

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.



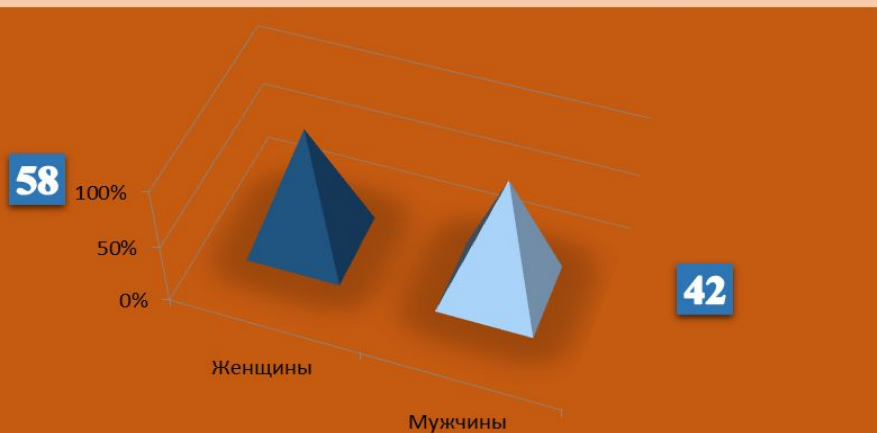
# Технология и формирование турпродукта



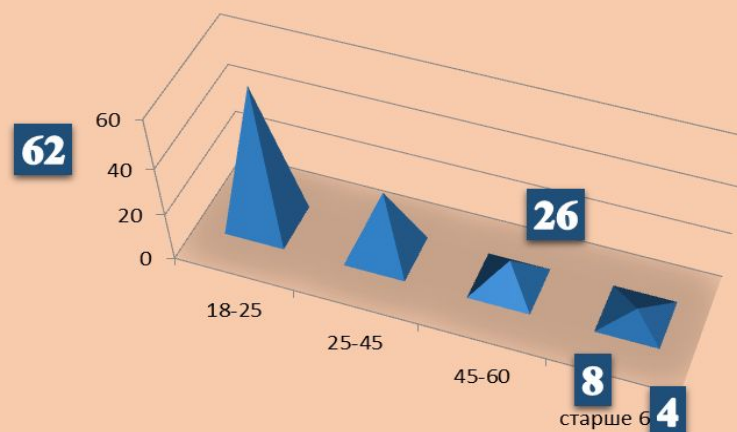


# Анализ спроса потенциальных потребителей

## Пол респондента:



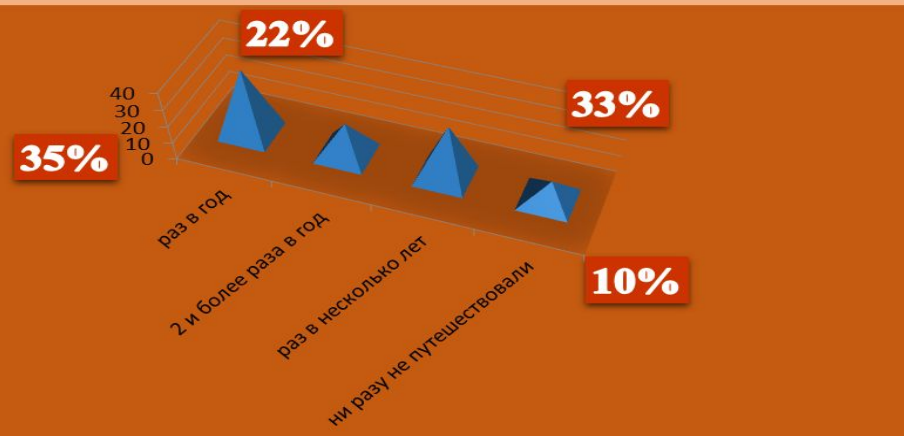
## Возраст респондента:



