

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: **«ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ»**

Виконавець
студент ЦЗВФН
Пономарь Олександр Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена тим, що в даний час перед туристичними фірмами гостро постають питання сталого функціонування і боротьби за покупців на кожному напрямі. У зв'язку із цим тема розроблення стратегічно-конкурентної поведінки особливо на часі для підприємств туристичного бізнесу. Від того, наскільки цивілізованими будуть конкурентні відносини між підприємствами сфери туризму, залежать ситуація на ринку реалізації туристичних послуг у цілому й якість наданого продукту кінцевому споживачеві.

Питання конкурентоспроможності підприємств вивчаються в економічній літературі досить давно. Серед вчених, праці яких присвячені проблематиці забезпечення конкурентоспроможності та функціонуванню туристичних підприємств, можна виділити Л. Баумгартен, С. Білоус, С. Гаврилук, В. Герасименко, І. Давиденко, Т. Ткаченко, І. Швець та інших. Проте, виникає необхідність у більш глибокому дослідженні цього питання у сучасних умовах.

Метою дослідження є аналіз конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса» та визначення пропозицій щодо її підвищення.

Для реалізації мети дослідження необхідно було вирішити низку взаємопов'язаних *завдань*:

- охарактеризувати поняття конкуренції та конкурентоспроможності, особливості та види конкурентоспроможності туристичного підприємства;
- визначити конкурентні переваги підприємств на ринку туристичних послуг;
- розглянути методи оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств;
- надати організаційно-економічну характеристику туристичної фірми «Л-Тур Одеса»;
- проаналізувати основні економічні показники діяльності туристичної фірми «Л-Тур Одеса»;
- оцінити рівень конкурентоспроможності туристичного підприємства «Л-Тур Одеса»;
- розробити програму нового туристичного продукту «Подорож до Бессарабії»;
- обґрунтувати напрями удосконалення просування послуг туристичної фірми «Л-Тур Одеса».

Об'єктом дослідження є процес забезпечення конкурентоспроможності туристичної фірми. *Предметом дослідження* є сукупність теоретичних та практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса».

Методи дослідження. З метою досягнення поставлених завдань у роботі використовувалися такі методи дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення сутності понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність»); системного і комплексного аналізу (для оцінки

конкурентоспроможності досліджуваного підприємства); розрахунково-аналітичні та порівняльні методи (для дослідження діяльності туристичної фірми «Л-Тур Одеса» та її конкурентів); метод PEST-аналізу; метод побудови точки беззбитковості (для визначення доцільності впровадження запропонованого туристичного продукту); графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Інформаційна база дослідження. Інформаційно-нормативною базою дослідження стали закони України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, матеріали науково-дослідної роботи кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 65 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 4 рисунки.

Окремі результати кваліфікаційної роботи містяться в матеріалах конференції здобувачів вищої освіти:

Пономарь О.О. Питання конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти* (м. Одеса, 12 квітня 2022 р.). Одеса: ОНЕУ, 2022. С. 113 – 116.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні питання оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства»** автором розглянуті сутність понять конкуренції та конкурентоспроможності, особливості та види конкурентоспроможності туристичного підприємства. Визначено конкурентні переваги підприємств на ринку туристичних послуг. Охарактеризовано методи оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств.

У другому розділі **«Аналіз діяльності туристичної фірми «Л-Тур Одеса»** надано організаційно-економічну характеристику туристичної фірми «Л-Тур Одеса», проаналізовано основні економічні показники діяльності туристичної фірми «Л-Тур Одеса». Проведено оцінку рівня конкурентоспроможності туристичного підприємства «Л-Тур Одеса».

У третьому розділі **«Обґрунтування пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса»**» було розроблено програму нового туристичного продукту «Подорож до Бессарабії» та визначено напрями удосконалення просування послуг туристичної фірми «Л-Тур Одеса».

ВИСНОВКИ

Результати проведених досліджень щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса» дають право зробити наступні висновки:

1. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що для підприємницької діяльності в індустрії туризму характерний високий рівень конкуренції. Під конкуренцією розуміється суперництво в будь-якій сфері між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), які зацікавлені в досягненні однієї мети. З точки зору підприємства такою метою виступає максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживача.

2. Перехід до ринкової економіки і приватної власності послужив кроком до формування і зміцнення конкуренції у всіх сферах діяльності. Стабільне функціонування підприємств сфери туризму передбачає пошук, а також розробку власної стратегії розвитку, формування стійких конкурентних переваг. У нинішніх умовах нестабільної економіки, внаслідок пандемії COVID-19 та військових дій на території України, конкурентні переваги та стратегії їх досягнення представляють собою практичний інтерес для туристичних підприємств та виступають невід'ємним елементом діяльності.

2. У роботі було розглянуто проблему практичної оцінки конкурентоспроможності. Ми прийшли до висновку, що універсальної та загально визнаної методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства в даний час не вироблено. У той же час, потреба в оцінці конкурентоспроможності конкретного підприємства існує. Визначення конкурентоспроможності підприємства є невід'ємним елементом діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта. У зв'язку з цим у роботі були виділені та охарактеризовані існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємств, серед яких матричні методи, методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства, методи, засновані на теорії ефективної конкуренції, комплексні методи.

