



ФИНАНСОВЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

www.financiy-univ.ru

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СОВРЕМЕННОЙ ФИРМЫ

ПРАКТИКУМ

УДК 339.13
ББК 65.290-2
К64

Ответственные редакторы:

А.В. Шаркова – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики организации Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

И.А. Меркулина – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики организации Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Рецензенты:

М.А. Морозов – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Международный туризм, гостиничный бизнес и социальный менеджмент» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

Г.В. Колесник – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики организации Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

О.Н. Туманов – кандидат исторических наук, доцент, генеральный директор международной компании «Intercentre Group».

Конкурентные преимущества современной фирмы: практикум.

Практикум для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Международный туризм» / Под общей редакцией д.э.н., профессора А.В. Шарковой, д.э.н., доцента И.А. Меркулиной. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 277 с.

ISBN 978-5-394-03290-5

В практикуме приведено содержание тем в соответствии с рабочей программой дисциплины, разработаны тестовые задания, расчетные задачи, ситуационно-аналитическое задание и кейс по каждой теме. Тематически обособленные практические задания расширяют содержательное представление студентов об изучаемой дисциплине и позволяют получить разносторонние навыки в области формирования конкурентных преимуществ современной фирмы.

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (профиль «Международный туризм»), магистров и также всех, кто изучает проблемы конкурентоспособности хозяйствующих объектов в современных экономических условиях.

© Коллектив авторов, 2017

Содержание

Введение	8
Тема 1. Понятие и сущность конкурентоспособности страны, региона, фирмы.....	9
Содержание темы	9
Тестовые задания.....	9
Расчетная задача 1	18
Расчетная задача 2	20
Ситуационно-аналитическое задание.....	21
Кейс.....	22
Тема 2. Теория управления конкурентными преимуществами.....	26
Содержание темы	26
Тестовые задания.....	26
Расчетная задача 1	35
Расчетная задача 2	36
Ситуационно-аналитическое задание.....	36
Кейс.....	37
Тема 3. Государственная политика в области конкурентоспособности России и её отражение на микроэкономическом уровне	38
Содержание темы	38
Тестовые задания.....	39
Расчетная задача 1	46
Расчетная задача 2	47
Ситуационно-аналитическое задание.....	47
Кейс.....	49
Тема 4. Международный опыт достижения конкурентоспособности в различных странах.....	55
Содержание темы	55
Тестовые задания.....	55
Расчетная задача 1	61
Расчетная задача 2	62
Ситуационно-аналитическое задание.....	63
Кейс.....	65

Тема 5. Анализ конкурентоспособности товаров и услуг	67
Содержание темы	67
Тестовые задания.....	68
Расчетная задача 1	77
Расчетная задача 2	78
Ситуационно-аналитическое задание.....	78
Кейс.....	79
Тема 6. Методы анализа конкурентоспособности фирмы.....	79
Содержание темы	79
Тестовые задания.....	79
Расчетная задача 1	86
Расчетная задача 2	87
Ситуационно-аналитическое задание.....	88
Кейс.....	88
Тема 7. Методы оценки конкурентоспособности объектов.....	89
Содержание темы	89
Тестовые задания.....	89
Расчетная задача 1	97
Расчетная задача 2	97
Ситуационно-аналитическое задание.....	100
Кейс.....	105
Тема 8. Сравнительная оценка конкурентоспособности фирм	107
Содержание темы	107
Тестовые задания.....	108
Расчетная задача 1	114
Расчетная задача 2	116
Ситуационно-аналитическое задание.....	117
Кейс.....	128
Тема 9. Сущность и принципы стратегического управления туристической фирмой.....	133
Содержание темы	133
Тестовые задания.....	134
Расчетная задача 1	142
Расчетная задача 2	145

