СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc169208898)

[1. Теоретические аспекты международной конкуренции и конкурентоспособности компаний 6](#_Toc169208899)

[1.1. Содержания понятий международная конкуренция и конкурентоспособность организации 6](#_Toc169208900)

[1.2. Методы анализа конкурентов международных компаний 12](#_Toc169208901)

[1.3. Конкурентные преимущества и факторы международной​ конкурентоспособности компаний 19](#_Toc169208902)

[2. Анализ конкуренции и конкурентоспобности туроператоров на европейском рынке туристских услуг 27](#_Toc169208903)

[2.1. Тенденции развития и уровень конкуренции на европейском рынке туристских услуг 27](#_Toc169208904)

[2.2 Оценка конкурентоспособности крупнейших туроператоров европы 50](#_Toc169208905)

[2.3. Определение конкурентных преимуществ и факторов конкурентоспосбности «TUI» 56](#_Toc169208906)

[3. Направления повышения конкурентоспособности европейского туроператора «TUI» 58](#_Toc169208907)

[3.1 Разработка бизнес-плана покупки TUI group Марокканской туристической фирмы «First Class Travel» 58](#_Toc169208908)

[Заключение 65](#_Toc169208909)

[Список использованных источников 70](#_Toc169208910)

[Приложение А Статистика туристических ночей Европы за 2023 г. 75](#_Toc169208911)

[Приложение Б Статистика количества туристических ночей за 2019 и 2023г..76](#_Toc169208912)

[Приложение B Данные туристического сектора по странам 2023 г 77](#_Toc169208913)

Приложение Г Данные о размещении туристов 2023 г.....................................78

# 

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Туризм является одной из самых быстрорастущих отраслей в мире и имеет огромное значение для экономики многих стран, включая страны Европы. Крупные туристические операторы играют важную роль на этом рынке, предлагая путешественникам широкий спектр услуг, включая туры, бронирование отелей, транспортные услуги и многое другое.

Исследование конкурентоспособности крупнейших туристических операторов на европейском рынке туризма имеет высокую актуальность по нескольким причинам.

Во-первых, сильная конкуренция среди туристических операторов насчитывает множество компаний, что ведет к активной борьбе за клиентов и рыночные доли. Исследование конкурентоспособности позволит определить, какие компании являются лидерами и насколько успешными они являются в сравнении с конкурентами.

Во-вторых, туристическая индустрия постоянно меняется под воздействием новых технологий, изменений в потребительском поведении, политической ситуации и других факторов. Исследование конкурентоспособности поможет выявить факторы, определяющие успех туристических операторов на европейском рынке и их способность адаптироваться к изменениям и новым требованиям клиентов.

В-третьих, туристические операторы оказывают значительное влияние на развитие туризма и экономики стран. Исследование конкурентоспособности крупнейших туристических операторов поможет выявить их преимущества и слабые стороны, а также предложить рекомендации для улучшения их деятельности, что способствует развитию туристической индустрии в целом.

В итоге, исследование конкурентоспособности крупнейших туристических операторов на европейском рынке туризма является актуальной задачей, которая позволит лучше понять текущее состояние и перспективы развития туристической индустрии и внести ценный вклад в ее развитие и рост.

Объект исследования: европейский рынок туризма.

Предмет исследования: Конкурентоспособность европейских туристических операторов.

Цель исследования: изучить и оценить уровень конкурентоспособности крупнейших туристических операторов на европейском рынке туризма.

Задачи исследования:

– изучить содержания понятий международной конкуренции и конкурентоспособность организаций;

– исследовать методы анализа конкурентов международных компаний;

– изучить конкурентные преимущества и факторы конкурентоспособности компаний на рынке туристских услуг;

– изучить тенденции развития и уровень конкуренции на европейском рынке туристских услуг;

– оценить конкурентоспособность крупнейших туроператов Европы;

– определить конкурентные преимущества и факторы конкурентоспособности турфирмы «TUI»;

– определить направления повышения конкурентоспособности европейского туроператора «TUI».

В результате данного исследования можно получить обзор текущей ситуации на рынке туризма в Европе, а также предложить рекомендации для улучшения конкурентоспособности туристического оператора Европы.

Исследование, посвященное конкурентоспособности крупнейших туристических операторов на европейском рынке туризма, имеет как теоретическую, так и практическую значимость.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что оно вносит вклад в развитие теории конкуренции в сфере туризма. Исследование помогает понять, какие факторы и стратегии влияют на конкурентоспособность туристических операторов на европейском рынке. Это может включать анализ и оценку конкуренции по ценам, качеству услуг, инновационным подходам и управлению.

Практическая значимость исследования заключается в его применении для разработки более эффективных стратегий управления и роста для туристических операторов. Исследование может помочь операторам определить свои конкурентные преимущества, узнать о слабых местах конкурентов и выработать стратегии, направленные на улучшение конкурентоспособности. Более того, результаты исследования могут быть полезными для принятия решений в области маркетинга, продаж, разработки продуктов и улучшения клиентского опыта.

Таким образом, исследование о конкурентоспособности крупнейших туристических операторов на европейском рынке туризма имеет важное значение как для развития теории конкуренции в сфере туризма, так и для практического применения в управлении и развитии туристических операторов.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ

# 1.1. СОДЕРЖАНИЯ ПОНЯТИЙ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Международная конкуренция и конкурентоспособность – два ключевых понятия в современном мире. Они играют важную роль в экономическом развитии страны и ее участии в международной арене. Международная конкуренция относится к соревновательному взаимодействию между различными странами, где они стараются достичь преимущества в экономической сфере. Конкурентоспособность, в свою очередь, относится к способности страны или организации конкурировать на мировом рынке и успешно справляться с вызовами и требованиями современной экономики.

Международная конкуренция и конкурентоспособность тесно связаны между собой. Международная конкуренция может стимулировать повышение конкурентоспособности, так как она заставляет страны и организации постоянно совершенствоваться и искать новые пути развития. Конкурентоспособность, в свою очередь, является фактором, определяющим успех в международной конкуренции. Страны и организации, обладающие высокой конкурентоспособностью, имеют больше шансов преуспеть на мировом рынке и привлечь инвестиции.

Международная конкуренция возникает из–за глобализации и расширения мировых рынков. Страны и организации соревнуются за доступ к новым рынкам, ресурсам и технологиям. Это конкурентное взаимодействие может быть полезным, поскольку оно способствует инновациям, улучшению качества товаров и услуг, снижению цен и повышению эффективности. Однако, оно также может привести к несправедливым практикам и дисбалансу в экономической сфере.