



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ «АПШЕРОНСКИЙ ЛЕСХОЗ-ТЕХНИКУМ»

Выпускная квалификационная работа
Мониторинг состояния и развития
конкурентной среды на рынке
туристских услуг на примере
Апшеронского района

Выполнил студент 34-3 группы заочного
отделения

специальность 43.02.10 Туризм

Артемова Вера Алексеевна
Руководитель:

Галич С.В.

2021

Туристский рынок России только начинает свою структуризацию, но уже можно предполагать, что в ближайшие несколько лет выделится ряд сильных операторских компаний, которые и составят основу многопрофильной работы рынка.

Маркетинговое исследование позволяет проследить за изменениями, происходящими на рынке туристских услуг, следовательно, рекомендовать турагентству увеличить конкурентоспособность турпродукта и расширить спектр предложений турфирмы, в этом и состоит научная новизна, актуальность и значимость выпускной квалификационной работы.



Цель выпускной квалификационной работы – разработка и описание мероприятий по повышению конкурентоспособности туристской организации.



Задачи работы:

- рассмотрение особенности развития туристских организаций в России и за рубежом;
- определение современного туристского рынка и перспективы его развития;
- определение особенностей конкурентоспособности в сфере туризма;
- оценка конкурентоспособности туристских организаций Апшеронского района;
- проведение анализа потребительских предпочтений комплексных туристских услуг;
- разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности туристской организации.

Объект исследования: рынок туристских услуг.



Предмет исследования: мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынке туристских услуг на примере Апшеронского района.

Методы исследования: анализ и синтез литературных источников, социологические опросы, изучение соответствующей информации в сети интернет, метод наблюдений, калькулирования.



Особенности развития туристских организаций в России и за рубежом

В 1950 г. во всем мире путешествовало чуть более двух десятков миллионов туристов. Но уже к середине 1980-х годов туристические потоки, внутренние и международные, многократно возросли. В последние годы их ежегодные объемы превысили миллиард (2018 г. – 1,4 млрд) прибытий.

Туристическая цепочка



Особенность туристической индустрии заключается в том, что она напрямую зависит от уровня инновационности своих отраслевых составляющих (транспорт, средства размещения, производство питания, информация, развлечения и др.). Вместе с тем потребность модернизации туристического продукта в соответствии с растущими запросами потребителей стимулирует инновации в производстве отдельных составляющих турпродукта.

В современное время туризм является крупнейшим источником создания новых рабочих мест в ряде регионов мира, а дальнейшая дифференциация предложения туристского продукта, все больше охватывает потребителей с разнообразными возможностями и потребностями, что в целом оказывает существенное влияние на развитие индустрии туризма.

В мировой практике развития туризма представляет собой уникальное общественное явление. Феноменом которого является то, что при минимальной поддержке государства оно успешно может существовать в сложных экономических условиях в данный период времени.

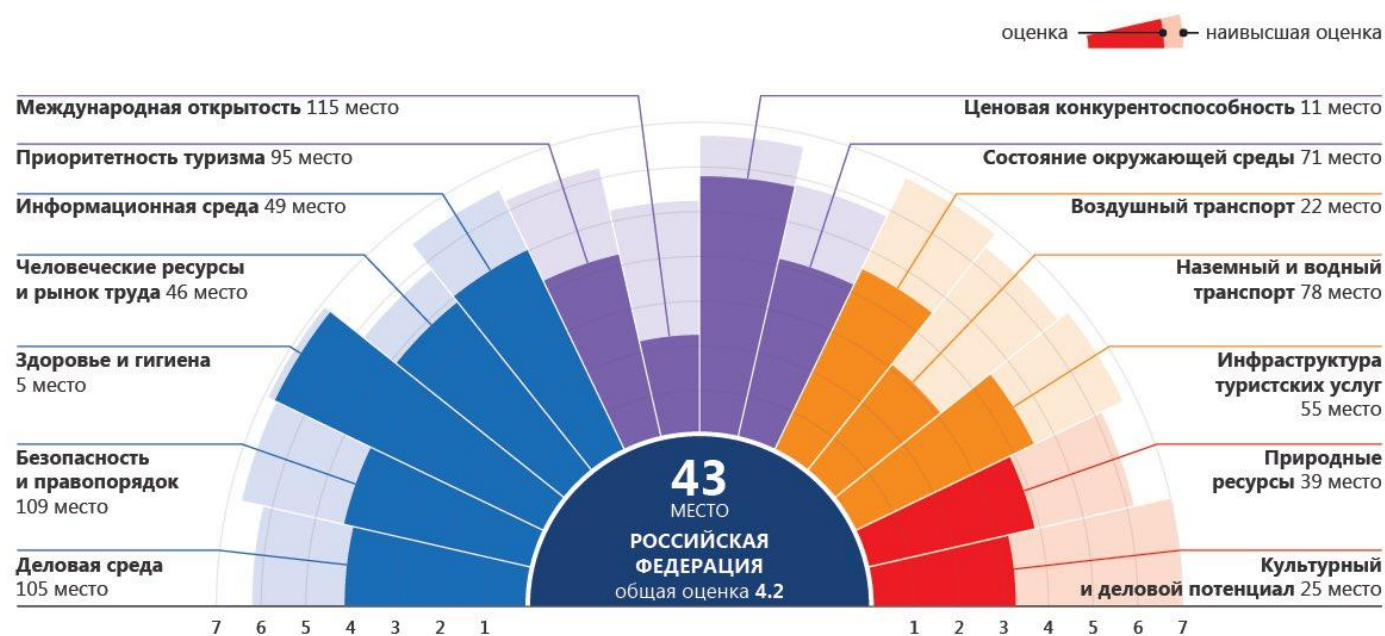
Этому способствует высокая доступность массового туризма для всех категорий возрастных групп населения, а также пригодность большей части территории Российской Федерации для туристских мероприятий.



