

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/otchet-po-praktike/44644>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ОСОБЕННОСТИ И ПОКАЗАТЕЛИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА 5

1.1 Общая характеристика туристического бизнеса 5

1.2 Обязанности менеджера по туризму 9

2 АНАЛИЗ РАБОТЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ «ПЕТЕРБУРГСКИЙ МАГАЗИН ПУТЕШЕСТВИЙ» 13

2.1 Общая характеристика туристической фирмы «Петербургский магазин Путешествий» 13

2.2 Технология обслуживания клиентов туристической фирмы «Петербургский магазин путешествий» 17

3.3 Взаимодействие с туроператорами по реализации турпродукта 18

3.4 Методика расчета стоимости турпакета 20

3.5 Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы 23

3 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА 23

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 34

ВВЕДЕНИЕ

Туризм является одной из ведущих и наиболее развивающихся отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свой кругозор, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создания дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, производство товаров народного потребления, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально- экономического развития.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе необходимо хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристского менеджмента и маркетинга, прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Целью работы является анализ работы туристического агентства «Петербургский магазин путешествий».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить общую характеристику туристической фирмы «Петербургский магазин путешествий»;
- изучить технологию обслуживания клиентов в туристической фирме «Петербургский магазин путешествий»;
- изучить методику расчета турпакета;
- изучить требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- проанализировать общую характеристику туристического региона.

Проанализировав учебную литературу можно сделать вывод о том, что тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего исследования.

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка организации работы в туристической фирме. Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, 3 главы, 7 параграфов, заключение, список используемых источников, включающий в себя 15 учебных пособий. Объем работы 35 страниц.

1 ОСОБЕННОСТИ И ПОКАЗАТЕЛИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

1.1 Общая характеристика туристического бизнеса

Туристический бизнес можно назвать одним из наиболее выгодных вложений средств. В связи с ростом благосостояния людей, туризм и туристские ресурсы прибывают в постоянном развитии, несмотря на ярко выраженные локализованные характеристики. Согласно прогнозам, число туристов значительно увеличится, соответственно возрастет и количество туристических фирм, новых отелей, а также предприятий общественного питания. Такой существенный подъем может стать толчком для многих новичков, желающих попробовать себя в столь занимательном и доходном деле.

Открыть туристическую компанию намного проще, чем наладить производство, открыть автосервис или салон красоты. Привлекательность такого бизнеса заключается в небольших стартовых инвестициях, растущем спросе на туристические услуги, высоком уровне рентабельности и минимальном сроке окупаемости. Самая сложная задача в этом деле – стать конкурентоспособным и выдержать сумасшедшие темпы рынка. Прежде чем приступить к организационным вопросам, необходимо выбрать стратегию, которая приведет вас к финишу в максимально короткое время с минимальным объемом затрат. На начальном этапе создания собственной туристической компании необходимо определиться со следующими важными аспектами:

- Вид деятельности (это может быть туроператор либо турагент);
- Приоритетные туристические направления и дополнительные услуги;
- Целевая аудитория;

Сумма стартового капитала, а также суммы ежемесячных затрат на развитие компании.

Основные особенности туристического бизнеса

Главной особенностью индустрии туризма является «неуловимость» ее основной продукции. То есть, она нематериальна. К продукции туризма можно отнести обслуживание и различные услуги, которые невозможно предугадать до совершения покупки. Оценить и почувствовать можно лишь результат сервиса. Что касается питания, жилья, транспортных средств, все это – элементы сервиса, то есть то, за что платят клиенты.

Для начала необходимо уяснить, что туристические компании подразделяются на 2 категории: туроператоры и турагенты.

Работа туроператоров заключается в «производстве» так называемых туристических продуктов.

Они осуществляют заказ чартерных рейсов, выкупают номера в гостиницах, занимаются планированием экскурсий и туров, организуют деловые встречи и так далее.

Турагентства, в свою очередь, занимаются реализацией продукции туроператоров. По сути, они являются розничными продавцами, устанавливающими наценку за счет получаемых комиссионных от операторов. В среднем размер комиссии составляет 10% от общей стоимости тура. Агентства и операторы укрепляют свои отношения путем заключения договора поручения.

Если учесть структуру рынка приблизительно 90% компаний представляют собой агентства со штатом не более десяти человек.

Денежный оборот подобных компаний составляет ориентировочно 40 000 – 50 000 USD ежемесячно, при рентабельности 9%. Конечный показатель сетевых агентств будет значительно больше – до 17%. Обороты компаний-операторов составляют несколько сот тысяч USD, при этом рентабельность редко превышает 5%. Ежегодно число туристических фирм в России растет. Динамика роста туристических фирм представлена на рисунке 1.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие/А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2011-257с.
- 2) Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие/И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2003-452с.
- 3) Гостиничный и туристический бизнес. / Под ред. Чудновского А. Д. – М: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2012.-247с.
- 4) Дурович А.П., Компанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебное пособие/А.П. Дурович, А.С. Компанев. - Минск: Новое знание, 2014-347с.
- 5) Ильина Е. Н. Туропреитинг: организация деятельности/Е.Н.Ильина. – М: Финансы и статистика, 2011-489с.
- 6) Квартальнов В.А. Туризм: Учебник/В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003-547с.
- 7) Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. —

194 с.

- 8) Морозова Е. Я., Тихонова Э. Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебн. пособие/Е.Я. Морозов. – СПб: Издательство Михайлова В. А., 2012. – 318 с.
- 9) Никитина, О. А. История курортного дела и спа-индустрии : учебное пособие для академического бакалавриата / О. А. Никитина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 139 с.
- 10) Образовательный туризм в России : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.] ; под ред. С. Ю. Житенёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 198 с.
- 11) Основы туризма : учебник / коллектив авторов ; под ред. Е. Л. Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
- 12) Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник/В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2010. -345с.
- 13) Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства: Учебное пособие/Р.И. Сухов. – М.: ИКЦ “Март”, 2005-247с.
- 14) Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов/Т.Л. Тимохина. – М: Книгодел, 2004-357с.
- 15) Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 205 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/otchet-po-praktike/44644>