Ситуационно-аналитическое задание.....	145
Кейс.....	146
Тема 10. Цель, задачи и особенности формирования плана повышения конкурентоспособности туристической фирмы.....	155
Содержание темы	155
Тестовые задания.....	155
Расчетная задача 1	163
Расчетная задача 2	166
Ситуационно-аналитическое задание.....	166
Кейс.....	168
Тема 11. Туристическая фирма и международная туристическая индустрия: анализ внешней и внутренней среды фирмы	175
Содержание темы	175
Тестовые задания.....	175
Расчетная задача 1	184
Расчетная задача 2	185
Ситуационно-аналитическое задание.....	186
Кейс.....	190
Тема 12. Разработка маркетинговых программ плана повышения конкурентоспособности организации	196
Содержание темы	196
Тестовые задания.....	196
Расчетная задача 1	202
Расчетная задача 2	203
Ситуационно-аналитическое задание.....	204
Кейс.....	207
Тема 13. Разработка финансовой части плана повышения конкурентоспособности фирмы и оценка рисков	211
Содержание темы	211
Тестовые задания.....	211
Расчетная задача 1	217
Расчетная задача 2	218
Ситуационно-аналитическое задание.....	218
Кейс.....	218

Тема 14. Система стандартизации в туризме и направления её совершенствования	219
Содержание темы	219
Тестовые задания.....	219
Расчетная задача 1	223
Расчетная задача 2	224
Ситуационно-аналитическое задание.....	225
Кейс.....	227
Тема 15. Подтверждение соответствия. Добровольное подтверждение соответствия организаций в туризме	231
Содержание темы	231
Тестовые задания.....	231
Расчетная задача 1	236
Расчетная задача 2	236
Ситуационно-аналитическое задание.....	236
Кейс.....	237
Тема 16. Сертификация систем менеджмента качества. Система стандартов ИСО серии 9000.	239
Содержание темы	239
Тестовые задания.....	240
Расчетная задача 1	247
Расчетная задача 2	247
Ситуационно-аналитическое задание.....	249
Кейс.....	251
Тема 17. Участие российского бизнеса в международных туристических услугах в рамках Всемирной торговой организации	255
Содержание темы	255
Тестовые задания.....	255
Расчетная задача 1	262
Расчетная задача 2	265
Ситуационно-аналитическое задание.....	266
Кейс.....	267
Список рекомендуемой литературы	269

Тема 1. Понятие и сущность конкурентоспособности страны, региона, фирмы

Содержание темы

Понятие, сущность и трактовка конкурентоспособности на различных уровнях экономики. Научные подходы к выявлению и созданию преимуществ. Теория сравнительных преимуществ Д. Риккардо и М. Портера. «Правило Ромба» для конкурентных преимуществ. Понятие и сущность конкурентоспособности страны, конкурентоспособности региона, конкурентоспособность организации. Базовые факторы экономики России. Факторы эффективности экономики России. Инновационные факторы в экономике России и организация инновационных зон и кластеров. Роль государственной политики в развитии конкурентоспособности. Существующие государственные программы модернизации экономики. Пути решения проблем конкурентоспособности с помощью мер государственного регулирования. Стратегическая конкурентоспособность России до 2020 г. Роль и место туристического бизнеса в экономике России.

Тестовые задания

Количество тестовых заданий в теме 1 – 30, из них 25 тестовых заданий в закрытой форме, 4 тестовых задания в открытой форме, 1 тестовое задание на установление соответствия.

Задание 1.

Выберите правильный ответ

Удержанию конкурентного преимущества способствует

- а) воспроизводство основных средств
- б) повышение доходов населения
- в) развитость кластеров в экономике страны
- г) инновационная деятельность
- д) предпринимательская деятельность
- е) финансовая деятельность

Задание 2.

Выберите правильный ответ

Детерминанты конкурентного преимущества страны или

национальный ромб - это

- а) взаимосвязь элементов структуры экономики
- б) система, компоненты которой взаимно усиливаются
- в) соотношение доходов и расходов страны
- г) внешнеторговый оборот страны
- д) инфляционные процессы
- е) система взаимосвязанных показателей эффективности

Задание 3.

