичної індустрії незаперечна. Розглянуто стратегічне планування діяльності туристичної фірми. Встановлено, що в управлінні процесом стратегічного планування діяльності туристичних підприємств багато в чому залежить від ступеня забезпеченості процесу необхідним обсягом інформації, кваліфікації кадрів, рівня фінансового забезпечення, а також від можливості своєчасного виявлення та усунення негативного впливу факторів зовнішнього середовища. При формуванні стратегії туристичного підприємства було обрано процесний підхід, який визначає сукупність операцій у певній послідовності та надає можливість проводити оцінювання джерел зростання туристичного підприємства в довгостроковому періоді.

У другому розділі «Аналіз можливостей та прогноз розвитку туристичного підприємства» наведено характеристику підприємства ПП «SUN TRAVEL PLUS». Встановлено, що до пандемії підприємство мало задовільний фінансовий стан, який погіршився у 2020 року через умови пандемії та скорочення обсягу послуг.

Проведено аналіз можливостей та погроз зовнішнього середовища туристичного підприємства. Визначено важливий фактор, що буде сприяти розвитку туризму в Україні – розширення лоукостерів у вітчизняних аеропортах, які забезпечують транспортне сполучення. Визначено низку тенденцій, що створюють певні погрози та можливості для туристичного підприємства. Оцінено вплив можливостей та погроз зовнішнього середовища на розвиток туристичного підприємства з використанням матричного методу. На цій підставі визначено фактори, що мають найбільше значення для підприємства та найбільшу небезпеку.

У третьому розділі «Формування стратегії розвитку туристичного підприємства» проведено аналіз конкурентного середовища прямого впливу за результатами якого підприємству треба зосередитися на полі «Галузеві конкуренти», яке має найвищий вплив на конкурентну позицію підприємства. Обґрунтовано з використанням матриці Ансоффа стратегічний напрям розвитку підприємства «Sun Travel Plus». Для визначення можливостей і перспектив кожного з чотирьох можливих стратегічних напрямів підприємства «Sun Travel Plus» було проведено оцінювання його джерел розвитку. За результатами оцінювання визначено, що найбільш привабливим є напрям диверсифікації за рахунок відкриття інтернет-магазину рюкзаків. Доцільність запропонованої стратегії доведено за допомогою показників інвестиційної привабливості.

ВИСНОВКИ

1. Визначено, що процес стратегічного планування туристичного підприємства залежить від масштабів його діяльності та типу - туроператори чи турагенти. Доведено доцільність при формуванні стратегії туристичного підприємства виходити з процесного підходу як сукупності певних операцій у послідовності від аналізу середовища діяльності до формування стратегічних заходів. Встановлено важливість для обрання стратегічного напрямку розвитку туристичного підприємства проводити оцінювання джерел зростання.

2. Підприємство «Sun Travel Plus» працює на ринку з 2006 року. Має широкий асортимент туристичних послуг та певні конкурентні переваги. До пандемії підприємство мало задовільний фінансовий стан, який погіршився у 2020 року через умови пандемії та скорочення обсягу послуг.

3. За результатами аналізу зовнішнього середовища визначено низку тенденцій, що створюють певні погрози та можливості для туристичного підприємства, а саме:

- через пандемію у світі відбулося скорочення туристичної галузі, проте вона має потужний потенціал і прогнозується її відновлення до 2024 року,
- висока залежність галузі туризму від платоспроможності населення,
- уповільнений розвиток внутрішнього туризму через неналежний стан українських пам'ятників культури, їх недостатнє просування на ринку та слабку розвинутість транспортної інфраструктури в країні.

- експорт туристичних послуг відносно їх імпорту значно більший. Проте Україна є привабливою для іноземних туристів, має значний потенціал для розвитку туризму через значне коло історико-культурних пам'ятників різних епох і стилів (часів Київської Русі, оборонної архітектури, часів культової архітектури),

- найбільш популярними напрямми подорожей вітчизняних туристів є Туреччина та Єгипет, що надає і в подальшому розвивати цей сегмент.

