

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/otchet-po-praktike/25365>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Туризм

Содержание

1. Анализ запросов потребителей 3
2. Характеристика и оформление турпродукта 7
3. Реализация и продвижение турпродукта 10

Список использованной литературы 13

Приложения 14

1. Анкета для выявления потребительских предпочтений 14
2. Документы (бланки отчетности) 16

1. Анализ запросов потребителей

Удовлетворение потребностей туристов является крупной социально-экономической проблемой. Изменения современного потребителя туристских услуг необходимо учитывать при развитии туристской индустрии.

Практически во всех работах по маркетингу и менеджменту рассматриваются вопросы изучения потребителей туристских услуг с точки зрения анализа покупательской способности; сегментов туристского рынка услуг; мотивации потребителей туристских услуг, анализа удовлетворенности потребителей оказанными туристскими услугами и выявлению неудовлетворенных потребностей потребителей туристских услуг и др.

Для развития сферы туризма важно какие услуги необходимы потребителям, какие достопримечательности, туристские объекты вызывают интерес потребителей. На эти вопросы нельзя найти ответ в статистических сборниках и отчетах, их необходимо получить путем опроса потенциальных покупателей туристских услуг. При проведении исследования в качестве социологического метода применено анкетирование.

Предпочтения туристов в услугах по направлениям туристской деятельности на основании анкеты в приложении 1 (всего было опрошено 50 человек) представлены в таблице 1.

Таблица 1 Ответы на вопрос о предпочтениях в услугах по направлениям туристской деятельности (в % от числа опрошенных)

Спортивный

туризм деревенский

туризм экологический

туризм событийный

туризм зимние виды спорта отдых на море, реках, озерах организация туров выходного дня

% ответивших 30 30 20 10 80 10 30

Опрошенные работники турфирм на первое место поставили организацию мероприятий событийного характера (70%), по 50% - развитие зимних видов спорта, отдых на море, реках и озерах, организацию туров выходного дня. Особой популярностью не пользуются развитие деревенского туризма и организация маршрутов со спортивным уклоном.

Таблица 2. Оцените удобны для Вас услуги?

горящий тур:

- удобно; 64

- неудобно 36

тур выходного дня:

- удобно; 66

- неудобно 34

Таблица 3 Что влияет на Ваше решение при выборе услуг?

реклама ООО Веста ТК Ростур 10

мнение друзей, родственников, коллег 66

информация из СМИ и интернет 30

предыдущий опыт 36

мода на данный вид туризма 6

совет менеджера турфирмы 8

Таблица 4. Что должно входить в услуги, предоставляемые туркомпанией?

бронирование и продажа авиабилетов 64

организация отдыха за рубежом 50

услуги по бронированию номеров в отелях 50

экскурсионное обслуживание 36

vip-туризм 16

страхование 40

предоставление трансфера 24

курьерские услуги 8

питание 44

Приведенные данные показывают, что горячие туры предпочтительнее.

При выборе решения о поездке наибольшее влияние оказывают мнения друзей, родственников (так называемое «сарафанное радио»), предыдущий опыт, информация из СМИ и Интернет. Мода на данный вид туризма, реклама ООО Веста ТК Ростур и советы менеджеров фирмы незначительно влияют на предпочтения туристов.

Несмотря на то, что не все туристы при выборе услуг обращаются к ООО Веста ТК Ростур, отдельные виды услуг пользуются повышенным спросом. Это такие услуги как бронирование и продажа авиабилетов, организация отдыха за рубежом, страхование, предоставление трансфера, экскурсионное обслуживание, питание. Наименьшим спросом пользуются услуги VIP-туризма и курьерские услуги.

Развитию туристической индустрии способствуют растущие потребности покупателей туристических услуг, определяющих туристский спрос. Потребители должны иметь возможность максимально улучшить свой образ жизни, а следовательно, и получить наибольшее удовлетворение'

Покупатели-туристы выражают спрос через готовность покупать разнообразные услуги и платить за предоставляемые туристической индустрией услуги. А предприятия туристической индустрии организуют свою деятельность, удовлетворяя нужды и желания туристов и тем самым расширяя спектр предоставляемых услуг.

Предпочтение отдавали событийным турам, из основных направлений называли средиземноморское.

Туризм во многих странах является важным источником государственных доходов и одной из самых рентабельных отраслей экономики. Мощнейшим стимулом для посещения туристами стран, занимающих лидирующие позиции на рынке туристических услуг, является событийный туризм, который является дополнительным источником привлечения туристов в межсезонье и часто служит туристской аттракцией в течение целого года.

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 Правительства РФ от 19.06.2012 № 606)
4. Ветитнев А.М., Торгашева А.А. Определение влияния лечебно-оздоровительного туризма на экономику региона // Проблемы современной экономики, 2013, №4. С. 352 - 355.
5. Малышева Г. М. Размещение туристских ресурсов и стратегия управления их развитием: Лекция. М.: Изд-во Рос.экон. акад., 2005. 40 с.
6. Мартышенко Н.С., Катриченко Е.Е. Условия и тенденции развития международного туризма // Практический маркетинг. 2012. №12. С. 33-48.
7. Никулина О.В. Якунина Ю.К. Инновационные технологии в сфере развития туризма в России и за рубежом // Экономический анализ: теория и практика. - 2013. - № 9(213).
8. Романова Г.М., Матющенко Н.С. Исследование основных тенденций и мониторинг стоимостных параметров развития внутреннего туристского рынка // Сервис plus. 2012. №3. с. 28-36.
9. Туменова С. А. Ситуационный анализ развития курортно-туристского комплекса региона // Экономический анализ: теория и практика. - 2010. - № 24. - С. 23-29.

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/otchet-po-praktike/25365>