

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/diplomnaya-rabota/8615>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент туризма

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНЫХ ТУРОВ 5

1.1 Турпродукт: виды и их особенности 5

1.2 Особенности при организации транспортных туров 10

1.3 Роль транспортных туров в туристских путешествиях 19

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ТУРА «ЛЕНИНГРАД ГОРОД-ГЕРОЙ». 25

2.1 Общая характеристика «Интернешнл Трэвлинг Эвридей» 25

2.2 Формирование и калькуляция туристического продукта. 36

2.3 Мероприятия по продвижению турпродукта 47

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 49

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 51

В вагоне можно поспать с относительным комфортом, поесть и посетить ресторан. Люди ценят железную дорогу за особый романтизм и шарм, который придается путешествию: равномерный гул колес, покачивание, меняющиеся пейзажи за окном и, конечно, остановки на станциях, во время которых появляется ощущение открытия новых мест.

Если конечная точка пути – маленький городок, то лучше выбирать поезд, ведь направлений железной дороги предостаточно. При посадке в вагон не будет утомительной регистрации и досмотра, как это бывает в аэропорту.

Морской транспорт.

Пожалуй, самый романтичный транспорт для отдыха – это круизный лайнер. Это не просто корабль, по размерам он больше напоминает город развлечений. Тут есть все: бары и рестораны, кафе, казино, бани и сауны, бассейны, тренажерные залы и салоны красоты, клубы по интересам, театры, библиотеки. Многие из этих услуг абсолютно бесплатны.

Общественный транспорт.

Кроме поездок в другие страны, туристам приходится выбирать виды транспорта для перемещения внутри иностранного государства. Как правило, путешествие начинается с вокзала или аэропорта. Обычно стоимость проезда на такси в таких местах значительно выше.

По городу лучше всего путешествовать автобусом или на метро. В некоторых странах метрополитен является уникальным транспортом. Например, в Афинах проезд в подземке можно приравнять к посещению музея. При раскопках было найдено огромное количество экспонатов, которые теперь выставляются тут же. Бангкок знаменит своим надземным метро. Вагоны словно парят в воздухе на уровне 3–7 этажа. Часто транспортная развязка в городах такова, что туда, куда ходит метро, не ездят автобусы, чтобы не пересекаться.

Обзорный транспорт.

Некоторые достопримечательности лучше осматривать с вертолета, например, такие как водопад Виктория или Великая Китайская стена. Пустыню можно осваивать на джипах, квадроциклах или верблюдах. Редко кто возвращается со Шри-Ланки не покатавшись на слоне, а с Японии – на рикше.

С самого момента своего появления на российском туристическом рынке автобусные туры завоевали популярность среди соотечественников, и по сей день не сдают своих позиций. Это объясняется множеством причин.

Преимущества автобусных туров неоспоримы: в первую очередь речь идет, конечно же, о демократичных ценах на путевки. Вряд ли вы сможете найти более дешевый вариант посмотреть сразу несколько европейских городов или прокатиться по Золотому Кольцу России. Стоимость автобусных туров, как

правило, настолько доступна, что даже студенты и пенсионеры могут позволить себе совершить вояж за границу. Еще одним существенным преимуществом автобусных туров, определенно, является возможность «зацепить» взглядом больше «примет» тех стран и городов, которых охватывает конкретный туристический маршрут. Все дело – в видах из окна! Все равно, что смотришь фильм о землях, по которым проезжаешь. Эта замечательная особенность автобусных туров позволяет глубже погрузиться в атмосферу путешествия и увидеть настоящую жизнь страны, а не только ее парадную часть.

Немаловажным плюсом является то, что, как правило, всех путешественников, участвующих в поездке обеспечивают питанием. К особенностям организации автобусных туров стоит отнести тот факт, что туристов обычно не расселяют на ночлег в дорогие гостиницы: уровень отелей редко превышает 3 звезды. Тем более что сотрудники компании-туроператора обычно проверяют «благонадежность» отеля, прежде чем делать заказ номеров.

