

# Отчет по преддипломной практике

{

Выполнил: студент группы ТТ-131  
Пахила Дмитрий Сергеевич

# Информация об ООО «БАУНТИ»

- ООО «БАУНТИ» было учреждено 21.12.2006 Козловым Сергеем Викторовичем в г. Омске. Уставной капитал общества составлял 10000 рублей. Генеральным директором был назначен Ганцевич Дмитрий Георгиевич.
- ООО "БАУНТИ" входит в пятерку сильнейших агентств г.Омска (по данным омских СМИ за 2017 год).
- Сейчас ООО «Баунти» является одним из крупных, известных и надежных туристических агентств города Омска, что доказывают устойчивые деловые связи с крупнейшими международными и российскими туроператорами, серьезный опыт работы (более 8 лет), квалифицированные сотрудники, а также отзывы клиентов.
- ТА «БАУНТИ» предлагает различные варианты туров в разной ценовой категории, с различной культурной программой для различных возрастных и социальных слоев населения.

## Организационная структура управления

- В турфирме «БАУНТИ» существует линейно-функциональная организационная структура. Этот вид структуры наиболее приемлем для турфирмы, так как она имеет небольшой штат сотрудников: Генеральный директор, Исполнительный директор, Главный бухгалтер, менеджер-турагент. И эта организационная структура является оптимальным вариантом для общества с ограниченной ответственностью.
- При такой организационной структуре сохраняется движение по инстанциям, но функции, относящиеся ко всей организации, например, кадровая политика, подготовка производства, планирование сроков и контроль их выполнения и т.д., выделяются в функциональные отделы, которым предоставляются полномочия для дачи распоряжения.
- Исполнительный директор подчиняется Генеральному директору. Его функции схожи с функциями генерального директора и менеджера. Бухгалтерский учет на предприятии осуществляется специальным подразделением – бухгалтерией. Главный бухгалтер подчиняется руководителю предприятия и несет ответственность за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета и своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской информации.
- В обязанности менеджера-турагента входит: формирование и работа с клиентской базой, разработка и проведение компаний по привлечению клиентов, маркетинговое исследование рынка туристических услуг, организация работы офиса, заключение договоров, оформление туристических документов, консультирование по турпродукту, подбор, разработка, оформление, расчет стоимости и продажа туров, бронирование билетов, гостиниц; консультация клиентов и выявление потребностей.

- Маркетинговая деятельность фирмы играет важную роль в управленческом обследовании предприятия. После выбора основных стратегических направлений действий предприятия необходимо их конкретизировать через планирование программы маркетинга..
- Турфирма «БАУНТИ» тщательно отслеживает все изменения на туристическом рынке, изучает деятельность фирм- конкурентов, разрабатывает новые туристические маршруты для молодежного, семейного, делового, познавательного, лечебного туризма.
- Целью турфирмы является удовлетворение потребностей населения, привлечение клиентов, повышение прибыли и имиджа предприятия.
- Товары и услуги, предлагаемые фирмой, определяют возможность продаж и получения прибыли.

