

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/339863>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. Теоретические аспекты конкурентоспособности на рынке туристических услуг 7

1.1 Рынок туристических услуг: основные понятия, участники, особенности 7

1.2 Факторы конкурентоспособности турфирмы 15

1.3. Инструменты и способы повышения конкурентоспособности на рынке туристических услуг 24

Глава 2. Исследование конкурентоспособности турфирмы ООО «Скатт» 35

2.1 Краткая характеристика турфирмы ООО «Скатт» 35

2.2 Конкурентный анализ участников рынка туристских услуг г. Новосибирска 43

2.3 Оценка конкурентной позиции турфирмы ООО «Скатт» на рынке услуг г. Новосибирска 51

Глава 3. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности турфирмы ООО «Скатт» на рынке услуг г. Новосибирска 62

3.1 Основные рекомендации 62

3.2 Экономическое обоснование предложенных рекомендаций 71

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 79

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 82

В современном мире процесс реализации туристских услуг – это сложное и многогранное явление. Обосновано это тем фактом, что данная сфера жизнедеятельности человека строится на единовременном задействовании в процессе реализации услуг большого количества участников (от туроператоров до сувенирных лавок).

Однако сложность заключается не только в этом. Основная проблематика заключается в многообразии трактовок самих понятий «туризм», «туристская деятельность» «туристский рынок», классификаций участников туристского рынка. Рассмотрим некоторые из них более детально.

Понятие «туризм» может трактоваться, как путешествие, которое совершается в свободное от трудовой деятельности время со следующими целями:

- оздоровления;
- расширения кругозора;
- профессионально-деловой направленностью;
- спортивного интереса;
- религиозного характера и т.п.[1].

Иными словами, данная трактовка строится на целевой основе совершения путешествия.

Однако сегодня помимо рассмотренного толкования понятия «туризм» ученые и специалисты относятся к процессу изучения данного термина с разноплановых позиций (подходов), о чем свидетельствуют данные рисунка 1.1.

Рисунок 1.1 – Подходы к определению понятия «туризм» [2]

Рассмотрим их более подробно.

С позиции функционального подхода под туризмом понимается общая трактовка в отношении всех форм временного выезда человека с места постоянного жительства с различными целями.

С позиции отраслевого подхода туризм является отраслью экономики непроектируемой сферы, спектр деятельности предприятий которой направлен на процесс удовлетворения запросов путешественников в материальных и нематериальных услугах.

С позиции статистического подхода туризм является особым массовым видом путешествий с конкретными целями, то есть деятельностью самого путешествующего.

С позиции системного подхода под туризмом стоит понимать большую экономическую систему с

комплексом разнообразных, но взаимодействующих между собой элементов [3].

Таким образом, можно сделать выводы о том, что туризм – это деятельность, совершаемая в отношении путешественников в целях удовлетворения их потребностей в получении тех или иных туристских услуг. Сегодня под туристской деятельностью понимают прямую или косвенную, посредническую деятельность в сфере туристского бизнеса субъектов туристской индустрии в вопросах организации (формирования), продвижения, реализации, исполнения отдельно взятой или комплексной туристской услуги или туристского продукта [4].

Процесс реализации данной услуги/продукта осуществляется на рынке туристских услуг. Однако понимания данного термина в разных источниках представлены по-разному (тибл.1.1).

Таблица 1 – Обзор теоретических подходов к определению понятия «Туристский рынок» (составлено автором)

Авторы Содержание понятия «Туристский рынок»

Рудь Е.М. (2021) [5] Система мирохозяйственных связей, в рамках которых осуществляется процесс преобразования туристско-экскурсионных услуг в денежные средства и обратный процесс по преобразованию денежных средств в туристско-экскурсионные услуги

Морозов М. А. (2021) [6] Комплекс потребителей туристского продукта/услуги, имеющих финансовую возможность приобрести его в любое удобное для них время

Кононенко Т.П. (2018) [7] Сфера реализации туристского продукта/услуги и отношения экономического характера, которые возникают при взаимодействии покупателей и продавцов туристских продуктов/услуг

Гатауллина С.Ю., Топчий А.В. (2018) [8] Категория экономики туризма, которая представляет собой спектр конкретных экономических отношений и связей между потребителями туристских услуг и туроператорами, турагентами, иными контрагентами в отношении движения туристского продукта и денежных средств, отражающих спектр экономических интересов субъектов рыночного взаимодействия

Борисова А.О. (2018) [9] Сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта, в которой совершается процесс превращения туристских услуг в деньги и обратно

