

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://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/237292>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм (другое)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 6

1.1. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия 6

1.2. Факторы и методы обеспечения конкурентоспособности 11

1.3. Конкурентоспособность в туризме 20

2. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЦТР» 26

2.1. Краткая характеристика предприятия 26

2.2. Анализ конкурентоспособности ООО «ЦТР» на рынке туристских услуг 35

2.3. Мероприятия по улучшению конкурентоспособности ООО «ЦТР» и оценка их эффективности 43

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 49

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 52

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что конкуренция с каждым годом она становится все интенсивнее. Поэтому каждое предприятие стремится непосредственно влиять на свою конкурентоспособность. Механизмы образования конкурентных преимуществ, формируемых ресурсами предприятий и стратегией их функционирования на рынке, составляют основу конкурентоспособности. В 2021 году на спрос на внутреннем туристическом рынке РФ стимулировался не только фактором закрытых границ, но и усилиями туроператоров по увеличению объема и постановок чартеров внутри страны. Благодаря открытию новых возможностей, в регионах РФ на 8-10% возросло число возвратных туристов. При этом общий поток туристов во внутреннем туризме, по оценкам специалистов «АТОР», в 2021 году меньше на 5-10% по сравнению с допандемийным уровнем 2019 года. Поэтому в таких условиях туристское предприятие должно стремиться к усилению своей конкурентоспособности, чтобы предложить наилучшие варианты туров для граждан.

Понятие конкурентоспособности постоянно изучалось учеными. Многие ученые (Лопасов Е.А., Отварухина И.С.) считают, что конкурентоспособность связана с обладанием факторами производства. Другие ученые (Репин А.Д., Павленко П.С.) считают, что важно учитывать свойства выпускаемой продукции. Поэтому изучение и оценка уровня конкурентоспособности является очень актуальной темой для современных предприятий.

Эффективность функционирования и прибыльность деятельности любой организации в современных рыночных условиях тесно связаны с качеством предоставления услуг.

Конкурентоспособность предприятия можно определить как его способность стабильно в течение продолжительного времени быть представленным на рынке, пользоваться по своим качественным характеристикам (включая ценовую составляющую) устойчивым спросом потребителей (индивидуальных и коллективных) в изменяющихся рыночных условиях.

Конкурентоспособность - это комплексная характеристика, учитывающая большое количество взаимосвязанных факторов. Оценка конкурентоспособности должна включать в себя потребительскую привлекательность и интересы производителей в производстве и реализации этой продукции.

Уровень конкурентоспособности предприятий во многом зависит от внутренней среды, поэтому оценка внутренних возможностей предприятия, наряду с анализом внешней среды, имеет более высокую степень

значимости. Факторы внешней среды могут быть приняты во внимание для принятия решений, которые являются более эффективными, когда мы выбираем конкурентную стратегию для повышения конкурентоспособности продукции и получения выигрыша за долю рынка. В конкретных рыночных условиях первым уровнем конкурентоспособности может быть качество продукции, цена, стоимость потребления, качество обслуживания и маркетинговая деятельность по продвижению продукции на рынок.

Определение конкурентоспособности зависит от уровня удовлетворения потребностей производителей и потребителей продукции. Производитель считает, что конкурентоспособность - это способность увеличивать свой доход так же быстро, как это делают конкуренты. Обеспечение необходимого уровня инвестиций для поддержания этой тенденции в будущем.

Объект выпускной квалификационной работы – конкурентоспособность предприятия.

Предмет выпускной квалификационной работы – мероприятия по повышению конкурентоспособности туристского предприятия

Методы исследования – анализ, синтез.

Цель работы заключается в комплексном анализе и повышении конкурентоспособности туристского предприятия ООО «ЦТР».