Особенности конкурентоспособности в сфере туризма

- ✓ Возрастает роль государства в повышении конкурентоспособности национального туристского комплекса путем косвенного воздействия.
- ✓ Турфирмы придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств
- ✓ Для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения турпредприятия.

ИНДЕКС КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРСЕКТОРА В РОССИИ



Источник — Travel & Tourism Competitiveness Index 2017, World Economic Forum

Оценка конкурентоспособности туристских организаций Апшеронского района



- ✓ Санаторно – курортный и туристский комплекс Апшеронского района, представляющий услуги временного размещения отдыхающих, представлен 37 предприятиями.
- ✓ На территории района расположено 8 объектов туристского показа, которые ежегодно посещают более 49 тысяч человек.
- ✓ В четырех объектах, ранее предоставляющих услуги размещения, установлены открытые бассейны с зонами отдыха для туристов (база отдыха «Поляна», гостевой дом «Сфера», туристическая база «Эко Мир», детский оздоровительный лагерь «Светлячок»).
- ✓ На территории Лагонаского нагорья Апшеронского района открылась КФХ гостевая усадьба «Колхидские ворота», которая является представителем сельского (аграрного) туризма на территории Апшеронского района.
- ✓ Открылось движение экскурсионной дрезины из п. Мезмай в сторону Гуамского ущелья по УЖД.
- ✓ Также пользуются повышенным спросом как у населения района, так и его гостей, туристические маршруты, проходящие через горы к Черному морю и военно-исторические маршруты.

Оценка конкурентоспособности туристских организаций Апшеронского района



	ИП «Семейное Турагентство»	ООО «Дельта Юг»	ООО «Пилигрим»	ООО «КавказТурс»
Виды услуг	Продажа и билетов на ж/д и авиатранспорт, продажа готовых турпродуктов, бронирование отелей. Оформление виз, получение кредитов под тур, оформление доп.страховки под тур, продажа подарочных сертификатов на тур, заказ трансфера.	Разработка и продвижение туров по Апшеронскому району и Краснодарскому краю. Продвижение туров загранич. Организуют поездки и продажу билетов на мероприятия в г.Краснодар и г.Майкоп.	Основными направлениями деятельности компании сегодня являются: - Поиск и бронирование туров по всему миру - Поиск и бронирование гостиниц по всему миру - Бронирование и продажа авиабилетов на чартерные рейсы - Организация экскурсионных поездок по Краснодарскому краю. Особое внимание ООО «Пилигрим» уделяет и организывает однодневные экскурсионные и развлекательные поездки по Краснодарскому краю. Так же компания «Пилигрим» поможет Вам в планировании выходных, организовав поездку в торгово-развлекательные центры	Основные направления деятельности: - отдых и лечение на курортах Краснодарского и Ставропольского краёв; - отдых на горнолыжных курортах России; - экскурсионные туры по Краснодарскому краю и Адыгее; - детский отдых; - организация свадебных путешествий; - приём и обслуживание туристов в Краснодаре; - корпоративный отдых; - тимбилдинг; - Incentive-программы; - корпоративный Новый год; - юбилей компании; - конференции, семинары; - групповые и индивидуальные трансферы.
Виды туризма	В связи с тем что агентство работает со многими проверенными туроператорами, они продвигают разные виды туров: индивидуальные, шоп-туры, выходного дня, экскурсионные, автобусные, свадебные, корпоративный	Экскурсионные программы, отдых + экскурсии, пляжный отдых, Событийный туризм: бизнес-туры, выставки, карнавалы, спортивные туры, Паломнические поездки, свадебные туры, Шоп-туры, праздничные и тематические	Туры: экзотические, горнолыжные, выходного дня, экскурсионные, все типы туров, пляжные, школьные, свадебные, молодежные, развлекательные.	Пешеходный туризм. Горный туризм. Водный туризм. Воздушный туризм. Многодневные туры (смешанная программа). Отдых на море. Детский отдых. Экскурсионное обслуживание. Познавательный туризм. Оздоровительный отдых.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Анкета анонимного социального опроса в целях изучения потребительских предпочтений комплексных туристских услуг жителей Апшеронского района.