Давно канули в лету времена, когда особенности организации автобусных туров были довольно «своеобразными»: туристам приходилось путешествовать на старых «Икарусах» с неудобными засаленными сидениями и лишенных минимальных санитарных удобств. Современные туристические автобусы оборудованы всем необходимым для комфортной поездки: сплит-системой, холодильником для продуктов и напитков, туалетом, умывальником, видеооборудованием. Последнее – особенно актуально, если предстоят переезды в темное время суток, когда за окном ничего не видно. Поиск автобусных туров – не слишком мудреная задача, однако, и здесь есть, в чем разобраться. Маршруты автобусных туров весьма разнообразны. Однако можно выделить 3 ведущих направления: Европа, страны ближнего зарубежья (Белоруссия, Украина, Прибалтика) и Россия. Среди российских вариантов наиболее популярными являются поездки по Золотому Кольцу. Стоимость автобусного тура по России не обязательно будет ниже, чем цена вояжа по Европе.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА ТУРА АВТОБУСНАЯ ЭКСКУРСИЯ «ЛЕНИНГРАД ГОРОД-ГЕРОЙ»

2.1 Общая характеристика «Интернешнл Трэвлинг Эвридей»

«Интернешнл Трэвлинг Эвридей» работает с такими туроператорами, как Coral Travel, SUNMAR, TUI. Штат сотрудников насчитывает 20 человека. Организационная структура организации представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Организационная структура организации

В обязанности Генерального директора входят разработка имиджа фирмы, маркетинг, представительские функции, взаимодействие с партнерами, получение необходимых лицензий, набор и обучение персонала. Степень централизации или децентрализации очень трудно определить из-за очень малых размеров организации. С точки зрения количества, важности, последствий принимаемых решений менеджерами турфирма является децентрализованной. Но с точки зрения степени контроля директора за работой подчиненных – централизованной, так как директор в курсе всех принимаемых менеджерами решений и в случае необходимости может на них повлиять. В пользу централизованной структуры говорит и тот факт,

что директор оставляет за собой право выносить решения по важнейшим вопросам, таким как определение цен, разработка видов услуг, маркетинг и т.д. Кроме того, директор в случае необходимости (например, отпуск менеджера направления) совмещает свои функции с функциями своих подчиненных.

В структуре организации нет должности менеджера по персоналу, кадрами занимается генеральный директор. Это вызвано тем, что расширение турфирмы не планируется в связи с ограниченностью рабочего пространства (офиса) и, как следствие, отсутствием свободных вакансий, а также отсутствием текучести кадров (со времени основания фирмы состав сотрудников не менялся). Кроме того, турфирма часто использует студентов-практикантов в качестве рабочей силы с минимальной оплатой труда. Таким образом, проблемы подбора, набора, оформления сотрудников перед организацией не стоят.

Главный бухгалтер ведет учет фирмы, составляет отчетности, сдает баланс, начисляет и выдает заработную плату, ведет отчетность перед государственными органами учета.

Отдел маркетинга и рекламы отдел осуществляет функции: изучение потребительского рынка, разработка и внедрение рекламы (печатной продукции, внешнее оформление фирмы, реклама на радио и в печатных средствах), проводит социологические опросы.

Функции отдела по работе с клиентами: работа с клиентами, прием заявок у клиентов, проработка плана индивидуального тура, связь с операторами и средствами размещения, бронирование туров, оформление виз, страховок, проведение социологических опросов.

Турфирма работает с туроператором ANEX Tour.

С данным туроператором:

- Гарантированная отельная база, широкий ассортимент размещения.
- Современный трансферный автопарк, оборудованный кондиционерами и индивидуальными экранами.
- Контракты с лучшими принимающими компаниями (DMC).
- Профессиональная команда; служба контроля качества работы отельных, экскурсионных и трансферных гидов.

- География вылетов осуществляется из 37 городов России: Архангельск, Барнаул, Белгород, Владивосток, Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Калининград, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Минеральные Воды, Москва, Мурманск, Нижневартовск, Нижнекамск, Нижний Новгород, Новокузнецк, Новосибирск, Омск, Оренбург, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Сургут, Сыктывкар, Томск, Тюмень, Улан-Удэ, Ульяновск, Уфа, Хабаровск и Челябинск.