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- 1) изучить теоретические основы конкуренции;
- 2) проанализировать основы конкурентоспособности;
- 3) дать характеристику деятельности туристского предприятия ООО «ЦТР»;
- 4) разработать мероприятия повышения конкурентоспособности фирмы в дальнейшем.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов (Баринов В.А., Габимова М.Ш., Жгунова П.А., Иванова Л.А., Каткова Т.В., Квасникова В.В., Котова С.В., Кохно Н.О., Мокроносов А.Г., Намыслова У.Д. и др.) и официальные данные туристского предприятия ООО «ЦТР», ресурсы Интернет.

Однако в этих трудах не достаточно раскрыт перечень основных мероприятий, направленных на повышение уровня конкурентоспособности предприятия, действующего на рынке туризма. Поэтому данный вопрос нуждается в дополнительном изучении и исследовании.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Понятие и сущность конкурентоспособности предприятия

Раскроем понятие и сущность конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность - это комплексная характеристика, учитывающая большое количество взаимосвязанных факторов. Оценка конкурентоспособности должна включать в себя потребительскую привлекательность и интересы производителей в производстве и реализации этой продукции, по мнению Отварухиной И.С. [25, с.114].

Экономические факторы определяют конкурентоспособность товаров, отражая интересы потребителей и производителей. Причем конкурентные факторы отражают не только параметры аналогичных товаров, но и характеризуют потребности потенциальных покупателей.

Подходы к понятию конкурентоспособности компании изображены в Таблице 1 [16, с.76].

Таблица 1 – Сравнительный анализ подходов к трактовке конкурентоспособности предприятия

Отличительные черты подхода Выделяемые факторы уровня Следствия принятия подхода

1. Трактовка конкурентоспособности как характеристики факторов производства (потенциала), которыми располагает предприятие

Конкурентоспособность – это:

Ресурсы, методы организации деятельности и заключённые в них возможности, в совокупности формирующие потенциал предприятия Отказывает в существовании конкурентоспособности предприятия как самостоятельного свойства, отождествляя его с потенциалом предприятия

Не указывает на целевой характер существования конкурентоспособности

Использование в трактовке факторов конкурентоспособности товара, цены, каналов распределения и коммуникаций согласно модели «4Р», разработанной Маккарти Дж.

Оценка уровня конкурентоспособности осуществляется только в факторной форме ее выражения

Рассматриваются только внутренние факторы уровня конкурентоспособности

2. Трактовка конкурентоспособности предприятия как свойства (конкурентоспособности) его продукции
Конкурентоспособность – это:

Продукция с присущими ей качественными характеристиками и стоимостью Отказывает в существовании конкурентоспособности предприятия как самостоятельного свойства, отождествляя его с конкурентоспособностью продукции Качественные и стоимостные характеристики продукции предприятия в своей совокупности, трактуемые как ее конкурентоспособность Оценка уровня конкурентоспособности осуществляется в факторной и результативной формах ее выражения

Таким образом, для исследования сущности понятия конкурентоспособности предприятия необходимо определение причин ее возникновения, что влияет и на необходимость получения ответов на следующие вопросы:

□Что такое конкурентоспособное предприятие?

□Какие особенности и факторы предприятия влияют на способность эффективно функционировать?

□Что обуславливает возникновение конкуренции?

Предприятия в первую очередь являются целостными системами, сущность которых заключается не в особенностях составляющих их элементов, а в характере связей и взаимоотношений между ними. Характер данных связей позволяет определять потенциальные основы и критерии конкурентоспособности предприятий во внешней среде.

Установлено, что организация производственной, энергетической и информационной системы на предприятиях является фактором определения степени их конкурентоспособности.

По мнению Павленко Н.С. конкурентоспособность предприятия связана со стабильной способностью производить и продавать изготавливаемую в течение долго времени компанией продукцию, которая будет пользоваться из-за своих качественных характеристик (ценовая и товарная составляющая) большим спросом у населения страны или региона [26, с.34].

Исходя из вышесказанного, может быть определено, что конкурентоспособность является результатом обособления предприятий в результате их особого выделения из внешней среды.

