

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 "Менеджмент"
на тему: «Управління конкурентоспроможністю туристичної фірми»

Виконавець:

студентка факультету економіки управління підприємством

Боячко Валерія Вячеславівна _____

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

Науковий керівник:

к.е.н. Гречкосій І.Д. _____

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

ОДЕСА – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Сучасні тенденції в розвитку туризму свідчать про зростання його впливу як на світову економіку в цілому, так і на економіку окремих країн. Туризм представляє значну сфери національного господарства, діяльність якої, з одного боку, спрямована на задоволення специфічних потреб, що виникають у населення під час подорожі і відпочинку, а з іншого - може забезпечити підйом економіки регіону.

Крім економічного ефекту туризм має велике соціальне значення, виражене в раціоналізації використання вільного часу, заповненні його діяльністю, спрямованої на відтворення духовних і фізичних сил людини. Його розвиток посилює орієнтацію економіки на людські потреби.

В даний час кількість підприємств, задіяних в даній сфері, значно зросла. Ринок туристичних послуг стає одним з найбільш динамічно зростаючих і конкурентних ринків економіки.

У зв'язку з цим дослідження управління конкурентоспроможністю туристичних фірм стає дуже актуальним.

Актуальність для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу і синтезу, статистичного аналізу, EFAS-аналізу, аналіз стратегічних груп, аналіз конкурентоспроможності.

Мета роботи є обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Відповідно до мети роботи були досліджені такі **завдання**:

1. визначити основні фактори конкурентоспроможності туристичної фірми;
2. провести аналіз туристичної галузі;
3. визначити можливості та погрози зовнішнього середовища з використанням EFAS-аналізу;
4. провести аналіз стратегічних груп на ринку туристичних послуг Одеської області

5. провести аналіз конкурентоспроможності туристичного агентства Sun Travel Plus

6. розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності

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

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Інформаційна база дослідження: туристичне підприємство Sun Travel Plus.

Структура та обсяг роботи.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 69 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У першому розділі «Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможності туристичної фірми» розглянуто сутність і зміст поняття конкурентоспроможності туристичної фірми. Проаналізовані наукові джерела, виявленні основні причини новацій для підвищення конкурентоспроможності. Визначенні основні зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність туристичного підприємства. Розглянуто особливості функціонування ринку туристичних послуг. Виявлено основні складові, які забезпечують конкурентоспроможність та конкурентні переваги туристичних фірм.

У другому розділі «Удосконалення управління конкурентоспроможності туристичної компанії приватного підприємства «Sun Travel Plus»» було проведено загальну характеристику туристичної компанії «Sun Travel Plus», розглянуто її місію, стратегічні цілі, та принципи роботи. Проаналізовано конкурентне середовища туристичного підприємства та виявленні основні чинники які впливають на попит туристичних послуг. Проведено EFAS-аналіз з використанням якого визначено істотні можливості для розвитку туристичної

галузі та встановлено, що найбільшими погрозами для ринку є висока залежність від платоспроможності населення, неможливість долучити до туризму пенсіонерів, глобальна пандемія, переорієнтації зовнішньої політики з європейського вектору на проросійський, неналежний стан пам'яток культури України та недостатність просунення на ринку туристичних послуг як для іноземних туристів, так і для вітчизняних. Проведено аналіз стратегічних груп за найважливішими характеристиками в галузі: за асортиментом турів та якістю обслуговування. Оцінку конкурентоспроможності проведено шляхом порівняння підприємств стратегічної групи за низкою галузевих характеристик. За визначеними недоліками в конкурентоспроможності розроблено низку заходів для її підвищення. Для розширення асортименту та збільшення кількості внутрішніх турів запропоновано включити до асортименту туристичного агентства такі тури: «пам'ятки часів Київської Русі у Володимирі-Волинському»; «пам'ятки оборонної архітектури» та Унікальні природні пам'ятки. З метою удосконалення сайту запропоновано процес управління контентом. Для підвищення якості туристичного продукту запропоновано ввести спеціальні процедури для персоналу щодо обслуговування клієнтів, які допоможуть підвищити показники: розуміння специфічних потреб клієнтів та відчутність персоналу до прохань клієнтів. Запропоновані заходи нададуть можливість підвищити конкурентоспроможність підприємства.

ВИСНОВКИ

1. За результатами аналізу наукової літератури визначено, що до основних факторів конкурентоспроможності туристичної фірми відносять якість обслуговування клієнтів та якість розроблюваних фірмою туристських продуктів, що складається з туру (туристична поїздка за певним маршрутом), туристично-екскурсіонної послуги (розміщення, харчування, транспортування, екскурсійна програма та інші послуги на маршруті, що відносяться до мети подорожі) та товарів-предметів споживання.

