



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Тема: «Разработка практических предложений по формированию стратегий управления туристскими компаниями»

ДОКЛАД

Уважаемые члены комиссии! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему: «Разработка практических предложений по формированию стратегий управления туристскими компаниями» (слайд 1).

Цель и задачи исследования (слайд 2):

Целью выпускной квалификационной работы является формирование стратегии развития туристической компании. Для достижения указанной цели, в процессе написания необходимо решить следующие задачи: рассмотреть теоретические аспекты управления туристической компанией; оценить стратегии

развития объекта исследования; разработать практические предложения по формированию стратегии туристической организации.

Объект и предмет исследования (слайд 3):

Объектом исследования является- туристическая компания ООО «Корал Тревел». Предмет исследования- стратегии туристической компании ООО «Корал Тревел».

Актуальность темы исследования (слайд 4):

Формирование стратегии управления туристической компанией особенно важно в период нестабильной экономической ситуации в России и в мире. В 2019 году пандемия внесла свои коррективы в экономику, что негативно отразилось на развитии всех видов деятельности, при этом, одним из первых пострадал туристический бизнес. Без COVID-19 туризму было не просто, а российско-украинский конфликт еще больше усугубил ситуацию данного сектора экономики.

Страны то открывают, то закрывают свои границы, а это существенно отразилось на финансовых результатах туристических компаний. Многие организации уже не первый год формируют минус в строке прибыль, некоторые вынуждены были закрыться. В связи со сложной макроэкономической ситуацией, особенно актуально вносить коррективы в планы предприятия и разрабатывать наиболее эффективные стратегии бизнеса.

Кризисы, возникающие один за другим, с одной стороны, отрицательно влияют на экономику и бизнес, с другой стороны, открывают новые возможности для развития. Рынок электронной коммерции и без пандемии не плохо себя чувствовал и ежегодно увеличивал объемы продаж, а COVID-19 только поспособствовал дальнейшему развитию продаж в сети Интернет. Особую популярность стали приобретать маркетплейсы, в том числе и туристические. Кризис не обошел вниманием и направления туризма, которые изменились в связи

с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой. В этот период особую популярность получили экологические и спортивные виды туризма, а домики на деревьях и глэмпинг- туры- это одни из самых интересных направлений не только 2022 года, но и в перспективе не утратят своей актуальности.

Теоретические аспекты исследования(слайд 5):

Стратегия компании –представляет собой сферу развития предприятия, которая позволяет раскрыть область деятельности организации, инструменты для достижения целей, миссию предприятия, а также систему долгосрочных мероприятий для достижения установленных прогнозов. Стратегии имеют различную классификацию: по функциональным назначениям, по типу развития, существуют также конкурентные стратегии и др.

Анализ рынка туризма в России с 2011-2020гг. (слайд 6):

Для разработки стратегии туристической компании, важно оценивать развитие этого рынка. Представленный анализ рынка туризма в России с 2011-2019гг. показал ежегодный рост объема платных туристических услуг и услуг гостиниц, начиная с 2020 года показатели отрасли направились в сторону уменьшения. Это произошло также по количеству въездных и выездных поездок, числа лечившихся и отдохавших и других показателей отрасли.

Стратегия развития туризма в России до 2035 года (слайд 7):

В сентябре 2020 года на федеральном уровне была обоснована Стратегия развития туризма в России до 2035 года, которая предполагает создание корпорации по туризму, функционирующую на базе крупных предприятий туристической отрасли: «Курорты Северного Кавказа», «Корпорация развития

Северного Кавказа», фонд «Посети Кавказ». Данная корпорация была зарегистрирована 18 декабря 2020 года как «Корпорация туризма РФ», и будет заниматься актуальными инвестиционными проектами в сфере продвижения российского туризма и формированием туристических кластеров. Целевыми показателями развития туризма в России на период до 2035 года являются: рост объема туристской индустрии от 3158 млрд. рублей до 16306 млрд. рублей в 2035 году; увеличение более чем в 2 раза количества внутренних туристских поездок на одного жителя РФ к 2035 году; увеличение экспорта туристских услуг РФ от 8,9 млрд. долларов США до 28,6 млрд. долларов США к 2035 году; увеличение инвестиций в сферу туризма в 3 раза к 2035 году.

Характеристика деятельности туристической компании ООО «Корал Тревел»(слайд 8)

Для исследования стратегий развития была выбрана туристическая компания ООО «Корал Тревел». Компания работает под брендом Coral Travel. Бренд Coral Travel представлен на рынке с 1995 года. Сеть Турагентств Coral Travel в России начала работать в 2001 году. Сегодня туроператор предлагает лучшие курорты и отели в 35 странах мира, среди которых: Австрия, Азербайджан, Андорра, Белоруссия, Болгария, Вьетнам, Греция, Грузия, Индия, Мальдивы и другие. Основными типами отдыха, которые предлагает ООО «Корал Тревел» являются: семейных отдых, элитный отдых, корпоративный отдых, экскурсионные туры, горнолыжные туры, спа-отдых и другие. Coral Travel не однократно получала премии и награды. В компании предусмотрена линейно-функциональная структура управления. Возглавляет компанию генеральный директор, в его подчинении находятся все службы предприятия, в том числе: бухгалтерия, отдел продаж, отдел маркетинга и др.

Экономические показатели туристической компании ООО «Корал Тревел» (слайд 9)

По рейтингам представленным в сети Интернет, компания занимает лидирующие места. Однако, в связи со сложной экономической ситуацией в мире с 2020 года экономические показатели предприятия пошли в сторону снижения, наблюдается как снижение объемов продаж, так и прибылей и рентабельности. В 2021 году рентабельность продаж и вовсе ушла в минус.

Стратегии развития туристической компании ООО «Корал Тревел»(слайд 10)

Компания Coral Travel осуществляет множество туристических услуг, в том числе и дополнительных, к которым относятся: индивидуальный трансфер, ускоренное прохождение всех формальностей в аэропорту, расширенная страховка, межотельные и горнолыжные трансферы и другое. В организации осуществляется всесторонний контроль качества всех составляющих турпродукта на каждом этапе его формирования, продвижения и реализации. Coral Travel занимается внедрением требований стандарта ISO 9001.

Для стимулирования сбыта применяются различные акции и программы лояльности. Продвижение туров осуществляется через собственный сайт, социальные сети Вконтакте, в ОК (одноклассниках), а также на YouTube канале.

Мероприятия по совершенствованию стратегий развития туристической компании ООО «Корал Тревел» (слайд 11):

Тем не менее, были выявлены слабые места в системе стратегических направлений и предложены пути решения: 1) для совершенствования товарной стратегии необходимо развивать экологический туризм, который очень популярен в период пандемии. Особенно интересным направлением эко туризма следует считать глэмпинг-туры и домики на деревьях; 2) для совершенствования стратегии

стимулирования сбыта -необходимо внедрение CRM-системы для разработки программ лояльности; 3) для совершенствования стратегии продвижения было предложено усиление продвижения турпродуктов на рынке электронной коммерции с помощью туристических маркетплейсов, например, маркетплейс – Ятурист. В результате реализации данных мероприятий, компания ООО «Корал Тревел» увеличит объемы продаж, прибыль и рентабельность, тем самым повысив конкурентоспособность на занимаемой нише.

Доклад окончен! Спасибо за внимание! (слайд 12)