Выберите правильный ответ

Россия по прогнозу Всемирной Туристской Организации к 2020 году по популярным направлениям туризма может войти

- а) в первую десятку стран
- б) во вторую десятку стран
- в) в третью десятку стран
- г) в четвертую десятку стран
- д) данного прогноза не осуществлялось

Задание 4.

Выберите правильный ответ

Обеспечение развития и усиления конкурентных преимуществ организаций, регионов, стран достигается путем определения территорий опережающего роста

- а) определения приоритетных отраслей экономики
- б) создания, освоения и коммерциализации инноваций в различных отраслях экономики
- в) создания новых рабочих мест
- г) создания крупных высших учебных заведений
- д) создания инновационных организаций

Задание 5.

Выберите правильный ответ

Правило ромба формирует окружение, которое поддерживает кластеры

- а) конкурентоспособных отраслей
- б) базовых отраслей
- в) смежных отраслей

- г) приоритетных отраслей
- д) стратегических отраслей

Задание 6.

Дайте определение

Роль внутренней конкуренции иллюстрирует работу ромба как

Задание 7.

Выберите правильный ответ

М. Портер выделял количество уровней конкурентных преимуществ

- а) один
- б) два
- в) три
- г) четыре
- д) пять
- е) шесть

Задание 8.

Установите соответствие

Установите соответствие между конкурентными преимуществами групп по значимости и их пояснениями.

а)	Конкурентные преимущества низшего ранга	а)	Репутация фирмы, мотивация персонала, менеджеров фирмы, региональные аспекты, связи с клиентами, инвестиционная привлекательность
б)	Преимущества более высокого порядка	б)	Запатентованная технология, дифференциация на основе уникальных свойств продукции, высокий профессионализм персонала
в)	Преимущества высокого порядка	в)	Дешевое сырье, рабочая сила, масштабы производства

Задание 9.

Выберите правильные ответы

Конкурентоспособность страны определяется с помощью формализованных показателей

а) затрат факторов производства на единицу продукции, приведенные к курсу национальной валюты

б) рыночных квот

в) средних доходов на одну фирму

г) суммы оборота по импорту

д) сальдо внешнеторгового баланса

е) средних расходов на одну фирму

Задание 10.

Выберите правильный ответ

Конкурентоспособность страны следует рассматривать через призму международной конкурентоспособности не отдельных ее фирм, а кластеров – объединений фирм различных отраслей, причем принципиальное значение имеет способность этих кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы. Это определение было сформулировано

а) Д. Риккардо

б) М. Портером

в) В.П. Горевым

г) И. Ансоффом

д) Р. Фатхутдиновым

Задание 11.

Выберите правильный ответ

Конкурентоспособность любой экономической системы включает доходы и расходы

а) конкурентные позиции и конкурентные преимущества

б) прогнозы и планы

в) качественные и количественные факторы

г) анализ и планирование

Задание 12.

Выберите правильный ответ

Совокупность конкурентных преимуществ (от 1 до n) позволяет определить

а) основных конкурентов на рынке

б) долю туристической фирмы на рынке

- в) интегральную оценку всех конкурентных преимуществ
- г) развитие туристической фирмы
- д) прибыль на перспективу

Задание 13.

Дайте определение

Конкурентоспособность организации - это ее способность производить и реализовывать на рынке требуемый потребителем товар или _____ .

Задание 14.

Выберите правильные ответы

Общие принципы, обеспечивающие конкурентные преимущества, - это

- а) близость организации к клиентам
- б) создание системы поощрения
- в) возможность диверсификации производства
- г) создание автономии и творческой атмосферы в организации
- д) минимум уровней управления
- е) система распределения прибыли

Задание 15.

Выберите правильные ответы

Уровни оценки конкурентоспособности

- а) товарный
- б) микроуровень
- в) мезоуровень
- г) кластерный
- д) комплексный
- е) индивидуальный

Задание 16.

