

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

\_\_\_\_\_ В.Н. Шимов  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 г.

Регистрационный № УД-1643-14/баз.

## **Конкурентоспособность предприятий туристической индустрии**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для магистрантов по специальности  
1-25 81 11 «Экономика и управление туристской индустрией»

2014

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Волонцевич Е.Ф.*, заведующий кафедрой управления туризмом Учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет”, кандидат экономических наук, доцент.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Микулич И.М.*, заведующий кафедрой экономики торговли Учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет”, кандидат экономических наук, доцент;

*Гайдукевич Л.М.*, заведующий кафедрой международного туризма Учреждения образования “Белорусский государственный университет”, доктор исторических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой управления туризмом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», (протокол № \_\_ от \_\_ 2014 );

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», (протокол № \_\_ от \_\_ 2014).

Ответственный за редакцию: Волонцевич Е.Ф.

Ответственный за выпуск: Волонцевич Е.Ф.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Конкурентоспособность предприятий туристической индустрии» разработана в соответствии с образовательным стандартом второй ступени высшего образования (магистратуры) по специальности 1-25 81 11 «Экономика и управление туристской индустрией» и является составной частью комплекса специальных дисциплин, формирующих уровень качества подготовки магистров по программе «Управление и обучение в туристской индустрии».

*Цель преподавания дисциплины* – подготовка к работе в условиях конкурентных рыночных отношений, помощь в получении навыков оценки уровня конкурентоспособности предприятия туристической индустрии, разработке эффективной конкурентной стратегии.

В соответствии с указанной целью при изучении дисциплины ставятся следующие *задачи*, основной среди которых является помощь в изучении:

- содержания конкуренции, ее роли в развитии рыночных субъектов, особенностей на рынках различных товаров и услуг;
- сущности факторов и сил конкуренции, механизма их взаимодействия;
- категории «конкурентоспособность», ее видов, составляющих, методологии и методики исследования на разных уровнях проявления;
- основ формирования конкурентной стратегии организации, источников и способов обеспечения конкурентных преимуществ.

.В результате изучения дисциплины будущий магистр будет иметь достаточный уровень знаний в области обеспечения конкурентоспособности предприятий туристической индустрии, что позволит ему успешно осуществлять практическую деятельность на ее объектах.

При изучении дисциплины «Конкурентоспособность предприятий туристической индустрии» используются следующие методы обучения и формы организации занятий:

- лекции;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;

- тренинги и деловые игры;
- консультации преподавателя;
- самостоятельная работа, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к занятиям, выполнение письменных работ.

Изучив дисциплину «Конкурентоспособность предприятий туристической индустрии», обучаемый должен:

*знать:*

- основы теорий конкуренции;
- сущность факторов, сил конкуренции, источников формирования конкурентных преимуществ;
- элементы стратегии повышения конкурентоспособности организации;
- методику оценки конкурентоспособности предприятия в условиях рынка,

*уметь:*

- оценить сильные и слабые стороны организации с целью определения уровня ее конкурентоспособности;
- провести анализ уровня конкуренции на рынке и выбрать базовую конкурентную стратегию;
- разработать стратегию повышения конкурентоспособности организации организации.

*иметь навыки:*

- В разработке конкурентных стратегий функционирования предприятий туристической индустрии .
- применения технических средств ведения исследований;
- использования нормативной документации.

Всего часов по дисциплине 66, из них аудиторных 30 (2 зачетные единицы), в том числе 18 часов – лекции, 12 часов – практические занятия.

Рекомендуемая форма контроля знаний – зачет.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		лекции	практические занятия
1.	Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка	2	1
2.	Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка	4	1
3.	Конкурентоспособность как критерий развития хозяйствующего субъекта	4	2
4.	Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	2	4
5.	Конкурентное поведение и конкурентная стратегия	4	2
6.	Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	2	2
	<b>ВСЕГО</b>	<b>18</b>	<b>12</b>

**СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА****Тема 1. Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка**

Создание и развитие теории конкуренции. Новизна теории конкуренции А.Смита. Обзор различных точек зрения по вопросу определения понятий. Отличия трактовки конкуренции в определениях различных авторов. Поведенческая, структурная, функциональная, иные трактовки конкуренции. Основы формирования современной теории конкуренции и конкурентоспособности.

Сущность и классификация рыночной конкуренции. Рыночная конкуренция. Классификация конкуренции по различным признакам. Виды конкуренции. Формы конкуренции. Методы конкуренции. Сфера действия конкуренции. Интенсивность проявления конкуренции. Уровни конкуренции. Субъекты конкуренции.