2. за результатами аналізу туристичної галузі встановлено:

- туристична галузь в цілому є перспективною, про що свідчить її зростання у світі та в нашій країні (після падіння у 2014-2015 роках, темпи зростання значно збільшилися і перевищили рівень 2013 року);

- Одеса є привабливим містом для розвитку туризму. Про це свідчить збільшення кількості туристів. В рейтингу Одеса займає четверту позицію за кількістю суб'єктів туристичної діяльності

- Негативною є тенденція від'ємного туристичного сальдо. Експорт туристичних послуг відносно їх імпорту значно більший. Співвідношення виїзного і в'їзного туризму становило 6:1. Це свідчить, що майже не розвивається вітчизняний туризм для іноземців

- Є тенденція значного збільшення виїзного туризму наших громадян за кордон (збільшився у 3 рази в порівнянні з 2010 роком). Разом з тим внутрішній туризм за цей же період зменшився на 30 %. Тобто, в туристичній галузі переважають подорожі за кордон

- Попит на туристичні продукти значною мірою залежить від рівня платоспроможності населення. Ще до пандемії коронавірусу цей показник значно зменшився.

- В Україні представлені різноманітні історико-культурні пам'ятники різних епох і стилів (часів Київської Русі, оборонної архітектури, часів культової архітектури). Працює 376 музеїв різного профілю. Проте ці пам'ятки культури зазвичай знаходяться не в належному стані та недостатньо просунуті на ринку туристичних послуг як для іноземних туристів, так і для вітчизняних

Співпраця з лоукост-компаніями в Європі відкрила можливості туризму в Україну для європейців

Глобальна пандемія нанесла значні збитки туристичній галузі через обмеження переміщення людей

3. За результатами EFAS-аналізу встановлено, що є істотні можливості для розвитку туристичної галузі. Найбільшими погрозами для ринку є висока залежність від платоспроможності населення, неможливість долучити до туризму пенсіонерів, глобальна пандемія, переорієнтації зовнішньої політики з

європейського вектору на проросійський, неналежний стан пам'яток культури України та недостатність просунення на ринку туристичних послуг як для іноземних туристів, так і для вітчизняних.

4. Проведено аналіз стратегічних груп за найважливішими характеристиками в галузі: за асортиментом турів та якістю обслуговування. На карті стратегічних груп виділено 7 груп. Турагенство «Sun Travel Plus» віднесено до п'ятої стратегічної групи разом із турагенствами «Best Tour»; «Бумеранг-тур» та «Хочу Тур». Вони знаходяться в полі високої середньої якості та середнього асортименту надання послуг.

5. Оцінку конкурентоспроможності проведено шляхом порівняння підприємств стратегічної групи за низкою галузевих характеристик. Оцінку якості проведено окремо за певними параметрами. За результатом розрахунку конкурентоспроможності встановлено, що туристичне агентство Sun Travel Plus має проміжне положення у своїй стратегічній групі. Туристична фірма уступає за кількістю балів лише Best Tour. Водночас турфірма значно випереджає за показником конкурентоспроможності фірми «Бумеранг-тур» та «Хочу Тур».

Агенство Sun Travel Plus уступає конкуренту за характеристиками: асортимент продуктів, система знижок на тури та просування послуг на ринку.

6. За всіма визначеними недоліками розроблені заходи з підвищення конкурентоспроможності, а саме:

- асортимент продуктів збільшити за рахунок внутрішніх турів, що буде відповідати умовам обмеженості пересування після пандемії та економічному спаду;
- запровадити систему знижок за кількість куплених путівок в турі (від 4-х чоловік);
- просування туристичних послуг удосконалити за рахунок розширення рекламної діяльності через соціальні мережі, інтернет та удосконалення сайту туристичного агентства;

- підвищити якість послуг завдяки впровадження технологічної карти для співробітників, яка надасть змогу підвищити показники розуміння специфічних потреб клієнтів та відчутність персоналу до прохань клієнтів.

АНОТАЦІЯ

Боячко Валерія Вячеславівна. Управління конкурентоспроможністю туристичної фірми.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 "Менеджмент". – Одеський національний економічний університет, Одеса, 2020.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з двох розділів. Об'єкт дослідження – туристичне підприємство Sun Travel Plus, основним видом діяльності якого є надання туристичних послуг.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю туристичної фірми. Визначено особливості функціонування ринку туристичних послуг. Проаналізовано конкурентне середовища туристичного підприємства та виявлено основні чинники, які впливають на попит. Запропоновано заходи з покращення якості послуг, які підвищують конкурентоспроможність туристичної фірми.

Ключові слова: конкурентоспроможність; конкурентні переваги; туристична діяльність; внутрішній туризм; EFAS-аналіз; рекламні заходи; технологічна карта.

ANNOTATION

Boyachko Valeria Viacheslavivna. Management of competitiveness of a travel agency..

Thesis for Bachelor degree in specialty 073 «Management » - Odessa National Economic University, Odessa, 2020.

Thesis consists of two chapters. Object of study is tourist enterprise Sun Travel Plus, whose main activity is the provision of tourist services.

The qualifying paper considers the theoretical aspects of managing the competitiveness of a travel agency. Features of functioning of the market of tourist services are considered. The competitive environment of the tourist enterprise is analyzed and the main factors influencing the demand are identified. Measures to improve the quality of services that will increase the competitiveness of the travel company are proposed.

Key words: competitiveness; competitive advantages; tourist activity; domestic tourism; EFAS analysis; advertising events; technological map.