ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ РФ

ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Кафедра «Мировая экономика и экономическая теория»

**ОТЧЕТ**

О преддипломной практике

в \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Студент группы ЭМЭ-558 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Отчет защищен с оценкой\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Волгоград 2010г.

**ДНЕВНИК-ОТЧЕТ**

преддипломной практики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рабочее место (подразделение, служба) | Содержание выполняемой работы, наблюдения, выводы и предложения | Отметки, указания руководителя практики,подпись |
| 1 | 2 | 3 |
| Отдел продаж | 1 неделя (01.02.10 – 05.02.10г.)  |  |
| Знакомство с деятельностью организации, ее структурой, изучение законов и нормативных актов регулирующихрод деятельности фирмы. |
| 2 неделя (08.02.10 – 12.02.10г.) |  |
| Ознакомление с деятельностью отдела продаж, с процессом предоставления туристических услуг и их видами, с особенностями документооборота.  |
| Отдел маркетинга | 3 неделя (15.02.10 – 19.02.10г.) |   |
| Знакомство с основными партнерами организации, их деятельностью, изучения процесса взаимодействия участников туристского рынка. |
| 4 неделя (22.02.10 – 26.02.10г.) |  |
| Составление клиентских баз данных организации, работа с входящей и исходящей корреспонденцией, исследование рынка туристских услуг Волгограда.  |
| 27.02.10 – 01.03.10г |  |
| Составление отчета по практике. Обобщение. Выводы и предложения.  |

Введение

 Целью преддипломной практики является систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по специальности, в моем случае по международному маркетингу, а также использование данных знаний при выполнении выпускной квалификационной работы. Моя дипломная работа связана с изучением сферы туризма в нашей стране, а именно с изучением системы инфраструктурного обеспечения данного вида деятельности. Вследствие этого, объектом моего исследования стала туристическая фирма (турагентство) «МАЙЯ-турс».

Исходя из поставленной цели практики и специфики выбранной мной организации, основное внимание было уделено решению следующих задач:

1. Сбор, обобщение и анализ необходимых материалов по теме выпускной квалификационной работы и написание ее основных разделов на основе глубокого изучения опыта работы ООО «МАЙЯ-турс».
2. Изучение особенностей деятельности данного туроператора, его структуры, состава, партнеров и процессов взаимодействия с остальными участниками туристского рынка.
3. Расширение и систематизация знаний, полученных при изучении основных экономических дисциплин и их применение на практике, а также получение навыков практической работы в соответствующих организациях.
4. Содействие решению проблемы трудоустройства по результатам практики.

В результате прохождения практики поставленные выше задачи были успешно решены. Необходимый для написания материал и опыт работы в туристической компании были получены.

Содержание

I. Дневник по преддипломной практике.

II. Отчет по преддипломной практике.

1. Введение

2. Основная часть

3. Заключение

Основная часть

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Будучи экспортоориентированной сферой, туризм проявляет большую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках, создавая определенные конкурентные преимущества для страны.

Международный туризм в настоящее время является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей внешнеэкономической деятельности. Неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов является одной из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, которая сопутствует формированию и развитию мирового хозяйства. Становится очевидным превращение туризма в крупную самостоятельную отрасль национальной экономики, деятельность которой направлена на удовлетворение специфических потребностей населения. На долю международного туризма приходится около 12% мирового ВВП, 7% суммарных капитальных вложений, 15% мировых потребительских расходов, 7% всех налоговых поступлений и 8% мирового экспорта. Таким образом, в настоящее время, туризм превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Не стоит забывать и того, что каждое 7 рабочее место в мире также связано с этим сектором экономики.

