

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

НА ТЕМУ:

«Исследования особенностей
покупательского поведения
потребителей туристического
агентства «Аринелла-тур»,
г. Тюмень»

Выполнила: студентка 5 курса
Ульянова У.О.

Научный руководитель:
к.э.н., Замураева Л.Е.

Цель дипломной работы – исследование особенностей покупательского поведения потребителей и разработка рекомендаций по повышению удовлетворенности клиентов туристического агентства «Аринелла-тур».

Задачи дипломной работы:

- ? изучить теоретические аспекты покупательского поведения потребителей организации;
- ? проанализировать деятельность и финансово-экономические показатели туристического агентства «Аринелла-тур» ИП Комаровой И.Ф.;
- ? изучить потребительские предпочтения клиентов туристического агентства «Аринелла-тур»;
- ? разработать рекомендации по повышению качества туристских услуг «Аринелла-тур».

Объектом работы является туристическое агентство «Аринелла-тур» ИП Комаровой И.Ф., **предметом** – исследование особенностей покупательского поведения потребителей организации.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

покупательского
поведения

характеристика

изучения
потребительских
предпочтений на рынке

Анализ деятельности ТА «Аринелла-тур» ИП Комаровой И.Ф. показал, что (ГЛАВА 2. пункт 2.1.):

- ? спрос потребителей и обратная связь изучается через консультантов путем непосредственного общения с клиентами;
- ? в агентстве нет практики осуществления обратной связи после проведения сделок, клиентам не хватает прозрачности и понятности процессов деятельности агентства по приобретению, оформлению туристических путевок и виз, существует налаженный механизм «внутренней коммуникации» с сотрудниками фирмы, а информация получается несистематично, в неформальных беседах клиентов с клиентами;
- ? низкий процент возврата клиентов -19,8%;
- ? нехватка менеджеров по туризму.

Фрагмент матрицы SWOT – анализа Туристического агентства «Аринелла-тур» ИП Комаровой И.Ф.

Сильные стороны:

Широкий выбор турнаправлений и туроператоров
Достаточная известность и имиджевая реклама.
Хорошее финансовое состояние.

«Возможности»

Широкий выбор тур направлений, городов вылета и туроператоров.
Выход на новые территориальные рынки (Курган, Шадринск, ЯНАО ХМАО).

Слабые стороны:

Неучастие персонала в принятии управленческих решений.
Недостаточный контроль исполнения приказов и распоряжений.
Слабо проводятся исследования покупательского поведения, потребительских предпочтений.

«Угрозы»

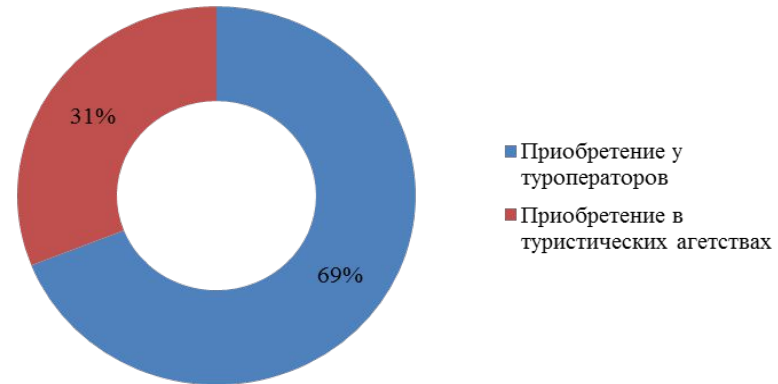
Появление новых конкурентов, низкий уровень сервиса и средний уровень цен ухудшит конкурентную позицию.
Неблагоприятная политика государства на мировой арене может привести к выходу компании из туристской отрасли, при закрытии популярных туристских стран.

