

У.В. Колесникова, Л.В. Майорова

Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых"
602264, Муром Владимирской обл., ул. Орловская, д. 23
E-mail:lud9@mail.ru

Оценка конкурентоспособности туристских фирм

Конкурентоспособность предприятия в научных источниках рассматривается как комплекс элементов, обеспечивающих стабильное получение прибыли предприятием независимо от изменений во внешней среде [2, 3]. Высокая неопределенность экономической ситуации, поведения конкурентов требуют от предприятия целенаправленного управления процессом обеспечения конкурентоспособности своей продукции, выработки долгосрочной стратегии преимущественного развития.

Обобщим показатели, используемые различными авторами [1, 2, 4, 5] для оценки конкурентоспособности, выделив следующие группы:

1. Критерии для характеристики внутреннего потенциала предприятия:

- уровень квалификации персонала;
- уровень организации процесса оказания услуг;
- уровень инновационности технологических и управленческих процессов (применение достижений науки и техники);
- наличие технологий, позволяющих увеличивать потребительские ценность оказываемых услуг.

2. Критерии привлекательности предприятия для потребителей:

- доступность местоположения фирмы;
- ассортимент предоставляемых покупателю услуг (основных и сопутствующих);
- качество оказываемых услуг (соблюдение стандартов);
- уникальность оказываемых услуг;
- положительность отзывов о продукции или услуге;
- удобство сайта предприятия для пользователя.
- наличие рекламы;
- наличие и частота акций для потребителей.

3. Критерии, обеспечивающие устойчивость деятельности предприятия:

- финансовое положение предприятия (платежеспособность, финансовая устойчивость);
- наличие партнеров;
- доля рынка;
- разветвленность сбытовой сети;
- эффективность маркетинговой стратегии;
- наличие необходимых финансовых ресурсов;
- ценовые преимущества;
- рентабельность услуг.

В условиях обострения конкурентной борьбы оценка туристской фирмы своих позиций на рынке становится актуальным вопросом, мотивом для выработки дальнейшей стратегии поведения. Фирма, занимающая лидирующие позиции будет вести не столь агрессивную политику в отношении своих клиентов.

Однако закрытость коммерческой информации не позволяет туристским фирмам адекватно провести анализ внешней среды. Доступными источниками можно считать только официальную информацию с сайтов Росстата [6] или Федерального агентства по туризму [7]. Также может быть получена информация об услугах фирм-конкурентов от клиентов, при участии в специализированных выставках.

Рассмотрим показатели оценки конкурентоспособности туристских фирм города Муром, доступные с официальных источников [6].

В городе Муром на 1.01.16 г. работало 36 туристских фирм. Из них 5 являются

туроператорами и работают на приеме туристов. Все остальные туристические фирмы являются турагентствами и занимаются розничной продажей туров.

Таблица – Оценка динамики туристского потока в г. Муроме

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение, чел.		Темп роста, %	
				2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.
Численность размещенных в КСР, чел.	7200	7900	8400	700	500	110	106
Число принятых иностранных туристов, чел.	390	452	578	62	126	116	128
Число отправленных в туры российских туристов, чел.	15280	21120	22771	5840	1651	138	108
по России	3115	7223	8090	4108	867	232	112
с выездом за рубеж	12615	13897	14681	1282	784	110	106
Численность населения, чел.	112609	111474	110746	-1135	-728	99	99
Интенсивность въездного потока	0,0035	0,0041	0,0052	0,0006	0,00116	117	129
Интенсивность выездного потока	0,1120	0,1247	0,1326	0,0126	0,00789	111	106
Интенсивность внутреннего туристского потока	0,0277	0,0648	0,0731	0,0371	0,00825	234	113

Из таблицы следует, что, несмотря на нестабильную экономическую ситуацию в стране, туристический поток города Муром с каждым годом увеличивается в среднем на 6-10%. Но стоит отметить, что и население города с каждым годом уменьшается в среднем на 1%.

Внутренний туризм показал значительный рост потока туристов. Здесь нужно отметить фактор подорожания доллара. В 2014 году рост внутреннего туризма в городе Муром составил 132%, а в 2015 еще 12%. Тенденция к увеличению потоков внутреннего туризма, появившаяся за последние годы, связана с политической и экономической ситуацией в стране, так общий рост внутреннего туризма в России по информации Ростуризма за 2014-2015 года составил около 30-35% по всей стране.

С выездным туризмом ситуация в городе Муром отличается от всероссийской, так как в целом по стране за последние годы наблюдается состояние серьёзного снижения туристического выездного потока, а в городе Муром выездной поток туристов только растет. В 2014 году рост выездного туризма составил 10%, а в 2015 – 6%. Интенсивность потоков это показатель количества населения, которое ежегодно совершает туристические поездки. Как видно из таблицы интенсивность всех направлений туристских потоков в городе Муром с каждым годом возрастает.

Таким образом, для сравнительной характеристики конкурентоспособности отдельных туристских фирм необходим сбор точечной информации. Наиболее доступным, но в то же время, трудозатратным способом будет служить поиск данных с сайтов туристских фирм.

Литература

1. Андреев Ю.С. Конкурентоспособность туристического предприятия // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(31). Режим доступа: [http://sibac.info/archive/economy/4\(31\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/4(31).pdf)
2. Бережная В.М. Экономическая сущность понятия «конкурентоспособность» и валяющие на нее факторы / В.М. Бережная, М.А. Ещенко // Институт экономики и права И. Кушнера. М., 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: www.be5.biz, свободный.
3. Моисеева Н.Ю., Конышева М.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учеб. пособие / Под ред. Н.К. Моисеевой. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 304 с: ил.
4. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма: Учебник / Ю.Н. Абабков, И.Г. Филиппова; Под ред. Проф. Е.И. Богданова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 144 с

5. Устиментов В.В. Как повысить конкурентоспособность фирмы / В.В. Устиментов // Портал магистров ДонНТУ. Донецк, 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.masters.donntu.edu.ua>, свободный.

6. Федеральная служба государственной статистики. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#

7. Федеральное агентство по туризму. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/perechen-gosudarstvennykh-informatsionnykh-sistem-rosturizma>