

ГБОУ СПО «Нижегородский Индустриальный Колледж»

Планирование и формирование пляжных туров в Португалию на примере туроператора

Выполнила:
студентка Пчёлкина Альбина
курс III группа T-32

Преподаватель:
Гребенщикова Н.В.

г. Нижний Новгород, 2017 г.

Актуальность работы



Предприниматели, работающие в сфере туризма, уверены, что в 2017 году Португалию ждет успех и прибыль. Они считают, что количества туристов намного увеличится, по сравнению с 2016 годом. 57,3% считают, что это будут инвестиции, и только 5,2% предсказывают, что государственные инвестиции могут уменьшиться.



Актуальность работы

Целью данной работы является выявить особенности планирования и формирования пляжных туров в Португалию.



Актуальность работы

Задачи работы:

- рассмотреть понятие и сущность турпродукта;
- провести маркетинговые изучения спроса и предложения;
- разработать проект программы обслуживания тура для маршрута.

Актуальность работы

Объектом данной работы является процесс планирования и формирования пляжных туров в Португалию.

Предметом исследования является аналитическая и технологическая документация туроператора.



Актуальность работы

В становление и развитие методологии функционирования туристской сферы **большой вклад внесли** как российские - Азар В.И., Биржаков Н.Б., Ветитнев А.М., Волкова Л.А., Романова Г.М. и др., так и зарубежные ученые - Уокер Дж. Р., Джеральд В., Мердок Д. и др. Много информации об организации формирования и планирования пляжного туризма можно почерпнуть из данных, которые предоставляет Федеральное агентство по туризму.

Понятие и сущность турпродукта

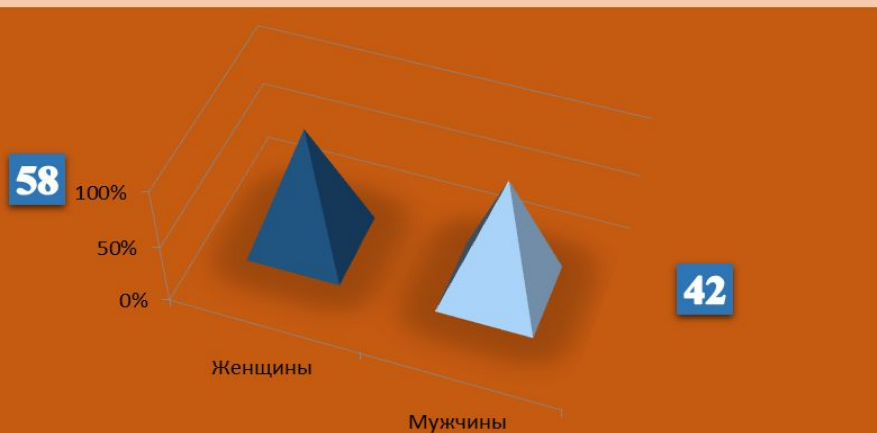
Туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Технология и формирование турпродукта

