МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

Давиденко І.В. _____
(підпис)
“___”_____2022 р.

РЕФЕРАТ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНАРОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр
зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: **КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ**

ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Виконавець:

Студентки 68 групи ЦЗФН

Кудрявцевой М.С.

Науковий керівник:

д.е.н., доцент, Саэнсус Марія Анатоліївна

Одеса 2022

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр зі спеціальності 242 «Туризм» на тему: Конкурентна стратегія туристичного підприємства у сучасних умовах
Студентки 68 групи ЦЗФН Кудрявцевой М.С.

Актуальність теми. Туристичний комплекс є одним із важливих блоків невиробничої сфери життєздатності суспільства – його соціальної інфраструктури.

Метою роботи є дослідження стратегії досягнення конкурентних переваг підприємства та визначення заходів щодо її реалізації; визначення алгоритму формування стратегії туристичних підприємств; розробка методичних підходів до вибору стратегії розвитку туристичних підприємств на ринку.

Об'єктом є туристичне агентство підприємство ТОВ «Амадеус».

Предметом є стратегічні чинники формування конкурентоспроможності підприємства.

Практична значущість одержаних результатів полягає у розробці стратегії конкурентоспроможності підприємства на основі диференціації послуг, можливості застосування отриманих результатів дослідження і розроблених рекомендацій; розроблені в ній методичні рекомендації щодо формування та вдосконалення стратегії можуть бути використані суб'єктами економічної діяльності

Елементи наукової новизни: на засадах портфельного аналізу визначено конкурентну стратегію диференціації конкурентних послуг ТОВ «Амадеус».

Структура дипломної роботи обумовлена її завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, туристична послуга, туристичний продукт, суб’єкти туристичної діяльності, маркетинг, інструментарії планування, стратегія.

Рік захисту: 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Дослідження проблем аналізу, оцінки і формування конкурентних стратегій суб'єктів ринку присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних учених таких як Р.Л. Азоєва, І. Ансофа, С.Л. Брю, Н.Н. Лепа, Ю.Р. Лисенко, К.Р. Макконела, М. Портера, К. Беррі, Д. Дей, Ж.-Ж. Ламбена, А. Пулфорда, Дж.Еткинсона, Ю.І. Продіус, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова та ін. Певний внесок в розвиток теорії управління конкурентоспроможністю внесли А. Дайан, П. Друкер, Б. Карлофф, Ф. Котлер, М. Мескон, Ф. Роджерс, Р. Уотерман, А. Хоскіна, Й. Шумпетер.

У більшості наукових робіт використовується універсальний підхід до розроблення та реалізації конкурентної стратегії підприємства, проте проблема недостатньо розглянута з урахуванням галузевої специфіки. Таким чином, актуальність теми роботи обумовлена роллю та значенням, яких набуває стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємством в сучасних умовах господарювання, особливо національних підприємств.

Туристичний комплекс є одним із важливих блоків невиробничої сфери життєздатності суспільства – його соціальної інфраструктури. В умовах динамічних змін зовнішнього середовища, глобалізації, загострення конкуренції стратегія стає інструментом створення і підтримки домінування підприємства, яке базується на спеціалізації і здатності створювати цінність у певній галузі на вищому рівні, ніж це роблять конкуренти. Це положення особливо принципове для туристичних підприємств, адже в сучасних умовах туризм представляє собою одну з найрозвиненіших галузей світового господарства і форм зовнішньоекономічної діяльності та є найдинамічнішою галуззю у світі.

Обслуговування туристичних потоків охоплює комплекс процесів інформаційної, організаційної, економіко-технологічної, фінансової, правової та інших видів діяльності. Звідси стає зрозумілою необхідність їх оптимізації на основі мінімізації витрат і максимізації прибутку. Від інтенсивності

туристичних потоків і можливостей підприємств туристичної індустрії ефективно їх обслуговувати залежить успіх як туристичних підприємств, так і туристичного бізнесу загалом. Все це ставить проблему обґрунтування ефективних підходів до формування туристичних потоків та якості обслуговування туристів на рівні світових стандартів. Вирішення такої проблеми пов'язане з розробкою системи формування потоків туристів та організації їхнього обслуговування за кожним маршрутом подорожей на основі просторово-часової послідовності всіх процесів туристичної діяльності. Поєднання туристичних потоків з їхнім забезпеченням виступає підґрунтям синхронізації у просторі і в часі процесів туристичного обслуговування.