**Финансово-экономические показатели ТА
«Аринелла-тур» за 2015-2016 гг.**

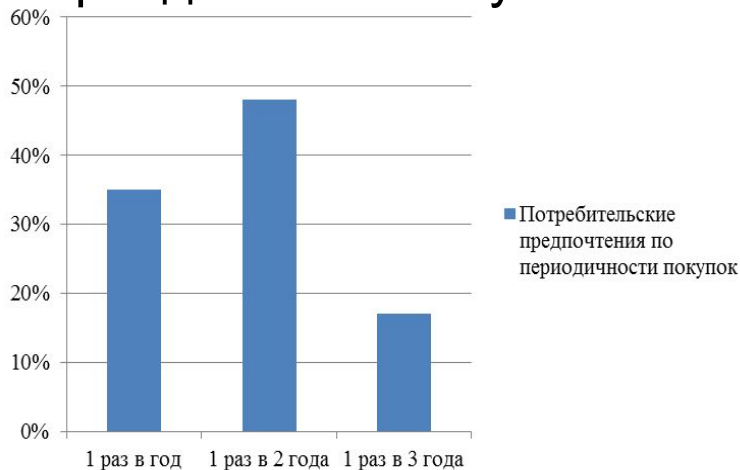
№	Показатели	Единицы измер.	2015 год	2016 год	2016 в % к 2015
1	Объем реализации услуг	тыс. руб.	1456,89	1987,9	136,45
2	Численность сотрудников	чел.	3	5	166,67
3	Производительность труда 1 работника	руб.	485,63	397,58	-81,87
4	Себестоимость услуг	тыс. руб.	1311,20	1789,11	+477,91
5	Фонд оплаты труда	руб.	538569,33	898047,91	+359478,6
6	Среднегодовая заработная плата 1 работника	руб.	179523,11	179609,61	+86,50
7	Прибыль от реализации	тыс. руб.	145,69	198,79	+53,10
8	Рентабельность предприятия	%	111	124	+13,00

Изучение потребительских предпочтений клиентов туристического агентства «Аринелла-тур»

