

**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 магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування Економіка та організація туристичної діяльності (назва магістерської програми)

на тему: **«РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Карачевська Марія Дмитрівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент

Шикіна Ольга Володимирівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2018

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Динамізм сучасного економічного розвитку України та активізація сфери туристичних послуг обумовлюють необхідність розробки та впровадження системи управління якістю.

Враховуючи суттєві зміни в обсягах надання туристичних послуг, в умовах посилення конкуренції на світовому туристичному ринку особливої актуальності і значення набуває реформаторський підхід до розв'язання багатьох проблем, в тому числі і питань визначення якості туристичних послуг. Значний внесок у дослідження теоретичних і практичних основ якості послуг внесли праці вітчизняних та закордонних вчених: Бедрадіна Г. К. [9-17], Гайдук А. [19], Галасюк С.С. [20], Герасименко В. Г. [9, 11-13, 21], Давиденко І. В. [23], Квартальнова В. О. [16], Котлера Ф. [18], Нейздомінова С. Г. [41], Решміділова С. Л. [50] та ін.

Мета написання кваліфікаційної роботи – розгляд стратегій підвищення якості послуг для підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства на прикладі ТОВ «Селезньов Тур».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначити аспекти управління якістю;
- виявити особливості стратегічного управління підприємств сфери послуг;
- розглянути види стратегій функціонування туристичних підприємств;
- визначити організаційно-економічну характеристику туристичної фірми «Селезньов Тур»;
- проаналізувати систему оцінювання якості обслуговування туристів туристичній фірмі «Селезньов Тур»;
- провести аналіз конкурентоспроможності туристичної фірми «Селезньов Тур»;
- розробити комплекс заходів щодо підвищення якості послуг туристичного підприємства «Селезньов Тур» на підставах франчайзингу;
- навести економічну доцільність впровадження франчайзингової мережі «Селезньов Тур».

Об'єкт дослідження – процес розробки підвищення якості послуг підприємств туризму.

Предмет дослідження – науково-практичні питання підвищення якості послуг підприємств сфери туризму на прикладі туристичної фірми «Селезньов Тур».

Методика дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу конкурентних позицій туристичної фірми «Селезньов Тур»); графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі виробничої діяльності фірми); експертних оцінок (для вимірювання та оцінки конкурентоспроможності підприємств); конструктивний та експериментальний

(оцінка результатів запропонованих заходів удосконалення функціонування туристичної фірми «Селезньов Тур»).

Інформаційна база дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності туристичних підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених розвитку туристичної індустрії, досить мало уваги приділено розробці підвищення якості послуг підприємств туризму.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності підприємств сфери туризму та підвищення іміджу туристичних підприємств.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменування), додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 110 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 99 сторінках. Робота містить 25 таблиць, 13 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 2 публікації:

1. Карачевська М.Д. Вплив туризму на розвиток економіки держави: матеріали студентської наукової конференції «Минуле, сучасне, майбутнє» (м. Одеса, 10 квітня 2014 року). – Одеса : ОНЕУ, 2014. – 305 с. – С. 213-216.
2. Карачевська М.Д. Основні критерії оцінки якості туристичних послуг / М.Д. Карачевська // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 242-245.

ВИСНОВКИ

В сучасних умовах жорсткої конкуренції на ринку турпослуг виграють ті підприємства, які займаються розробкою, впровадженням та своєчасним коригуванням стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності турфірми.

На сьогоднішній день у зв'язку зі специфічністю діяльності туристичних підприємств можна виділити 11 методів оцінки конкурентоспроможності турфірми, яка вкрай необхідна при аналізі позицій підприємства на ринку, динаміки її розвитку, потенціалу, характеристик вироблених нею турпродуктів, поведінки конкурентів, стану економіки і подальшого врахування під час розроблення стратегії конкуренції.

Єдиної конкурентної стратегії для всіх організацій не існує, будь-яка з них унікальна в своєму роді, тому і процес вибору стратегії для кожної організації свій.

Питанням вивчення конкурентних стратегій підприємств присвячені роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних авторів: Портер М., Горев А.П., Азоев Г.Л., Гаврилюк С.П., Юданов А.Ю., Котлер Ф. та інші.

Розробка вдалої конкурентної стратегії та її вміла реалізація стануть запорукою успіху фірми на ринку туристичних послуг і визначальним фактором для досягнення перемоги в жорсткій конкурентній боротьбі.

Вивчивши специфіку діяльності турфірми, ми з'ясували, що «Селезньов Тур» є багатопрофільним туроператором, організовує як групові, так і індивідуальні тури по різних напрямках з використанням авіа та автотранспорту; має партнерські відносини з рядом вітчизняних і зарубіжних фірм; є акредитованим агентом ІАТА.

Все це підкріплено винятковим професіоналізмом працівників і директора підприємства, що сприяє його прогресивному розвитку. Аналіз туристопотоку «Селезньов Тур» за останні три роки свідчить про нарощування загального обсягу обслужених туристів, при незначному зменшенні туристопотоку у 2016 році по окремим напрямкам та його відновленні у 2017 році. При цьому спостерігається переважання виїзного туризму над внутрішнім, що свідчить про можливість туроператора організовувати нові тури за кордон, але починаючи з 2016 року збільшується частка внутрішнього туризму, що обумовлено економічними та політичними причинами, зниженням рівня життя громадян України в цілому.