Графическое отображение данного подхода к пониманию возможностей выделения предприятий из внешней среды и роста их конкурентоспособности представлено на рисунке 1 [14].

Так, на уровень конкурентоспособности предприятия влияют материальные, энергетические, информационные факторы, приходящие из внешней среды. Понятие предприятия как целостность системы, где можно увидеть внешнюю и внутреннюю среду изображены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Понятие предприятия как целостной системы [7, с.115]

Предприятие как целостная система, стремящаяся к максимальному извлечению прибыли от своей деятельности, для достижения задач имеет способность изменить текущие стратегии функционирования. Задачей функционирования компании тогда является улучшение ее положения во внешней среде путем:

а) сохранения существования предприятия как результат противодействия процессу повышения конкуренции в отрасли;

б) качественного изменения предприятий, приводящего к увеличению их потенциальных способностей, что фактически означает повышение конкурентных преимуществ. Основные составляющие понятия конкурентоспособности изображены на рисунке 2.

Цель анализа существующих подходов к понятию конкурентоспособности предприятия заключается в раскрытии сущности следующих аспектов [20, с.102]:

- причин возникновения у предприятия «конкурентоспособности»;
- факторов, определяющих уровень конкурентоспособности предприятия;
- целевой направленности конкурентоспособности;
- качественных характеристик конкурентоспособности;
- взаимосвязей конкурентоспособности предприятий с отраслью и национальной экономикой [27, с.55].

Таким образом, сделаем вывод по определению понятия конкурентоспособности организации. В целом можно определить, что конкурентоспособность предприятия – это его способность стабильно в течение продолжительного периода реализовывать продукцию, пользующуюся устойчивым спросом у потребителей в меняющихся условиях рынка. Конкурентоспособность складывается из множества факторов, к которым относят кадровый, производственный, инновационный и маркетинговый потенциал.

1.2. Факторы и методы обеспечения конкурентоспособности

Факторы обеспечения конкурентоспособности – это те индикаторы развития внешней и внутренней среды, в которой действует предприятие, которые оказывают непосредственное влияние на уровень его конкурентоспособности на рынке.

Методы обеспечения конкурентоспособности – это тем способы и инструменты, с помощью которых предприятие может улучшить свое положение на рынке по сравнению с конкурентами.

Уровень конкурентоспособности определяется действием системы внутренних факторов, по мнению Жгуновой П.А. Поэтому предложена следующая последовательность оценки уровня конкурентоспособности на основе имеющихся у предприятия ресурсов [31, с.154]:

- а) анализ капитальных ресурсов (основных средств, нематериальных активов),
- б) анализ трудовых ресурсов (персонал),
- в) анализ системно-организационных ресурсов (организационная структура и культура, технологии деятельности),
- г) анализ ресурсов позиционирования (в пространстве, времени, сознании потребителей).

Когда все факторы учитываются экспертами и аналитиками делается оценка общего уровня конкурентоспособности, проставляются баллы от 1 до 5.

Вторым методом анализа уровня конкурентоспособности торгового предприятия является качественный метод. В соответствии с ним происходит оценка конкуренции в отрасли.

- а) конкуренция с контрагентами на рынке;
- б) прочие факторы рыночной конъюнктуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс РФ (глава 4)// "Российская газета", N 238-239, 08.12.1994.
2. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2019) // «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434
3. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2019. - 256 с.
4. Васильева Л.С. Финансовый анализ/ Л.С. Васильева. - М.: КноРус, 2017. - 804 с.
5. Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2017 г.). - М.: Буки-Веди, 2017. - С. 85-87.
6. Герчикова И.Н. Менеджмент организации. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 162 с.
7. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с.
8. Дэвенпорт Т. Аналитика как конкурентное преимущество. Новая наука побеждать. - М.: Дашков и К, 2018. - 626 с.
9. Елиферов В. Г. Бизнес - процессы: регламентация и управление/ В.Г. Елиферов. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 386 с.
10. Ермасов С.В., Ермасова Н.Б. Финансовый менеджмент: учебное пособие/ С.В. Еврмасов. - М.: Юрайт, 2018.