Как уже отмечалось во введении, преддипломную практику я проходил в туристическом агентстве ООО «МАЙЯ-турс». Работая в сфере туризма более 10 лет, компания активно расширяет направления своей деятельности. МАЙЯ-турс является одним из немногих многопрофильных фирм и предоставляет полный комплекс услуг по организации путешествий:

* зарубежные поездки по групповым и индивидуальным ценам;
* детский и молодежный отдых, творческие фестивали и конкурсы, большая экскурсионная программа
* туры по России, с проживанием в гостиницах различной категории, от малобюджетных до гостиниц премиум класса;
* организация деловых поездок, выставок и семинаров;
* авиа и ж/д билеты по спецпредложениям российских и иностранных авиакомпаний;
* речные и морские круизы;
* бронирование гостиниц в Волгограде;
* услуги квалифицированных гидов-переводчиков;
* визовая поддержка во все страны;
* экскурсии по Волгограду и области;
* оформление медицинских страховок

На сегодняшний день, компания является одним из лидеров местного туристического рынка, сотрудничая с крупнейшими российскими и иностранными туристическими операторами: Capital Tour, TEZ Tour, Coral Travel и Pegas Touristik. Партнерство с данными туроператорами осуществляется путем заключения агентского договора. Вся необходимая для деятельности турагентства информация предоставляется туроператорами через Internet, путем размещения на официальных сайтах (система on-line бронирования).

 Фирма состоит из 6 человек, между которыми разделены основные функции, поэтому говорить о существование подразделений или отделов не приходится. Функции управления и подбора кадров возложены на генерального директора, финансовыми вопросами занимается главный бухгалтер, отделом продаж и офисного обеспечения руководит исполнительный директор. Все сотрудники организации являются высококвалифицированными специалистами, работающими на туристическом рынке не первый год. Текучесть кадров минимальная. Помимо этого компания расширяется, открывая еще один офис в Волгограде и Москве. В связи с острой конкуренцией на туристическом рынке и сложной экономической ситуацией данные финансовой отчетности являются коммерческой тайной и не могут быть разглашены. Что же касается системы статистического учета субъектов туристического рынка, то в нашей стране она отсутствует. Это фактор негативно влияет на сферу туризма, давая возможность недобросовестным компаниям выходить на внутренний рынок. Показателем успешного развития данной организации является сравнительно долгий срок нахождения на рынке, репутация надежного и профессионального турагента и наличие большой клиентской базы. К сожалению, моя практика совпала с так называемым «мертвым сезоном», когда объемы продаж туристических услуг крайне малы, поэтому объективно говорить об объемах продаж мне затруднительно. В данном случае показателем является деятельность компании в «высокие сезоны», когда поток желающих отдохнуть достигает максимума.

Что касается структуры расходов, то большую долю в ней составляют расходы на заработную плату, материальные расходы (коммунальные платежи, канцелярские товары) и прочие расходы (обслуживание информационных систем, интернет, телефонные услуги).

 Для анализа деятельности фирмы необходимо рассмотреть ситуации с мировым туристическим рынком в целом и рынком туризма в нашей стране в частности. Развитие туристического рынка можно разделить на два этапа: до и после мирового финансового кризиса 2008-2009 годов.

Что касается первого этапа, то до 2008 года индустрия туризма являлась одной из наиболее динамично развивающихся сфер в международной торговле услугами. В последние 20 лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений – 14%. Если в 1950 г. число туристов во всем мире составляло 25 млн., а оборот туристской индустрии - 2,1 млрд. долл. США, то, согласно данным Всемирной туристской организации при ООН (ЮНВТО) в 2006г. в мире было зарегистрировано 846,0 млн. прибытий туристов, а поступления от международного туризма достигли 733 млрд. долл. США.

Наиболее характерными тенденциями мирового туризма в настоящее время являются диверсификация туристского продукта, поиск новых туристских направлений, сокращение средней продолжительности туристских поездок, выбор альтернативных средств размещения и транспорта, а также общее давление цен.

По данным Всемирного Совета по туризму и путешествиям в 2007 году доля туризма в мировом ВВП составила 3,6%, а с учетом вклада сопутствующих отраслей – 10,4%. Многие страны Европы, такие как Швейцария, Австрия, Франция, Болгария значительную часть своего благосостояния построили на доходах от туризма. Так, в Австрии 8,6% в ВВП страны составляют прямые доходы от туризма и 15% - доходы с учетом мультипликативного эффекта, в Испании, соответственно, 6,8% и 18,2% , во Франции – 4,1% и 10,9%, в Хорватии – 8,5% и 19,0%, в Великобритании – 3,4 % и 9,1%, в Канаде – 3,4% и 11,0%, в Болгарии – 4,1% и 14,5%.