## Проведённое летнее время респондентов:

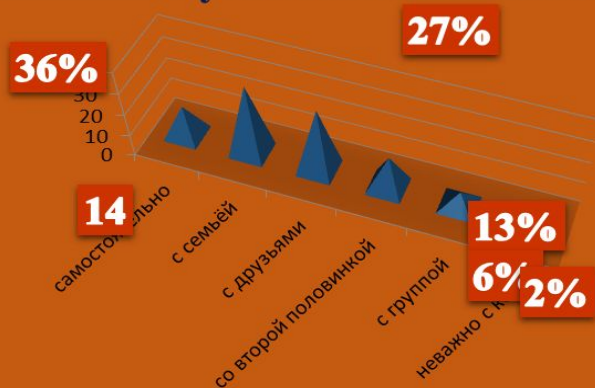


## Частота путешествий респондентами:



# Анализ спроса потенциальных потребителей

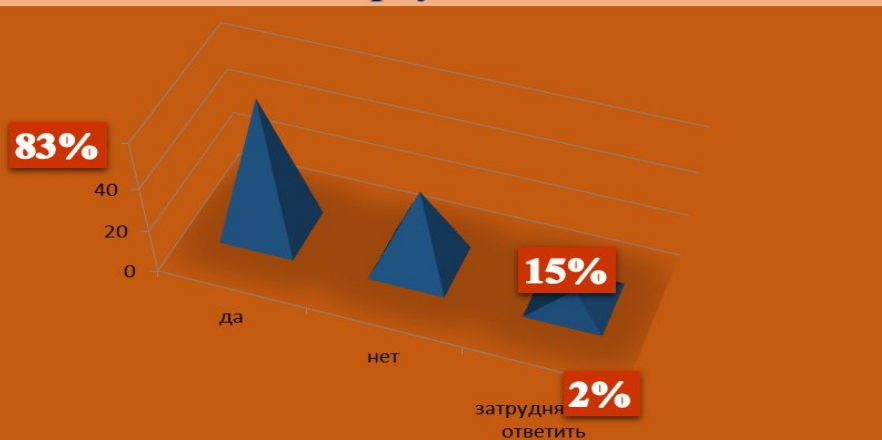
## Предпочтения респондентов путешествовать с кем-либо:



## Континент, который посетят респонденты в следующий раз:



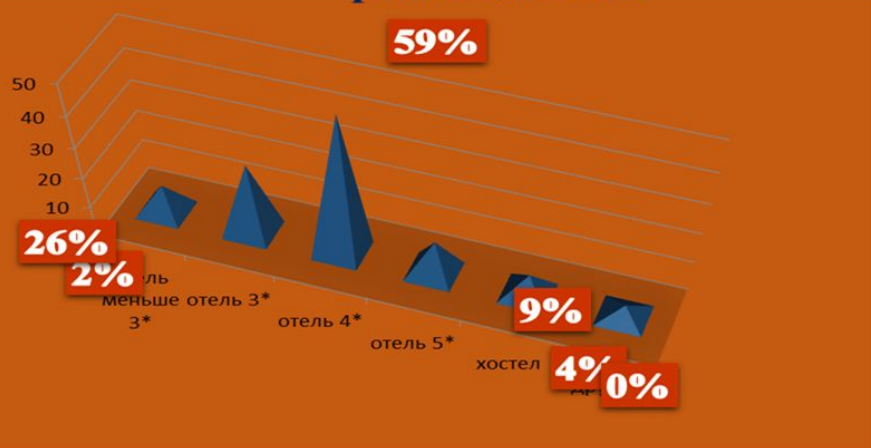
## Хотят ли посетить респонденты Португалию:



