

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

В данной работе рассматривается деятельность турфирмы на рынке туристических услуг в условиях конкуренции, предлагаются возможные варианты развития фирмы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, доход, метод, туристическая деятельность.

ООО «Глобус» – турагентство, которое осуществляет торговые закупки и предоставляет туристические услуги. Представители агентства выбирают лучшие туры, надежные авиакомпании, самые комфортабельные отели, чтобы отдых клиента был интересным и запоминающимся.

Основным показателем, влияющим на дальнейший рост и развитие фирмы, является платежеспособность жителей города, так как доход граждан напрямую связан с его покупательной способностью. Поэтому турфирма имеет широкий спектр ценовых предложений для всех слоев населения. Все субъекты хозяйствования, функционирующие на рынке, принимают решения в условиях ограниченности ресурсов, конкурентной борьбы и неопределенности будущего состояния рыночного равновесия, то есть действуют в условиях риска и неустойчивой системы [1].

На сегодняшний день, финансовая и политическая нестабильность – это объективно возникшие факторы, непосредственно влияющие на функционирование фирмы. Вследствие этого возникает жесткая конкуренция среди туристических агентств. Данная турфирма существует на рынке туристических услуг в городе Отрадном четыре года и уже успела завоевать доверие клиентов. Для наглядности приведем статистику доходности ООО «Глобус» на период с 2011 до 2015 года. Из рис. 1 видно, что за промежуток времени с 2011 до 2015 года прибыль турагентства колебалась в пределах от 200 000 до 700 000 рублей.

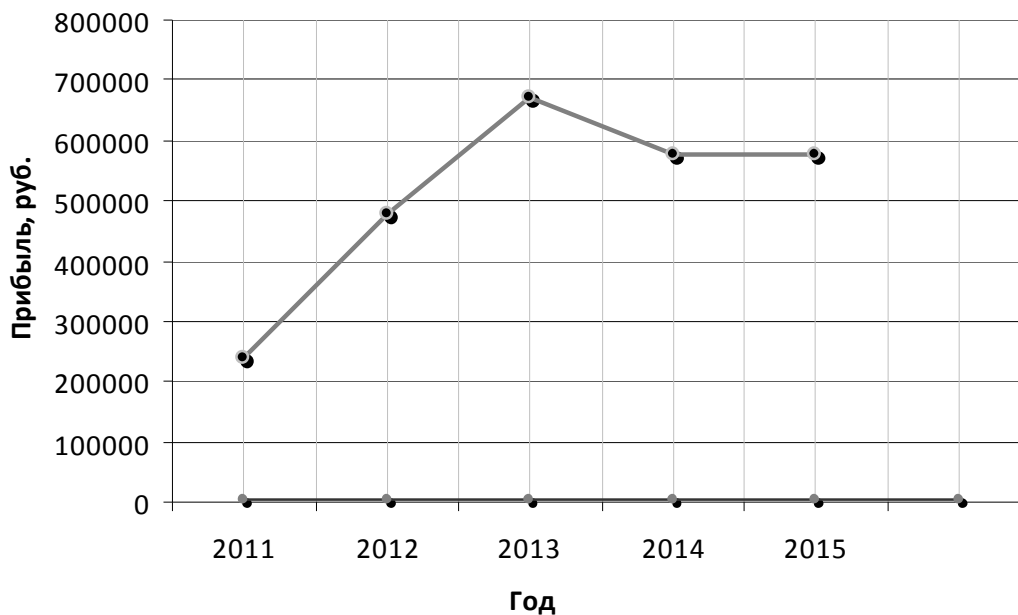


Рис. 1. Прибыль ООО «Глобус»

В первую очередь это связано с экономической обстановкой в стране. В год своего основания агентство заручалось поддержкой известных туроператоров и оценивало ситуацию на рынке потребления. За 2012 год начал формироваться поток туристов, активно пользующихся услугами данной фирмы. Максимальная прибыль, полученная в этом году, составляла 479 000 рублей. За период 2013 года продажи увеличились примерно на 40 %, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране. Это связано с упрощением визового режима, а также демпинга на рынке. Доход на этот период 670 000 рублей. 2014 год стал переломным для туризма, в связи с изменениями потребительских предпочтений. Одной из причин сложившейся ситуации стало применение к России санкций со стороны ряда иностранных государств. Вследствие чего большинство россиян предпочли отдых на территории своей страны. Но большее потрясение вызвало падение рубля, что, несомненно, сказалось на покупательной способности граждан. По сравнению с 2013 годом прибыль турагентства снизилась на 15%, что составило 575 000 рублей. В текущем 2015 году турфирма находится на стадии стагнации.

Задача турагентства – оценить свои возможности в условиях жесткой конкуренции. Решение данной задачи позволит фирме сопоставить свои достоинства и недостатки, разработать и проанализировать стратегические альтернативы.

Главными игроками на рынке туристических услуг помимо рассматриваемого турагентства выступают такие фирмы как: «Облака», «Гарант», «Отдых».

Для вычисления коэффициента конкурентоспособности турфирм города Отрадного был взят балльный метод. В качестве количественной оценки показателя была выбрана балльная система D_i со шкалой от 1 до 10, где 10 баллов – это высшая оценка показателя.

По каждому показателю вычисляется коэффициент конкурентного потенциала.

$$K_j = W_i \times D_i, \quad (1)$$

где K_j – коэффициент конкурентного потенциала j -ой турфирмы по i показателю;

D_i – количественная оценка показателя конкурентоспособности фирмы в баллах;

W_i – вес показателя;

сумма весов должна быть равна 1,0.

$$\sum_{i=1}^4 W_i = 1,0 \quad (2)$$

Коэффициент конкурентоспособности рассчитывается как общая сумма произведений коэффициентов конкурентного потенциала фирмы по каждому показателю.

$$K = \sum_{i=1}^4 K_j, \quad (3)$$

где K – коэффициент конкурентоспособности фирмы;

$i \in 1 \div 4$.

В соответствии с экспертной оценкой была сформирована следующая таблица 1. Анализ таблицы позволяет сделать вывод, о том, что ООО «Глобус» является конкурентоспособным турагентством, но показатель объема предоставляемых услуг оказался с наименьшим коэффициентом, равным 1,8.

Оценка конкурентоспособности турагентств города Отрадного

Показатель	Турфирма	Глобус		Облака		Гарант		Отдых		
		Вес показателя W_i	D_i	K_j	D_i	K_j	D_i	K_j	D_i	K_j
Цены		0,3	8	2,4	8	2,4	6	1,8	8	2,4
Организации сбыта и продвижения товара на рынке		0,3	9	2,7	8	2,4	7	2,1	6	1,8
Уровень корпоративной культуры		0,2	9	1,8	9	1,8	6	1,2	7	1,4
Объем предоставляемых услуг		0,2	6	1,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Сумма веса показателей		1,0								
Коэффициент конкурентоспособности K				8,1		8,2		6,5		7

Для поднятия этого показателя турфирме необходимо расширить количество осуществляемых услуг, например: возможность приобретения желаемого тура в рассрочку; доставка необходимой документации с курьером на дом; выдача международных карт, по которым отдыхающие могут совершать звонки в Россию дешевле; заказ билетов на проходящие события и мероприятия на отдыхе.

Библиографический список

1. Чертыковцев В. К. Дуалистический подход в маркетинге. Вестник ОГУ № 13 (132). 2011.