- 621 с.

11. Жгунова П.А. Повышение конкурентоспособности компаний на основе логистического подхода / П.А. Жгунова // Рязанский государственный радиотехнический университет. – 2019. – С. 152-154
12. Забелина, О.В. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие / О.В. Забелина, Г.Л. Толкаченко. - М.: Экзамен, 2017. - 224 с.
13. Иванова Л.А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // Современное общество и власть. – 2018. — №7. – С. 67-69
14. Каменски Х. Методы стратегического анализа. Доступ через <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/05/18/1214035316/2008-4-5.pdf>
15. Каткова Т.В. Конкурентоспособность, как фактор взаимодействия предприятия с внешней средой / Т.В. Каткова // Актуальные вопросы управления, экономики и права. Современное образование и его роль в жизни общества: материалы международной научно-практической конференции. – Новосибирск. — 2018 – С. 55-59.
16. Квасникова В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. — М.: Инфра-М, Новое знание, 2019. — 192 с.
17. Кибанов, А. Я. Основы управления предприятием: Учебник / А. Я. Кибанов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 447 с.
18. Конрад К. Бизнес – анализ. – М.: Вильямс, 2019. – 576 с.
19. Котова С.В. Механизм реализации системы управления конкурентоспособностью предприятия и производимой продукции / С.В. Котова // Аллея науки. 2017. № 5. С. 146-149.
20. Кохно Н.О. Методология оценки конкурентоспособности коммерческих предприятий / Н.О. Кохно // Новая наука: финансово-экономические основы. 2017. № 2. С. 102-104.
21. Мокроносов А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2016. – 194 с.
22. Ларионова И.К. Стратегическое управление/ И.К. Ларионова. – М.: Дашков и К, 2017. – 274 с.
23. Намыслова У.Д. Способы оценки и анализа конкурентоспособности предприятий / У.Д. Намыслова // Экономические науки. – 2019. — №4. – С. 39
24. Нечаев Е.И. Организация производства и предпринимательской деятельности/ Е.И. Нечаев. - Краснодар: КубГАУ, 2017. - 266 с.Олькова М. А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – №8. – С. 57-59
25. Отварухина Н. С. Управление конкурентоспособностью / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с.
26. Павленко Н.С. Показатели конкурентоспособности / Н.С. Павленко, О.А. Рущицкая // Аграрное образование и наука. 2017. № 1. С. 58.
27. Паклин Н., Орешков В. Бизнес-аналитика. От данных к знаниям. – М.: Дело, 2018. – 371 с.
28. Репин В. В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов/ В.В. Репин. - М.: Юнити-Дана, 2016. - 419 с.
29. Савкина, Р.В. Планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / Р.В. Савкина. - М.: Дашков и К, 2017. - 320 с.
30. Сергеев И.В. Экономика предприятий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://uchebnik.biz>
31. Стрелкова, Л.В. Внутрифирменное планирование: Учебное пособие / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. - М.: ЮНИТИ, 2019. - 367 с.
32. Терехин В.И., Моисеев С.В. Финансовое управление фирмой / В.И Терехин, С.В. Моисеев. - М.: Экономика, 2018. - 350 с.
33. Черногорский С.А. Основы финансового анализа/ С.А. Черногорский. - М.: Герда, 2017. - 176 с.
34. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Дашков и К, 2017. – 367 с.
35. Шуляк П.Н. Финансы предприятия/П.Н. Шуляк. – М.: Дашков и К, 2018. – 502 с.
36. Янковская, В.В. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 425 с.
37. институт менеджмента, инноваций и бизнес – анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.refa.de/home>
38. управление предприятием [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consulting.1c.ru>
39. экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://institutiones.com/>
40. журнал «Финансовый директор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fd.ru/>

41. финансы и кредит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fin-izdat.ru>

42. финансовый менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finman.ru>

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://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/237292>