

ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ

Выполнила :

студентка СКСиТ 09-1

Зеленина Марина.



- **ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ** - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.



□ В индустрии туризма выделяют:

1. *Тури́нду́стрию*

1. Сектор туроператора
2. Сектор турагентств
3. Сектор транспорта
4. Сектор экскурсионно-познавательных организаций
5. Сектор досуга развлечения и спорта

2. *Индустрию гостеприимства*

1. Сектор средств размещения
2. Сектор питания
3. Сопутствующие услуги.



- Под турфирмой подразумевается предпринимательская структура, занимающаяся на коммерческой основе посредническими операциями в сфере купли-продажи туристских услуг. Турфирмы не являются производителями туристских услуг, они выступают лишь в качестве посредников между потребителями и поставщиками туристских услуг. Однако они играют решающую роль в организации туристских путешествий.

- Все турфирмы выступают на рынке или как туроператоры, или как туристские агентства.

- Турпредприятие - организационно-хозяйственная единица, осуществляющая подготовку, исполнение и предоставление услуг туристам.



Классификация предприятий, производящих продукты и услуги для туристов:

□ *Предприятия сферы первичных услуг*- предприятия получают доходы за счет туризма.

К ним относят предприятия *прямого назначения*: лечебно-оздоровительные учреждения, транспортные предприятия.

Предприятия *косвенного назначения*:

□ *Предприятия сферы вторичных услуг*- предприятия получают доходы не только от туристической деятельности.

... Предприятия питания

... Транспортные предприятия

... Банки

... Учебные заведения и т.д



ТУРОПЕРАТОРЫ ПОДРАЗДЕЛЯЮТСЯ:

□ По виду деятельности:

1. Операторы массового рынка. Они продают турпакеты с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма.
2. Специализированные операторы - это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т. д.).

□ По месту деятельности:

1. Местные (внутренние) туроператоры. Они составляют турпакеты с маршрутами в пределах страны проживания.
2. Выездные туроператоры ориентируют турпакеты на зарубежные страны.
3. Туроператоры на приеме. Они базируются в стране назначения и обслуживают прибывающих туристов.



□ По экономическим целям:

1. Коммерческие. Основная цель – получение постоянной и большой прибыли;
2. Общепользные стремятся к экономичности, но интересы увеличения прибыли не стоят для них на первом плане;
3. предприятия «черного» туризма занимаются туристской деятельностью не постоянно, а по обстоятельствам.

□ По масштабу деятельности:

1. Крупные (более 100т. клиентов)
2. Средние (от 30 до 100т. клиентов)
3. Мелкие (менее 30 т. клиентов)



Туроператоры разделяются на инициативные и рецептивные.

- *Инициативные туроператоры* - это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями.
- *Рецептивные туроператоры* - это туроператоры на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договора с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т. д.). Это чистая форма туроперейтинга.



□ Функции рецептивных туроператоров:

1. Составление маршрутов.
2. Согласование с иностранными туроператорами возможных вариантов.
3. Согласование цен на обслуживание.
4. Получение подтверждения.
5. передача соответствующей информации российским предприятиям обслуживания (гостиницы, общепит, автотранспорт, экскурсионные объекты) и получение от них твердого подтверждения бронирования заказанных услуг, при необходимости – исполнение их авансовой оплаты;
6. информирование иностранного туроператора о твердом бронировании туров для иностранных туристов и выставление ему счета на авансовую оплату забронированных услуг;
7. установление контроля за своевременным поступлением от иностранного туроператора оплаты выставленных счетов;
8. получение от иностранного туроператора пофамильного списка прибывающих иностранных туристов (roominglist) и информации о датах и номерах рейсов их прибытия и отъезда;



9. передача указанной информации гостинице (гостиницам), а также передача заказов на автотранспорт для организации трансферов и экскурсий для иностранных туристов;
10. проверка готовности всех предприятий обслуживания к их приему накануне прибытия иностранных туристов в РФ;
11. организация встречи туристов в аэропорту или на вокзале, их доставка в гостиницу и размещение в номерах. Проведение с иностранными туристами собрания для их информирования об условиях путешествия в России;
12. организационная работа по обеспечению пунктуального исполнения программы и условий путешествия и обслуживания иностранных туристов в РФ;
13. постоянный контроль за соблюдением всеми предприятиями обслуживания высокого качества предоставляемых услуг;



