

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: «Управління конкурентоспроможністю підприємств туристичної галузі»

Виконавець:
студент факультету менеджменту,
обліку та інформаційних технологій
Березовська О.О. _____
/підпис/

Науковий керівник:
викладач
Горбатюк В.В. _____
/підпис/

ОДЕСА – 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми: управління конкурентоспроможністю сприяє встановленню основних чинників успіху та розробці стратегії, що гарантує стабільність та зростання прибутковості підприємства. Це допомагає пристосовуватися до змін, впроваджувати інновації та залучати нових клієнтів, при цьому зберігаючи високу якість надання послуг. Методичною основою дослідження виступають наукові здобутки вчених у сфері управління конкурентоспроможності, таких як Адамик В.А., Барні Дж., Білецька І.І., Бондарчук О.І., Вініченко І.І., Войтович С.Я., Войчак А.В., Діксон П.Р., Кадирус І.Г., Ковальчук В.В., Козачук К., Кузьмін О.Є, Піддубний І.О. та інші.

Мета дослідження: розробка пропозицій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ФОП «Власвет».

Завдання дослідження:

- дослідити сутність поняття «конкурентоспроможність підприємств»;
- проаналізувати поточний стан підприємства «Власвет»;
- оцінити рівень конкурентоспроможності ФОП «Власвет»;
- запропонувати заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Об'єкт дослідження: ФОП «Власвет».

Предмет дослідження - процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методи дослідження Теоретичною основою дослідження є роботи провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, що присвячені питанням підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для дослідження використовувались наступні методи: метод PEST – аналізу, статистичний аналіз показників діяльності підприємства. Були використані дані статистичної звітності, зокрема, бухгалтерської звітності підприємств (баланс, звіт про фінансові результати).

Інформаційна база дослідження Інформаційна база проведеного дослідження складається з фінансових звітів діяльності підприємства, нормативно-правових документів, статистичних даних, наукових публікацій авторів, матеріалів періодичних та електронних публікацій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (32 найменування). Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 17 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теорія управління конкурентоспроможністю підприємств» розглянуто сутність управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства, досліджено особливості процесу управління конкурентоспроможністю підприємства та проаналізовано маркетингову стратегію як підхід щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У другому розділі «Характеристика діяльності та аналітична оцінка управління конкурентоспроможністю туристичного агентства «Власвет»

проаналізовано поточний стан ФОП «Власвет», оцінено конкурентоспроможність підприємства ФОП «Власвет».

Запропоновано заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Конкурентоспроможність підприємств туристичної галузі залежить від комплексу факторів : якість послуг, інновації, маркетингова стратегія, ресурси та ефективність управління. Виявлено, що успішні підприємства туристичної галузі активно використовують ці фактори для досягнення конкурентних переваг.
2. Маркетингова стратегія відіграє важливу роль у конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі. Ефективне позиціонування на ринку, вивчення потреб та вимог споживачів, а також активне просування бренду, розробка ефективної комунікаційної стратегії та використання інструментів маркетингу дозволяють привернути увагу клієнтів та забезпечити стабільний потік туристів.
3. Підприємство ефективно працює, що підтверджується позитивною динамікою у зростанні обсягів надання послуг. Однак, для забезпечення стійкого розвитку, агентство повинно мати високий рівень конкурентоспроможності. Проводячи аналіз діяльності агентства і оцінки його внутрішнього та зовнішнього середовища, ми дійшли висновку, що на туристичному агентстві «Власвет» є потреба у покращенні маркетинговій стратегії. Саме тому нашою рекомендацією для підвищення конкурентоспроможності було - більш детально зосередитися на рекламі у інтернеті для досягнення стійких конкурентних переваг й підвищення конкурентоспроможності на сучасному етапі та зміні інтер'єру офісу.
4. Впровадження інтернет-реклами та активне ведення соціальних мереж призведе до збільшення обсягу продаж на 20 %. Після впровадження змін у інтер'єр офісу туристичного агентства очікується зростання обсягів продажів мінімум на 20 %.