

**РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ**

**ИНСТИТУТ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ТУРИЗМА**

**Проектирование турпродукта**

*Курсовой проект в рамках дисциплин:*

*«Технология создания туристского продукта», «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме», «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме», «Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме»*

Группа: СТВ 41

**Руководитель: Арустамова Луиза**

Жигалкова Екатерина

Певчева Елизавета

Силка Ксения

Научный руководитель:

Кандидат физико-математических наук, доцент

Веткин Владимир Анатольевич

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2009 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(дата) (подпись)

**г. Москва 2009 г.**

**Оглавление**

[Введение 4](#_Toc230595636)

[Глава 1. Анализ исходного турпродукта и дестинации 6](#_Toc230595637)

[1.1. Выбор и анализ исходного турпродукта и фокус-группы 6](#_Toc230595638)

[1.1.1. Описание способов изучения рынка туруслуг и обоснование выбора исходного турпродукта 6](#_Toc230595639)

[1.1.2.Описание по выбранным турам свойств и целей исходного турпродукта. Приоритетные потребности потребителей исходного продукта 13](#_Toc230595640)

[1.1.3.Расценки на услуги, входящие в состав выбранных туров 14](#_Toc230595641)

[1.1.4.Характеристики фокус-группы по исходному турпродукту 16](#_Toc230595642)

[1.1.5. Уточнение потребностей потребителей и выявление недостатков исходного продукта на основе анализа мнений потребителей 17](#_Toc230595643)

[1.1.6.Критерии анализа исходного турпродукта 18](#_Toc230595644)

[1.1.7. Анализ исходного продукта 19](#_Toc230595645)

[1.1.8. Обобщение выявленных потребностей исходного продукта 20](#_Toc230595646)

[1.1.9. Обобщение выявленных недостатков исходного продукта 21](#_Toc230595647)

[1.2.Изучение и анализ ресурсов дестинации 22](#_Toc230595648)

[1.2.1.Обоснование выбора дестинации 22](#_Toc230595649)

[1.2.2.Описание объектов и услуг дестинации, соответствующих выявленным потребностям фокус-группы и не включенных в исходных продукт 23](#_Toc230595650)

[1.2.3. Расценки на выявленные в дестинации услуги 25](#_Toc230595651)

[Глава 2. Проектирование турпродукта 28](#_Toc230595652)

[2.1.Свойства и цели нового турпродукта 28](#_Toc230595653)

[2.2. Компоненты исходного турпродукта, соответствующие свойствам и целям нового турпродукта 29](#_Toc230595654)

[2.3. Ресурсы дестинации, соответствующие свойствам и целям нового турпродукта и не входящие в исходный продукт 30](#_Toc230595655)

[2.4. Новый турпродукт: выбор продолжительности и частоты тура, численности группы, состава и программы конкретного тура. Обоснование сделанного выбора 30](#_Toc230595656)

[2.5. Описание тематики и содержание экскурсионных программ 33](#_Toc230595657)

[2.6. Экономика спроектированного турпродукта 34](#_Toc230595658)

[2.6.1. Расчет себестоимости и цены тура 34](#_Toc230595659)

[2.6.2. Определение точки самоокупаемости турпродукта 37](#_Toc230595660)

[2.6.3. Сопоставление нового и одного из исходных туров по качественным и ценовым показателям 39](#_Toc230595661)

[Заключение 41](#_Toc230595662)

[Список использованных источников 42](#_Toc230595663)

[Приложения 44](#_Toc230595664)

# Введение

Цель проекта: Формирование профессиональных навыков в создании турпродукта

Задачи проекта:

- Организация работы турфирмы с учетом заданных начальных условий. Выбор вида туризма, в котором будет создаваться новый турпродукт и ценовой категории проектируемого турпродукта;

- Изучение рынка в выбранном виде туризма и выявление исходного турпродукта и характеристик фокус-группы по этому продукту;

- Анализ исходного турпродукта. Выявление потребностей и предпочтений потребителей исходного турпродукта;

- Выбор дестинации. Изучение и анализ туристских ресурсов выбранной дестинации;

- Выработка целей и свойств будущего турпродукта;

- Формирование состава будущего турпродукта и его программы;

- Проведение экономических расчетов спроектированного турпродукта;

- Проведение сравнительного содержательного и экономического анализа нового и исходного турпродуктов.

Компания наша была названа «Арте́мис Тревел» в честь богини Артемиды (др.-греч. Ἄρτεμις) вечно юная дева, покровительница всего живого на земле.

Компания уже пять лет работает на рынке туруслуг и специализируется в создании рекреационных туров туристского класса обслуживания в страны Средиземноморья.

На данном этапе стратегической целью фирмы является увеличение устойчивости фирмы за счет диверсификации деятельности. Стратегия развития фирмы содержит, в частности, необходимость решения задачи нейтрализации сезонных колебаний спроса на финансовые показатели компании.