Найбільш ефективним підходом до організації туристичної діяльності є логістичний, сутність якого полягає в оптимізації потокових процесів на основі їх синхронізації [1, с.31]. Однак в українському туризмі логістичний підхід до формування туристичних потоків знаходиться поки що на початковій стадії обґрунтування.

Різні аспекти теоретичних і практичних основ туризму були і є предметом наукових досліджень зарубіжних авторів, а саме: Р. Бартона, Дж. Боуена, А. Булла, П. Ліндерта, Дж. Мейкенза, М. Монтехано, Р.Олльє та ін. Крім того, дослідженню проблем туристичної галузі також присвячені роботи вчених: Азарян О.М., Балабанова І.Т., Барчукової В.С., Гуляєва В.Г., Карсекіна В.І., Віноградської А.М. Але, нажаль, проблемі визначення закономірностей функціонування туристичного ринку приділена на сьогоднішній день украй недостатня кількість досліджень. Слід зазначити, що туризм приносить прибуток у тих регіонах, в яких досяг найбільшого розвитку, за умов підтримки влади, яка вбачає в ньому засіб стимулювання збалансованості й розвитку економіки, що сприяє активізації наукових досліджень у цій сфері.

Українські науковці з логістики при дослідженні управління вже приділяють увагу системному підходу [2-9], який розглядається як взаємопов'язана сукупність методів і засобів впливу на об'єкт управління. В цій сукупності виділяються функції логістичного управління, що являють

собою систему складних взаємозв'язків і взаємовпливів [6, с.87], але процесно-системний підхід до формування туристичних потоків поки що залишається поза увагою науковців.

Вивчення основних понять, сутності та особливостей стратегічного управління конкурентоспроможністю на підприємствах дозволить виділити основні чинники формування конкурентних переваг і встановити стратегічні орієнтири вдосконалення напрямків їх формування. Необхідність обґрунтувати формування ефективної стратегії конкуренції туристичних підприємств з урахуванням галузевої специфіки їхнього розвитку зумовила актуальність теми дослідження.

Метою роботи є дослідження стратегії досягнення конкурентних переваг підприємства та визначення заходів щодо її реалізації; визначення алгоритму формування стратегії туристичних підприємств; розробка методичних підходів до вибору стратегії розвитку туристичних підприємств на ринку.

Об'єктом є туристичне агентство підприємство ТОВ «Амадеус».

Предметом є стратегічні чинники формування конкурентоспроможності підприємства.

Для досягнення вказаної мети поставлено наступні завдання:

1. визначити сутності та значення конкурентних переваг для підвищення конкурентоспроможності підприємства;
2. виявити особливості формування та реалізації конкурентних переваг підприємства ТОВ «Амадеус»;
3. розглянути стратегічне управління конкурентними перевагами підприємства в умовах динамічного зовнішнього середовища підприємства ТОВ «Амадеус»;
4. ознайомитися з загальною характеристикою та здійснити аналіз фінансово-господарського стану підприємства ТОВ «Амадеус»;
5. сформувати стратегію досягнення конкурентних переваг ТОВ «Амадеус»;

6. здійснити розрахунок економічної ефективності реалізації конкурентної стратегії ТОВ «Амадеус».

Методи дослідження. Вибір методів дослідження обумовлений специфікою вирішуваних завдань, об'єктів вивчення, характером і джерелами отримання необхідної інформації. У процесі аналізу потенціалу використовувалися методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, метод відволікання від зайвого, порівняльний та зіставний метод інтерпретації складових потенціалу. У роботі були використані наступні методи дослідження: структурний аналіз, синтез, порівняння, економіко-математичні методи, метод дослідження сильних и слабих сторін SWOT –аналіз. З метою створення и редагування дипломної роботи, був використаний текстовій редактор Microsoft Office Word 2010 та програма для роботи з електронними таблицями та графіками Microsoft Office Excel 2010.