Экономические основы конкуренции в туристической индустрии. Содержание конкуренции. Конкуренция как процесс управления. Субъекты и объекты конкурентных отношений. Цели конкуренции. Роль конкуренции в условиях современного рынка. Необходимость повышения качества товаров и услуг, снижения цен, экономии затрат и ресурсов, использования инноваций и др.

## **Тема 2. Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка**

Силы конкурентного соперничества между субъектами хозяйствования. Понятие «конкурентной арены» по М.Портеру. «Центральный ринг» конкурентной арены. Конкуренция товаров-субститутов. Потенциальная конкуренция. Конкуренция со стороны продавцов и покупателей.

Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы. Объективные и субъективные факторы. Проявления отдельных факторов в различных силах конкуренции. Оценка степени влияния каждой из сил конкуренции. Средневзвешенный балл экспертной оценки. Применение анализа факторов для прогноза развития конкуренции.

Сила конкурентной борьбы при различных формах рыночной конкуренции. Исследование конкуренции на рынке. Диагностика конкуренции на рынке. Методика анализа реакции конкурента (по М.Портеру). Возможности экспресс-оценки конкуренции с использованием маркетингового подхода.

Интенсивность конкуренции и ее диагностика. Понятие интенсивности конкуренции. Оценка интенсивности. Возможные варианты оценки интенсивности конкуренции. Четырехдольный показатель силы конкуренции. Индекс Херфиндаля-Хершмана. Динамический и статический коэффициенты интенсивности конкуренции. Обобщающий показатель интенсивности конкуренции. Показатели, принятые законодательством Республики Беларусь для определения интенсивности конкуренции.

### **Тема 3. Конкурентоспособность как критерий развития хозяйствующего субъекта**

Конкурентное преимущество. Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Ценностный подход к формированию конкурентных преимуществ. Система ценностей организации. Цепочка ценностей организации.

Классификация ценностей и конкурентных преимуществ организации. Вид, содержание, способ существования, сущность, динамичность и форма проявления, место появления, уровень стабильности, масштаб. Источники формирования конкурентных преимуществ современной организации. Классификация конкурентных преимуществ. Признаки классификации: отношение к системе, сфера возникновения, содержание фактора, время реализации, место реализации, вид получаемого результата.

Иерархическая структура конкурентоспособности. Подходы и уровни определения конкурентоспособности. Макро-, мезо- и микроуровни конкурентоспособности. Конкурентоспособность национальной экономики, отрасли, организации, товара, персоны.

Формирование конкурентоспособности. Взаимосвязь категорий «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества». Логическая схема

реализации конкурентных преимуществ. Формирование конкурентоспособности организации на основе конкурентных преимуществ. Интегральная оценка конкурентных преимуществ.

Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества организации. Ключевые факторы успеха. Роль ключевых факторов успеха в формировании конкурентных преимуществ. Стратегические и тактические ключевые факторы успеха. Устойчивое и сбалансированное развитие как проявление конкурентоспособности организации.

#### **Тема 4. Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии**

Методические основы оценки конкурентоспособности. Требование конкретности рынка и объекта оценки конкурентоспособности. Классификация основных методов, приемов анализа конкурентоспособности и области их применения. Специфические принципы оценки конкурентоспособности отдельных объектов.

Основы оценки конкурентоспособности персонала и конкурентоспособности товара. Внешние и внутренние конкурентные преимущества персонала. Экспертный подход к оценке конкурентоспособности персонала. Методика оценки конкурентоспособности однопараметрических объектов. Методика оценки конкурентоспособности товара по системе 1111-5555. Экспертная оценка конкурентоспособности продукции. Многоугольник оценки конкурентоспособности продукции.

Модели и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Методика оценки конкурентоспособности организаций. Сущность теории эффективной конкуренции как метода оценки конкурентного статуса организации. Основные



направления оценки деятельности организации и варианты их выбора. Приемы и методы расчета показателей и их сравнения.

Интегральная оценка конкурентного статуса предприятия. Необходимость интегральной оценки конкурентного статуса организации. Обзор различных методических подходов. Формирование интегрального показателя экспресс-оценки конкурентоспособности. Метод теории желательности и его применение. Интегрирование конкурентоспособности отдельных видов выпускаемой продукции. Использование формулы товаров и рынков. Интегрирование номенклатуры показателей конкурентоспособности. Шкала И.Ансоффа.

Рейтинговая оценка конкурентоспособности. Применение рейтинговых оценок для интегральной оценки конкурентоспособности организаций. Этапы и порядок формирования рейтингов.

## **Тема 5. Основы формирования конкурентной стратегии предприятия туристической индустрии**

Конкурентное поведение и конкурентная стратегия. Типы конкурентного поведения. Понятие конкурентной стратегии. Конкурентная стратегия в широком смысле и ее место в стратегическом управлении организацией. Конкурентная стратегия в узком смысле.