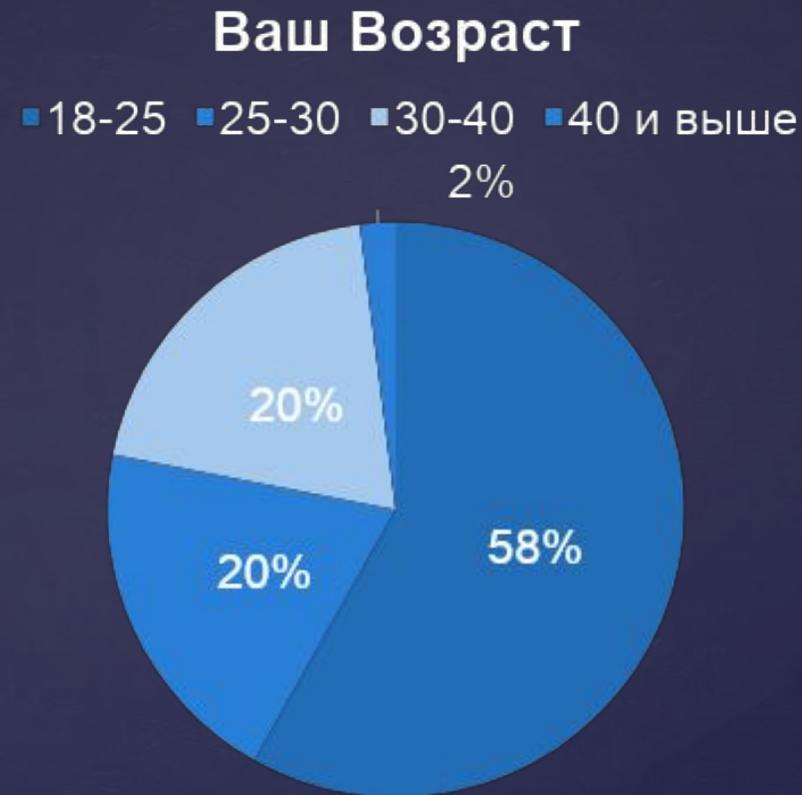
- Для анализа степени востребованности продукта, был проведен социологический опрос. Опрос проводился в формате онлайн-анкетирования на сайте survio.ru.

- Первый вопрос нес в себе общий характер. Его целью было установить количество мужчин и женщин в числе респондентов.

- Как показывают результаты, большинство респондентов – мужчины (56%). Остальные 44% опрошенных – женщины.

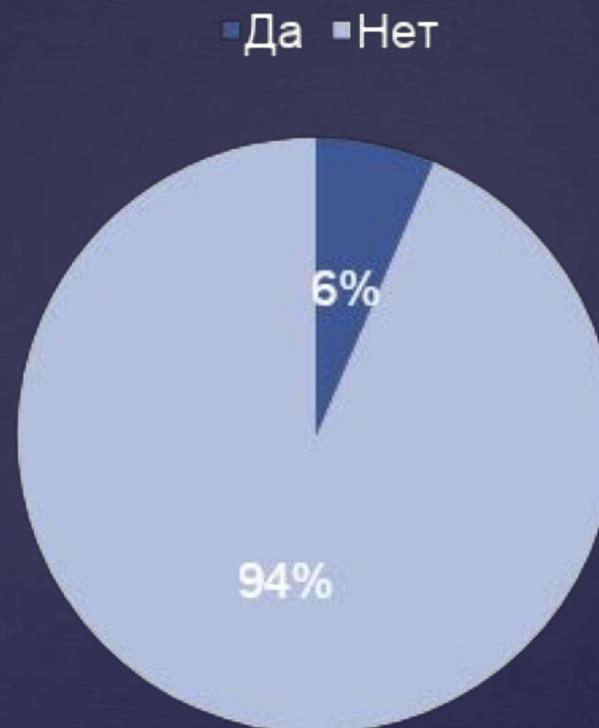


- Следующий вопрос определил возрастные группы респондентов.
- Результаты данного вопроса оказались довольно различны. Наибольшее количество респондентов представляет молодежь (58%). На втором месте две возрастные категории: от 25 до 30 лет (20%) и от 30 до 40 лет (20%). Наименьшее количество респондентов представляет возрастную категорию от 40 лет (2%).



- Третий вопрос выявил среди респондентов процентное число людей, которые бывали в Костромской области, являющейся местом проведения проектируемого тура.
- По результатам вопроса видно, что наибольшая часть (94%) опрошенных не посещала Костромскую область, следовательно, интерес потенциальных туристов к проектируемому продукту будет значительно выше, чем у оставшихся 6% респондентов.