1. Предпочтения по месту совершения покупки



3. Потребительские предпочтения по периодичности покупок

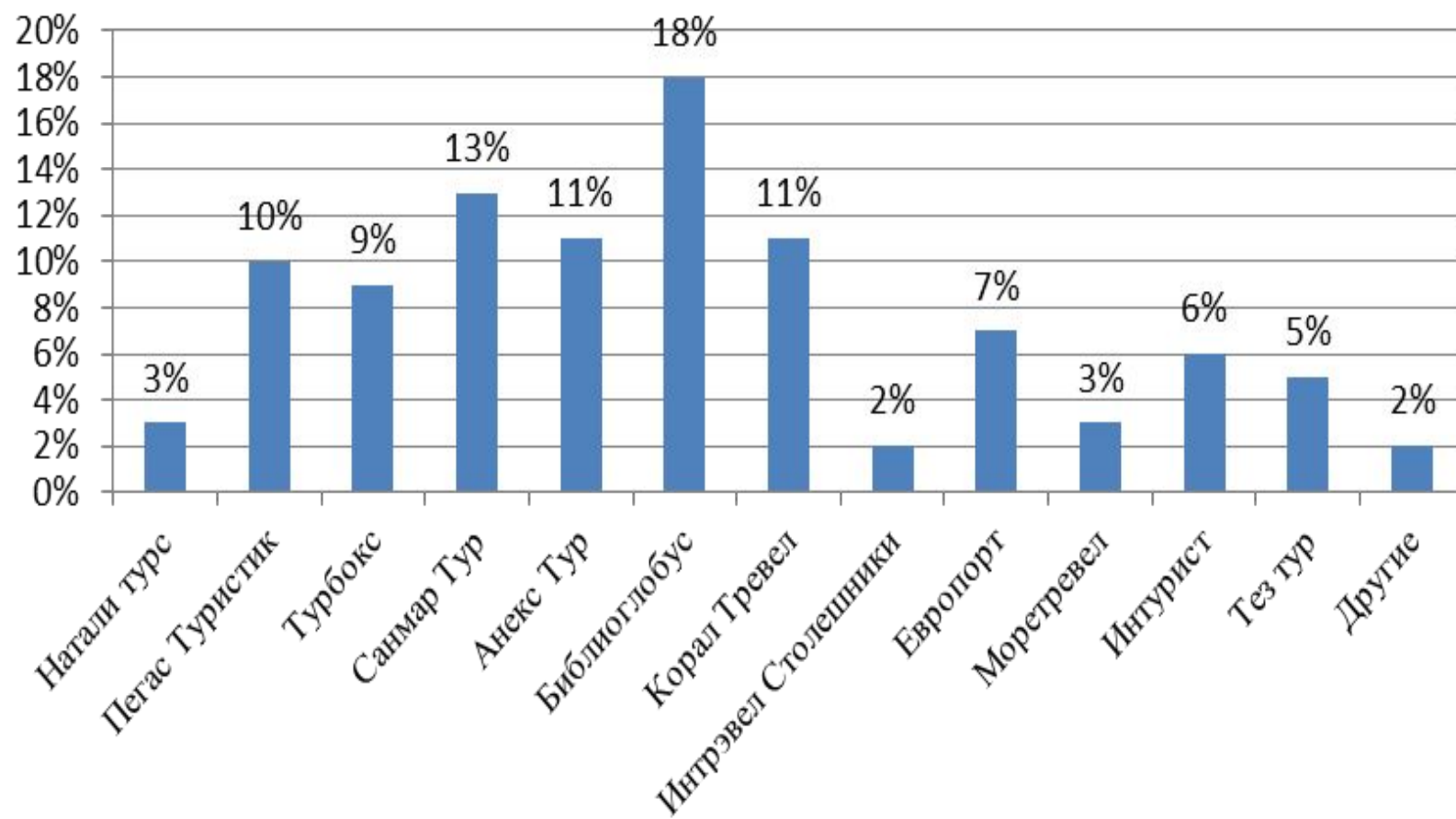


2. Факторы, влияющие на решение о покупке туристической путевки



Потребительские предпочтения по выбору туроператоров

■ Предпочтения по выбору туроператоров



Описание портрета потенциальных потребителей

Критерий		Пол	
		Мужской (24%)	Женский (76%)
Возраст	От 18 до 25 лет	1%	5%
	От 25 до 30 лет	5%	17%
	От 30 до 40 лет	9%	19%
	Больше 40 лет	9%	35%
Уровень дохода (в месяц)	До 25 т.р.	6%	5%
	От 26 до 35 т.р.	7%	27%
	От 36 до 50 т.р.	2%	29%
	Более 51 т.р.	9%	15%
Сумма, которую могли бы истратить на покупку турпакета	До 40 т.р.	2%	23%
	От 41 до 60 т.р.	5%	21%
	От 61 до 80 т.р.	5%	13%
	От 81 до 120 т.р.	2%	8%
	Более 121 т.р.	8%	13%

Предложение рекомендаций, направленные на повышение удовлетворенности клиентов туристских услуг ТА «Аринелла-тур»

Разработка маркетинговых мероприятий

Разработка скидок и бонусных карт

Повышение качества обслуживания

Увеличение режима работы до 20-00

Повышение профессионализма сотрудников

Обучение сотрудников за счет компенсации пребывания в зарубежных странах

Дополнительные затраты связанные с внедрением мероприятий, тыс. руб.:

180,45

Затраты на внедрение бонусной системы

35,65

Затраты на обучение сотрудников

120,00

Затраты на увеличение рабочего дня

24,80

Расчет технико-экономических показателей до и после мероприятий

№	Показатели	Затраты, в тыс.руб.		Изменение, +/-
		До мероприятий	После мероприятий	
1	Объем реализации туристских услуг	1987,90	2524,63	+536,73
2	Себестоимость туристских услуг	1789,11	2114,35	+325,24
3	Доп. затраты связанные с внедрением мероприятий:	-	180,45	+180,45
4	Затраты на внедрение бонусной системы	-	35,65	+35,65
5	Затраты на обучение сотрудников	-	120,00	+120,00
6	Затраты на увеличение рабочего дня	-	24,80	+24,80
7	Прибыль от реализации	198,79	229,83	+211,49
8	Рентабельность предприятия, %	11,11	19,40	+8,29



Спасибо за внимание!

Ваши вопросы?