

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические основы обеспечения конкурентоспособности туристских предприятий.....	5
1.1. Виды конкурентных стратегий на рынке туристских услуг.....	5
1.2. Специфика управления деятельностью туристской фирмы.....	14
1.3. Основные этапы деятельности по повышению конкурентоспособности туристского предприятия	18
Глава 2. Анализ деятельности турфирмы ООО «Аэрис» на рынке туристских услуг.....	23
2.1. Анализ спроса и предложения на московском рынке туристских услуг.....	23
2.2. Общая характеристика туристской фирмы «Аэрис».....	31
2.3. Анализ организации маркетинговой деятельности в турфирме «Аэрис».....	38
2.4. Анализ конкурентов и потребителей турфирмы «Аэрис».....	42
Глава 3. Направления по повышению конкурентоспособности турфирмы «Аэрис».....	55
3.1. Мероприятия по совершенствованию организационной структуры туристической компании «Аэрис».....	55
3.2. Мероприятия по совершенствованию деятельности турфирмы «Аэрис» на рынке туруслуг	57
3.3. Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий	73
3.4. Расчет влияния показателей эффективности предлагаемых мероприятий на результат хозяйственной деятельности.....	80

Заключение

Список литературы

Приложение

Введение

Финансовое состояние туристского предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени.

В процессе снабженческой, производственной, сбытовой и финансовой деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяются структура средств и источники их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансового состояния предприятия, внешним проявлением которого выступает платежеспособность.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятия должно обладать гибкой структурой капитала, уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное повышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для самовоспроизводства. Существует множество источников обеспечения конкурентоспособности: предложение лучшей продукции на рынке, предоставление лучшего обслуживания, обеспечение более низких, чем у конкурентов, издержек, лучшее территориальное расположение, внедрение собственной технологией, выпуск продукции со свойствами или внешним видом, более привлекательными для потребителей, сочетание высокого качества, хорошего обслуживания и приемлемой цены в турпродукте.

Особое значение имеет решение вопросов о повышении конкурентоспособности для увеличения объема реализации услуг на предприятиях индустрии туризма. Предварительный анализ деятельности турфирмы ООО «Аэрис» показал, что для нее решение указанных вопросов имеет особую значимость.

Целью бакалаврской работы является разработка предложений по