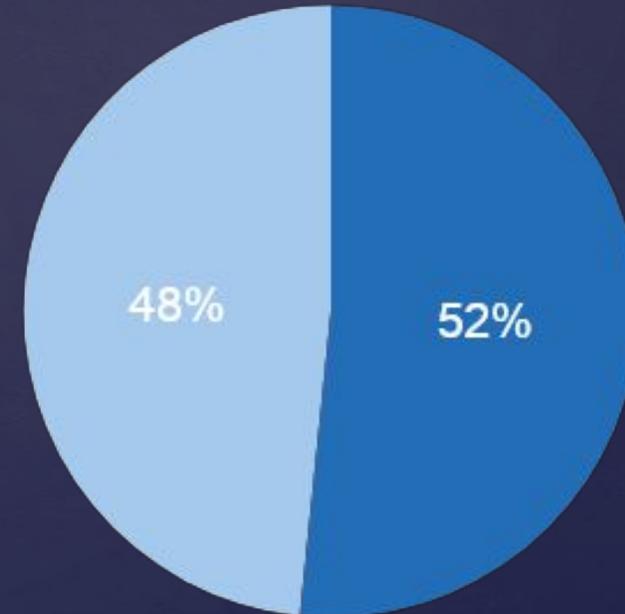
## Бывали ли вы в Костромской области?



- Задачей четвертого вопроса было узнать процентное количество респондентов, предпочитающих изучать достопримечательности в формате экскурсии или самостоятельно.
- По результатам, соотношение опрошенных является практически равным, но наибольшее количество респондентов предпочитает знакомиться с достопримечательностями в формате экскурсии (52%). Остальные 48% респондентов привыкли знакомиться с достопримечательностями самостоятельно.
- Проектируемый тур включает в себя экскурсионную программу, следовательно, он имеет шанс заинтересовать большую часть потенциальных туристов.

## В каком формате вам проще знакомиться с достопримечательностями?

- В формате экскурсии
- Самостоятельно



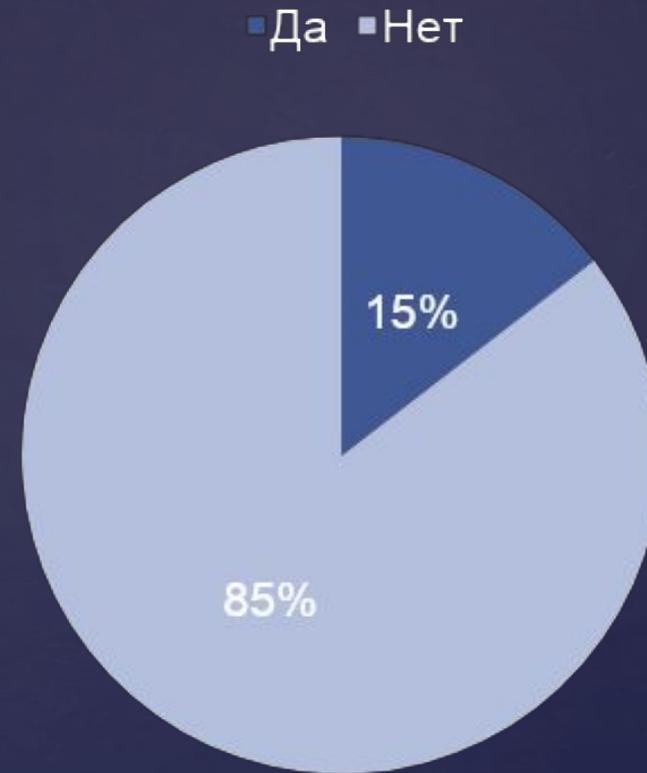
- Следующий вопрос был задан с целью подбора средств размещения, предполагаемых в туре.
- Для этого были учтены все мероприятия тура и общий временной расчет поездки. Чтобы выяснить какие средства размещения подойдут потенциальным туристам, им был задан данный вопрос.
- Как видно из результатов, наибольшее количество респондентов, с учетом насыщенной программы тура, предпочитает стандартные условия проживания без излишних удобств (61%).
- 32% опрошенных выбрали приоритетным отличные условия проживания.
- Оставшимся 7% неприципиальны разного рода удобства, им важно только присутствие спального места и санузла. Данный вариант можно прибавить к первым 61%, ввиду того, что они сэкономят больше средств, а в качестве средства размещения можно подобрать практически любую базу отдыха или гостиницу, которая будет более удобной для проведения тура (непосредственная близость к начальной точке маршрута, экономия времени).