Быстров С.А, Воронцова М.Г. (2018) [10] Место, где происходят сделки купли-продажи туристского продукта (туров, отдельных услуг или товаров для туристов)

Романова М.М. (2019) [11] Система экономических, юридических, социальных отношений, связывающих производителей и потребителей товаров и услуг

Немаловажным фактом является тот аспект, что процесс эффективного функционирования рынка туристских услуг возможен только тогда, когда в комплексе соблюден спектр следующих условий:

- наличие свободной конкуренции производителей;
- предоставление возможностей потребителям в отношении выбора тех или иных услуг;
- действие однотипных и одинаковых правил в области качества и безопасности предоставляемых и получаемых услуг [12].

Структура рынка туристских услуг является достаточно своеобразной и сложной. Она содержит в себе элементы, тесно взаимосвязанные между собой (рис.1.2).

Рисунок 1.2 – Структура рынка туристских услуг [13]

Иными словами, спрос на рынке туристских услуг порождает предложения, в результате чего развивается и ужесточается конкурентная борьба между поставщиками туристских услуг. Однако, от качества услуг и ценовой политики компании зависит показатель спроса.

Туристский рынок, как и любой другой, имеет в основе своей некоторые обязательные составляющие:

- территориальный аспект – место, где взаимодействуют поставщик и потребитель (покупатель) туристских услуг;
- показатель спроса на определенные туристские услуги измерим в объеме продаж за определенный срок (период);
- механизм движения благ и услуг в форме товара и денежных средств осуществляется на всех уровнях процесса купли-продажи [14].

Что же касается сущности рынка туристских услуг, то она может быть выражена посредством его функционала:

1. процесс по организации доведения спектра туристских услуг до потребителей;

2. процесс по реализации стоимости и потребительской стоимости, которые заключены в туристский продукт/услугу;
 3. процесс по предоставлению полноценного отдыха туриста;
 4. процесс по обеспечению спектра материальных стимулов к трудовой деятельности [15].
- Однако процесс функционирования рынка туристских услуг невозможен без субъектов (участников рынка). Их виды представлены на рисунке 1.3.

Рисунок 1.3 – Субъекты (участники) туристского рынка [16]

Рассмотрим каждую категорию участников более детально.

Организаторы и продавцы туров представлены:

- туроператорами, являющимися организациями, занимающимися процессом комплектации туров и формирования комплекса услуг для туристов [17];
- турагентами, организациями, занимающимися продажей уже готового туристского продукта, который сформировал туроператор [18].

Контрагенты организаторов и продавцов могут быть охарактеризованы, как исполнители услуг. Сюда относят:

- гостиничные комплексы, отели, являющиеся средствами размещения, состоящими из номерного фонда, подчиняющиеся единому руководству, предоставляющие определенный набор услуг;
- спектр предприятий общественного питания с широким или узким ассортиментом блюд простого и сложного приготовления, в том числе и заказных, и фирменных;
- транспортную инфраструктуру, представляющую собой комплекс всех видов путей сообщения, транспортных средств, технических устройств и сооружений на путях сообщения, посредством которых обеспечивается процесс перемещения путешественников и туристов из одной местности в другую;
- экскурсионные бюро, характеризующиеся, как юридические лица или индивидуальные предприниматели, которыми в установленном порядке осуществляется экскурсионную деятельность, а, именно, организация, продвижение, реализация и т.д. [19].

Здесь представлены наиболее значимые и первостепенные контрагенты туристского рынка услуг. На практике их намного больше. Однако в рамках представленной выпускной квалификационной работы данный перечень является исчерпывающим.

Покупатели (потребители) туристских услуг являются заказчиками и пользователями туристского продукта, но только в личных, семейных, иных целях, не связанных с процессом осуществления предпринимательской деятельности [20].

Наряду с этим стоит отметить, что особенность рынка туристских услуг заключается не только в субъектах, но и в аспектах, представленных на

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Черевичко Т.В. Экономика туризма. М., 2019 – 374с.
2. Чернуха Д.С. Инновации и туризм: зарубежный опыт / В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях. – 2018. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069> (дата обращения 30.05.2023)
3. Варламова А.В. Туризм как социоэкономическое явление / Вестник Кемеровского государственного университета. – 2020. – № 2-7. – С. 134-137
4. Овчаров А. О. Экономика туризма: учебное пособие / А.О. Овчаров. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 253 с.
5. Рудь Е.М. Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни исследования / Е.М. Рудь // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2021. – Т. 21. – № 1. – С. 18-22
6. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 291 с.
7. Кононенко Т.П. Формирование комплекса стратегий конкуренции предприятий сферы услуг / Т.П. Кононенко // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2018. – №2-2(34). – С. 93-99
8. Гатауллина С.Ю., Топчий А.В. О состоянии методического обеспечения оценки экономической эффективности туристской деятельности в регионе // Интернет-журнал «Науковедение», – 2018. – №4 (23). –