Для решения задач, связанных с нейтрализацией сезонных колебаний спроса выбран горнолыжный туризм. «Арте́мис Тревел» работает в среднем ценовом сегменте, поэтому и предлагаемый тур рассчитан на эту же ценовую категорию (средняя стоимость тура 1000 евро). Такой подход позволит привлекать уже имеющихся клиентов к зимнем отдыху на горнолыжном курорте. Горнолыжный туризм показывает устойчивую положительную динамику спроса, что повышает шансы на успешность тура.

В турфирме работают 4 постоянных сотрудника. Руководством фирмы занимается директор - Арустамова Луиза. У неё в подчинении три менеджера Жигалкова Екатерина, Певчева Елизавета, Силка Ксения. В компетенции директора находится финансовая политика фирмы, стратегическое развитие.

Фирма характеризуется простой организационной структурой Каждый из сотрудников фирмы принимает участие в создании нового турпродукта через выполнение своих заданий (Приложение 1) и обсуждение результатов каждого этапа проектирования на общих собраниях.

# Глава 1. Анализ исходного турпродукта и дестинации

# 1.1. Выбор и анализ исходного турпродукта и фокус-группы

## 1.1.1. Описание способов изучения рынка туруслуг и обоснование выбора исходного турпродукта

Существует два способа изучения рынка туруслуг перед проектированием нового турпродукта: маркетинговые исследования и анализ исходного турпродукта – уже существующего на рынке и пользующегося популярностью.

Для проектирования выбран горнолыжный туризм, как один из наиболее растущих сегментов рынка.

Горнолыжные программы - один из наиболее востребованных на отечественном рынке туристических продуктов, и обычно на 20-30% дороже стандартных летних туров. В сезоне 2005-2006 и 2006-2007 гг значительно увеличился спрос на горнолыжные курорты альпийских стран[[1]](#footnote-1). Характерным показателей является спрос на новогодние горнолыжные программы, который в прошедшем сезоне вырос на 20-30%. При этом наблюдалось значительное смещение спроса клиентов турфирм к более дешевым программам с проживанием в отелях 2-3 звезды и в апартаментах. Наибольшим спросом у наших горнолыжников пользуются 12 стран. Почти в два раза больше туристов побывало прошедшей зимой в Германии. Зимний турпоток из России в Австрию вырос на 26 %. Подобная тенденция, по прогнозам специалистов, сохранится. При этом Болгария, Турция и Словакия не менее популярны у наших горнолыжников, чем Австрия, Франция, Италия и Швейцария. Спрос на дорогие курорты стабильный, на дешевые - постепенно растет. А продажи горнолыжных туров в этом году начались уже в августе, хотя обычно они начинаются к концу сентября. Пика активности туроператоры ожидают к началу ноября. Сезон может быть очень удачным, так как всё больше россиян сейчас предпочитает отдыхать именно зимой[[2]](#footnote-2).

Даже кризисные тенденции снижения спроса в туризме, повлияли не на все компании, занимающиеся горнолыжным туризмом[[3]](#footnote-3).

Для анализа выбраны турпродукты компании Pac Group[[4]](#footnote-4), ItaliaTour[[5]](#footnote-5). Выбранные компании уже более 10 лет работают на рынке горнолыжного туризма в том числе в Италию. Это свидетельствует о высоком качестве турпродуктов, которые с успехом продаются на протяжении длительного времени.

Изучение туров проводится по следующим пунктам:

* Организация перелёта и трансфера
* Размещение туристов
* Набор услуг в туре
* Ценовая категория
* Предлагаемые дополнительные услуги

При анализе рассмотрены турпродукты в курорт Валь-Гардена (Италия).

**Тур «Валь-Гардена»** от компании **Pac Group**

Компания Pac Group предлагает два идентичные тура, но отличающиеся ценой. Основная цена рассчитана для туристов, бронирующих тур с предоплатой 30 %. Тур по более низкой цене можно приобрести при бронировании заранее и оплате 100 % стоимости тура.

Лучшая цена – 566 €,

Основная цена - 655€

Город вылета: Москва

Заезд: 21.02.09

Продолжительность: 8 дней

Качественный тур по самым низким ценам

В стоимость включено

\* проживание в выбранном отеле или апартаментах (7 или 14 ночей);

\* питание в отеле - согласно заказу; в апартаментах - без питания;

\* групповой трансфер: аэропорт – отель – аэропорт;

\* услуги представителя PAC-GROUP на курорте (информационная поддержка, постоянная связь );

\* медицинский страховой полис;

\* авиаперелет: Москва – Верона (Брешиа, Бергамо) – Москва (чартерный рейс).

Оплачивается дополнительно

\* консульский сбор 75 у.е.;

\* страховка от невыезда: 10 €/нед/чел, 20 €/2 нед/чел (нетто) является обязательной;

\* по желанию за дополнительную плату индивидуальный трансфер.

Оплата тура по тарифу «Лучшая цена» должна быть произведена в 100% объеме, в срок 2 дня после подтверждения заказа.

**Alpino Plan 3\***

Расположена в живописном месте на выезде из курорта в направлении региона катания Селла-Ронда. До центра городка Сельва - 700 м, до ближайшего подъёмника - 100 м. Остановка лыжного автобуса в 70 м от отеля.