4. Туристична фірма «Л-Тур Одеса» працює на туристичному ринку м. Одеси з 2005 року, має ліцензію туроператора, однак також надає послуги й як туристичний агент. Туристичний оператор «Л-Тур Одеса» пропонує регулярні автобусні тури по Європі та Україні. Для бажаючих покращити своє здоров'я підприємство пропонує великий вибір турів на лікування в санаторіях різного профілю, як на території України, так і за кордоном. Також існує широкий асортимент групових програм, які ретельно відпрацьовані фахівцями, які мають багаторічний досвід роботи у даних напрямках.

5. За результатами аналізу основних економічних показників діяльності туристичної фірми «Л-Тур Одеса» можна зробити висновок про те, що у 2020 та 2021 роках підприємство мало певні обсяги реалізації та незначний прибуток. Роки, що аналізуються були важкими для туристичного ринку в зв'язку з пандемією COVID-19. У 2020 році показники реалізації тур продукту та прибутки суттєво знизились, в 2021 році мало місце збільшення

обсягів діяльності на 56%, однак показники прибутковості підприємства майже не збільшилися у зв'язку зі збільшенням витрат за всіма категоріями.

6. Провівши оцінку конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса» різними методами, можна стверджувати, що основними конкурентами є туристичні фірми «Ганеж» та «Van der Tour».

Досліджуване підприємство «Л-Тур Одеса» має середній рівень конкурентоспроможності, значно поступаючись «Ганеж» за більшістю показників. Незначна кількість обслугованих туристів та малий обсяг реалізації свідчить про недостатньо ефективну роботу підприємства, про зниження рівня конкурентоспроможності туристичної фірми, про неефективну маркетингову діяльність туристичної фірми «Л-Тур Одеса».

7. В якості пропозицій щодо посилення конкурентних переваг туристичної фірми «Л-Тур Одеса» було розроблено тур «Подорож до Бессарабії», який передбачає відвідування сіл Болградського району Одеської області, екскурсійну програму, дегустації місцевих вин та продуктів, участь у майстер класі з приготування мамалиги з бринзою і сметаною. Згідно проведених розрахунків вартість туру на два дні становить 3800,00 грн. Для досягнення точки беззбитковості потрібно продати 53 тури, що є цілком реальним для туристичної фірми «Л-Тур Одеса».

8. У роботі розроблено та обґрунтовано пропозиції для туристичної фірми «Л-Тур Одеса» щодо просування послуг. Визначено зміст та періодичність рекламних заходів, розраховано необхідний щомісячний та річний рівень витрат туристичної фірми на рекламні заходи. Пропонується зробити акцент на зовнішній рекламі офісу «Л-Тур Одеса», модернізувати сайт туристичної фірми та активізувати роботу щодо регулярного оновлення інформації про існуючі туристичні продукти на сайті та у соціальних мережах «Л-Тур Одеса». Річна сума витрат на рекламні заходи має дорівнювати 42,5 тис. грн., що є можливим для туристичної фірми «Л-Тур Одеса» та сприятиме збільшенню обсягів реалізованих послуг підприємства та посилить конкурентні позиції підприємства на ринку туристичних послуг м. Одеси.

АНОТАЦІЯ

Пономарь О.О. «Підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Туризм» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Об'єкт дослідження – процес забезпечення конкурентоспроможності туристичної фірми.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса».

Метою роботи є аналіз конкурентоспроможності туристичної фірми «Л-Тур Одеса» та визначення пропозицій щодо її підвищення.

У роботі проаналізовано основні поняття та сутність конкурентоспроможності, розглянуто методи її оцінки. Аналізується діяльність туристичної фірми «Л-Тур Одеса», оцінюється рівень її конкурентоспроможності. Пропонується розробка нового туристичного продукту та маркетингові заходи просування послуг тур фірми «Л-Тур Одеса».

За результатами дослідження обґрунтована доцільність впровадження нового туристичного продукту у діяльність тур фірми «Л-Тур Одеса».

Ключові слова: туризм, туристична фірма, туристична послуга, конкуренція, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Ponomar O.O. «Increasing the competitiveness of the travel agency»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Tourism» for the educational program «Tourism». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The qualifying work consists an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used and applications.

The object of the research is the process of ensuring the competitiveness of the travel agency.

The subject of the research is a set of theoretical and practical aspects of increasing the competitiveness of the travel company "L-Tour Odesa".

The aim is to research analysis of the competitiveness of the travel company "L-Tour Odesa" and determination of proposals for its increase.

The basic concepts and essence of competitiveness are analyzed in the work, methods of its estimation are considered. The activity of the travel company "L-Tour Odesa" is analyzed, the level of its competitiveness is estimated. Development of a new tourist product and marketing activities to promote the services of the travel company "L-Tour Odesa" are offered.

According to the results of the study, the expediency of introducing a new tourist product in the activities of the travel company "L-Tour Odesa" is substantiated.

Key words: tourism, travel company, tourist service, competition, competitiveness.