

Оглавление

Введение		3
Глава 1.	Исследование социально-экономической сущности конкурентоспособности туристических предприятий	7
1.1.	Обеспечение конкурентоспособности туристических предприятий	7
1.2.	Конкурентоспособность продукции как ключевой фактор успеха бизнеса	18
Глава 2.	Анализ хозяйственной деятельности турагентства «ЖАДОР ВОЯЖ»	25
2.1.	Анализ рынка турагентств Москвы	25
2.2.	Общая характеристика турагентства «ЖАДОР ВОЯЖ»	32
2.3.	Оценка конкурентоспособности турагентства «ЖАДОР ВОЯЖ»	39
Глава 3.	Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности турагентства «ЖАДОР ВОЯЖ»	46
3.1.	Мероприятия по повышению конкурентоспособности	46
3.2.	Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий	55
Заключение		57
Список литературы		59

Введение

Современное состояние туризма в России характеризуется тем, что отмечаются высокие темпы строительства туристских объектов, отвечающих мировым стандартам из-за резкого падения достигнутых ранее объемов предоставления туристских услуг и значительного несоответствия потребностям населения. Установить определенные отличия в развитии данной фирмы позволяет ее конкурентоспособность. Данная относительная характеристика по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности способствует развитию и совершенствованию туристского бизнеса.

Актуальность данной проблемы и определила тему бакалаврской работы: «Разработка предложений по повышению конкурентоспособности турфирмы г. Москвы».

Маркетинговое исследование позволяет проследить за изменениями, происходящими на рынке туристских услуг, следовательно, рекомендовать турагентству увеличить конкурентоспособность турпродукта и расширить спектр предложений турфирмы.

Создание эффективных условий для работы туристских организаций является неотъемлемой частью при формировании и совершенствовании законодательной базы, и развитии предпринимательства в сфере туризма. Продвижение России на мировом туристском рынке способствует развитию инфраструктуры туризма для обеспечения конкурентоспособности страны на мировом туристском рынке, укреплению материально-технической базы индустрии туризма путем привлечения отечественных и иностранных инвестиций, а также эффективному решению вопросов сохранения историко-культурного наследия для возрождения массового социального туризма к родной стране.

В мировой практике основной формой политики является создание ассоциаций туристских фирм. Данные общественные организации являются конкурентоспособными, что является серьезным стимулом для расширения