Выберите правильный ответ

Конкурентная стратегия фирмы - это

а) сознательный выбор набора различных действий фирмы для достижения конкурентных целей и предоставление покупателю уникального сочетания ценностей в товарах или услугах

б) конкурентное преимущество фирмы в технической и технологической сфере

в) план мероприятий по повышению конкурентоспособности для достижения стратегических целей

г) график выполняемых работ и оказываемых услуг в соответствии с годовой программой выпуска

д) миссия фирмы на рынке выпускаемой продукции

Задание 17.

Выберите правильный ответ

Конкурирующие фирмы - это

а) имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу

б) конкуренты на одном географическом сегменте

в) имеющие одни и те же рынки сбыта, однородный ассортимент продукции и соизмеримые объёмы сбыта продукции

г) находящиеся на одной стадии жизненного цикла

д) распространяющие свои товары только в целевых сегментах рынка

Задание 18.

Выберите правильный ответ

Внешние характеристики фирмы, которые относятся к оценке потенциала фирмы, - это

а) доля, занимаемая фирмой на рынке

б) имидж, репутация фирмы

в) средняя длительностью жизненного цикла товара на рынке

г) производственные и торгово-сбытовые мощности

д) торговая марка фирмы

Задание 19.

Выберите правильные ответы

Прогнозирование конкурентоспособности фирмы включает оценку потенциала

а) научно-технического, состояние НИОКР

б) финансово-кредитного

в) фирм конкурентов смежных товаров

- г) ресурсного потенциала и эффективности его использования
- д) фирм конкурентов смежных услуг

Задание 20.

Выберите правильные ответы

Объектом конкуренции на рынке является

- а) фирма – производитель товаров/ услуг
- б) товары и услуги фирм
- в) потенциал фирм, работающих в одном сегменте рынка
- г) рынки сбыта товаров и услуг
- д) фирмы, занятые в другом секторе экономики

Задание 21.

Выберите правильные ответы

Сбытовые факторы конкурентоспособности фирмы включают

- а) ассортиментную политику и качество продукции
- б) долю рынка и темпы роста продаж
- в) форму расчета с поставщиками
- г) транспортабельность товара и надежность поставки
- д) послепродажное обслуживание

Задание 22.

Выберите правильный ответ

Фундаментальная рыночная ниша - это

- а) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги
- б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурентами
- в) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары и услуги, производимые фирмой
- г) совокупность целевых сегментов рынка
- д) целевой сегмент для которых подходят товары и услуги, производимые фирмой

Задание 23.

Выберите правильный ответ

Термин «неценовая конкуренция» означает

- а) конкуренцию между фирмами, отличающуюся особо крупными размерами,

б) конкуренцию между фирмами с широкой диверсификацией и устойчивым ростом

в) метод ведения конкурентной борьбы, при котором конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара

г) стратегия конкурентной борьбы, заключающаяся в выпуске ограниченного количества узкоспециализированной продукции высокого качества

д) конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения

Задание 24.

Выберите правильный ответ

Потребность в трудовых ресурсах возрастает с развитием международного туризма, поскольку для обслуживания одного иностранного туриста требуется около

а) 5 человек

б) 6 человек

в) 7 человек

г) 8 человек

д) 9 человек

е) 10 человек

Задание 25.

Выберите правильный ответ

Конкурентные преимущества региона определяются следующими группами факторов

а) конкурентоспособностью трудовых ресурсов

б) гибкостью финансовой системы

в) высоким уровнем образования населения страны

г) сильной конкуренцией во всех сферах деятельности на основе знаний

д) низкими налоговыми и таможенными ставками

е) конкурентоспособностью страны, в которую входит регион

Задание 26.