Виды и цель конкурентных стратегий. Виды конкурентных стратегий. Цель конкурентной стратегии. Виды базовых конкурентных стратегий по М.Портеру. Модификация конкурентных стратегий. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии. Виды наступательных стратегий. Виды оборонительных конкурентных стратегий. Основания применения наступательных и оборонительных конкурентных стратегий.

Современная классификация конкурентных стратегий. Виолентная, пациентная, эксплерентная, коммутантная стратегии. Конкурентные стратегии по Ф.Котлеру. Стратегии лидера рынка. Стратегии претендентов на лидерство. Стратегии последователя. Стратегии нишевика.

Использование конкурентных стратегий. Возможности использования конкурентных стратегий. Зависимость принимаемой конкурентной стратегии от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей. Особенности и условия применения отдельных стратегий. Зависимость стратегии от уровня жизненного цикла отрасли.

## **Тема 6. Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии**

Цели повышения конкурентоспособности предприятия. Формирование целей стратегии повышения конкурентоспособности организации. Виды целей. Требования к целям. Формирование системы целей во взаимосвязи с факторами обеспечения конкурентоспособности организации. Направления повышения конкурентоспособности организации. Перечень основных направлений для современной организации. Содержание работ по отдельным направлениям. Формирование дерева целей и показателей по отдельным направлениям.

Структура стратегии повышения конкурентоспособности организации. Перечень разделов стратегии повышения конкурентоспособности организации. Общий порядок разработки стратегии. Оценка качества разработанной стратегии.

Внутренние факторы реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Обеспечение реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации. Правовое обеспечение. Методическое обеспечение. Ресурсное обеспечение. Информационное

обеспечение. Организационно-психологическое обеспечение. Инновационное обеспечение.

Формирование конкурентной среды как условие обеспечения конкурентоспособности. Факторы, влияющие на формирование конкурентной среды региона и отрасли. Факторы формирования конкурентного потенциала региона и отрасли. Система кластеров и ее роль в обеспечении конкурентоспособности. Приоритеты государственного регулирования входных барьеров в отрасли и регионе.

## **ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

### **Законодательные и нормативные акты**

1. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 10.12.1992 г. № 2034-ХІІ с изменениями и дополнениями.
2. Положение о комиссии по повышению конкурентоспособности экономики. Утверждено Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 382 от 20.03.2003 г. с изменениями и дополнениями.
3. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь «Об утверждении Инструкции по определению доминирующего положения хозяйствующих субъектов на товарных рынках Республики Беларусь» от 17.10.2002 г. № 229.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

- 1 Волонцевич Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: Курс лекций Мн.: БГЭУ, 2003. 93 с.
- 2 Волонцевич Е.Ф., Козлова Г.К. Конкурентоспособность организаций: Практикум / Под ред. Е.Ф. Волонцевич Мн.: БГЭУ, 2005. 83 с.
- 3 Квасникова В.В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум: учеб. Пособие / В.В.Квасникова, О.Н.Жучкевич. Мн.: Новое знание; М.: ИНФРА-М, 2013. 184 с.
- 4 Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. - 2-е изд., стер. М.: Омега-Л, 2008. – 225с.

### Дополнительная:

- 5 Волонцевич Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: Метод. реком. Мн.: БГЭУ, 2000. 48 с.
- 6 Воробьева Л.В. Теории конкуренции и современные основы конкурентоспособности: Учеб. Пособие. Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь. 2002. 122 с.
- 7 Гридчина А.В. Теория и методология разработки стратегий конкурентоспособности / А.В. Гридчина Белгород, 2007. 253 с.
- 8 Конкурентоспособность предприятий и формирование устойчивого развития национальной экономики/ О.В. Авдей и др.; под общ. Ред. А.А. Быкова и М.И. Ноздрина-Плотницкого. Мн.: Мисанта, 2008. 128 с.
- 9 Иванова Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия: учебное пособие / Е.А. Иванова. Ростов на Дону: Феникс, 2008. 161 с.
- 10 Немогай Н.В. Конкурентоспособность предприятия: ответы на экзаменационные вопросы. Мн.: ТетраСистемс, 2010. 112 с.

- 11 Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. Изд. обновленное и расширенное. М.: Вильямс, 2010. 592 с.
- 12 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебное пособие. М.: Изд-во Эксмо, 2004. 544 с.
- 13 Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / Статистический сборник // Минск. Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2014. Электронный ресурс Адрес доступа: <http://www.belstat.gov.by>, дата доступа 18.06.2014г.
- 14 The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation / Jennifer Blanke and Thea Chiesa, editors // Электронный ресурс. Адрес доступа: [www.weforum.org/ttcr](http://www.weforum.org/ttcr), дата доступа 27.02.2014г.