Таким образом, международный туризм, характерной чертой которого является то, что значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, играет все более заметную роль в мировой экономике.

Однако 2008 год резко изменил радужную ситуацию на туристическом рынке и поставил под вопрос перспективы его развития. Разразившийся финансовый кризис не обошел стороной индустрию туризма, разделив туристический рынок на до и после 2008 года. Более того, кризис отразился на туристической отрасли раньше, чем на многих других сегментах мирового рынка.

 По оценкам Всемирной туристской организации (UNWTO), замедление роста на рынке туризма началось еще летом 2008 года, когда темпы упали втрое. Организация прогнозирует, что в 2009 году число туристов в мире вырастет всего на 2% (в 2000–2007 годах средние темпы роста составляли 7,2%). Эксперты организации предсказывают снижение делового и корпоративного туризма, одновременно прогнозируя рост въездного туризма в соседние страны, а также внутреннего туризма. Пока единственным привлекательным в этом смысле регионом остается Ближний Восток. Здесь в августе 2008 года путешествующих было больше, чем в предыдущие месяцы.

Больнее всего кризис, по мнению специалистов, бьет по развитым странам. Так, исследование консалтинговой компании Deloitte, выполненное по заказу британского агентства VisitBritain, предсказывает спад британской туристической отрасли в течение 2009–2010 годов. По оценкам Deloitte, в настоящее время туризм создает примерно 83 млрд долларов добавленной стоимости, или 3,7% ВВП Британии. С учетом косвенного эффекта он отвечает за создание 182 млрд. долларов стоимости (8,2% ВВП). Но спад в отрасли до 2010 года приведет к сокращению расходов потребителей и компаний на путешествия примерно на 20%. В результате в одной Британии будут утеряны 114 тыс. рабочих мест и 17 млрд. долларов ВВП.

 Помимо прямого финансового воздействия на мировой туристический рынок кризис сказался на нем и косвенно. Резкое обострение политической ситуации, рост безработицы и недовольства населения выплеснулся в антиправительственные демонстрации в Таиланде и Греции в конце 2008 года, жертвами которых стали и туристы. В результате поток отдыхающих в данные страны сократился на 15 – 20%. Не досчитались в 2008 году порядка 10 - 15% отдыхающих и лидеры туристического рынка: европейские страны, Египет и Турция. Не спасли от убытков даже резко упавшие цены на гостиничные услуги. Так в Риге, Таллине и Вильнюсе цены в гостиницах упали на 30%, в Берлине, Париже и Лондоне — на 15%, Греция снизила цены на 10%, а в борьбе за отдыхающих Египет цены не стал повышать.

Таким образом, уверенное поступательное движение, которое демонстрировал туристический рынок на протяжении двух последних десятилетий, замедлилось и причем существенно. И проблема здесь вовсе не в падении сферы туристических услуг и привлекательности основных туристических центров. Это системный кризис и выйдет из него туризм вместе со всей экономикой и уж никак не раньше прогнозируемого экспертами 2012 года.

Не обошел стороной кризис и российский туристический рынок. В последние годы эта сфера в целом развивалась стабильно и динамично. Отмечался ежегодный рост внутреннего туристского потока. Стремительными темпами росло число наших туристов, отдыхающих за рубежом. За последние восемь лет число наших сограждан, выезжающий за территорию Росси с целью отдыха, увеличилось в 2,5 раза и составило в 2008 году 11313 тыс. чел. При этом стоит отметить, что 95% выездов в 2008 году пришлось на страны дальнего зарубежья и лишь около 5 на страны СНГ. Для сравнения, в 2003 году данные показатели составляли 12% для стран СНГ и 88% для стран дальнего зарубежья. Что касается туристских предпочтений по конкретным странам отдыха, то за последние 4 года произошло одно серьезное изменение: на второе место по числу приезжающих на отдых российских туристов вышел Китай. Лидеры российского рынка выездного туризма представлены в виде Таблицы 1.