Выберите правильный ответ

Ранговый метод оценки конкурентоспособности региона состоит в определении

- а) места региона среди прочих территориальных преобразований
- б) сравнения регионов первого и последнего места
- в) значения максимального и минимального места региона
- г) среднего значения места за два года
- д) среднего значения места за три года
- е) среднего значения места за четыре года

Задание 27.

Дайте определение

Позиция, которую та или иная организация занимает в отрасли в соответствии с результатами своей деятельности или в соответствии со своими преимуществами или недостатками — это

Задание 28.

Выберите правильные ответы

Показатели для оценки конкурентоспособности страны

- а) средняя продолжительность жизни
- б) расходы из госбюджета на НИОКР
- в) расходы из госбюджета на развитие человека
- г) уровень развития промышленности
- д) уровень развития услуг
- е) прирост населения в стране

Задание 29.

Выберите правильные ответы

Факторы, определяющие конкурентоспособность страны

- а) эффективность промышленного производства
- б) ресурсы и инфраструктура
- в) состояние и развитие финансовой системы страны
- г) количество денег в стране
- д) число выпускников из технических вузов за три года
- е) число введенных метров квадратных жилья

Задание 30.

Выберите правильный ответ

Система оценки конкурентоспособности страны Всемирным банком включает ... показателей.

- а) 5
- б) 7
- в) 8
- г) 9
- д) 10
- е) 11

Ответы к тестовым заданиям

№ теста	Ответ	№ теста	Ответ	№ теста	Ответ
1	г	11	а	21	в, г
2	б	12	в	22	в
3	а	13	услугу	23	в
4	б	14	а, г, д	24	д
5	а	15	а, б, в	25	е
6	системы с внутренним усилением	16	а	26	а
7	в	17	а	27	конкурентная позиция
8	а-в; б-а; в-б	18	г	28	а, б, в
9	а, б, д	19	а, б, г	29	а, б, в
10	б	20	а, б, г	30	в

Расчетная задача 1

Используя данные таблицы 1.1, раскройте экономическую сущность туристической деятельности Российской Федерации.

Заполните недостающие данные таблицы за 2016 год и последующие годы.

Рассчитайте динамику показателей и их оцените.

Определите роль отдельных регионов или территорий, повлиявших на изменение данных показателей.

Выявите факторы, повлиявшие на данные показатели и изменение эффективности развития туристического сектора России в 2011-2015 гг. и последующие годы .

Таблица 1.1 – Экономическая эффективность развития туристического сектора в России в 2011-2015 гг. и последующие годы в реальных ценах (млрд. руб.)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016 и послед. д. годы
Туристский экспорт	577,0	601,1	657,4	735,4	715,6	
Национальный туризм	2045,4	2179,2	2250,2	2277,0	2132,8	
Туризм в пределах страны (графы 1+2)	2601,7	2622,4	2907,5	3012,4	2848,4	
Закупки тур-операторов в т.ч. импорт (у сторонних поставщиков)	-1695,9	-1799,8	-1884,3	-1951,9	-1842,7	
Прямой вклад путешествий и туризма в ВВП (графы 3+4)	926,5	980,4	102 ,3	1060,5	1005,6	
Количество рабочих мест за счет путешествий и туризма (прямой вклад)	925,5	934,2	976 ,6	982 ,3	974 ,5	

Продолжение таблицы 1.1						
Общее количество рабочих мест с учетом сопутствующих отраслей	3788,9	3838,8	3971,3	3960,9	3880,4	
Выездной туризм	1324,7	1685,8	2018,7	2111,3	1919,8	

Расчетная задача 2

Оцените перспективы развития делового туризма.

Вставьте недостающие показатели в предоставленный текст.

В целом по миру на его долю приходится всех совершаемых за границу поездок в 2014 году - __%, в 2016 году - ____% и последующие годы.

Аналитики американской Национальной ассоциации деловых поездок (National Business Travel Association) прогнозируют, что общие расходы на деловые поездки в 2013 г. возрастут на ____% и последующие годы.

