#### МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПЯТИГОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт международного сервиса, туризма и иностранных языков

Кафедра креативно-инновационного управления и права

Метревели Диана Георгиевна

#### АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ТУРФИРМЫ «ЛАЙТ»

научный руководитель кандидат экономических наук Г.Н. Май-Борода





### ООО «Лайт» г. Пятигорск

**Реестровый номер** МВТ 012307 в едином федеральном реестре туроператоров.

**Юридический адрес:** 357500, Россия, Ставропольский край,

г. Пятигорск, ул. Дзержинского, 41

#### Контактные телефоны:

Тел.: (8793) 333-331, 339-332, 974-257; (961) 479-63-58; (928)

375-77-85

Факс: (8793) 337-049

e-mail: info@light-tour.su

Режим работы: с 10 до 18, перерыв с 13 до 14,

выходные дни с 11-15

ООО "Лайт" в социальных сетях:

<u>"Сокровища России"</u>

<u>"В Контакте"</u>

### Общие сведения о предприятии «Лайт»

**Целями деятельности** туристской фирмы «Лайт» является расширение товаров и услуг, а также извлечение прибыли.

# «Лайт» осуществляет следующие виды деятельности:

- деятельность туристских агентств;
  - организация комплексного туристского обслуживания;
- ✓ обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами;
- предоставление туристских информационных услуг;
- ✓ предоставление туристских экскурсионных услуг;
- ✓ осуществление других работ и оказание услуг, не запрещенных и не противоречащих действующему законодательству Российской Федерации.



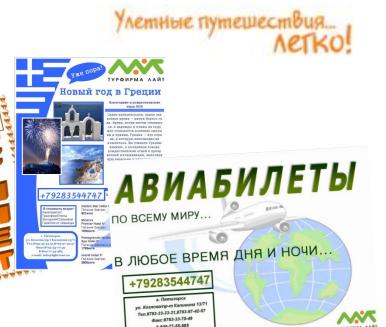
### Фирменный стиль

- Логотип
- Фирменный знак
- Цветовая гамма фирмы
- Фирменный шрифт

Раннее бронирование

- Фирменный блок
- 🗕 Слоган





### Характеристика видов и форм деятельности

Турфирма работает в качестве туроператора по

следующим направлениям:

С 1992 г. – Греция;

С 1995 г. – Турция;

С 2001 г. – Египет.



По остальным направлениям турфирма сотрудничает с крупнейшими московскими туроператорами, такими как: ALEMAR TOURS, ADRIYATIK TOURS, TYPTPAHC-BOЯЖ, VKO TRAVEL, TEZ TOUR, DETUR, BSI GROUP, TRAVELLAND, PAC GROUP, тем самым обеспечивая клиентам широкий выбор туристских программ по демократичным ценам.









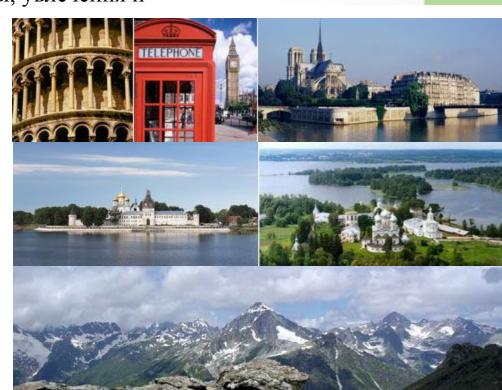
### Основные направления деятельности

- эксклюзивные экскурсионные маршруты по КМВ и Северному Кавказу (Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия, Северная Осетия, лечение в санаториях КМВ);
- лечение о оздоровление в России и зарубежом;
- морские курорты Черного и Средиземного морей;
- студенческие образовательные программы в США, Англию и страны Европы;
- увлекательные туры во все точки мира (разрабатывает индивидуальные туры, учитывая интересы, увлечения и

пожелания клиента);

- автобусные экскурсии по Европе;
- туры для молодоженов;
- горнолыжные курорты;
- горнолыжные туры;
- корпаративные туры;
- шоп-туры;
- индивидуальные туры.

Турфирма «Лайт» также оказывает юридические консультации путешественникам и туристическим фирмам.



### SWOT-анализ турфирмы «Лайт»

## S – сильная сторона

- 1.Имеет известность на рынке туруслуг в регионе КМВ.
- 2.Стабильно работает более 10 лет.
- 3.Характеризуется надежностью в работе с партнерами.
- 4.Имеет постоянный кадровый состав высокой квалификации.
- 5.Имеет собственный транспорт 6.
- Расширяет направления деятельности в области предоставления услуг
- посредством договорных соглашений с
- туроператорами в работе по РФ.
- 7.Используется бонусная поощрительная система для менеджеров и экскурсоводов.
- 8. Расширяет предложения для летних туров на Черноморское побережье.
- 9. Имеется Веб-сайт, который часто обновляется.