C.11-12

- 9.Борисова А.О. Международный туризм и основные показатели его развития в России / Аспирант. – 2018. – № 1 (6). – С. 101-104
- 10.Быстров С.А, Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб., 2018. – 122 с.
- 11.Романова М.М. Характеристика особенностей индустрии гостеприимства как объекта управления // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2019. – № 5. – с. 88-90
- 12.Алимбекова М.М. Туризм как отрасль экономики / Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. – 2017. – № 9. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23456565> (дата обращения 01.05.2023)
- 13.Базилевич С.В. Управление конкурентоспособностью предприятия / С.В. Базилевич // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 2 (28). – С. 473-489
- 14.Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма: учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская; под ред. проф. Е. И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 318 с.
- 15.Крутик А. Б. Предпринимательство в сфере сервиса / А.Б. Крутик, М.В. Решетова. – М.: Academia, – 2017. – 160 с.
- 16.Мотышина М. С. Менеджмент туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов; под редакцией М. С. Мотышиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 282 с.
- 17.Дуздибаева А. С. Современное состояние российского туризма [Текст] / А. С. Дуздибаева // Молодой ученый. – 2018. – №7. – С. 390-393
- 18.Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- 19.Гатаулина С.Ю. Туризм как объект научного исследования / В сборнике: Наука сегодня сборник научных трудов по материалам VII международной научно-практической конференции: в 4 частях. Научный центр «Диспут». – 2019. – С. 37-39
- 20.Маргиева Н.Т., Сфера туризма в России: состояние и перспективы развития / Экономика и предпринимательство. – 2020. № 10-1 (63-1). – С. 141-145
- 21.Орловская В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 176 с.
- 22.Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. – М.: Юрайт, 2018. – 165 с.
- 23.Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности : учеб. пособие / Н. Ю. Веселова. – М.: Дашков и К°, 2018. – 254 с.
- 24.Горбылева, З. М. Экономика туристической индустрии : учебник / З. М. Горбылева. – Минск: Белорус. гос. экон. ун-т, 2018. – 527 с.
- 25.Феденева И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 205 с.
- 26.Замедлина Е. А. Экономика отрасли: туризм : учеб. пособие / Е. А. Замедлина, О. Н. Козырева. – М.: Альфа-М : Инфра-М, 2017. – 203 с.
- 27.Швец И.Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. – Симферополь: ЧП Предприятие Феникс, 2018. –364 с.
- 28.Пэн К. и Юань П. (2019). Влияние экологических норм на конкурентоспособность туризма в Китае. *Nankai Bus. Rev. Int.* 10, 429-446
- 29.Скаделова К.М. Теоретические основы конкурентоспособности предприятий // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №3-2 (61). – С. 184-186
- 30.Янковский И. А. Совершенствование методов управления конкурентоспособностью предприятия / И.А. Янковский // Экономика и банки. – 2018. – С. 31-38
- 31.Романова М.М. Роль и функциональные особенности сферы услуг в современном мире // Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях. V Международная научно-практическая конференция: сборник статей. М.: МЭСИ, 2018. – с. 153-158
- 32.Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 165 с.
- 33.Система отзывов «Островок.ру». – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: https://otzovik.com/review_575098.html?ysclid=lh66306cхр85762148 (дата обращения 30.04.2023)