Деловой туризм помогает развивать ряд других отраслей, таких как: _____

(перечислите)

Туристическая компания, работающая на корпоративного клиента, нередко предоставляет полный пакет всех сопутствующих услуг:

(перечислите)

Примерно ____% всех мест в отелях по всему миру заполняется за счет деловых поездок.

По данным ВТО, объем делового туризма в мире ежегодно увеличивается на ____%. «По объему пассажиропотока на авиалиниях, по которому принято судить о динамике сегмента делового туризма, лидерами являются»:

(перечислите)

Прогнозируется, что к 2020 г. ____% туристов будут приезжать в Россию именно с деловыми целями. В том же году по прогнозам объемы доходов от делового туризма в России возрастут в ____ раз и составят _____ млрд долл.

Решение задания предполагает:

- указание источника информации;
- анализа изменения в динамике показателей;
- выявления факторов, влияющих на изменение показателей.

Ситуационно-аналитическое задание

Дайте понятие дестинации и характеристику ее типам.

Раскройте геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации, используя данные схемы 1.1.

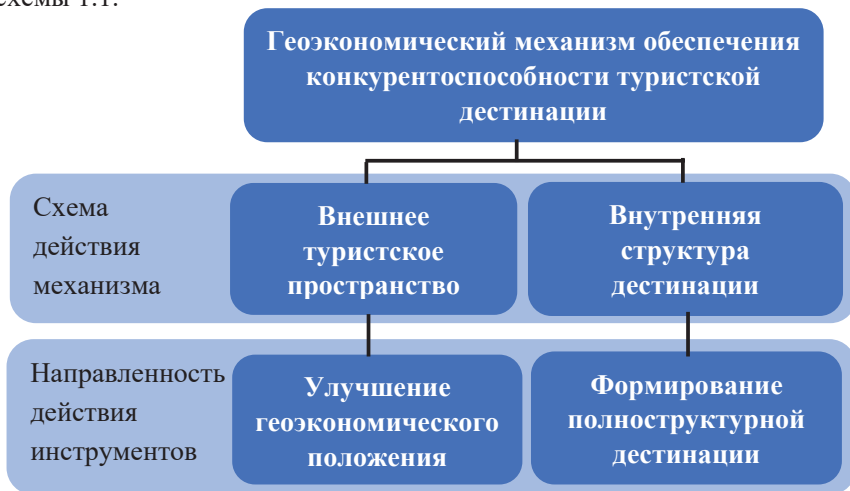


Схема 1.1 - Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации

Что означает улучшение геоэкономического положения туристской дестинации (например, страны)?

Дайте понятиям «зоны поляризованной структуры туристского пространства» и с какой целью проводят данную классификацию?

С помощью каких инструментов можно улучшить геоэкономическое положение дестинации, не изменяя географического расположения?

Как влияет на конкурентоспособность страны изменения ее территорий и влияния внешних факторов? Приведите пример.

Кейс

Республика Молдова обладает большим разнообразием достопримечательностей, огромным туристическим потенциалом, а также некоторыми уникальными местами паломничества и туристического притяжения.

Культурно-туристическое наследие страны включает более 15 тысяч антропологических туристических достопримечательностей, свыше 300 значимых природных заповедников, несколько тысяч доисторических объектов, около 50 древних цитаделей, 500 поселений раннего средневековья, множество средневековых земляных крепостей, 6 средневековых каменных крепостей (в разных стадиях консервации), свыше 1000 памятников архитектуры, находящихся под охраной государства, около 50 православных монастырей и др.

Однако, тем не менее, этой отрасли не уделялось до недавнего времени должного внимания. Только в 2006 г. Законом об организации и осуществлении туристической деятельности, развитие туризма было признано приоритетным направлением, а актуальной задачей стало превращение этой деятельности в отрасль активно участвующую в формировании ВВП. Статья 4 закона предусматривает, что «государство поддерживает туризм как одну из приоритетных областей национальной экономики посредством экономических механизмов и мер по благоустройству и охране туристического достояния, создавая условия для устойчивого развития туризма».