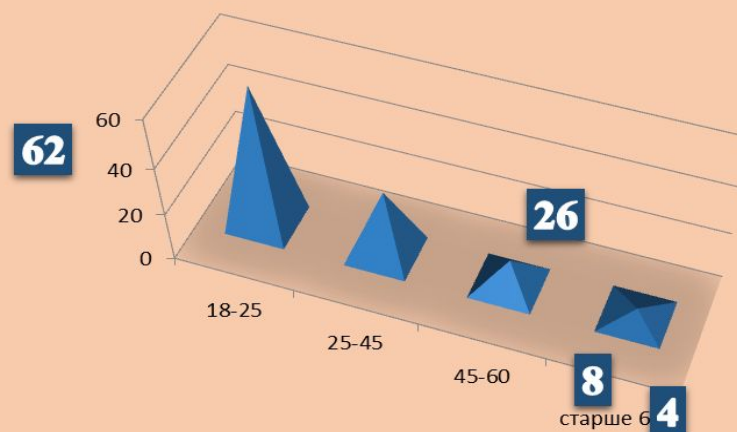


Анализ спроса потенциальных потребителей

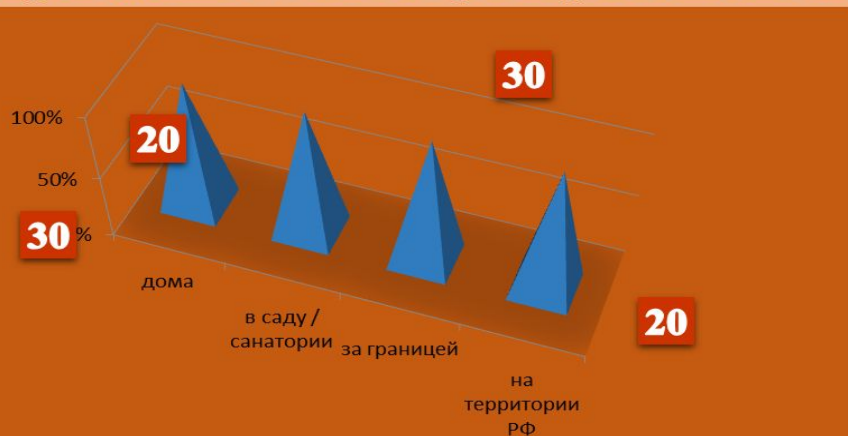
Пол респондента:



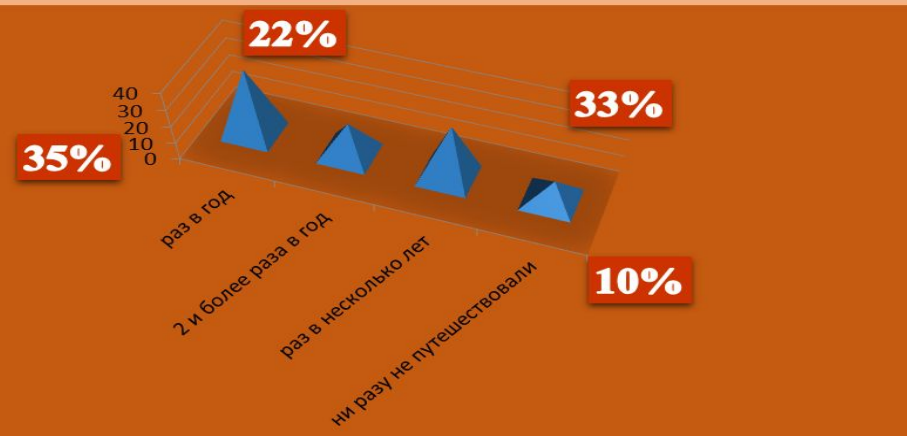
Возраст респондента:



Проведённое летнее время респондентов:

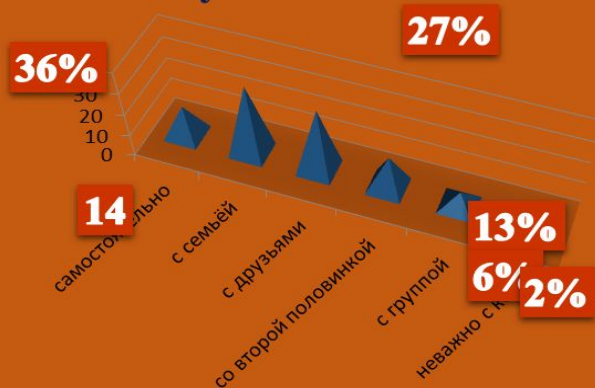


Частота путешествий респондентами:



Анализ спроса потенциальных потребителей

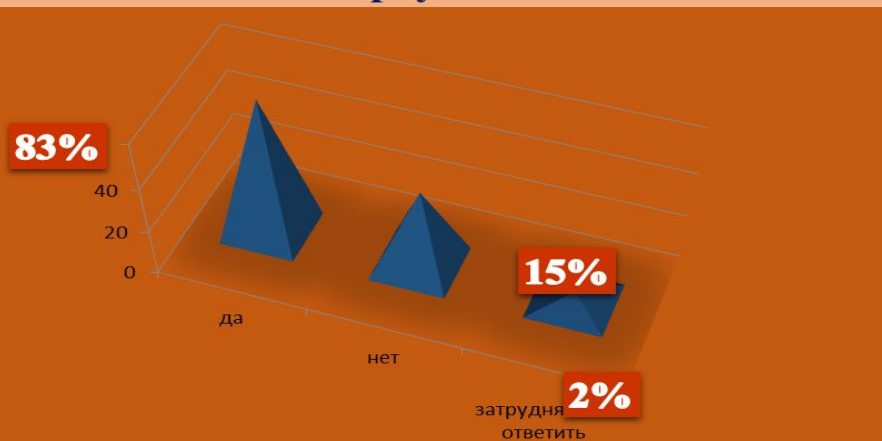
Предпочтения респондентов путешествовать с кем-либо:



Континент, который посетят респонденты в следующий раз:

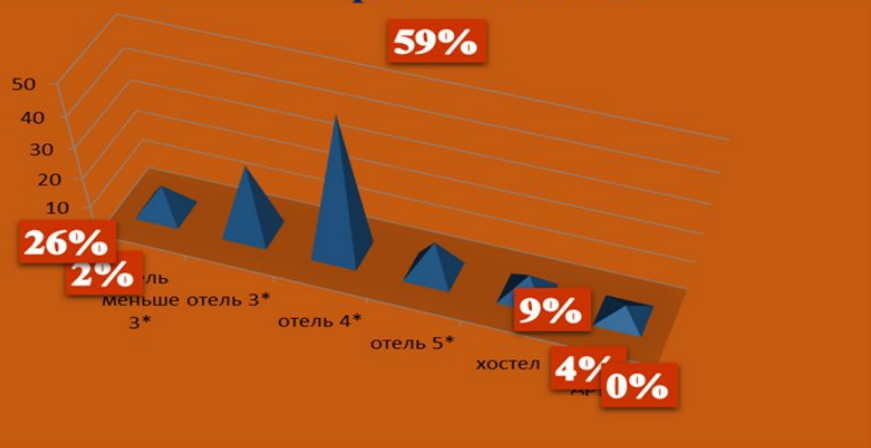


Хотят ли посетить респонденты Португалию:

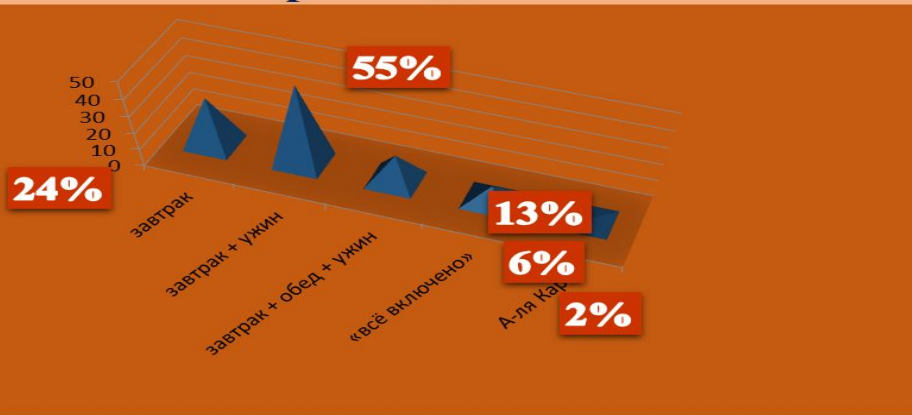


Анализ спроса потенциальных потребителей

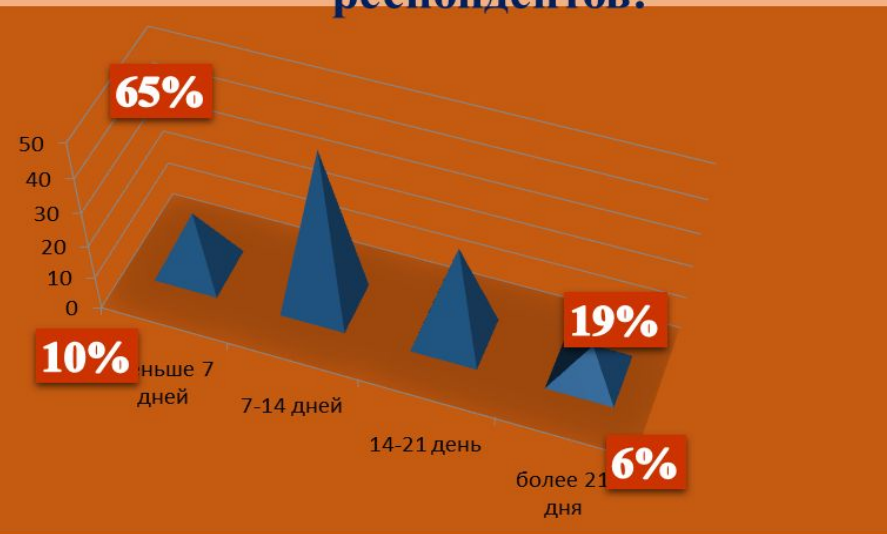
Предпочтительный вид размещения для респондентов:



Оптимальный вид питания для респондентов:

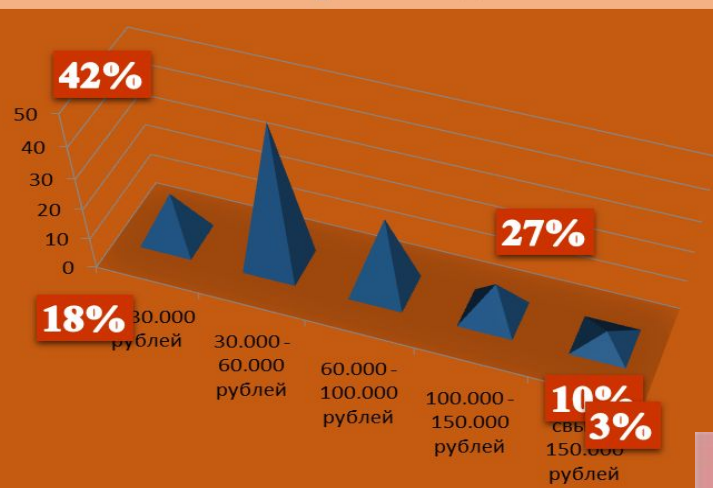


Подходящая продолжительность тура для респондентов:

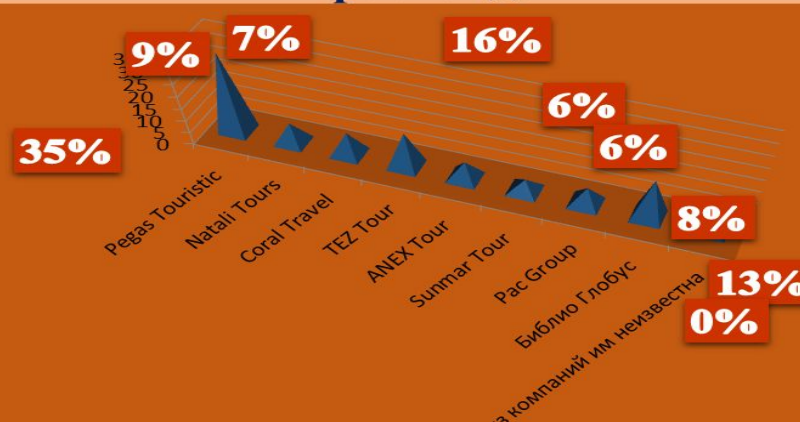


Анализ спроса потенциальных потребителей

Сумма денег, которую готовы потратить респонденты:



Туристические компании, известные респондентам:



Как респонденты узнали об этих туристических компаниях:



Анализ предложений туроператора

Natalie Tours превосходит других туроператоров:

- Разные направления отдыха
- Сотрудничество с крупными партнёрами
- Система скидок для детей, семей, пенсионеров, молодожёнов и постоянных клиентов
- Удобная для клиентов оплата
- Возможность покупки тура в кредит
- Возможность страхования при покупке тура
- Возможность сделать фото на визу для любой страны в офисе бесплатно

Анализ туристской индустрии и туристских ресурсов



Проекта тура по Португалии



Услуги на туре:

Описание:

Транспорт:

(SU-2300 Airbus A321-200), Мини-вен (автобус от аэропорта)

Проживание, питание:

«ALGARVE GARDENS 3*», континентальный завтрак.