Практична значущість одержаних результатів полягає у розробці стратегії конкурентоспроможності підприємства на основі диференціації послуг, можливості застосування отриманих результатів дослідження і розроблених рекомендацій; розроблені в ній методичні рекомендації щодо формування та вдосконалення стратегії можуть бути використані суб'єктами економічної діяльності

Елементи наукової новизни: на засадах портфельного аналізу визначено конкурентну стратегію диференціації конкурентних послуг ТОВ «Амадеус».

Інформаційна база дослідження. У основу дослідження булі покладені дані отримані з наступних джерел інформації : наукові публікації і монографічні видання вітчизняних і закордонних вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і досліджень, матеріали періодичних видань, звіти та аналітичні матеріали з офіційних сайтів Державного комітету статистики та Міністерства Фінансів України, місцевих урядових організацій та установ.

Структура дипломної роботи обумовлена її завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі роботи узагальнено теоретичні основи формування стратегії підприємства в сучасних економічних умовах, теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій туристичних підприємств у сучасних умовах.

По-перше, головна перевага процесного менеджменту - у величезному потенціалі для його вдосконалення. Існує велике число методів управління, які добре працюють в умовах процесного менеджменту. Певний вплив на формування процесного підходу чинив та продовжує чинити ситуаційний підхід, сутність якого полягає в тому, що придатність та ефективність використання різних методів управління визначається ситуацією. Процес управління розглядається як система взаємозв'язаних внутрішніх змінних організації, чинників зовнішнього середовища і конкретних методів управління.

По-друге, передбачається, що єдиного оптимального способу управління організацією не існує з причини існування множини чинників безпосередньо в організації та у зовнішньому середовищі. Найбільш ефективним є метод, який якнайбільше відповідає ситуації. На формування процесного підходу впродовж усіх етапів його становлення та розвитку чинили вплив концепції маркетингу, що формувалися відповідно до ринкових умов.

По-третє, у своїй еволюції пройшов чотири етапи: від періоду, коли концепція маркетингу мала прикладний характер і була спрямована на пошук покупців виробленої продукції, до індивідуалізації маркетингу, що привела до розвитку концепції маркетингу відносин.

Із вищезазначеного можна зробити висновок, що процесний підхід повністю відповідає вимогам сучасного середовища. А його повноцінна реалізація різко підвищує поріг стійкості системи менеджменту і дозволяє з використовувати виробничий потенціал. При цьому зростає не тільки реальна виробнича потужність організації , але і конкурентоспроможність продукції.

У другому розділі даної роботи був проведений комплексний аналіз діяльності підприємства ТОВ «АМАДЕУС», визначено основні напрямки його діяльності та проаналізовано організацію роботи на даному підприємстві. Другий пункт даного розділу був присвячений діагностики стану підприємства, яка показала, що на протязі аналізованого періоду майже всі показники підприємства відповідали всім встановленим значенням.

Незважаючи на критичність 2021 року для туристичної галузі, до 2019 року міжнародна туристична індустрія поступово відігравала все більшу роль і ставала інвестиційно привабливим напрямом вкладання коштів. Проте, оцінюючи динаміку розвитку туристичних послуг варто врахувати, що 2020 р. став початком світової економічної кризи у зв'язку з пандемією COVID-19. Вказана криза на сьогодні є найгіршою за останні 15 років. Водночас, за різними оцінками найсильніше постраждала туристична сфера світової економіки та супутні галузі.

У 3 розділі даної роботи автор розробляє рекомендації щодо вдосконалення системи управління підприємством.

