

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/29078>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Предпринимательское право

Оглавление

1. Организационно правовая сторона создания предпринимательской единицы 2
- 1.1. Особенности и выбор организационно-правовой формы. 2
- 1.2. Особенности выбранного вида деятельности. 2
2. Организация производственного процесса 3
- 2.1. Анализ конъюнктуры рынка выбранной продукции. 3
- 2.2. Основные параметры производства. 9
3. Экономическое обоснование выбранного проекта 13
- Список использованной литературы 14

1. Организационно правовая сторона создания предпринимательской единицы
- 1.1. Особенности и выбор организационно-правовой формы.

Организационно-правовая форма- ИП. На первом этапе работы компании предприниматель будет совмещать должности директора и маркетолога, заниматься продвижением услуг бюро, налаживанием партнерских отношений с отелями, музеями, ресторанами, организацией маркетинговых мероприятий, участием в тематических выставках, форумах.

Главный работник бюро – экскурсовод, который должен хорошо знать город, историю достопримечательностей, уметь составлять маршруты, иметь хорошо поставленный голос. Требования: высшее образование, прохождение курсов гидов-экскурсоводов, опыт работы в туризме от 2 лет, коммуникабельные и организационные навыки, умение интересно подавать информацию. Обязанности: сопровождение туристических групп, ознакомление с экскурсионной программой, проведение экскурсий, консультирование туристов, отчетность. Зарплата экскурсовода будет зависеть от количества экскурсий и размера группы, поэтому у него будет небольшой оклад, но большая премиальная часть.

- 1.2. Особенности выбранного вида деятельности.

Проект предполагает обеспечение культурного досуга гостям и жителям города через организацию экскурсий по достопримечательностям и историческим местам города, организацию участия в культурно-массовых мероприятиях, турах, тематических квестах. Компания будет организовывать туры с момента встречи гостей до их отъезда: прием туристов, показ культурных, архитектурных и природных достопримечательностей, оформление необходимой документации, организация досуга туриста.

Цели экскурсионного бизнеса: получение прибыли, удовлетворение запроса потенциальных потребителей, гостей города, экскурсионное обслуживание туристов, предоставление услуг по организации и проведению экскурсий, услуги сопровождающего. В настоящее время инициаторами проекта проводится работа по повышению квалификации будущего персонала, прохождение курсов по работе экскурсоводов и гидов.

Для реализации проекта предпринимателю нужно зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Этот формат наиболее прост по отчетности и оптимален для работы с индивидуальными клиентами и небольшими группами.

2

2. Организация производственного процесса

- 2.1. Анализ конъюнктуры рынка выбранной продукции.

Санкт-Петербург и Ленинградская область располагают богатейшим потенциалом для развития туризма благодаря наличию высокоценных культурно-исторических ресурсов. По данным ЮНЕСКО, Санкт-Петербург входит в первую десятку городов мира, наиболее привлекательных для туристов.

Рекреационные объекты. Выборгская и Ленинградская курортные зоны. В Курортном районе Санкт-Петербурга на берегу Финского залива расположен курорт Сестрорецк. Уникальность курорта в исключительных глинах - погребенных сапропелей Литоринового моря. Эти глины обладают редкостной способностью при окислении на воздухе увеличивать кислотность до ультракислых значений (pH 2,0) и минерализацию грязевого раствора до 30 и бор г/дм³. При этом грязевой раствор становится купоросным сульфитно-железистым) и используется как самостоятельное лечебное средство (для примочек, ванночек, электрофореза и др.). Кроме того, курорт славится своим сосновым парком, песчаными дюнами, многокилометровым песчаным пляжем, а также слаборадоновыми минеральными водами. На курорте практикуется так же климатолечение.

Памятники архитектуры XVI-XIX вв., архитектурные ансамбли монастырей, усадебные комплексы, краеведческие музеи. «Линия Маннергейма» напоминает о финских событиях времен Второй мировой войны.

Музеи Санкт-Петербурга: Государственный Эрмитаж, Государственный русский музей, Петропавловская крепость, Исаакиевский собор, Российский этнографический музей, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) Российской академии наук и многие другие. Музеи и музейные комплексы пригородов: Царское Село, Павловск, Петергоф и др.

В Санкт-Петербурге около 200 средств размещения различных форм собственности. Из этого числа - 67 объектов собственно гостиницы. Получили распространение небольшие частные гостиницы, под которые приспособлены квартиры, целые этажи и коттеджи в ближайших пригородах.

На сегодняшний день в Санкт-Петербурге функционирует 640 гостиниц с общим номерным фондом 26,9 тысячи номеров. В стадии строительства, по данным КИСП, находится 53 гостиничных объекта, в стадии разработки документации - 120 объектов. Сегодня из числа международных гостиничных операторов в Санкт-Петербурге наиболее широко представлены Rezidor Hotel Group (5 отелей) и Inter Continental Hotel Group (4 отеля). По три гостиницы находятся под управлением Marriott International, Sokos Hotels и Cronwell Hotels&Resorts.

В 2014 году в Петербурге открылись четыре новых гостиницы - это отели высокой ценовой категории INDIGO Санкт-Петербург на ул. Чайковского, 17 (номерной фонд - 119 номеров) и Park Inn Pulkovo, расположенный в новом терминале международного аэропорта Пулково (200 номеров), а также два отеля уровня 2*-3*: «Аглая» в Центральном районе Петербурга (50 номеров) и «Гранд Каньон Отель» в Выборгском районе Петербурга (133 номера). Кроме того, рынок пополнил и вышедший в формате классической гостиницы апарт-отель «Вертикаль» (126 номеров-студий).