Таблица 1

Лидеры российского рынка выездного туризма

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Страна | 2007(чел.) | 2008(чел.) | Изменение (в %) |
| 1 | Турция | 1923363 | 2213792 | + 15% |
| 2 | Китай | 1651715 | 2059326 | + 24% |
| 3 | Египет | 1255399 | 1426742 | + 13% |
| 4 | Италия | 334113 | 398067 | + 19% |
| 5 | Испания | 318639 | 365436 | + 14% |
| 6 | Греция | 243958 | 349152 | + 43% |
| 7 | Германия | 231318 | 330274 | + 42% |
| 8 | Таиланд | 232247 | 258765 | + 11% |
| 9 | ОАЭ | 207205 | 228102 | + 10% |
| 10 | Великобритания | 79231 | 87302 | + 10% |

Что касается удельной доли стран лидеров в общем объеме рынка российского выездного туризма, то она представлена на диаграмме.

Таким образом, половина всех выездов российских туристов приходится на три страны: Китай, Турцию и Египет.

Но начиная с середины 2008 года ситуация начала изменяться: мировой финансовый кризис затронул и российский туристский рынок. Насколько благоприятно или отрицательно скажется кризис на туристическом рынке России пока трудно сказать, но некоторые итоги уже можно подвести. Как известно, в период кризиса люди предпочитают ездить по своей стране или в соседние государства, поэтому в первую очередь кризис должен был сказался на количестве наших сограждан, предпочитающих отдыхать за рубежом (выездной туризм). Так оно и произошло. Правда стоит отметить, что количество наших туристов, отдохнувших за границей в 2008, все-таки выросло с 9,4 млн. чел до 11,3 млн. Однако этот рост аналитики связывают с тем, что основная масса населения страны ощутила последствия кризиса лишь в сентябре 2008 года, успев при этом уже отдохнуть. А вот с сентября туристский рынок России во всю ощутил последствия кризиса. По данным Ростуризма, спрос на туристические услуги в России за зимние месяцы 2008–2009 годов снизился на 22%. (Рисунок 2)

Рис. 2 Выезд российских граждан за границу с целью туризма за I квартал 2008 и 2009 годов

Особо хотелось бы заострить внимание на состоянии отечественных туристических фирм. Впервые за 17 лет на рынке нет туристической компании, которая декларировала бы 2008 год как успешный. Кризисные явления стали ощущаться на туристическом рынке с начала третьего квартала 2008 года. Если в мае наблюдался рост турпотока, то с июня на туристическом рынке началась стагнация. Первый и очень тяжелый удар по рынку выездного туризма пришелся на июль. Колоссальный рост стоимости авиационного керосина (в некоторых случаях стоимость авиаперевозок увеличилась на 80%) вызвал рост стоимости путевок, волну вынужденных доплат, антирекламу туристического рынка в прессе. Вместо сезонного роста турпакета в 5-10 %, произошел скачок на 30%. Как следствие – снижение общего турпотока на 15-20%. Добила ситуацию конкурентная борьба на некоторых направлениях (в частности, греческом), спровоцировавшая массовую волну спецпредложений. Кончилось это тем, что многие туроператоры закончили этот сезон в минусе. Выход в ноль считался по итогам сезона неплохим результатом. Стоит отметить, что в сложившейся ситуации туроператоры стали заложниками цен, однако это не меняет сути дела. Главная причина того, что турфирмы оказались не готовы к кризису, состоит в том, что в течение пяти последних лет на фоне форсированного роста турагентств и туроператоров большинство игроков, в надежде на потребительский бум, было поневоле втянуто в демпинговые войны. В итоге, как уверяет большинство туроператоров, они ещё до кризиса исчерпали свои ресурсы снижения маржи и наценок. События же 2008 года лишь сделали данные факты достоянием общественности и зачистили туристический рынок от самых слабых игроков. А таких, по данным представленным президентом Российского союза туриндустрии (РСТ) Сергеем Шпилько, набралось порядка 10% от общей массы туроператоров.

