

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/360962>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

СОДЕРЖАНИЕ

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
ХАРАКТЕРИСТИКА ОТ ОРГАНИЗАЦИИ
ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ
ВВЕДЕНИЕ
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
ДНЕВНИК ПРАКТИКИ
ПРИЛОЖЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Производственная (преддипломная) практика по предоставлению туроператорских услуг проходила в туристической компании «ТамТам», которая была основана еще 2 февраля 2005 года. За долгое время работы – более 15 лет, компания не только приобрела известность, но и заработала хорошую репутацию среди жителей Красноярск, Норильск, Ачинск, Зеленогорск, Абакан, Минусинск, Сосновоборск и других городов края. Основное направление деятельности компании – семейный отдых и индивидуальные туры в различные страны мира. Офис «Взлетка» - телефон: (391) 205 00 75.

Основная часть

1. Определите и укажите организационно-правовую форму туристского предприятия, вид хозяйственной деятельности туристского предприятия

ООО "ТАМТАМ КОМПАНИЯ СЕМЕЙНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ" образована в 2005 году для осуществления вида деятельности туристических агентств. Компания работает 18 лет на данном рынке и находится по адресу 660077, Красноярский кр, г. Красноярск, ул. Весны, д.7, кв.133.

Генеральный директор - Люсова Елена Дмитриевна.

Полное наименование организации: ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТАМТАМ КОМПАНИЯ СЕМЕЙНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ"

ИНН: 2465142668

КПП: 246501001

ОГРН: 1162468066375

Место нахождения: 660135, край Красноярский, г. Красноярск, ул. Взлетная, д. 12, помещ. 74.

Вид деятельности: Деятельность туристических агентств (код по ОКВЭД 79.11).

Статус организации: коммерческая, действующая.

Туркомпания ООО «ТамТам» была организована в 2001 году в составе холдинга «ТамТам», деятельность которого связана с маркетинговой и рекламной отраслями экономики. С 2008 года одно из подразделений компании, обслуживающее потребности сотрудников и клиентов, было преобразовано в отдельную, независимую юридическую структуру – ООО «ТамТам».

Организационно-правовая форма: Общества с ограниченной ответственностью (код 12300 по ОКОПФ).

2. Опишите основные направления деятельности, виды оказываемых услуг

Основной вид деятельности – 79.11 Деятельность туристических агентств.

Дополнительные виды деятельности:

1. Торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков (47.99);

Деятельность по предоставлению туристических информационных услуг (79.90.1);

2. Деятельность по предоставлению экскурсионных туристических услуг (79.90.2);
3. Деятельность по предоставлению туристических услуг, связанных с бронированием (79.90.3);
4. Деятельность зрелищно-развлекательная прочая, не включенная в другие группировки (93.29.9).

Организационная структура турагентства является линейно-функциональной, плюсы которой заключаются в реализации четкого разделения обязанностей, так как каждый отдел и его руководитель отвечают только за свою сферу деятельности. Генеральный директор туристической фирмы является главой иерархии, однако при желании может частично передавать свои полномочия главному менеджеру и бухгалтеру, которые в свою очередь периодически отчитываются перед руководителем. Данный тип организации управления гарантирует стабильность туристической фирмы в долгосрочной перспективе. Также линейно-функциональная организация власти способствует снижению трудозатрат на всех ступеньках управления.

3. Определите и представьте участие туристского предприятия в отраслевых реестрах и профессиональных или иных объединениях

ООО "Там-Там" в г. Красноярск зарегистрировано в Реестре туристических операторов и туристических агентств Министерства культуры и туризма Красноярского края. Это свидетельствует о том, что предприятие является официальным участником отрасли туризма в регионе и соответствует всем необходимым требованиям и стандартам качества.

Турфирма успешно работает на рынке туризма, и зарекомендовала себя как надежный партнер, неизменно обеспечивающий высокое качество туристического обслуживания, ведь она работает только с проверенными партнерами: операторами, отелями, агентствами. Именно поэтому у компании так много постоянных клиентов. Например, при организации караван-тура «По следам Императорской семьи Николая II от Тобольска до Тюмени» уже более 9 лет турфирма «ТамТам» состоит в партнерских отношениях с автокемпингом Дубровинский. В Карелии турфирма сотрудничает с отелями «Карелия Спа 4*», «Питер Инн 4*» (г. Сортавала), «Фрегат 4*» в городе Сортавала и отелями Руна, Петрозаводск, Аурино, Маски, Турист Инн, Онежский замок, Северная, Гостеприимство (Саквож), Спа отель Карелия в других городах республики.

ООО "Там-Там" также является членом Ассоциации туроператоров и туристических агентов Красноярского края (АТТА), которая объединяет ведущие туристические компании региона с целью совместной работы над развитием отрасли туризма в Красноярском крае.

Кроме того, ООО «Там-Там» активно участвует в профессиональных сетевых объединениях, таких, например, как TripAdvisor и других, что позволяет компании привлекать больше клиентов и расширять свой бизнес в области туризма и гостеприимства.