Для сравнения, в течение 2013 года в Санкт-Петербурге также открылись четыре гостиницы, но при этом три из них относятся к категории 5*. Напомним, это гостиницы Four Seasons Hotel Lion Palace Санкт-Петербург на Вознесенском проспекте, 1 (177 номеров), The Hermitage Hotel на улице Правды, 10 (170 номеров), а также бутик-отель «Дворец Трезини» на 20 номеров на Университетской набережной, 21. В целом, на текущий момент рынок гостиничной недвижимости Санкт-Петербурга насчитывает 139 объектов общим объемом номерного фонда 19,8 тыс. номеров (не включая мини-отели, ведомственные гостиницы и общежития).

3

2.2. Основные параметры производства.

В практической части при расчёте стоимости тура во внимание приняты особенности:

- Высокая эластичность цен в различных сегментах туристского рынка и на различных этапах жизненного цикла турпродукта;
- Разрыв во времени между моментом установления цены и моментом куплипродажи туристского продукта (поскольку турфирма предлагает турпродукт по уже установленной цене);
- Неспособность туристских услуг к хранению, вследствие чего туроператоры и турагенты не разделяют между собой риск, связанный с образованием нереализованных

запасов.

- Спрос на туристские услуги носит ярко выраженный сезонный характер, поэтому в сфере туризма применяется сезонная дифференциация цен и тарифов;
- В цену включается значительная стоимость операций с туристскими услугами.

В сфере экскурсий довольно много конкурентов, так как рынок уже довольно давно сформировался, поэтому стоит изучить действующие предложения и разработать оригинальные маршруты и экскурсии по неохваченным местам, привлечь незатронутую аудиторию.

Преимущества данного экскурсионного бюро: широкий выбор туров, в том числе пешеходных, на велосипеде, конных, на самокате, доступная цена, возможность корректировать маршрут, работа с индивидуальными клиентами и небольшими группами, активное передвижение во время экскурсий.

Проект подвержен сезонности: наибольший спрос на услуги ожидается с апреля по сентябрь. В холодную погоду предполагается спад, но его компания будет компенсировать организацией новогодних и рождественских экскурсий, туров и программ. Экскурсионное бюро может столкнуться с несколькими рисками: появление на рынке нового конкурента подобного уровня при ограниченной емкости рынка, ухудшение общей экономической ситуации и снижение платежеспособности населения, невыполнение плана продаж.

Продолжительность от 2 часов до 3 дней. Первое время предполагается проводить программы в самом городе, в городах той же области и региона, а потом в услуги будут включены многодневные туры по дальним городам страны.

Офис – визитка экскурсионного бюро. Он должен обращать на себя внимание местных жителей и приезжих своим ярким оформлением и вывеской. Для работы экскурсионного бюро достаточно арендовать помещение 15-20 кв. м, оформить его в яркие цвета и сделать граффити с видами города, описание программ экскурсий, прайс. Из мебели понадобятся офисный стол и стул, диван со столиком и куллером-кофемашиной – в зону ожидания клиентов.

Помещение должно располагаться поблизости от мест скопления туристов: железнодорожный или автобусный вокзал, самая главная достопримечательность города, крупная гостиница, торговый или развлекательный центр. Помещение должно находиться на первом этаже жилого дома, а вход располагаться на проходимой улице, а не во дворе, чтобы гуляющие туристы легко могли найти его и увидеть.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012) // Российская газета. № 231, 03.12.1996.
2. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016)». Утверждена распоряжением Правительства РФ от 19 июля 2010 г. № 1230-р
3. Постановление Российской Федерации от 31 декабря 2004 г. № 901 «Об утверждении положения о Федеральном агентстве по туризму» (в ред. Постановлений 4 Правительства РФ от 19.06.2012 № 606)
4. Закон Санкт-Петербурга от 09 июля 2003 №409-52 «О поддержке СанктПетербургом развития туризма в Санкт-Петербурге»
5. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 7 июня 2011 года № 732. О Программе развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011-2016 годы (с изменениями на 3 декабря 2012 года)
6. Александрова А.Ю. География международного туризма. М.: Кнорус, 2008. - 258 с.
7. Бабкин А.В. Специальные виды туризма Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
8. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме. М.: Академия. 2008. 224 с.
9. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки. - М.: Герда: СПб.: Невский Фонд,

2003. - 397 с.

10. Кабановский Д.С. Основы формирования организационной структуры управления предприятиями сферы туристских услуг //Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2011. № 4
11. Кабиров И. С. Региональные особенности развития туризма //Вестник СГУТиКД. 2011. № 3 (17)
12. Кафидов В. В. Моделирование соответствия качества и стоимости туристских услуг в регионе // Проблемы современной экономики. СПб. 2010. № 4.
13. Киналь А.В. Формирование стратегии продвижения Санкт-Петербурга на внутреннем и международном рынках туристских услуг СПб.: СПбГУЭФ, 2007. 150 с.
14. Лаврова Т.А. Совершенствование системы управления туризмом в Санкт-Петербурге // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. № 62. 2008. С.64- 66.
15. Малышева Г. М. Размещение туристских ресурсов и стратегия управления их развитием: Лекция. М.: Изд-во Рос.экон. акад., 2005. 40 с.
16. Морозов М.А. Морозова Н. С. Оценка привлекательности туристских дестинаций // Вестник РГТЭУ 2012 №7-8.
17. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма в России в современных условиях. Учебное пособие М.: Кнорус. 2014. 288 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/29078>