□ осуществление указанных функций происходит в следующей технологической последовательности

1. разработка (на основе изучения рыночного спроса) предварительных предложений по поездкам российских туристов в зарубежную страну: маршрут, программа, содержание и качество пакета услуг, даты, приемлемые цены и др.;
2. согласование с иностранным туроператором окончательного варианта маршрутов и условий путешествия российских туристов в данной стране (количество туристов, даты прибытия и отъезда, содержание и качество пакета услуг и др.). Согласование выгодных для российской стороны цен на обслуживание российских туристов;
3. осуществление авансовых платежей иностранному туроператору за заказанные у него услуги для российских туристов в соответствии с условиями контракта;
4. бронирование у перевозчиков необходимого количества мест в регулярных или чартерных средствах транспорта для перевозки российских туристов на международных участках путешествия;



5. контроль за работой турагентств (информирование клиентов об имеющихся турпоездках, получение от них заказов на продажу туров, оформление договоров на покупку туров, получение оплаты и др.);
6. передача визовых анкет и загранпаспортов российских туристов в иностранное консульство на предмет получения для них иностранных въездных виз;
7. окончательное информирование иностранного туроператора о фактическом количестве российских туристов, датах и номерах рейсов их прибытия и отъезда;
8. выдача российским туристам загранпаспортов с иностранными визами, транспортных билетов и других туристских документов.
9. установление возможных форм и средств контроля за соблюдением иностранным туроператором условий приема и обслуживания российских туристов;



Турагентство — организация, приобретающая туры, разработанные туроператором, выпускающая на эти туры путевки и реализующая их потребителю.



□ Турагентства структурируются следующим образом:

1. По степени зависимости от туроператора:

1. Независимые - продающие туры практически любого туроператора по собственному выбору.
2. Частично зависимые- связанные обязательством продавать туры определенного туроператора на конкретном направлении работы.
3. Уполномоченные агентства - предлагающие туры только конкретного оператора.
4. Ритейловые - Суть ритейлингового представительства в том, что известный туроператор дает агенту право пользования собственной торговой маркой (наименования, логотип, слоган) в рекламных целях, осуществляет даже некоторые капиталовложения в агента (например, для приобретения или ремонта офиса, покупку оргтехники, рекламную кампанию).



□ По виду деятельности:

1. Многопрофильные.
2. Монопрофильные

□ По форме взаимодействия турагента с туроператором:

1. Агентства, работающие по безрисковым схемам — то есть бронирующие путевки у туроператора только при наличии реального клиента (обычно внесшего определенную предоплату).
2. Агентства, работающие по рискованным схемам, — предполагают в своей работе возможность покупки или безотзывного бронирования блоков мест в турах, предлагаемых оператором, с целью гарантированного расселения будущих клиентов агентства.



□ Обязанности турагентств:

1. продвижение турпродукта на местном рынке. Создание и распространение рекламы в масштабе торговой территории турагентства;
2. адаптация турпродукта к местным условиям.
3. контакты с местными клиентами. Поиск возможных потребителей туристских услуг и передача им необходимой информации о предлагаемых турах;
4. переговоры с клиентом.
5. продажа тура. После получения от туроператора подтверждения о бронировании тура принятие от клиента авансовой или полной оплаты его стоимости, заключение публичного договора, оформление туристских документов и пересылка туроператору загранпаспорта клиента на предмет оформления иностранной въездной визы;
6. перевод денег за проданный тур туроператору. Исполнение ежемесячной отчетности перед туроператором о проданных турах;
7. информирование клиента о дате, месте, времени отъезда за границу, номере рейса, таможенных и пограничных формальностях, условиях страхования, условиях пребывания в стране путешествия и других полезных сведениях;



ОСНОВНЫЕ РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ ТУРАГЕНТАМИ И ТУРОПЕРАТОРАМИ:

□ по системе доходов.

Туроператор имеет некоторый туристический продукт, и его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи. Часто туроператор приобретает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристический продукт со своим механизмом ценообразования. Турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристического продукта. Турагент реализует туристический продукт (часто и отдельные услуги: авиабилеты, номера в гостиницах и т.д.) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг;



□ по принадлежности туристического продукта.

Туроператор всегда имеет запас туристического продукта для продажи, а турагент запрашивает определенный продукт (услугу), только когда клиент выражает покупательский интерес.



