

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://stuservis.ru/vkr/249966>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Туризм (другое)

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические основы формирования туристских программ для различных категорий туристов 5

1.1. Понятие, структура и специфика туристских программ 5

1.2. Особенности различных категорий туристов и формы работы с ними 8

1.3. Методики расчета программ 13

2. Анализ деятельности туристской фирмы ООО "TUI" 16

2.1. Общая характеристика предприятия 16

2.2. Анализ рынка туристских услуг для различных категорий туристов 20

2.3. Рекомендации по повышению эффективности деятельности предприятия ООО "TUI" 25

3. Формирование туристской программы для определенной категории туристов 28

3.1. Описание туристских ресурсов региона, где будет проходить программа обслуживания 28

3.2. Разработка и расчет туристской программы для категории туристов 30

3.3. Методы реализации/продвижения данной программы на рынке туристских услуг 35

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 43

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 46

ВВЕДЕНИЕ

Туристический продукт представляет собой совокупность вещественных (предметов потребления), неимущественных (услуг) потребительских стоимостей, которые необходимы для полного удовлетворения потребностей туристов.

Крупнейшие туристические агентства получают большие прибыли, за счет привлечения максимально возможного числа клиентов, а также получения хорошей репутации.

К преградам на пути реализации туристского продукта можно отнести высокую конкуренцию на этом рынке. Для того чтобы найти свое место на рынке в данном виде деятельности, нужно разработать туристический продукт. Еще одним риском является потеря клиента в случае ухода менеджеров.

Если необходимо открыть туристическое агентство, то нужно определиться и с ассортиментом услуг.

Туристов могут заинтересовать разнообразные виды отдыха: экстрим, детские и молодежные туры, круизы, лечение и так далее.

Создание привлекательного туристического продукта — важнейшее средство реализации маркетинговой стратегии. Оно непосредственно связано с производственными процессами в туристической фирме.

Товарная политика требует принятия взвешенных и согласованных решений между производством и продажей в отношении ассортимента и массы турпродукта.

Актуальность данной темы заключается в том, что туристский продукт является определенным экономическим благом, которое предназначено для обмена и последующего потребления. Он включает в себя комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туристов в период их выезда, в частности, в другую страну. Поэтому турфирме важно разработать такую программу, которая удовлетворила бы потребности своих клиентов.

Объект исследования – туристская компания ООО «TUI». Данный объект исследования выбран с целью разработки и внедрения туристского продукта для определенной категории туристов в деятельности ООО «TUI».

Предмет исследования – туристский продукт для определённой категории туристов на основе использования рекреационных ресурсов Симферопольского района.

Методы исследования – анализ, синтез, сравнение.

Цель исследования состоит в комплексном анализе и изучении разработки и контроля турпродукта.

В связи с этой целью ставится ряд основных задач:

- раскрыть сущность и понятие туристского продукта,
- определить методологию разработки туров,

- проанализировать туристские программы фирмы,
- описать туристские ресурсы региона,
- разработать туристскую программу для разных категорий туристов,
- предложить меры по их улучшению.

Практическая значимость темы выпускной квалификационной работы состоит в том, что созданная туристская программа для определенной категории туристов на основе использования рекреационных ресурсов России, можно успешно внедрять в туристскую компанию ООО «ТУИ» для привлечения дополнительного потока туристов, интересующихся подобными видами отдыха.

Для раскрытия темы были использованы учебные материалы и исследования современных авторов в области туризма, нормативно-правовые акты РФ и ресурсы Интернет.

Структура работы включает в себя введение, три главы, заключение и список используемой литературы.

1. Теоретические основы формирования туристских программ для различных категорий туристов

1.1. Понятие, структура и специфика туристских программ

Туристская программа – это план последовательных мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановок на маршруте, гостинице, посещениях мест туристского показа с целью их осмотра, питания, а также перемещения с помощью указанных в программе маршрутных транспортных средств. Туристический продукт представляет собой сложную смесь различных услуг, каждая из которых должна быть объединена и представлен клиентам различными секторами отрасли спроса на туриста, удовлетворенные маркетинговыми усилиями разнообразия организаций, которые предоставляют туристические продукты и услуги.

Поэтому в структуру туристской программы обычно включаются:

- услуги по перемещению по маршруту
- услуги по размещению
- услуги по питанию
- сопутствующие услуги.

В туристскую программу входит несколько основных компонентов, каждый со своими собственными подкомпонентами:

- туристические советы,
- конференции и мероприятия,
- достопримечательности
- другие.

