

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»

Факультет заочного обучения

Кафедра туризма

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой туризма
_____ /Г.Н. Кутепова/

«_____» _____ 2017 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема: «Разработка предложений по повышению конкурентоспособности
туристического предприятия»

Выполнила:

Студентка 4 курса, группы ТЗ1302-У

Кержаева Александра Валерьевна

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Профиль: «Технологии и организация
туроператорских и турагентских услуг»

«___» _____ 2017 г.

Руководитель: канд. экон. наук, доцент

Николашин В.Н.

«___» _____ 2017 г.

Москва 2017

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты туристского предприятия	5
1.1. Понятие и виды конкуренции.....	5
1.2. Характеристика методов оценки конкурентоспособности турфирм	9
1.3. Этапы повышения конкурентоспособности турфирм.....	13
Глава 2. Анализ конкурентоспособности турфирмы ООО «Альянс Групп Травел»	19
2.1. Характеристика деятельности ООО «Альянс Групп Травел»	19
2.2. Анализ внешней и внутренней среды ООО «Альянс Групп Травел»...	25
2.3. Анализ уровня конкурентоспособности ООО «Альянс Групп Травел».	38
Глава 3. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности ООО «Альянс Групп Травел».....	47
3.1. Направления и способы повышения конкурентоспособности ООО «Альянс Групп Травел».....	47
3.2. Расчет затрат на предложенные мероприятия	58
Заключение.....	63
Список использованных источников.....	67
Приложения	

Введение

В современных условиях туризм выступает как одна из крупнейших и динамично развивающихся отраслей экономики, важной частью внешнеэкономической деятельности многих развитых и развивающихся стран мира. За последние три десятилетия число туристов в мире увеличилось почти в 4 раза, а доходы от туризма – более чем в 25 раз.

Согласно статистики Ростуризма, на долю въезжающих в Россию туристов приходится примерно 1% мирового туристского потока. Туристическая отрасль оказывает большое влияние на функционирование и рост эффективности таких отраслей экономики, как строительство, транспорт, связь, торговля и производство товаров народного потребления, сельское хозяйство, выполняя роль своеобразного катализатора социально-экономического развития страны. Согласно, данным ВТО к 2020 г. в мире ежегодно будут путешествовать около 1,5 млрд. человек, а доходы от туризма при этом могут составить примерно 2 трлн. долларов США.

Современным предприятиям сферы туризма практически невозможно обеспечить конкурентоспособность и прогрессивное развитие без выявления своих конкурентных преимуществ и повышения конкурентоспособности.

На основе доступной маркетинговой информации (собственные данные, исследования рынка) туристические фирмы стремятся оценить свое конкурентное положение и разработать тактику его дальнейшего развития, перспективы создания новых условий для обеспечения конкурентоспособности. Основным инструментом для этого служит маркетинговый анализ, при помощи которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта: охарактеризовать его конкурентоспособность, эффективность и узнаваемость бренда, оценить уровень лояльности потребителей, перспективы развития, и, затем по его результатам, принять основные решения.