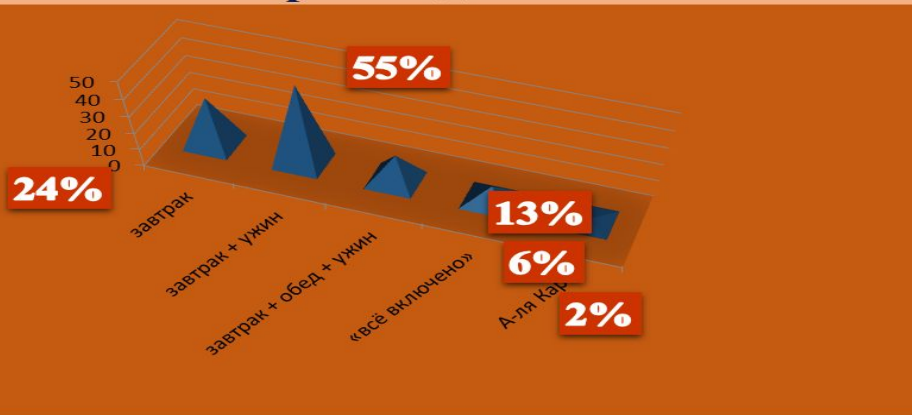


# Анализ спроса потенциальных потребителей

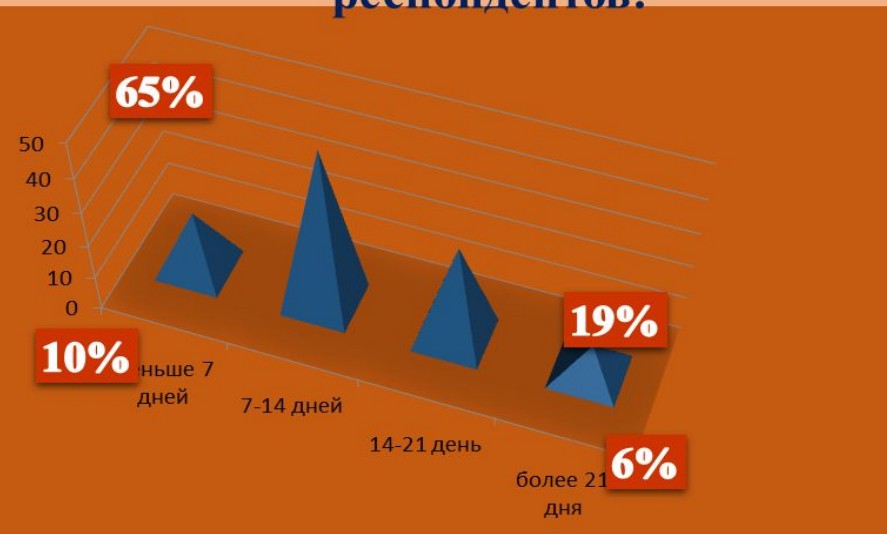
Предпочтительный вид размещения для респондентов:



Оптимальный вид питания для респондентов:

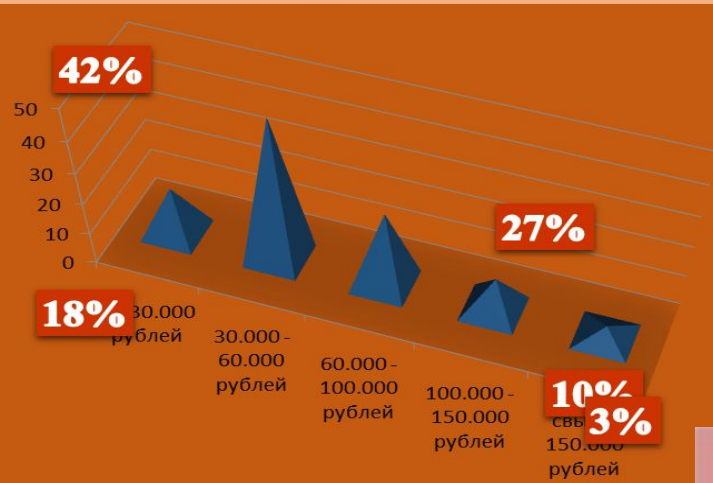


Подходящая продолжительность тура для респондентов:

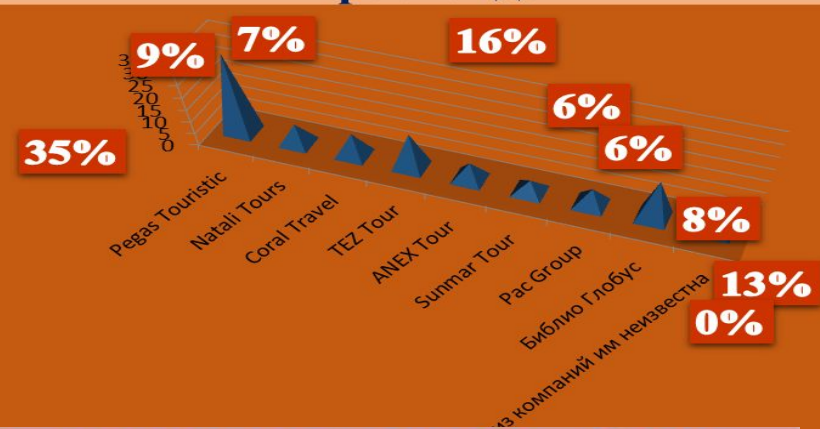


# Анализ спроса потенциальных потребителей

## 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 расположился 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.
<b>Итого:</b>		<b>58 350 р.</b>

# Проекта тура

## Смета расходов турфирмы по отправке туриста:

$48.500 / 31\% = 15.035$  - транспорт

$48.500 / 14\% = 6.790$  – проживание

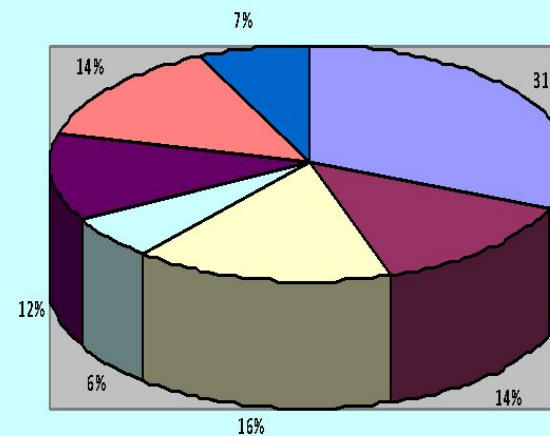
$48.500 / 16\% = 7.760$  – питание

$48.500 / 6\% = 2.910$  – 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