Виходячи з цього, турфірма повинна використовувати весь свій потенціал, реалізація якого може дозволити здійснювати беззбиткову діяльність і отримувати ще більший прибуток.

За допомогою таких методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, як SWOT-аналіз, модель конкуренції Портера, факторний аналіз конкурентного середовища, побудова багатокутника конкурентоспроможності та матриці БКГ, були виявлені конкурентні переваги «Селезньов Тур» поряд з його конкурентами, а також слабкі сторони і загрози для подальшого розвитку фірми на ринку туристичних послуг, які вимагають усунення в найближчій перспективі.

Було прийнято рішення запровадити стратегію розширення географії пропозиції туристичною фірмою «Селезньов Тур» на підставі реалізації франчайзингової мережі. Для реалізації даного заходу було запропоновано інтегрувати систему контролінгу за наданням рівня якості у обслуговуванні туристів; створення call-центру мережі «Селезньов Тур»; впровадження інформаційної системи «1С:Франчайзинг» та надання можливості новим франчайзі отримати сайт візитку, який повністю інтегрується в систему «Селезньов Тур».

Впровадження відділу контролінгу франчайзингових відносин на підприємстві за терміном окупності та чистим приведеним доходом є найбільш привабливими. Слід також відмітити, що за даним заходом також найбільші витрати на його впровадження.

Створення сайту – візитки для підприємства є найменш затратним, проте за даним заходом також є найменшим показник чистого приведенного доходу в розмірі 14,6 тис. грн.

Таким чином, на основі проведеного дослідження можемо зробити висновок, що на підприємстві є доцільним впровадження чотирьох наступних заходів:

створення сайту – візитки (термін окупності 4 роки), створення єдиного call-центру (4 роки), впровадження інформаційної системи «ІС:Франчайзинг» (3 роки), впровадження відділу контролінгу франчайзингових відносин (3 роки).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Сучасні стратегії проектування системи якості туристичної фірми» проаналізовані такі поняття, як: якість, система якості, конкуренція, конкурентоспроможність. Структуровані наукові трактування системи управління якістю на підприємствах туристичної галузі. Розглянуті існуючі конкурентні стратегії провідних вітчизняних та закордонних науковців.

У другому розділі «Аналіз системи якості туристичної фірми «Селезньов Тур»» проведено аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Селезньов Тур» за останні три роки, надано аналіз існуючої системи управління якістю на підприємстві з використанням методу «Таємний покупець», а також проведена оцінка конкурентоспроможності турфірми з використанням методу SWOT-аналізу, моделі п'яти сил конкуренції Портера, факторного аналізу конкурентного середовища і багатокутника конкурентоспроможності.

У третьому розділі «Впровадження стратегії підвищення якості послуг туристичного підприємства «Селезньов Тур»» визначено механізм діяльності підприємства «Селезньов Тур» на підставах франчайзингу. Встановлено, що впровадження контролінгу франчайзингових відносин ТОВ «Селезньов Тур» надасть змогу вибудувати чітку структуру взаємозв'язків між системою інформаційного забезпечення та системами планування і контролю в франчайзингових відносин суб'єкта господарювання. Для підвищення конкурентоспроможності франчайзингової мережі «Селезньов Тур» був запропонований комплекс заходів. Здійснено економічну оцінку впровадження франчайзингових відносин на підприємстві «Селезньов Тур».

АНОТАЦІЯ

Карачевська М.Д. «Розробка стратегії підвищення якості послуг підприємств туризму»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм», за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка та організація туристичної діяльності». – Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2018 рік

У роботі розглянуто: визначення сутності і значення управління якістю надання послуг, а також виявлено чинники, що впливають на підвищення якості послуг підприємства туризму; розглянуто види стратегій функціонування туристичних підприємств.

Надано оцінку конкурентного середовища туристичної фірми «Селезньов Тур» та проведено аналіз результатів фінансово-господарської діяльності на основі

системи показників. Запропоновано рекомендації щодо підвищення якості послуг шляхом впровадження франчайзингових відносин та ряду заходів для їх реалізації. Спрогнозовано прибуток туристичної фірми «Селезньов Тур» на основі впровадження рекомендованих заходів.

Ключові слова: якість надання послуг, конкурентоспроможність, конкуренція, прибуток, рентабельність, підприємство туристичної сфери.

ANNOTATION

Karachevska Mariia "The development of the strategy of improving the quality of tourism companies services".

Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty 242 "Tourism", under the master's program "Economics and organization of tourism activity". – Odessa National Economic University, Odesa, 2018.

The work considers: definition of the essence and importance of quality management of services, as well as the factors that influence the improvement of the quality of services of the enterprise of tourism; types of strategies for the operation of tourism enterprises are considered.

The estimation of the competitive environment of the travel agency "Seleznev Tour" was given and the analysis of the results of financial and economic activity based on the system of indicators was carried out. Recommendations for improving the quality of services through the introduction of franchising relations and a number of measures for their implementation are suggested. The profit of the travel agency "Seleznev Tour" is estimated based on the implementation of the recommended measures.

Key words: quality of service provision, competitiveness, competition, profit, profitability, tourism industry enterprise.