

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

БАКАЛАВРА

на тему:

« ВИДИ І СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ

ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ »

(за матеріалами ТОВ «Агенція Ай Тревел»)

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТР-21

спеціальності 242 «Туризм»

Надєїн О.В.

Керівник: Кожушко С.П., професор

м. Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Здобувач Надєїн Олег Віталійович групи ТР-21

Тема кваліфікаційної роботи “Види і стратегії конкуренції на ринку туристичних послуг”.

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості конкуренції на ринку туристичних послуг та представлені найефективніші стратегії, які використовуються туристичними компаніями для збереження і зміцнення своїх позицій. Розглянуто сутність конкуренції, її значення для розвитку туризму, основні види конкурентних стратегій, а також чинники, що впливають на вибір тієї чи іншої моделі поведінки на ринку. У практичній частині проаналізовано приклади реальних компаній, зокрема досвід I TRAVEL, де я проходив комплексну практику з фаху, та запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності через оптимізацію цінової політики, маркетингу та диференціації турпродукту. Результати дослідження підтвердили, що успіх у туристичному бізнесі напряду залежить від здатності адаптуватися до змін та ефективно реагувати на виклики ринку.

Ключові слова: конкуренція, стратегія, туристичний продукт, конкурентоспроможність, ринок туризму, ціноутворення, маркетинг.

SUMMARY

Student Nadiein Oleh, group TR-21
Title of the qualification paper: "Types and Strategies of Competition in the
Market of Tourism Services"

This qualification paper explores the features of competition in the tourism services market and outlines the most effective strategies used by travel companies to maintain and strengthen their positions. The essence of competition, its importance for the development of tourism, the main types of competitive strategies, and the factors influencing the choice of a particular market behavior model are considered. In the practical part, real examples of companies are analyzed, particularly the experience of I TRAVEL, where I completed my professional internship. The paper proposes ways to enhance competitiveness through the optimization of pricing policy, marketing, and product differentiation. The results of the study confirm that success in the tourism business directly depends on the ability to adapt to changes and effectively respond to market challenges. Keywords: competition, strategy, tourism product, competitiveness, tourism market, pricing, marketing.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНЦІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМ	10
1.1. Сутність конкуренції та її роль у туризмі	10
1.2. Основні стратегії конкуренції	11
1.3. Значення конкуренції в туристичному бізнесі.....	13
1.4. Фактори впливу на вибір стратегії конкуренції	15
2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ З УРАХУВАННЯМ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ	18
2.1. Огляд сучасного туристичного ринку	18
2.2. Дослідження конкурентної боротьби серед провідних компаній	22
2.3. Аналіз сучасних тенденцій конкурентної боротьби	25
2.4. Глобальні тенденції розвитку туристичного сектора у період з 2019 по 2023 роки	29
2.5. Міжнародний досвід туризму в умовах криз та збройних конфліктів	31
2.6. Особливості впливу війни на функціонування туристичних підприємств України	33
3. ПРАКТИЧНЕ ВТІЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ ...	36
3.1. Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств	36
3.2. Пропозиції щодо оптимізації діяльності туристичних компаній.	39
3.3. Економічне обґрунтування заходів	42
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	49

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
----------------------------------	----