34. Вэнь Б. и Лян М. (2007). Исследование модели оценки конкурентоспособности регионального туризма на основе факторного анализа. *J. Tour.* 22, 18-22
35. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=23477&ysclid=lh65xc3lks711125669 (дата обращения 30.04.2023)
36. Ритчи Дж. Р. Б. и Крауч Г. И. (2000). Конкурентоспособное направление: перспектива устойчивого развития. *Тур. Руководство.* 21, 1-7
37. Познавательный интернет ресурс «TruTop.ru» – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://trutop.ru/turoperatory-rossii-rejting-luchshih/?ysclid=lh66jkkmkp503804274> (дата обращения 30.04.2023)
38. Романова М.М. Характеристика особенностей индустрии гостеприимства как объекта управления // *Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО.* – 2019. – № 5. – с. 88-90
39. Далисова Н.А. Методологические аспекты формирования стратегии повышения конкурентоспособности предприятий АПК / Н.А. Далисова // *Менеджмент социальных и экономических систем.* – 2021. – № 2 (22). – С. 23-28
40. Ши Ю., Чжун Л., Чен Т. и Ю Х. (2016). Оценка конкурентоспособности туризма и пространственно-временные характеристики приграничных округов Китая. *Китайская география. Наука* 26, 817-828
41. Назмфар Х., Эшгей А., Алави С. и Пурморрадиан С. (2019). Анализ индекса конкурентоспособности путешествий и туризма в странах Ближнего Востока. *Asia Pac. J. Tour. Res.* 24, 501-513
42. Ашурова Г. А. Некоторые вопросы оценки конкурентоспособности предприятия / Г.А. Ашурова // *Проблемы современной экономики.* – 2020. – № 2 (62). – С. 295- 297
43. Кусков А. С. Основы туризма : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – 4-е изд., перераб. – М.: КноРус, 2016. – 396 с.
44. Бакатин А.Н. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия / А.Н. Бакатин // *Прогрессивная экономика.* – 2021. – № 1. – С. 18-30
45. Овчаров, А. О. Экономика туризма : учеб. пособие / А. О. Овчаров. – М.: Инфра-М, 2017. – 252 с.
46. Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 214 с.
47. Информационный портал «NEWS». – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/202261803> (дата обращения 30.04.2023)
48. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса «Фронтдеск.ру». – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://www.frontdesk.ru/news/cet-oteley-holiday-inn-vpervye-za-polveka-smenit-logotip?ysclid=lh6fcbu8nk669239528> (дата обращения 01.05.2023)
49. Легкий поиск, быстрый выбор, CRM для бизнеса. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://a2is.ru/catalog/crm-dlya-turizma/u-ontravel?ysclid=lh6ie2ot1z26393526> (дата обращения 01.05.2023)
50. Шубаева В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 120 с.
51. Туристическая фирма «Скэтт». – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <http://ckatt.ru/> (дата обращения 16.05.2023)
52. Турфирма «Еду по всему свету» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <http://edu-travel.ru/> (дата обращения 15.05.2023)
53. Туристическая компания «Анекс Тур» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://nsk.su-travel.ru/?ysclid=libyj379dz238036230> (дата обращения 15.05.2023)
54. Турфирма «Кассиопея» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://ka7tour.ru/> (дата обращения 15.05.2023)
55. Турфирма «1001 ТУР» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://novosibirsk.1001tur.ru/> (дата обращения 15.05.2023)
56. Турфирма «Mass Travels» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://masstravels.ru/?ysclid=libyoomp2p394149369> (дата обращения 15.05.2023)
57. Аудиторская фирма «Авдеев и Ко»: аудиторские и бухгалтерские услуги. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1145476122780_ooo-skatt?ysclid=Ihrfoal7y4789480960 (дата обращения 17.05.2023)
58. Типография «Атмосфера» г. Новосибирск / Листовки. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://atmos-fera.ru/products/tsifrovaya-ofsetnaya-pechat/listovki/?ysclid=libuoa2rdm391634346> (дата обращения 31.05.2023)

59. Рекламное агентство «Promo-energy» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: https://novosibirsk.flamp.ru/firm/promo_energy_reklamnoe_agentstvo_rasklejki_obyavlenij_i_promouterov-70000001034726740?ysclid=libv2t6cnc326604444 (дата обращения 31.05.2023)
60. Типография «Атмосфера» г. Новосибирск / Банеры. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://atmos-fera.ru/products/naruzhnaya-reklama/banner/> (дата обращения 31.05.2023)
61. Рекламное агентство ООО «Регион Медиа Групп» г. Новосибирск. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://region-media.com/reklamnye-poverkhnosti/shhity-3x6-v-novosibirsk/?ysclid=libw5rrqsn133218659#nav> (дата обращения 31.05.2023)
62. Туристические выставки и ярмарки в 2023 году. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://turlog.ru/sobyitiya/turisticheskie-vyistavki-i-yarmarki-rossii.html?ysclid=lhtbhsfdvu940490490> (дата обращения 18.05.2023)
63. Решение-верно. РФ. – [Электронный источник]. – Режим доступа: URL: <https://xn----dtbhaacat8bfloi8h.xn--p1ai/news/rostrizim-2023-anounce?ysclid=lhtbnt8kn0642286644> (дата обращения 18.05.2023)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/339863>