При этом, туристический потенциал страны использован далеко не в полной мере. Развитие туристической деятельности в республике характеризуется следующими показателями, по данным 2013 г.:

количество коллективных структур по приему туристов с функциями размещения - 264, вместимостью 27,9 тыс. мест (в 2006 г. соответственно 211 и 27,3 тыс. мест), в т.ч. гостиниц и аналогичных структур – 119 (76), из них 47,0% - 3-5-ти звёздочные; использование гостиничного потенциала размещения туристов – 21,2 % (30,9%); численность размещенных туристов – 271,5 тыс. (312,0%); численность иностранных туристов прибывших в Молдову – 13150 (14239); число внутренних туристов – 34172 (50820).

Туризм становится одним из важных секторов экономики. Следует отметить, что туризм способствует развитию экономики посредством накопления капитала в 12 видах деятельности, свойственных отрасли, привлекая в свою деятельность около 20 смежных отраслей, предоставляющих примерно 140 услуг, присущих туризму: общественное питание, транспорт, производство и реализация товаров, оборудования, сувениров, культурные, спортивные, развлекательные мероприятия, медицинские услуги и т. д.

Несмотря на то, что Молдова занимает небольшую площадь, она обладает значительным потенциалом для развития туризма. Среди приоритетных форм туризма выделяются: сельский туризм, виноградарско-винодельческий, культурный и лечебно-оздоровительный. Однако развитие этой отрасли в стране сталкивается с определенными трудностями, среди которых следует отметить: неравномерное развитие видов туризма; недостаточное использование экономическими агентами большинства видов туризма; недостаточное продвижение и освоение на туристическом рынке Молдовы потенциала всех видов туризма.

В тоже время, одним из факторов, препятствующих развитию этой отрасли является недостаточное развитие туристической инфраструктуры, включая гостиничную, питание, транспортные услуги. В этой связи, следует отметить, что только 93 из структур, занимающихся размещением туристов, классифицированы, но без гарантий соответствия стандартам; ощущается дефицит 2-х звездочных структур на рынке туристических услуг, находящихся в хорошем состоянии (с приемлемыми ценами); рынок перенасыщен

дорогостоящими отелями; структуры, занимающиеся размещением, используют жесткую ценовую политику; основная часть этих структур сконцентрирована в столице, большинство сельских зон не располагает гостиницами.

Учитывая значимость туристической индустрии для социально-экономического развития Республики Молдова, в 2014 г. была принята Стратегия развития туризма в Молдове «Туризм 2020» и План действий по её внедрению в 2014-2016 г.г.

Целью стратегии является стимулирование туристической деятельности в Республике Молдова путем развития внутреннего и въездного туризма. Основными задачами являются:

- приведение законодательства в области туризма в соответствие с международными стандартами,
- освоение национального туристического потенциала и продвижение имиджа страны,
- развитие регионального туризма,
- повышение уровня профессиональной подготовки специалистов и качества туристических услуг,
- модернизация туристической индустрии путем использования информационных технологий.

Основу туристической деятельности составляют формы туризма. В стратегии отмечается их неравномерное освоение и развитие в Республике Молдова. Самыми распространенными формами являются виноградно-винодельческий, деловой, сельский, курортный, религиозный и экскурсионный. Менее освоены культурный, гастрономический, социальный, спортивный, автомобильный, выходного дня, городской, ностальгический и экологический туризм. В перспективе будут развиваться формы академического, транзитного, водного, лечебно-оздоровительного и приключенческого туризма.

Согласно стратегии, в Молдове предусматривается создать 40 сертифицированных маршрутов и 4 национальных, присоединенных к европейским туристическим маршрутам; реабилитировать 20 туристических объектов, благоустроить 5 оборудованных зон для досуга, построить 2 спорткомплекса и 50 привалов для туристов. В

результате внедрения планируемых мероприятий прогнозируется рост числа внутренних туристов на 4% в год, а по въездному туризму — на 3% в год. Планируется, что доходы от туристической деятельности только в рамках внутреннего туризма и въездного туризма в 2014-2020 гг. составят около 1,1 млрд. леев.

