

# Проект по обществознанию на тему: Открытие туристической фирмы.

Выполнили:  
Учащиеся 11 класса  
МБОУ г.Керчи РК "Школа №5"  
Илимдарова Шадие  
Ожегова Юлия  
Преподаватель:  
Девятов Валерий Яковлевич

# Содержание

- Общие сведения
- Документы для открытия фирмы
- Обустройство
- Подбор персонала в турфирму
- Реклама
- Обязанности туристической фирмы
- Маркетинг в туризме
- Список использованной литературы

# Общие сведения



- **Туристическая фирма** – предприятие, выполняющее реализацию турпродуктов потребителям. Это звено, в зависимости от их обязательств, делят на турагентов и туроператоров.
- **Туроператор** – фирма, выполняющая разработку турне, пользующихся большим массовым спросом среди населения. А также оказывает их рекламное продвижение в СМИ и сбыт через розничную сеть турагентов.
- **Турагент** – туристская фирма, выполняющая сбыт полного пакета турпродукта, который организован туроператором, а также реализацией их отдельных турпродуктов (трансферов, билетов, размещения, экскурсий).

# Документы необходимы для открытия фирмы



- Чтобы открыть свой бизнес с нуля, нужно начать с регистрации турагентства. Выбирая организационно-правовую форму, стоит отдать предпочтение оформлению документов под общество с ограниченной ответственностью (ООО). Данная форма будет самой оптимальной для турагентства, которая поднимет уровень доверия у клиентов. Вот именно по этой причине преимущества на стороне ООО, чем ИП (индивидуального предпринимательства).
- Для оформления документов следует воспользоваться помощью профессиональных юристов, которые не только грамотно составят их для нашей турфирмы, но и поставят её на учёт в необходимых фондах и налоговой инспекции.

# Обустройство



- В помещении должны быть чистота и порядок. Туристы, приходя в турагентство, должны иметь возможность расслабиться. Для этого необходимо выделить уголок с максимально комфортными условиями, где люди смогут подождать, не ожидая очереди. Уместным будет наличие туристической атрибутики: сувениров из разных стран, ярких рекламных плакатов.

## **Закупка мебели и техники**

- На начальном этапе этого бизнеса, специалисты не рекомендуют выбирать дорогую мебель и технику. В приоритете должен быть экономичный вариант, полагаясь на идеальное соотношение цены и качества.

## **Коммуникации**

- Требуется наличие нескольких телефонных линий, выделенной линии сети интернет и общей компьютерной сети. У каждого работника должен быть персональный компьютер и лазерный принтер. В состав программного обеспечения должны быть включены операционная система, офисные приложения, программа для получения информации о турах, их бронировании у туроператоров по сети интернет.

# Подбор персонала



Ключевым звеном любой турфирмы являются персонал, и от качества подбора зависит успех компании. Для начала потребуются минимум два специалиста по продажам. Для небольшой турфирмы, в повседневной работе которой принимает участие директор, потребуется помощь ещё 1-2 человек. Их количество зависит от объёма клиентов. Важно, чтобы сотрудники умело преподносили информацию и вели переговоры таким образом, чтобы турист не только купил путевку, но и возвратился повторно, рекомендуя ваше турагентство своим друзьям и знакомым. Разумеется, что опытный работник должен владеть информацией по турпродуктам, курортам и обычаям разных стран.

# Реклама



Реклама фирмы должна осуществляться не только на основе отзывов друзей и знакомых, поэтому немаловажно прибегнуть к некоторым рекламным трюкам, размещенным в разных источниках. Источниками для рекламы могут быть газеты, журналы, радио, телевидение, уличные вывески и баннеры.

# Обязанности туристической фирмы

- поиск «горящих туров»;
- организация качественной доставки туристов в аэропорт;
- помощь в оформлении различных заграничных паспортов и виз;
- выполнение специальных требований управляющих и другое.