Предположим, что вы приезжаете в гостиницу и заселяетесь. Но большую часть времени вы проводите в поездке по достопримечательностям. В течении этой поездки Вам предлагают питание, досуг и экскурсионную программу, а вечером доставляют обратно в гостиницу. Ч



- Данный вопрос выявил процентное число респондентов, которые знакомы и не знакомы с видами автотуризма.
- Результаты показали, что 85% опрошенных не участвовали в автотурах, следовательно, они не знакомы с видами и особенностью проведения подобных туров.
- Оставшиеся 15% знакомы с видами автотуризма. У данной группы будет присутствовать наибольший интерес к проектируемому продукту. Но с другой стороны, они могут выбрать другой вид туризма, в зависимости от того понравилось ли им прошлое путешествие или нет.

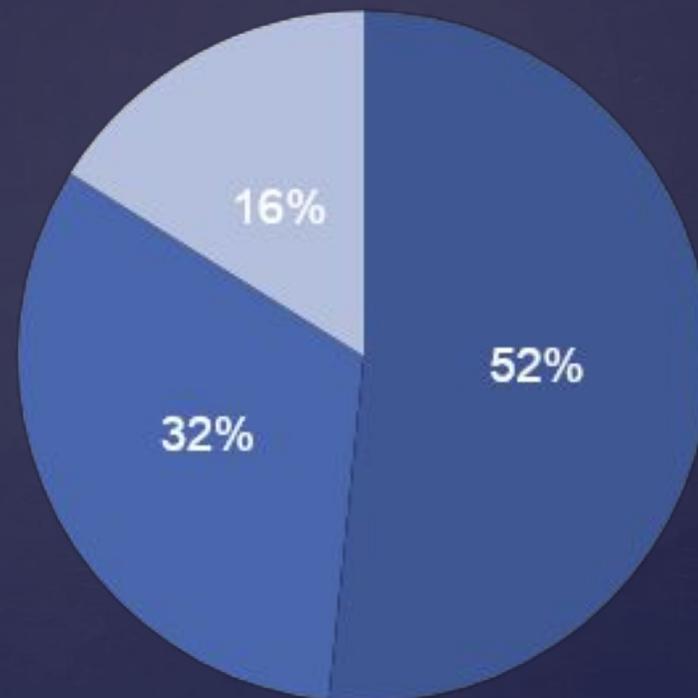
Участвовали ли вы в трофи-рейдах, сафари- и джиппинг-турах?



- Следующий вопрос был направлен на выяснение желания потенциальных туристов участвовать в проектируемом туре.
- По результатам вопроса, большинство респондентов желает принять участие в активном туре на внедорожниках как пассажиры (52%).
- 32% опрошенных изъявили желание принять участие в туре в качестве водителя.
- 16% опрошенных не хотели бы принимать участие в проектируемом туре, следующие вопросы для них были не целесообразны и они были отсеяны от общего количества респондентов.

Хотели бы вы поучаствовать в джиппинг-туре?

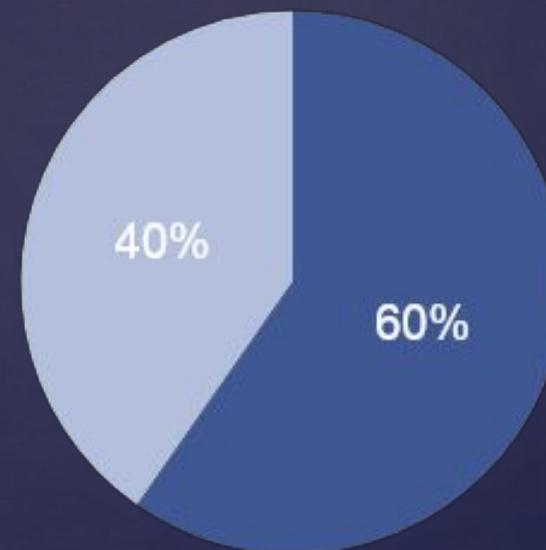
■ Да, как пассажир ■ Да, за рулем внедорожника ■ Нет



- Данный вопрос был адресован людям, которые в предыдущем вопросе выбрали второй вариант ответа.
- Большинство обладателей водительского удостоверения категории «В» изъявило желание вести внедорожник самостоятельно по пути к объектам показа (60%).
- Остальные 40% не изъявили подобного желания.