Рисунок 1 – Направления туристского продукта

Процесс планирования туристской программы включает следующие этапы:

1. Изучение и подготовка. Первый этап процесса планирования тур программы связан с признанием необходимости стратегии для получения или увеличения конкурентного преимущества, чтобы способствовать долгосрочному росту. В зависимости от имеющегося бюджета и ряда других факторов, на местных региональных или национальных уровнях фирмы могут планировать исследования.
2. Установка целей для стратегии. Цели необходимо сформулировать в соответствии с принципом Smart, где аббревиатура означает специфические, измеримые, достижимые, реалистичные и временные цели программы.
3. Опрос существующих данных. Обследование существующих данных или вторичных исследований может быть проведено посредством анализа соответствующей информации, доступной на широком ассортименте сайтов отзывов туризма, газеты, журналов, книг и других онлайн и оффлайн опубликованных материалов. Типы данных, которые необходимо собрать из этих источников, включают модели поведения туристов, наличие и качество размещения, воздействие факторов окружающей среды, социальных и культурных характеристик туризма и т.д. Главное - обследование существующих данных. Следует охватывать все три направления: состояние вопросов в настоящее время, прогнозируемые изменения в состоянии вопросов, а также наброски принципов для мониторинга на будущее.
4. Реализация новых программ. Новые опросы проводятся, чтобы получить свежие данные или заполнить информационный пробел в отношении индустрии туризма. Опросы могут проводиться через онлайн или

автономные анкеты или интервью.

5. Анализ вторичных и первичных данных. Анализ данных может быть проведен путем представления собранной информации. В анализе данных важно для вторичных и первичных данных, которые будут проанализированы в интегрированном виде.

6. Первоначальная политика и формулировка плана программы. В качестве следующего этапа процесса планирования анализ всей первичной и вторичной информации позволяют производителям тура решения о разработке первоначальных политик и сформулируют первоначальные планы.

7. Рекомендации. Набор рекомендаций может быть разработан в результате первоначальной политики и начальной формулировки плана программы.

8. Реализация. Рекомендации, которые обнаруживаются в качестве разумных и осуществимых руководителями стратегического уровня, могут быть реализованы в практику.

9. Мониторинг и переформулирование плана программы. Последний этап процесса планирования включает в себя мониторинг уровней и характер реализации планов и участия в повторной разработке стратегии, если изменения во внутренней и особенно внешней среде требуют этого.

СПИСОК ИСПОЛЪЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей"
2. Федеральный Закон РФ от 10.06.1993 № 5151-1 "О сертификации продукции и услуг"
3. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (действующая редакция, 2016)
4. ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания
5. Агеева, О. А. Управление развитием образовательного туризма в России [Текст] / О. А. Агеева // Инновации и инвестиции. — 2018. — № 3. — С. 201-205.
6. Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма. – СПб.: Питер, 2016. – 336 с.
7. Балабанов И.Т. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 382 с.
8. Бариленко В. И. и др. Основы бизнес — анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2017. — 272 с.
9. Бердников В. Основы бизнес – анализа. – М.: КНОРУС, 2014. – 495 с.
10. Буйленко В.Ф. Туризм. – Ростов на Дону.: Феникс, 2018. – 416 с.
11. Горлова И.И. Образовательный туризм в современной России [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://sbricur.com>
12. Дмитриев Н.В. Экономика туристского рынка. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 412 с.
13. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2018. – 386 с.
14. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности. – М.: Инфра-М, 2015. – 227 с.
15. Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности. – М.: Инфра-М, 2015. – 504 с.
16. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: Кнорус, 2017. – 280 с.
17. Кусков А.С. Основы туризма. – М.: Кнорус, 2015. – 401 с.
18. Лебедев, А. Р. Образовательный туризм как экономическая категория [Текст] / А. Р. Лебедев // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. — 2018. — № 6. — С. 5.
19. Магер В.Е. Управление качеством. – М.: Инфра-М, 2016. – 176 с.
20. Михеева Е.Н. Управление качеством. – М.: Дашков и К, 2015. – 532 с.
21. Нечаев Е.И. Организация производства и предпринимательской деятельности. – Краснодар: КубГАУ, 2017. – 266 с.
22. Пономарева Т.В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей. - [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2015. — С. 139-143.
23. Пузанков Д.В. Методические рекомендации по применению стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001// СПбГУ ЛЭТИ, 2016. – 220 с.
24. Репин В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 419 с.
25. Розенков Д.А. Классический менеджмент: организационные структуры управления. – М.: Кнорус, 2018. – 501 с.
26. Румянцева З.П. Общее управление организацией. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 302 с.

27. Салимова Т.А. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2015. – 414 с.
28. Сангинов, Д. Ш. К вопросу о видах туризма [Электронный ресурс] / Д. Ш. Сангинов. — Электрон. текст. дан. — Режим доступа <http://portalus.ru>, свободный
29. Туровец О.Г. Организация производства и управления предприятием. – М.: Инфра-М, 2015. – 508 с.
30. Фомичев А.Н. Исследование систем управления предприятием. – М.: Инфра-М, 2017. – 348 с.
31. Фрейдина Е.В. Управление качеством. – М.: Омега-Л, 2017. – 189 с.
32. Швандар В.А. Стандартизация и управление качеством продукции. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 484 с.
33. Шкута А.А. Образовательный туризм как мощный фактор повышения эффективности образования [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.scienceforum.ru%2F2013%2Fpdf%2F3210.pdf&name=3210.pdf&la>
34. Щербинина Анна. Образовательный туризм [Эл. ресурс] / А. Щербинина. — Электрон. текст. дан. — Режим доступа <http://womanwiki.ru/w/>, свободный
35. Новости туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://news.turizm.ru/>
36. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.russiatourism.ru/>
37. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://tourlib.net/>
38. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.gks.ru/>
39. Туристический портал [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://tripvariator.ru/>

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://stuservis.ru/vkr/249966>