Пол _____ Возраст _____

Подчеркните выбранный вариант ответа

1. В каких средствах размещения вы предпочитаете останавливаться?

- 1) Имеющие звездность;
- 2) Не имеющие звездность;
- 3) Гостевые дома;
- 4) Туристские комплексы;
- 5) Частный съем квартир.

2. В средствах размещения вы выбираете тип питания:?

- 1) Только завтраки;
- 2) Полупансион;
- 3) Полный пансион;
- 4) Без питания;
- 5) Все включено.

3. Во время отдыха вы пользуетесь дополнительными услугами, которые вам предоставляются во время его прохождения?

- 1) да;
- 2) нет.

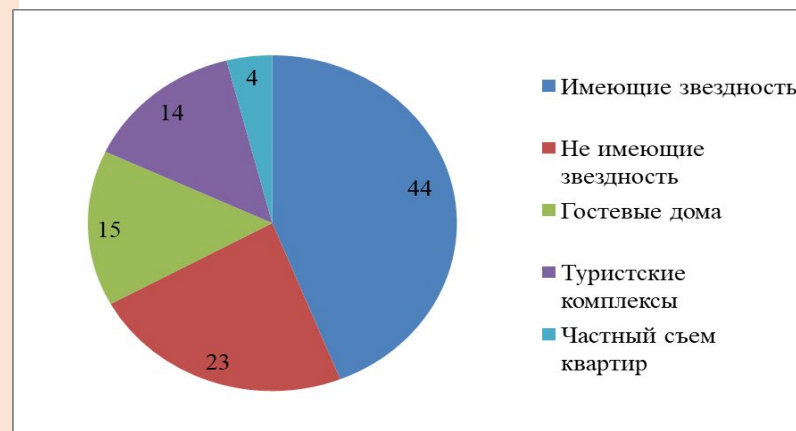
4. В средствах размещения вы пользуетесь?

- 1) Парковкой
- 2) Сауной
- 3) Сервисом room servis
- 4) Баром
- 5) Рестораном
- 6) Прачечной
- 7) Детской комнатой
- 8) Фитнес залом
- 9) Каналами tv.

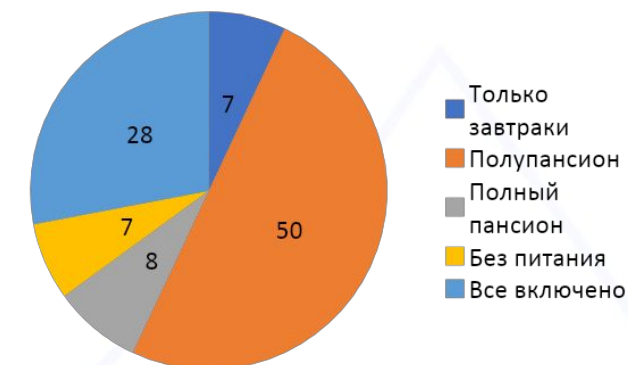
5. При покупке тура вы отдаете предпочтение?

- 1) Пакетным турам
- 2) Индивидуальным турам
- 3) Сами формируете свой тур.

1. В каких средствах размещения вы предпочитаете размещаться:?