Дополнительные услуги:

Барселуш - Гимарайш - дегустация зеленого вина,
Статуя Христа - Азейтау - винодельня - Королевский
Дворец Ажуда.

Сопровождение:

Квалифицированный гид

Программа тура



Отель «ALGARVE GARDENS 3*» был отобран среди остальных отелей, потому что отель расположен на берегу океана, в сосновом лесу.

Авиа-компания «Уральские Авиалинии» была выбрана туроператором, потому что на сегодняшний день входит в число 200 крупнейших авиаперевозчиков мира.



Проекта тура

| Название компании: | Мероприятия: | Количество и стоимость: |
|--|--|--|
| Расклейка | 1 расклейщик на 1 сектор | В неделю: - 1000 листовок «Куплю»; - 1000 «Меняю»; - 1000 «Продаю»; - 1000 – универсальный вариант. Итого: 16 800 р. |
| Реклама в СМИ | Рубрика "Частные объявления" | 600 руб за 1 в неделю. Итого: 2400 р. |
| Имиджевая реклама | Платно в виде объявлений в частную рубрику в газеты города | 2000 р. - 1 раз. 8000 р. в месяц. |
| Листовки по почтовым ящикам | Как правило, в домах в центре города (или района) | На 1 дом - 144 листовки..Итого: 2000 р. |
| Участие в выставках | Подготовка брошюр, визиток, плакатов | В среднем, около 1000 р. и работа специалистов агентства |
| Распространение листовок | | 500 штук в месяц - 1000 р. |
| Телефонное приглашение на бесплатные консультации специалистов | | Оплата работы менеджера по продажам: 1 ч. - 75 р. (без процентов от сделки). Итого: 4800 в месяц |
| Реклама в Интернете | Баннеры в поисковых системах | 1500 тыс. в месяц. |
| Работаспартнерами - | Обмен визитками для размещения в офисах строительных, страховых компаний | Оплата работы курьера: 1 час в неделю - 50 р. Сами визитки: 300 р. Итого: 350 р. |
| | Создание совместных брошюр | Стоимость брошюр делится поровну: 1000 р. за 1000 брошюр (если участвует 3 ваших партнера). |
| Выпуск газеты | | 300 р. - 1 экземпляр + работа курьера 2000 рублей. Итого: 17 500 р. |
| Итого: | | 58 350 р. |

Проекта тура

Смета расходов турфирмы по отправке туриста:

$48.500 / 31\% = 15.035$ - транспорт

$48.500 / 14\% = 6.790$ – проживание

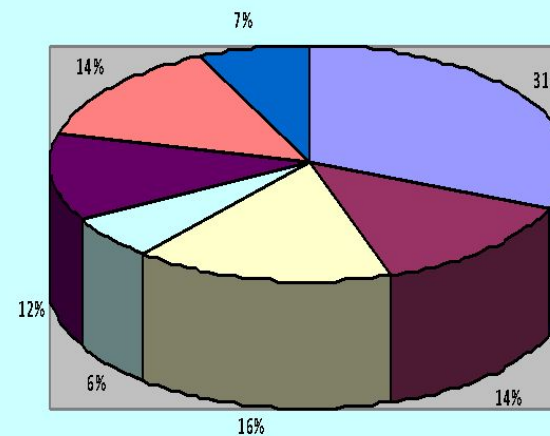
$48.500 / 16\% = 7.760$ – питание

$48.500 / 6\% = 2.910$ – кос. издержки

$48.500 / 12\% = 5.820$ - НДС

$48.500 / 14\% = 6.790$ - рентабельность

$48.500 / 7\% = 3.395$ - % туроператора



- Транспорт
- Проживание
- Питание
- Косв.изд.
- НДС
- Прибыль
- Услуги ТО

Практическая значимость