Кроме того некоторые компании, которым было невыгодно оставаться туроператорами переквалифицировались в турагентов – продавцов путевок. В результате данных изменений из Единого федерального реестра туроператоров выбыли 650 компаний, 7 из которых волгоградские. Среди них Аджагс, Аэрон, Евролинк-тур, Бриз, гостиничный комплекс «Волгоград», Парус Трэвал и Элит-Центр. Тем же туроператорам, кому удалось остаться на рынке, предстоит процесс поглощения или объединения для сохранения прибыльности бизнеса и финансовой устойчивости. Окончательно картина на туристическом рынке станет понятна к концу летнего сезоне 2009 года. Те компании, которым удастся сохранить свои позиции до этого времени, с большой вероятностью переживут кризис. Пока же потребители должны особенно тщательно подходить к выбору туроператора. Гарантией надежности компании может служить участие государства в ее капитале, принадлежность к мощной устойчивой корпорации, умение и опыт работы с финансовыми институтами.

Что касается ситуации на региональном волгоградском рынке, то она полностью идентична общероссийской тенденции. На сегодняшний день в нашем регионе действуют порядка 80 турагентов, крупнейшими из которых являются «Интерлайн», «Бриз», «Аджагс», «3 континента». Большинство волгоградских турагентов работают с крупнейшими российскими туроператорами – Capital Tour, TEZ Tour, Coral Travel и Pegas Touristik. Помимо кризисных явлений, сильно повлиявших на финансовое положение турагентов, стоит отметить еще одну важную причину слабого роста туризма в нашем регионе – отсутствие удовлетворяющего международным требованиям аэропорта. Главные воздушные ворота города самым пагубным образом влияют на развитие туризма в нашем регионе. Если рассматривать международные рейсы, то напрямую из Волгограда можно улететь в Египет (круглый год), Турцию (летом) и с этого лета в Грецию. Вылет в остальные туристические страны осуществляется через аэропорта Москвы и Ростова-на-Дону. Данное положение дел безусловно прибавляет хлопот и денежных затрат туристам, многие из которых отказываются от поездки за рубеж в пользу отдыха внутри страны.

Если говорить о данных, то спрос на туристические путевки упал в среднем на 20 – 30%. Волгоградцы стали меньше ездить за границу, упал спрос даже на самые популярные направления – Турцию и Египет. Хотя за счет того, что отдых в европейских странах стал еще дороже, данное падение было малозначимым. В то же самое время возрос спрос на внутренний туризм. Применительно к нашему городу можно выделить следующие направления – Краснодарский край (Черноморское побережье), Кавказские Минеральные Воды, горнолыжные курорты Кавказа, Подмосковье, а также курорты Украины (Крым). Безусловно, они не могут в полной мере компенсировать потери от внешнего туризма, однако в обозримом будущем могут с успехом заменить заграничные курорты. В первую очередь это связывают с проведением зимних Олимпийских игр 2014 в Сочи.

Особую ответственность на туристскую индустрию налагает проведение в 2014 году Зимних Олимпийских игр в Сочи. Это требует высокого уровня подготовки гостиничных средств размещения и соответствующего качества обслуживания. Пока в проекте «Сочи 2014» тоже нечем похвастаться. Все еще по–прежнему впереди. Однако уже сейчас заметно, что у нынешнего государства явные трудности с проектными командами. Как только федеральный центр взялся за стратегические вопросы, а их решения начал отливать в стратегические проекты советского масштаба, оказалось, что людей, которые имеют опыт реализации таких проектов, – минимум. Остается надеяться, что репутация государства, поставленная на кон проведения Олимпиады 2014, заставит федеральный центр изыскать дополнительные резервы и завершить данный проект в срок и в предусмотренном объеме.