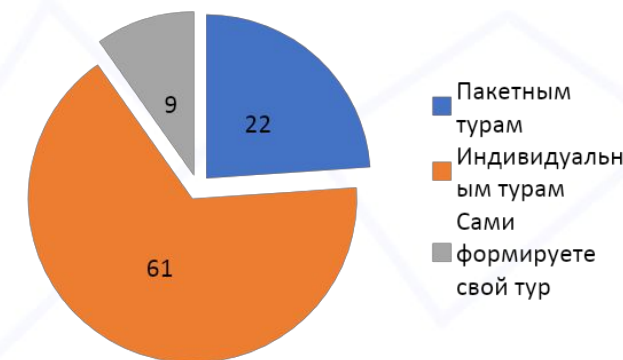


В средствах размещения вы выбираете тип питания:?



3. Во время отдыха вы пользуетесь дополнительными услугами, которые вам предоставляются во время его прохождения?

4. В средствах размещения вы пользуетесь?



Какими видами дополнительных услуг пользуетесь?

Каким способом Вы предпочитаете пользоваться при формировании тура

Мероприятия по повышению конкурентоспособности туристской организации

1. На основании карт стратегических групп предлагается расширить направления деятельности. Турфирме ООО «КавказТурс» рекомендуется позиционировать себя на рынке туристских услуг в качестве турагентства по оказанию услуг делового и образовательного туризма. Это позволит исследуемой турфирме выделиться среди турфирм - конкурентов
2. Усилить рекламную деятельность турфирмы
3. Обновление веб-сайта
4. Проводить регулярные исследования относительно потребителей турфирмы и конкурентов
5. Работа с персоналом



Основные выводы по деятельности турфирмы ООО «КавказТурс» можно сделать следующие:

- поддержка со стороны потребителей невелика, уровень информированности о турфирме ООО «КавказТурс» невысок;
- отличительные преимущества товара неясны - перечень услуг, предлагаемых турфирмой ООО «КавказТурс» аналогичен многим услугам, которые предлагаются турфирмами - конкурентами;
- ведущее положение на рынке занимают товары конкурентов - как показал анализ оценки позиций конкурирующих турфирм (карты стратегических групп), проведённый в п. 2.3. настоящей работы, деятельность конкурентов рассчитана на более широкий спектр услуг, сегмент потребителей;
- для поддержания или увеличения доли на рынке в условиях сильной конкуренции нужны значительные средства - на рекламу, внедрение информационных технологий, повышение квалификации персонала, проведение исследований.

Стратегия «фланговой атаки» ООО «КавказТурс»



Основные плюсы стратегии	Минусы стратегии
<p>- В случае нахождения пустующего сегмента, вероятность успеха увеличивается. В данном случае пустующим сегментом является сфера делового туризма, а также малоосвоенным является образовательный туризм. Поэтому,</p>	<p>Возможна быстрая ответная реакция конкурирующих турфирм, которые более активно будут осваивать данные сегменты (деловой и образовательный туризм).</p>
<p>Если турфирма ООО «КавказТурс» начнет позиционировать себя в качестве фирмы, предлагающей данные услуги раньше своих конкурентов, это позволит быстрее занять лидирующие позиции в данной области.</p> <p>- Турфирма больше средств может направить на продвижение продукта - реклама в СМИ, также можно наладить связи с администрацией школ, институтов (для информирования об услугах образовательного туризма).</p>	

В рамках данной работы предложим следующий проект мероприятий, направленных на повышение эффективности работы турфирмы:

- разработка печатного каталога;
- налаживание связей с корпоративными клиентами;
- распродажа туров по сниженным ценам (в не сезон).



Мероприятия по повышению конкурентоспособности туристской организации

1. На основании карт стратегических групп предлагается расширить направления деятельности. Турфирме ООО «Кавказ Турс» рекомендуется позиционировать себя на рынке туристских услуг в качестве турагентства по оказанию услуг делового и образовательного туризма. Это позволит исследуемой турфирме выделиться среди турфирм - конкурентов.



Можно порекомендовать заняться поиском туроператоров, профессионально занимающихся данными видами деятельности и заключить с ними договор.

2. Усилить рекламную деятельность турфирмы
3. Обновление веб-сайта
4. Проводить регулярные исследования относительно потребителей турфирмы и конкурентов
5. Работа с персоналом

Вывод:

Для сферы туризма характерен высокий уровень конкуренции. Сквозь призму отношений между конкурентами очень быстро и ясно проявляются изменения, происходящие на рынке, так как именно конкуренция является главным двигателем рыночных процессов.