Актуальной задачей остается развитие туристической инфраструктуры, включая гостиничную. В этом отношении предусматривается:

- ускорение проведения классификации структур, занимающихся размещением туристов,
- использование активной политики развития структур, занимающихся размещением в сельской местности,
- усиление контроля за качеством услуг, предоставляемых структурами, занимающимися размещением.

Успешное решение задач развития туристической индустрии во многом зависит от интеллектуального потенциала отрасли, качества подготовки специалистов в области туризма. В этом отношении, значительная роль принадлежит Кооперативно-торговому университету Молдовы, который осуществляет подготовку специалистов I (лицензиат) и II (магистр) ступеней высшего образования в сфере туризма. Участие университета в международном проекте TEMPUS 544191-TEMPUS-1-2013-1-PT «Licence Masters professionnels en management des activités hôtelières pour le développement de l'industrie touristique en Géorgie, Azerbaïdjan et Moldavie» (LMPH), целью которого является совершенствование образовательных программ в этой области на основе европейского опыта, будет способствовать улучшению подготовки специалистов в сфере туристического бизнеса, а, следовательно, и развитию туризма в Республике Молдова.

Реализация стратегических задач развития туристической деятельности в республике позволит укрепить потенциал этой отрасли, увеличить ее участие в формировании ВВП, расширить международное сотрудничество в области туризма и укрепить имидж страны на международном рынке туристических услуг.

Определите систему показателей конкурентоспособности развития туристической деятельности страны.

Рассчитайте и выявите отдельные показатели конкурентоспособности страны.

Проранжируйте данные показатели по значимости от наибольшего значения к наименьшему; от более значимого к менее значимому.

Соответствует ли динамика показателей с общемировыми показателями?

Сравните данные показатели с показателями другой страны, которая на Ваш взгляд имеет схожие условия для туризма.

Определите направления возможные для адаптации в туристической деятельности в России.

Тема 2. Теория управления конкурентными преимуществами

Содержание темы

Сущность и классификация категории ценностей. Изучение методических основ управления конкурентными преимуществами объектов. Классификация конкурентных преимуществ различных объектов. Оценка потенциала и качества системы управления организацией. Классификация конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества туристической фирмы.

Тестовые задания

Количество тестовых заданий в теме 2 – 27, из них 27 тестовых заданий в закрытой форме.

Задание 1.

Выберите правильный ответ

Формирование стратегических конкурентных преимуществ туристской фирмы заключается в предоставлении услуг, которые должны

- а) позволять клиентам приобретать туры со скидками
- б) позволять возвращать оплаченный туристический пакет в любое время

в) удовлетворять и даже превосходить ожидания целевых клиентов

г) удовлетворять клиентов ценовой политикой

д) удовлетворять ожидания клиентов в экскурсионных программах

Задание 2.

Выберите правильные ответы

Конкурентный потенциал фирмы включает

а) количество потребителей продукции, товаров, услуг

б) оборотный капитал

в) ноу-хау

г) информационные технологии

д) конкурентные преимущества организации в сферах науки, техники

е) цены на ресурсы

Задание 3.

Выберите правильный ответ

Экономический вид получаемого эффекта от реализации преимущества, - это

а) прирост добавленной стоимости на одного работника

б) повышение эргономичности производства

в) уменьшение отходов производства

г) освоение ресурсосберегающих технологий

д) сокращение срока окупаемости инвестиций

е) освоение нанотехнологий

Задание 4.

Выберите правильные ответы

Виды получаемого эффекта от реализации преимущества, это

а) организационный

б) инвестиционный

в) политический

г) экологический

д) социальный

е) научно-технический