4. Рассмотрите и представьте поощрения, награды, благодарности, отличия туристского предприятия

Компания ориентирована на семейные путешествия, что видно из слогана «Компания семейных путешествий». До событий 2020 года компания ежегодно по несколько раз в сезон устраивала «Семейные дни», которые включали в себя викторины, конкурсы, квесты, гадания, танцы и многое другое для всей семьи. Однако, если говорить об основной деятельности, то стоит отметить, что турагентство «ТамТам» несмотря на свою продолжительную деятельность, не имеет наград и благодарности. Для мотивации своих сотрудников и стимулирования эффективной работы компания предлагает следующие поощрения, награды, благодарности и отличия:

1. Бонусы за выполнение плана продаж. Сотрудники, которые превышают установленный план продаж, получают дополнительный бонус.
2. Бесплатные рекламные туры. Туристическая компания предлагает своим сотрудникам возможность бесплатно посетить туры, которые она организует. Это позволяет сотрудникам более глубоко изучить предлагаемые туры и качественнее консультировать клиентов.
3. Ежегодный премиальный фонд. В конце года компания выделяет определенную сумму для выплаты премий самым успешным сотрудникам.
4. Подарки и благодарности от клиентов. Когда клиенты остаются довольны услугами компании, они могут выразить свою благодарность в виде подарка. Это может быть не только приятно, но и мотивирует сотрудников работать еще лучше.
5. Сертификаты на бесплатное посещение музеев и других достопримечательностей. Компания предлагает своим сотрудникам сертификаты на бесплатное посещение музеев и других достопримечательностей. Это

позволяет сотрудникам более глубоко изучить места, которые они рекомендуют клиентам.

6. Звания лучших сотрудников месяца. По итогам каждого месяца компания награждает лучших сотрудников званием "Лучший сотрудник месяца". Это поощрение помогает мотивировать сотрудников работать лучше и показывает, что их работа ценится.

7. Денежные премии за лучших сотрудников года. Компания выделяет денежные премии за лучших сотрудников года. Это поощрение помогает удерживать высококвалифицированных и талантливых работников в компании.

Такие поощрения, награды, благодарности, отличия помогают сохранить мотивацию сотрудников и повышают качество обслуживания клиентов, что способствует росту и развитию компании.

5. Рассмотрите и дайте характеристику основных обслуживаемых групп клиентов туристского предприятия

Туристическое предприятие ООО «Там-Там» в г. Красноярск обслуживает следующие группы клиентов:

1. Индивидуальные туристы – это люди, которые путешествуют одни или с небольшой группой друзей или родственников. Они обращаются в предприятие за помощью в организации поездок, бронировании гостиниц, аренде автомобилей и других услуг.

2. Корпоративные клиенты – это компании, которые организуют поездки для своих сотрудников или партнеров. Туристическое предприятие ООО «Там-Там» предоставляет им широкий спектр услуг по организации командировок, конференций, выставок и других мероприятий.

3. Группы туристов – это люди, которые путешествуют в больших группах, например, школьные или студенческие экскурсии. Туристическое предприятие ООО «Там-Там» предлагает им готовые туры и экскурсии, а также организует индивидуальные программы по желанию клиента.

4. Иностранные туристы – это люди, приезжающие в Красноярск из других стран. Однако, стоит отметить, что их крайне мало, но турагентство «Там-Там» предлагает им услуги по организации виз, бронированию гостиниц, трансферу и экскурсиям на иностранных языках.

6. Провести SWOT-анализ деятельности ООО «Там-Там»

В настоящее время туристический рынок г. Красноярска находится на стадии перенасыщения. Общее количество турагентств составляет более 400 единиц. Для стадии перенасыщения характерен постоянный рост количества турфирм, а следовательно ужесточение конкуренции и как следствие деление фирм на специализированные и универсальные.

Для комплексной оценки конкурентоспособности ООО «ТамТам», на первом этапе произведем анализ конкурентов. ООО «ТамТам» приходится работать в довольно насыщенной конкурентной среде, отметим популярные турфирмы Красноярского края: «Дюла-Тур», «Енисей тур», «СВ Маслова», «Мой горящий тур», «Пегас Туристик», «Анекс Тур», «Спутник», «Апельсин», «Банк горящих туров» и др. Критерии конкурентоспособности при оценке туристических компаний, были отобраны из наиболее популярных вариантов ответов в ходе которых были определены сильные и слабые стороны по отношению к потенциальным конкурентам (Таблица 2).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе прохождения производственной (преддипломной) практики мною была достигнута главная цель, которая заключалась в закреплении, расширении, систематизации знаний, умений и навыков, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Были сформированы навыки решения практических задач, успешно произошло знакомство со спецификой профессиональной деятельности в организациях и учреждениях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519673>

2. Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для бакалавров / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2017. — 166 с. — 978-5-394-02710-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70852.html>
3. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>
4. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.Ю. Веселова. — Электрон. текстовые данные. — М.: 17 Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 255 с. — 978-5-394-02391-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57114.html> 6
5. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова, М.А. Джалай. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 68 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182.html>
6. Бышок Ксения Александровна, Сапунова Екатерина Витальевна, Пыхтина Марина Геннадьевна Особенности продвижения туристского продукта // Достижения науки и образования. 2019. №9-2 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-turistskogo-produkta>.
7. Тамаева Аминат Мурадовна, Хирачигаджиева Мадина Магомедовна ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА // Вопросы науки и образования. 2022. №4 (160). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-marketing-v-sfere-turizma>
8. Крамарь Анастасия Владимировна, Новиков Павел Валерьевич, Новикова Александра Владимировна Воронка продаж как инструмент повышения среднего чека и автоматизации бизнеса // Век качества. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/voronka-prodazh-kak-instrument-povysheniya-srednego-cheka-i-avtomatizatsii-biznesa>
9. Клименко Татьяна Игоревна, Овчаров Антон Олегович Современные подходы к сегментированию туристского рынка в условиях экономической нестабильности // АНИ: экономика и управление. 2016. №1 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-segmentirovaniyu-turistskogo-rynka-v-usloviyah-ekonomicheskoy-nestabilnosti>

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/360962>