## W – слабая сторона

- 1.Не имеет перспективного плана развития.
- 2.Слабо развиваются новые направления .
- 3.Не имеет методического отдела
- 4.Не имеет полной документации по экскурсионным маршрутам.
- 5.Не проводится систематический мониторинг запросов потребителей экскурсионных и туристских услуг.
- 6.Слабая работа с местным населением.
- 7.Отсутсвует реклама в СМИ.
- 8.Печатная реклама низкого качества, доступность её для потребителя невысокая.
- 9. Имеющаяся реклама не указывает на отличия продукта компании от продукта ее конкурентов.10. Не проводится своевременный

### SWOT-анализ турфирмы «Лайт»

## О – мои возможности

## Т - угрозы

- 1.Освоение новых рынков сбыта, в том числе, в Крыму.
- 2.Расширенкие экскурсионных услуг путем модернизации старых маршрутов.
- 3.Использование анимации на маршрутах как возможность выиграть конкурентную борьбу.
- 4. Использовать возможности музеев КМВ по включению их экскурсионной продукции в экскурсионные маршруты турфирмы.
- 5. Проведение маркетинговых исследований в среде студентов и школьников.
- 6. Широкое распространение скрытой рекламы для отдыхающих в санаториях: проведение экскурсоводами зрелищных краеведческих мероприятий.
- 7.Создание методического отдела.

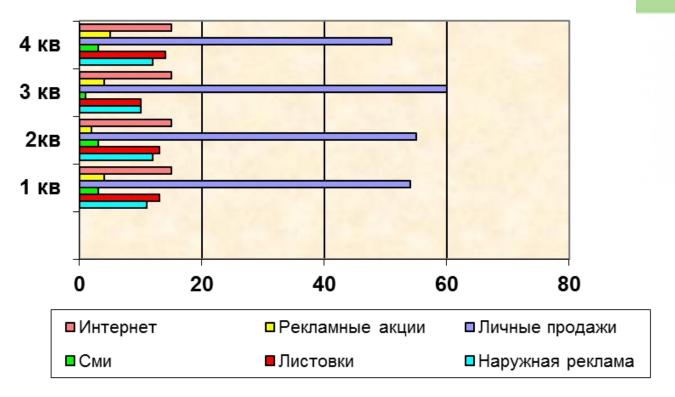
- 1.Высокая конкуренция со стороны однотипных турфирм КМВ.
- 2. Потеря потребителя из-за устаревших структур экскурсий, существующих около 50 лет в неизмененной форме.
- 3. Старение персонала.
- 4.Слабая переподготовка экскурсоводов, в результате ухудшение качества работы.
- 5. Снижение продаж в зимний период изза скудности и однотипности предложений.

Отличительные черты рекламы как одного из главных средств маркетинговых коммуникаций в сфере туризма, определяются следующими параметрами:

- особенностями ее товара туристского продукта;
- о неличным характером;
- комплексностью ( на клиента влияет множество факторов);
- о неопределенностью с точки зрения измерения эффекта;
- о броскость и убедительность;
- о неосязаемость или нематериальный характер.

# Рекламно-информационная деятельность турфирмы «Лайт»

Количественное соотношение видов рекламы в практике турфирмы «Лайт»



В разряд не используемых видов рекламы не входит: телевидение, местное и краевое радио, выпуск буклетов, красочных памяток для туристов.

На рекламные цели турфирма «Лайт» тратит до 2% от общего дохода фирмы.

Турфирма имеет свой сайт, который еженедельно обновляется . Пимерно 25% звонков от клиентов идет после просмотра Интернет - рекламы.

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ФИРМЫ «ЛАЙТ»

TT	~	V	
Использование	ΛΛ ΠΔΔ	HILLINGIANI	ησισησητι •
richomboubanne	UUJICC	широкои	DUNJIAMDI.
			1

информирование средствами рекламы (печатная продукция, наружная
реклама, телевиденье, интернет);
размещение информации о предложениях турфирмы в Интернете в виде
баннера;
установить специализированное программное обеспечение, позволяющее
оформлять он-лайн заказы покупателей согласно выставленным прайс-
пистам

# Более широкое взаимодействие с гостями курорта. Проведение:

- лекции по краеведению с использованием видеоматериалов турфирмы;
  рекламировать бонусные скидки для постоянных клиентов;
- организовывать встречи работников турфирм с местным населением: посещать родительские собрания в школах, собрания коллективов на производствах и учреждениях, обязательно давать прайс-листы и рекламные проспекты.

# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ФИРМЫ «ЛАЙТ»

### Разработка туристского направления — шубтуры:

1) шуб-тур с обязательством;

2) шуб-тур без обязательства.