# Маркетинг в туризме

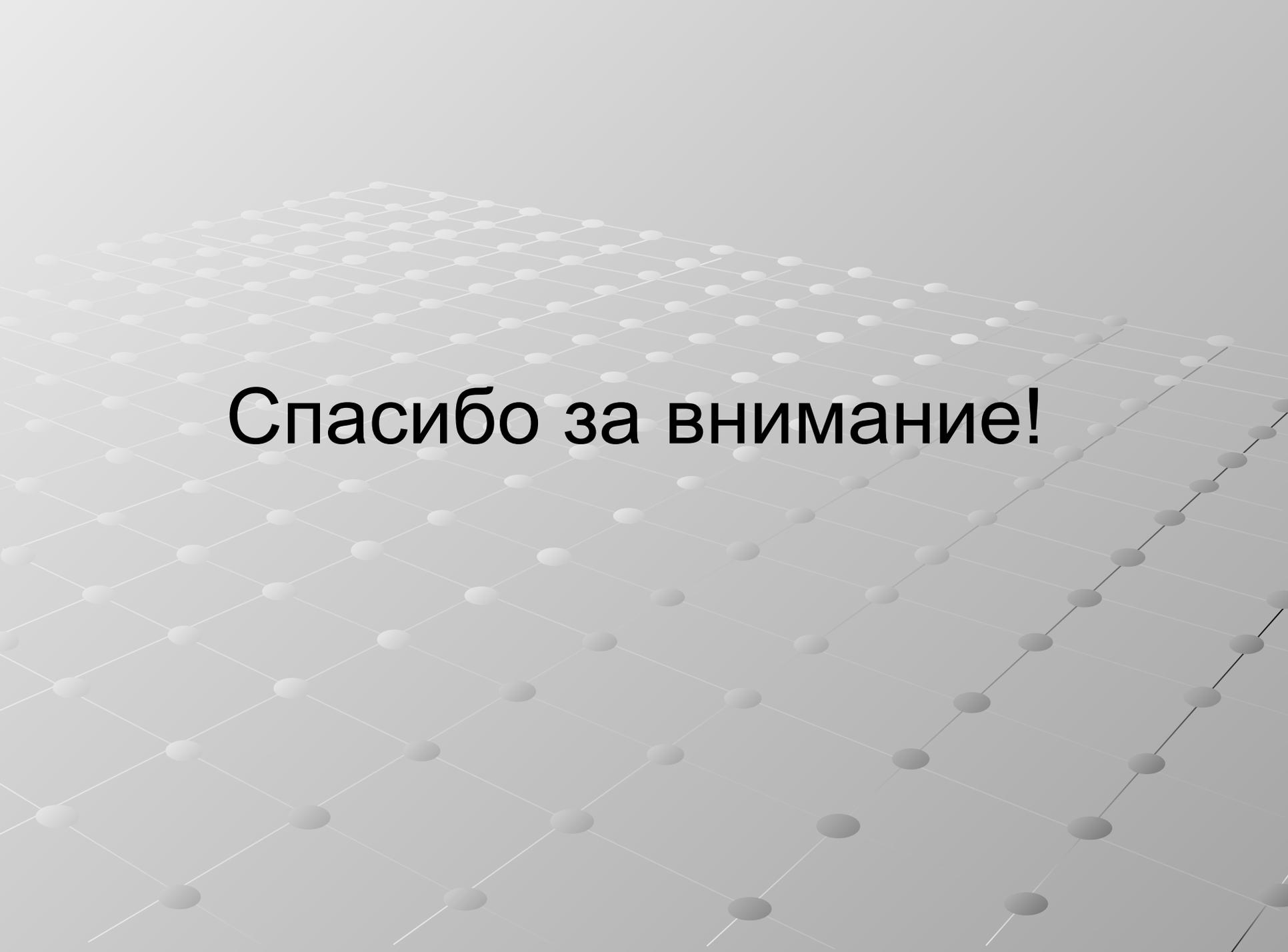
Современный туризм обладает рядом важных особенностей с точки зрения характеристик туристского продукта, сервиса и организации производства. Так, в систему индустрии туризма входят специализированные предприятия, организации и учреждения:

- туристские фирмы по разработке и реализации туристского продукта;
- предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, дома отдыха и др.);
- предприятия питания (рестораны, кафе, бары, столовые и др.);
- рекламно-информационные туристские учреждения (рекламные агентства, рекламные бюро, информационно-туристические центры и др.);
- предприятия торговли;
- предприятия сферы досуга в туризме (киноконцертные залы, залы игровых автоматов и др.);
- общественные туристские организации и объединения;

Практически все они в той или иной сфере вынуждены заниматься маркетингом. При этом следует учитывать, что для бюро путешествий, ресторана и транспортного предприятия конечные цели и содержание маркетинга не одинаковы. Так, туристская фирма за счет удовлетворения потребностей клиентов стремится увеличить свою прибыль. Национальная, региональная или муниципальная администрация хочет привлечь в регион как можно больше туристов. А общественная туристская организация желает поднять свою значимость и показать полезность своей профессиональной деятельности.

# Список использованной литературы

- <http://diplomba.ru/work/16532>
- [http://actravel.ru/tourism\\_glossary.php?word=55](http://actravel.ru/tourism_glossary.php?word=55)
- <http://bisnesideas.ru/sfera-uslug/40-kak-otkryt-turagentstvo-s-nulja.html>
- <http://www.ideibiznesa.org/otkrytie-turisticheskogo-agentstva-firmy.html#-8212>
- <http://prcs.ru/gotovie-biznes-plani/turisticheskoe-agentstvo.html>



**Спасибо за внимание!**