 Однако одного такого проекта явно недостаточно. Необходимо развитие туристской инфраструктуры в историко-культурных центрах России, малых и средних исторических городах, что требует формирования раздела по развитию туристской инфраструктуры ФЦП «Развитие историко-культурных зон в России». В исторических городах, перспективных для привлечения туристов, целесообразно формирование культурно-туристских зон, включающих не только памятники архитектуры, истории и культуры, но и объекты, предоставляющие туристам полный комплекс услуг проживания, питания, развлечений, информационного обслуживания и др. Особенностью таких зон является их использование как туристами, так и местными жителями, что особенно важно для социально-экономического развития малых исторических городов в целом. Таким образом, вопросы создания туристской инфраструктуры должны быть тесно взаимоувязаны с потребностями в развитии исторических городов.

Заключение

Текущее состояние дел в организации можно охарактеризовать как хорошее. Безусловно, падение спроса на туристические услуги в связи с мировым финансовым кризисом сильно ударило по всем участникам рынка. Объем продаж туристических путевок в 2009 году сократился на 25-30% по стране. Прослеживается данная тенденция и в ООО «МАЙЯ-турс»: количество туристов, решивших отдохнуть за границей сократилось. Более того, люди чаще стали отдыхать в период спецпредложений, которые приходятся не на «высокий сезон» или вместо 2 поездок за год решаются только на одну. Сокращение турпотока за границу в определенной степени компенсируется возросшим интересом к отдыху на территории РФ. «МАЙЯ-турс» была одной из первых турфирм, кто сумел быстро и четко определить перспективные направления. На сегодняшний день компания предоставляет всевозможные туры по территории РФ и стран СНГ, при этом в некоторых сегментах компания выступает в качестве туроператора. Это позволило ей не в столь сильной мере ощутить всеобщий спад в туриндустрии. Расширение компании, о котором упоминалось в основной части, также свидетельствует о правильно выбранной маркетинговой стратегии и высокой квалификации сотрудников фирмы.

Если же говорить о туристическом рынке России в целом, то, несмотря на свое динамичное развитие, он в последние годы, испытывает множество проблем и по-прежнему отстает по многим показателям от стран–лидеров. К уже имеющимся проблемам плохой инфраструктуры, законодательной и статистической базы в туристской отрасли добавились последствия мирового финансового кризиса, заметно пошатнувшего динамичное развитие туристского рынка в нашей стране. Однако на мой взгляд, нынешний кризис положительно скажется на отечественном рынке и позволит сократить отставание от лидеров туриндустрии. В первую очередь, в результате кризиса с рынка уйдут ненадежные игроки, которые тормозят развитие рынка и портят его репутацию. Новый рынок, пусть и с потерями, но все же сумеет сохранить достигнутые результаты. Во-вторых, как нельзя кстати, на руку нашему туристскому рынку сыграл факт выбора Сочи столицей Олимпиады 2014. На сегодняшний день по всему миру сворачиваются проекты, не столь важные для развития стран, так как в период кризиса денежные средства тратятся лишь на неотложные нужды государства. В нашей же стране строительство олимпийских объектов в Сочи продолжается по намеченному плану. И эту стройку государство точно не свернет, так как от нее зависит престиж страны. Благодаря этому, Россия сможет сократить отставание в туристской инфраструктуре от мировых лидеров, и по окончания кризиса будет располагать курортом, который сможет на равных конкурировать с самыми лучшими мировыми аналогами.

Говоря о проделанной в ходе практики работе, хотелось бы отметить главное: полученный опыт и более детальное изучение системы взаимодействия субъектов туристского рынка помогли мне не только изучить особенности деятельности предприятий данной сферы, но и написать некоторые разделы дипломной работы.

Отзыв

Руководитель практики от предприятия \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Прибыл на практику на предприятие\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

И завершил практику\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

За время практики студент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Выполнил\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Показал\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рекомендуемая оценка по практике

при соответствующей защите отчета по практике \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель практики от предприятия \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_