При наличии водительского удостоверения категории "В", хотели бы вы самостоятельно вести внедорожник по пути к объектам показа, преодолевая трудности ландшафта под руководством опытного штурмана?

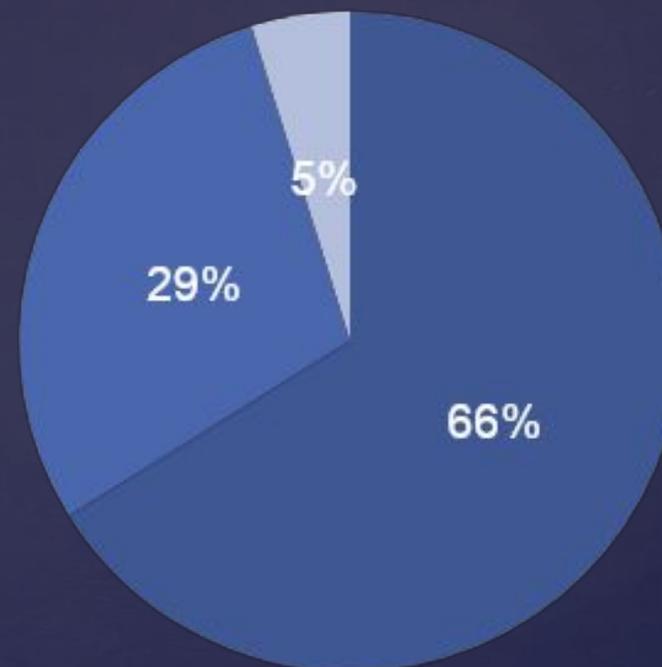
■ Да ■ Нет



### Сколько вы готовы потратить на джиппинг-тур?

■ 10 000 - 20 000 ■ 20 000 - 30 000 ■ 30 000 - 40 000

- И заключительный вопрос был направлен на то, чтобы узнать, сколько потенциальные туристы готовы заплатить за готовый активный тур на внедорожниках.
- 66% выбрали промежуток между 10 и 20 тысячами рублей.
- 29% выбрали промежуток между 20 и 30 тысячами рублей.
- Оставшиеся 5% готовы заплатить за тур от 30 до 40 тысяч рублей.
- Цель данного вопроса заключается в необходимости ценообразования. Для продажи тура необходимо узнать, сколько потенциальные туристы готовы заплатить за продукт.



- Опрос был опубликован в социальных сетях «В контакте», «Одноклассники», а также в нескольких интернет-сообществах, а именно в сообществах «Типичный Омск», «Туризм и путешествия», «Подслушано в ИДИТ» и «Полный бак».
- Данный анализ проводился в формате онлайн-анкетирования, результаты которого были зафиксированы и интерпретированы по окончании срока размещения анкеты в выбранных сообществах и социальных сетях. В целом, результаты опроса оказались весьма положительными. Продукт вызвал большой интерес среди молодежи, а также среди лиц от 30 лет и выше, более того потенциальные туристы заинтересованы в истории Костромской области и изъявляют огромное желание поучаствовать в активном туре на внедорожниках.

## ▣ Заключение

Прохождение практики является важным элементом при подготовке будущего специалиста. Практика дает возможность студенту применить полученные в процессе обучения знания, умения и навыки на практике. Во время прохождения практики была востребована основная часть знаний, полученных мной на занятиях.

Практика помогла мне понять, как много зависит от грамотно созданной системы управления на предприятии – начиная от правильно подобранных кадров и заканчивая эффективной работой с информацией. Для руководителя предприятия очень важно разработать подходящую систему управления персоналом, научиться стимулировать сотрудников.

Немаловажное значение для работы предприятия имеет маркетинг. В настоящее время, когда практически все ниши рынков уже заняты и в каждой из них имеются свои лидеры, очень сложно пробиться в одну из них и завоевать место. От правильной ценовой политики и степени мотивации персонала зависит очень много.

Во время практики в ООО «БАУНТИ» я узнал, как эффективно управлять персоналом, как заинтересовать клиента, научилась разрабатывать индивидуальные туры для любителей путешествовать. Считаю, что полученные мною знания очень ценны для моего развития как специалиста