

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:
«РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА
СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ»

Выполнил:

Объект исследования

Объект - Компания «Тез Тур» - туроператор, которая создана профессионалами туристического бизнеса и определившая своей основной задачей предоставление высококачественного сервиса в сфере туризма и продажи авиабилетов для корпоративных клиентов и индивидуальных заказчиков. Офис турфирмы расположен в Москве, оборудован современной офисной техникой, компьютерами, с выделенной линией Интернета, оформлен рекламными материалами. Турфирма «Тез Тур» имеет сайт в интернете, где по запросу посетители сайта могут узнать всю информацию о компании.

Сегодня в ассортименте «Тез Тур» следующие направления: Австрия, Андорра, Болгария, Венгрия, Греция, Доминикана, Египет, Испания, Италия, Китай, Кипр, Куба, Мальдивы, Мексика, ОАЭ, Таиланд, Франция, Шри-Ланка.

Профиль компании «Тез Тур» - массовый туризм. Профессионально работая с большими потоками туристов и хорошо разбираясь в ситуации на туристическом рынке, с выбором надежных авиакомпаний и лучших отелей. Способны предложить широкие возможности для отдыха туристов, организовать выезд на семинар или конференцию, детский отдых, VIP-туры.

Финансовые показатели деятельности ООО «Тез Тур», руб.

Показатели	2016	2017	2018
Выручка	1 657 000,00	2 328 000,00	2 465 000,00
Себестоимость продаж	1 515 000,00	2 171 000,00	2 306 000,00
Валовая прибыль (убыток)	142 000,00	157 000,00	159 000,00
Коммерческие расходы	19 000,00	23 000,00	22 000,00
Управленческие расходы	0,00	0,00	0,00
Прибыль (убыток) от продаж	123 000,00	134 000,00	137 000,00

Анализ конкурентоспособности туристических фирм региона

Факторы конкурентоспособности	«ТезТур»	«Сим-Тур»	«Спутник»	«Музенидис Тревел»	«Слетать.ру»
1.Туристский продукт.					
Ассортимент услуг.	5	4	5	4	5
Качество предоставляемых услуг.	5	3	4	3	4
Безопасность.	4	5	5	4	4
Доступность.	4	3	5	3	4
Квалификация персонала.	5	3	5	3	4
Уровень сервиса.	5	3	4	3	4
Комфортность.	5	2	5	3	4
Цена	Средняя	Средняя	Высокая	Средняя	Средняя
2.Каналы сбыта.					
Прямой сбыт.	5	4	5	5	5
Тур. агенты	5	3	5	2	4
Брокеры	4	1	5	0	0
Другие каналы	3	1	1	1	0
Общее количество баллов.	50	32	49	31	38
Оценка.	5	3	5	3	4

SWOT- анализ ООО «Тез-Тур»

Сильные стороны	Слабые стороны
-Месторасположение - Долгий срок работы в сфере туристско-экскурсионного бизнеса - Широкий перечень предоставляемых услуг - Благоприятный имидж на туристских рынках -Квалифицированные рабочие кадры - Наличие собственного веб-сайта - Постоянное повышение уровня квалификации персонала -Налаженная система сбыта - Проведение постоянных маркетинговых исследований	-Влияние фактора сезонности на прибыль -Недостаток информации по стратегическому направлению развития турфирмы -Недостаток молодых специалистов -Неразвитая рекламная политика
Возможности	Угрозы
-Расширение ассортимента предоставляемых услуг -Поощрение постоянных клиентов гибкой ценовой политикой, предоставлением дополнительных услуг, нацеленное на налаживание и развитие взаимоотношения с клиентом - Ослабление позиций конкурентов - Налаживание новых каналов сбыта - Выход на рынки других регионов	-Несоответствие статуса и уровня предоставляемого сервиса, что может повлечь за собой негативную реакцию со стороны клиента. -Возможность прихода на рынок конкурентоспособных компаний, активизация существующих конкурентов -Ухудшение погодных условий в сезон -Снижение платежеспособности населения -Политические факторы

Перечень важнейших компонентов туристского потенциала

Средства и условия

- Экотехнологические виды транспорта
- Экологически чистые и преимущественно местные продукты
- Квалифицированные гиды-экологи
- Экологическая благоприятность местности, в т.ч. в аспектах загрязнения, санитарно-эпидемиологической обстановки, риска стихийных бедствий
- Пригодность (соответствие) территории для тура и ее доступность
- Допустимые рекреационные нагрузки
- Объемы использования водных, энергетических и иных ресурсов

Природные и культурные ландшафты и их компоненты

- Собственно территории и акватории парков, а также памятники природы, ботанические и зоологические сады
- Естественно-исторические (особенно краеведческие) музеи, а также объекты, интересные и поучительные для демонстрации экологических принципов
- Сами культурные ландшафты с их эстетическими достоинствами
- территории особой культурно-исторической ценности, пейзажи, усадебно-парковые комплексы

Основные риски в привязке к ключевым видам туризма Свердловской области

Ключевые виды туризма	Негативные факторы (риски)
Экологический туризм	Недостаточный уровень обустройства объектов туристского показа
	Относительно слабое позиционирование свердловской области, а следственно, недостаточный уровень коммерциализации имеющихся туристских ресурсов
	Отсутствие сформированного туристского бренда региона
	Недостаточный инфраструктурного обустройства территории объектов, интересных для посещения туристов, расположенных на экологических маршрутах
	Недостаточный уровень развития вопросов, связанных с обеспечением безопасности, подготовки персонала туристской отрасли на активных маршрутах

Экономическая эффективность экологического тура

Услуга	Единиц а изм.	Минимальное количество туристов		Максимальное количество туристов	
		На 8 чел.	На 1 чел.	На 12 чел.	На 1 чел.
Выручка от реализации	Руб.	65363,3	8170,4	79728,1	6644,0
Полная себестоимость	Руб.	59241,2	7502,2	72480,1	5867,9
Прибыль	Руб.	5942,1	668,3	7248,0	776,1
Налог на прибыль	20%	1188,4	133,6	1449,6	155,2
Рентабельность продаж	%	9,09		26,37	

Мероприятия

1. Инвентаризация ландшафтов особо охраняемых природных территорий (ООПТ), создание интерактивных электронных баз данных в сети Интернет на официальных сайтах ООПТ и Администрации Свердловской области.
2. Подготовка и трудоустройство профессиональных экологов-экскурсоводов и гидов.
3. Преобразование сети ООПТ России в систему с централизованным управлением.
4. Создание «Агентства по экотуризму», координирующего и контролирующего работу экотур-операторов, разрабатывающего маршруты, программы и регламенты посещения ООПТ и других природных объектов России, осуществляющего мониторинг рекреационной деятельности.
5. Реальное привлечение местных жителей к экотуризму на ООПТ и за их пределами, повышение их занятости и заинтересованности в этой сфере.
6. Внедрение биологических и экологических знаний, этики в систему образования детских садов, школ и вузов России в целом, пропаганда экотуризма.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!