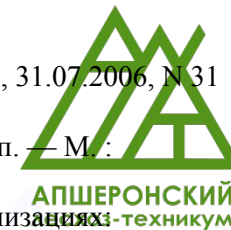
Например, анализ показал, что ООО «Кавказ Турс» недостаточно активно работает с корпоративными клиентами. Поэтому необходимо во-первых, завести базу данных корпоративных клиентов, а во-вторых, организовать клуб корпоративных клиентов.



Практическая значимость работы заключается в разработке комплекса мероприятий, обеспечивающих повышение конкурентоспособности туристской организации, направленной на совершенствование, ее устойчивое развитие и функционирование в рыночных условиях.

Список использованных источников

1. 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
2. Абчук В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 239 с
3. Афанасьева О.Г. Повышение конкурентоспособности — важнейший фактор обеспечения устойчивого развития молочного скотоводства в сельскохозяйственных организациях // Монография / О.Г. Афанасьев. — Москва: ИНФРА.- 2017 – 118 с.
4. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. — М.: Инфра-М, 2017. — 224 с.
5. Бондаренко С.И. Конкурентоспособность продукции металлургического комплекса России: моногр. / С.И. Бондаренко. — М.: Научная книга, 2015. — 104 с.
6. Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85-87.
7. Жгунова П.А. Повышение конкурентоспособности компаний на основе логистического подхода / П.А. Жгунова // Рязанский государственный радиотехнический университет. — 2019. — С. 152-154 Зуб А. Т.
8. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 375 с.
9. Иванова Л.А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // Современное общество и власть. — 2018. — №7. — С. 67-69
10. Издательство Юрайт, 2019. — 386 с. 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.
11. Квасникова В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. — М.: Инфра-М, Новое знание, 2015. — 192 с.
12. Котова С.В. Механизм реализации системы управления конкурентоспособностью предприятия и производимой продукции / С.В.
13. Котова // Аллея науки. 2017. № 5. С. 146-149. Кохно Н.О. Методология оценки конкурентоспособности коммерческих предприятий / Н.О. Кохно // Новая наука: финансово-экономические основы. 2017. № 2. С. 102-104.
14. Рохчин В.Е., Ветрова Е.Н. Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития его потенциала / под ред. А.Е. Карлика. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, — 2012. — 262 с. Саяпина О.Н.
15. Современные направления повышения конкурентоспособности организаций / О.Н. Саяпина // Символ науки. 2017. Т. 1. № 2. С. 101-104. Сердитова О. В. Применение портфельного анализа при оценке конкурентоспособности организации» / О.В. Сердитова // Молодежь и наука. 2016. № 6. — С. 188
16. Устимкин О.А. Оценка и пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.А, Устимен // Форум молодых ученых. — 2019. — №1 (29). — С. 7-10
17. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособие. — М.: Эксмо, 2015. — 320 с.
18. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2015. — 296 с.
19. Хайруллина Д.И. Методические аспекты анализа конкурентоспособности предприятий АПК / Д.И. Хайрулина // Вектор науки ТГУ. № 2 (24). — 2015. — С. 359 – 363.
20. Черненкович С.С. Принципы организации внутреннего контроля на коммерческих предприятиях / С.С. Черненкович // Финансы коммерческих организаций: учет, контроль, анализ. — 2017. — №18. — С. 67-68 Чичиренко М.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятия / М.А. Чичиренко // Аграрное образование и наука. 2017. № 1. С. 59.
21. Яконицева М.В. Маркетинговые средства анализа конкурентоспособности предприятий / М.В. Яконицева // Методология и практика бухгалтерского учета. — 2016. — №8. — С. 64-67
22. «Аналитика конфликта» [электронный ресурс] <http://www.aconflict.ru> – (дата обращения 21.05.2021 год)
23. «Лига Медиаторов» <http://www.arbimed.ru> «Лига Медиаторов» (дата обращения 22.05.2021 год)
24. Сайт Московской школы конфликтологии <http://www.conflictmanagement.ru> (дата обращения 23.05.2021 год)





АПШЕРОНСКИЙ
лесхоз-техникум

Спасибо за внимание!



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ «АПШЕРОНСКИЙ ЛЕСХОЗ-ТЕХНИКУМ»

Выпускная квалификационная работа
Мониторинг состояния и развития
конкурентной среды на рынке
туристских услуг на примере
Апшеронского района

Выполнил студент 34-3 группы заочного отделения
специальность 43.02.10 Туризм

Артемова Вера Алексеевна
Руководитель:

Галич С.В.

2021