Специализация компании – предоставление клиентам всех запрашиваемых услуг, связанных с отдыхом и путешествием в Таиланде, Испании, ОАЭ, Греции, Марокко, Индии, Вьетнаме, Чехии, Андорре, Доминиканской Республике, Мексике и Болгарии.

Зимой компания отправляет туристов на побережья Красного, Южно-Китайского и Карибского морей, Сиамского залива, Атлантического и Индийского океанов, на горнолыжные курорты Балканских и Пиренейских гор, в сити-туры по историческим городам Европы, а летом – еще и к берегам Средиземного и Эгейского морей. Поэтому девиз компании звучит так: «Море солнца круглый год!».

Данная компания работает с туроператором ANEX Tour. ANEX Tour было внесено в единый реестр туроператоров в 2009 году. В сферу туроператорской деятельности компании входит: внутренний туризм, международный въездной и международный выездной туризм. Общий размер финансового обеспечения составляет 1 млн. рублей. По данным единого реестра туроператоров, общий объем денежных средств, полученный от реализации туристского продукта за 2014 год, составляет 108 553 249 руб.

Российский туроператор ANEX Tour предлагает российским туристам услуги одного из ведущих мировых туроператоров и лидера по отправке туристов из стран бывшего СССР и Восточной Европы – международного оператора ANEX Tour.

Сегодня ANEX Tour отправляет туристов из России и Украины, Болгарии и Румынии, Белоруссии, Казахстана и прибалтийских стран в 18 самых популярных направлений.

Компания ANEX Tour одной из первых среди туроператоров в России начала внедрять в работу современные компьютерные технологии. Удобная оригинальная программа он-лайн бронирования мест в отелях, максимальная автоматизация работы офисов, использование современных средств связи позволили организовать бесперебойно действующую систему обслуживания. Даже в пик туристического сезона любое агентство или индивидуальный турист может оперативно (в течение нескольких минут) получить исчерпывающую информацию о планируемом путешествии.

ANEX Tour тщательно контролирует качество своих услуг на всех этапах работы. Мы сопровождаем каждого туриста с момента подбора тура до благополучного возвращения домой.

С первых лет работы ANEX Tour сделал ставку на массовый туризм. Почти 20-летний опыт работы сегодня

позволяет сотрудникам холдинга свободно ориентироваться на рынке туристических услуг, предлагая своим клиентам самых надежных перевозчиков и самые лучшие отели. С равным успехом ANEX Tour организует отдых для семейной пары, работу детского лагеря, конференцию или путешествие VIP-класса. В интересах своих туристов ANEX Tour заключает договоры только с самыми надежными компаниями-перевозчиками. Международные трансферы осуществляются крупнейшими авиакомпаниями: «Аэрофлот», ГТК «Россия», «Трансаэро», Air Baltic, I Fly, Thai Airways, Emirates Airline, QATAR AIRWAYS, и другими.

Компания ANEX Tour дорожит своей репутацией, поэтому предлагает туристам отдых только в самых лучших гостиницах любой ценовой категории. Постоянными партнерами холдинга являются цепочки отелей Sheraton, Hilton, Marriott, Princess, Le Meridien, Iberostar, Four Seasons, Sol Melia и др.

Огромное число туристических стран, которые ежедневно принимают у себя тысячи путешественников, не примут у себя зарубежных граждан без страховки и попросту откажут в визе. И все потому, что ни одно государство не будет добровольно принимать на себя все риски и расходы, связанные с возможностью наступления страхового случая. Например, поскольку вся медицина за границей платная, то заграничным гостям ни одно медучреждение без страховки не захочет безвозмездно оказывать помощь.

Более того, туристическое страхование больше всего нужно самим путешественникам, которые должны быть уверены в том, что никакое форс-мажорное обстоятельство не сможет омрачить весь отдых. Именно по этим и аналогичным соображениям будет целесообразно в первую очередь заняться оформлением страхового полиса туриста.

Данный оператор для удобства своих клиентов заключают договора со страховыми компаниями и предлагают страховые услуги прямо у себя в офисе. Это намного удобнее, после оформления путевки бегать и искать подходящую страховую организацию вам уже будет не нужно.