4. За результатами аналіз впливу можливостей зовнішнього середовища з використанням матричного методу визначено, що найбільше значення для підприємства мають такі:

- легкість інновацій в туристичній галузі,
- популярність напрямів подорожей вітчизняних туристів у Туреччину та Єгипет, що надає можливість розвивати цей сегмент,
- активність туристичного сектору в Одесі.

За результатами аналіз впливу загроз зовнішнього середовища з використанням матричного методу визначено, що найбільшу небезпеку для підприємства представляють такі:

- висока конкуренція;
- скорочення туристичної галузі через пандемію ;
- негативні фактори, що впливають на відновлення міжнародного

туризму: нестабільність і відсутність чітких правил в'їзду до країн; страх перед новими штамми корона вірусу; повернення урядами попередньо скасованих обмежувальних заходів.

5. За результатами аналізу інтенсивності конкуренції в галузі встановлено, що підприємству треба зосередитися на полі «Галузеві конкуренти», яке має найвищий вплив на конкурентну позицію підприємства. Також важливим впливом є поле «компліментори».

6. Обрання стратегічного напрямку розвитку підприємства виконано з використанням матриці Ансоффа. Для визначення можливості і перспективи кожного з чотирьох можливих стратегічних напрямів підприємства «Sun Travel Plus» було проведено оцінювання його джерел розвитку. За результатами оцінювання визначено, що найбільш привабливим є напрям диверсифікації за рахунок відкриття інтернет-магазину рюкзаків.

7. З використанням показників інвестиційної привабливості доведено економічну доцільність відкриття інтернет-магазину рюкзаків та обґрунтовано доречність запропонованої стратегії розвитку туристичного підприємства Sun Travel Plus шляхом диверсифікації.

АНОТАЦІЯ

Боячко Валерія Вячеславівна. Формування стратегії туристичного підприємства на засадах оцінювання джерел розвитку.

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 «Менеджмент» за магістерською програмою
«Менеджмент організацій» – Одеський національний економічний університет,
Одеса, 2021.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – туристичне приватне підприємство «Sun Travel Plus».

У роботі розглядаються основи формування стратегії розвитку туристичного підприємства. Доведено доцільність при формуванні стратегії виходити з процесного підходу та важливість проведення оцінювання джерел зростання. Проведена загальна характеристика діяльності туристичного галузі та підприємства «Sun Travel Plus». Оцінено вплив можливостей та погроз зовнішнього середовища на його розвиток з використанням матричного методу. Обґрунтовано з використанням матриці Ансоффа стратегічний напрям розвитку підприємства «Sun Travel Plus». Запропоновано відкриття інтернет-магазину. Доцільність запропонованої стратегії доведено за допомогою показників інвестиційної привабливості.

Ключові слова: туристичний бізнес; туристична галузь; процесний підхід; аналіз можливостей; COVID-19; конкурентне середовище; матриця Ансоффа; стратегічний напрям; стратегія розвитку; диверсифікація.

ANNOTATION

Boyachko Valeria Vyacheslavovna. Formation of strategy of the tourist enterprise on the basis of an estimation of sources of development.

qualification
work for a master's degree
in the specialty 073 "Management" in the master's program
"Management of Organizations" - Odessa National University of Economics,
Odessa, 2021.

The master's qualification work consists of three sections. The object of research is the private travel company "Sun Travel Plus".

The paper considers the basics of forming a strategy for the development of a tourist enterprise. The expediency of the strategy approach based on the process approach and the importance of assessing the sources of growth are proved. The general characteristic of activity of tourist branch and the Sun Travel Plus enterprise is carried out. The influence of opportunities and threats of the external environment on development with the use of the matrix method is estimated. The feasibility of the proposed measure and the proposed strategy has been proven through indicators of investment attractiveness.

Keywords: tourism business; tourism industry; process approach; opportunity analysis; tourism COVID-19; competitive environment; Ansoff matrix; strategic direction; development strategies; diversification.