Зміни на підприємстві мають відбуватися поетапно: аналіз спектру послуг, які фірма має змогу надавати на цей час та виділення із них тих, які користуються найбільшим попитом або найбільш прибуткові; виділення декількох основних напрямків дії фірми; зміна типу організаційної структури підприємства відповідно до обраних напрямків дії; зміна кількості працівників фірми згідно з обраним типом організаційної структури; прийняття заходів з управління персоналом, мотивації робітників; побудова правильного внутрішнього іміджу компанії; прийняття заходів для постійного покращення якості послуг; калькуляція витрат, пов'язаних із змінами в системі управління організацією.

ВИСНОВКИ

В умовах посилення конкуренції на ринках туристичних послуг фірми повинні вдосконалювати свою маркетингову діяльність. Вона ставить перед собою певні цілі, завдання, ґрунтується на конкретних принципах, які мають

відповідати загальній політиці розвитку підприємства. Насамперед слід виявити який саме товар (послугу), з якими споживачами властивостями, якої якості, в якій кількості, за якою ціною, в якому місці та в який час бажає отримати потенційний клієнт.

Результати проведених досліджень дозволили зробити наступні висновки:

1. Проведені дослідження теорії управління виявили, що зміст системи управління розкривається залежно від тлумачення тим або іншим автором сутності базових категорій теорії управління, які розкривають структурні елементи комплексу системи управління. У реальних умовах на процес управління впливає низка додаткових факторів різноманітного характеру, які мають велике значення при плануванні та виборі підприємством інструментів управління. Для сфери туризму особливо важливими є галузеві фактори, зокрема специфічні риси туристичної послуги, які визначають особливості побудови системи управління підприємства та притаманні тільки туризму види діяльності (рекламні тури та бізнес-семінари).

3. Проведений аналіз динаміки та структури туристичного ринку України виявив наявність низки тенденцій та проблем, які суттєво впливають на маркетингову діяльність туристичного підприємства. Серед них слід відмітити помірне зростання обсягів діяльності, посилення конкурентної боротьби, дисбаланс у розвитку в'їзного та виїзного туризму, що відповідно впливає на підвищення ролі просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародний ринок.

4. У напрямку реалізації концепції управління та внаслідок зростання популярності внутрішнього туризму ТОВ «АМАДЕУС» слід більш активно надавати послуги з організації екскурсійних турів. Сьогодні важливим завданням для ТОВ ТОВ «АМАДЕУС» повинно стати розроблення та проведення комплексної рекламної кампанії. Для фірми актуальними є такі засоби розповсюдження реклами, як: газети, журнали, Інтернет - реклама, випуск рекламних проспектів та реклама на місцевому телебаченні.

5. Рекламні звернення повинні розміщатись в газетах котрі мають найбільший тираж. Стосовно журналів, то доцільно розмістити рекламу у журналі “Туризм і відпочинок”. Рекомендується розміщувати 1 раз на місяць протягом року. Не слід відмовлятися і від брошур з довідковою інформацією (розклад руху літаків чи поїздів). Інтернет реклама буде розміщуватись на інтернет-площадках, що є найбільш відвідуваним web-сайтами в Україні. Друковані рекламні матеріали можуть широко використовуються в ході ділових зустрічей і комерційних переговорів, розповсюджуватися на виставках, ярмарках, семінарах, презентаціях, розсилатися поштою потенційним клієнтам, а також вручатися відвідувачам туристичного підприємства. До того ж листівки можна використовувати для прямої поштової розсилки постійним або потенційним споживачам, а також діловим партнерам журналі “Туризм і відпочинок” доцільно випустити рекламні листівки.

6. Для того щоб дати власному персоналу необхідну мотивацію до ефективної праці, керівництву підприємства потрібно застосовувати різні заходи стимулювання: пропонувати фінансові пільги, влаштовувати поїздки співробітників за рахунок підприємства для відпочинку чи відвідування розважальних заходів, розробляти заходи стимулювання за конкретні досягнення в роботі тощо. Втілення рекомендацій щодо вдосконалення діяльності ТОВ «АМАДЕУС» дозволить утримати та покращити конкурентні позиції та розширити частку ринку.