Важно отметить, что страхование туристов – это определенный базовый набор страховых случаев, в который обязательно включается медицинское страхование. Кроме обязательного медицинского страхования также

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 5. - С. 410.
2. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 28.06.2009). 1
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция от 05.05.2014)
4. Указ Президента Российской Федерации от 08.11.2015 № 553 "Об отдельных мерах по обеспечению национальной безопасности Российской Федерации и защите граждан Российской Федерации от преступных и иных противоправных действий"
5. Указ Президента Российской Федерации от 28.11.2015 «О мерах по обеспечению национальной безопасности Российской Федерации и защите граждан Российской Федерации от преступных и иных противоправных действий и о применении специальных экономических мер в отношении Турецкой Республики».
6. Бебрис А.О. Формирование механизмов развития предпринимательских структур в условиях конкуренции /А.О. Бебрис и др. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2011. № 17. С. 113-118.
7. Боголюбов В.С. Организация специальных видов туризма. - Санкт-Петербург: СПбГИЭУ, 2010. - 116 с.
8. Буйленко В.Ф. Туризм. Учебник. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 416 с.
9. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технологии создания турпродукта: пакетные туры. М.:КНОРУС, 2010. - 220 с.
10. Виноградова Т.В., Закорин Н.Д., Тубелис Р.Ю. Технология продаж услуг туристской индустрии. М.: Издательский центр «Академия», 2010. - 240 с.
11. Войтюк М.М. Организация сельского туризма. Практические рекомендации по организации альтернативной занятости сельского населения. Библиотечка сельского специалиста. – Вып. 5. М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2010. – 120 с.
12. Кружалин В.И., Мироненко Н.С. и др. География туризма. Учебник. Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с.
13. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. — М.: КНОРУС, 2008. — 400 с.
14. Международный туризм и спорт. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с

- международным участием 21–22 ноября 2013 г. Под ред. Ю.В. Жилковой, З.В. Макаренко; сост. И.Е. Евграфов. – М.: ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», 2013. – 280 с.
15. Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма. Учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
16. Морозова Н.С., Морозов М.А. и др. Информационное обеспечение туризма. Учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
17. Писаревский Е.Л. (ред.) Трофимов Е.Н., Мошняга Е.В. и др. Основы туризма. Учебник. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
18. Писаревский Е.Л. (ред.) Правовое обеспечение туризма. Учебник. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 336 с.
19. Романова М.М. Роль и функциональные особенности сферы услуг в современном мире // Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях. V Международная научно-практическая конференция: сборник статей. – Москва: МЭСИ, 2013.
20. Романова М.М. Исследование опыта управления в индустрии гостеприимства // Наука и образование в XXI веке: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 сентября 2013 г.: Часть 24, Тамбов, 2013г. – с.108-109.
21. Семинихин В. Ценовые стратегии турфирм // Аудит и налогообложение. – 2010. - №7.
22. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме.- М.: Магистр, 2009. - 448 с.
23. Организация туристических поездок посредством автомобильного вида транспорта. - <http://advent-club.ru/tourism/412-organizaciya-turisticheskikh-poezdok-posredstvom-avtomobilnogo-vida-transporta.html>
24. Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг. - <http://izvestia.usue.ru/download/54/5.pdf>
25. О туроператоре ТЕЗ ТУР (TEZ TOUR). - <http://tez-tour.su/o-kompanii.html>
26. Профессиональный туристский портал TourDom.ru: Официальный сайт - <http://www.tourdom.ru>
27. Создание туристического продукта. - http://ecodelo.org/3438-273_sozdanie_turisticheskogo_produkta-prakticheskie_rekomendatsii_po_planirovaniyu_organizatsii
28. Технология разработки и реализации туристского продукта. - <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Tehnologiya-razrabotki-i-realizacii-turistskogo-produkta.php>
26. Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru>
29. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм.) -<http://russiatourism.ru/>
30. World Economic Forum: Официальный сайт - www.weforum.org (дата обращения: 14.01.2016).
31. World Travel Guide. Russia Travel Guide: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Columbus Travel Media Ltd 2016-<http://www.worldtravelguide.net/russia>
32. World Tourism Organization UNWTO: Официальный сайт [Электронный ресурс] / The World Tourism Organization (UNWTO) 2016 - <http://www2.unwto.org>

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/diplomnaya-rabota/8615>