В отеле: холл, лифт, гостиная, ресторан, бар, зимний сад, парковка.

Номера

В отеле 34 номера. В номере: ванная комната, TV, фен, телефон, сейф. Часть номеров с балконом.

Питание: завтрак – шведский стол, ужин – по меню (выбор из 3 вариантов), овощной буфет. Один раз в неделю тематический ужин с музыкой и блюдами местной кухни.

Завтраки континентальные, шведский стол. Ужины представляли трапезу из 4 сменяющих друг друга блюд:

- Закуска (салат, нарезка, дыня под беконом, т.п.)

- Стартер (на выбор: равиолли, паста, суп, т.п.)

- Основное блюдо (на выбор: мясо, дичь, рыба, с гарниром из тушеных овощей, полентой, т.п.)

- Десерт (штрудель, тирамису, мороженое с грушей, т.п.)

+ овощной буфет (шведский стол из свежих нарезанных овощей).

Порции большие, все по-домашнему вкусно, с итальянским акцентом. Макаронные изделия в Италии относятся к разряду первых блюд. Из супов предлагается перловый суп, овощной (минестроне). Вина за дополнительную плату[[6]](#footnote-6).

Спорт, развлечения: Небольшой фитнес-центр с сауной (за доплату)[[7]](#footnote-7).

Компания **ItaliaTour** предлагает идентичные тур на горнолыжный **курорт «Валь-Гардена»**, но по более высокой цене.

Дата заезда: 10.01 - 23.03.2009

Длительность: 8 д. / 7 н.,

Маршрут: Москва – Верона (Брешиа, Бергамо) – Москва (чартерный рейс)

Цена: DBL: 897€ (за человека)

SGL: 1355€

Город/курорт: Валь-Гардена

**Отель: Alpino 3\***

По-домашнему уютная гостиница с семейным управлением расположилась в живописном месте на выезде из курорта в направлении региона катания Селла-Ронда. До центра городка Сельва 700 м, до ближайшего подъемника 100 м.

**В стоимость обслуживания входит**:

- проживание в выбранном отеле или апартаментах (7 или 14 ночей);

- питание в отеле - согласно заказу; в апартаментах - без питания;

- групповой трансфер: аэропорт – отель – аэропорт;

- услуги представителя на курорте;

- медицинский страховой полис;

- авиаперелет: Москва – Верона (Брешиа, Бергамо) – Москва (чартерный рейс, детали вылета уточняйте накануне).

**В стоимость обслуживания не входит:**

- консульский сбор 75 у.е.;

- страховка от невыезда: 10 €/нед/чел, 20 €/2 нед/чел является обязательной;

- по желанию за дополнительную плату индивидуальный трансфер.

Бронирование данного отеля возможно только вместе с авиаперелетом чартерными рейсами[[8]](#footnote-8). Предоставляется услуга он-лайн бронирования.

В турах предлагаются следующие отели.

**Olympia 3\***

Симпатичный, уютный отель в центре городка Selva. Комфортабельный семейный отель, занимает красивое здание в альпийском стиле в самом центре поселка. До центральной площади 100 м, до подъемника Ciampinoi менее 150 м, до Costabella 400 м.

В отеле. 42 номера, холл со службой размещения, лифт, гостиная с камином, бар, ресторан, терраса, парковка.

В номере: ванная комната, фен, телефон, TV, сейф, балкон. Большинство номеров с балконом[[9]](#footnote-9).

В отеле

ресторан, бар, лифт, каминный зал, комната для хранения лыж, автостоянка

Режимы питания: полупансион. Завтрак – буфет, ужин – выбор по меню. В ресторане отеля подают блюда местной и интернациональной кухни[[10]](#footnote-10).

Тип отеля: горный

Спорт и досуг

терраса-солярий, небольшой фитнес-центр (сауна, гидромассаж, УФ-солярий).

**Maciaconi 4\***

Отель расположен в 15 мин. ходьбы от центра Сельвы. В нескольких минутах ходьбы от подъёмников и лыжных трасс. В отеле: ресторан, бар, холл, телевизионная комната, лифт, гараж, парковка, сейф у портье, сауна, гидромассаж, гимнастический зал.

B отеле номера категории DBL Relax, Suite;

B резиденции: апартамент 2+1 (2) – 2-комнатный (42 кв.м), апартамент 4+2 – 3-комнатный с 2-мя спальнями.

В номере/апартаменте: ванна/душ/WC, фен, мини-бар, телефон, спутниковое ТВ, радио, DVD-плеер, видеомагнитофон, сейф. Номера и апартаменты обставлены мебелью из твердых сортов южно-тирольской сосны в соответствии с принципами Фэн Шуй.

Во всех апартаментах есть оборудованная кухня с посудомоечной машиной и 2 ванны с джакузи.

Питание: Завтрак – шведский стол, ужин – меню, салаты – шведский стол.

Спорт, развлечения

Велнес и SPA: открытый подогреваемый бассейн (34°C), комплекс бань и саун, джакузи, тренажерный зал, комната отдыха, солнечная терраса[[11]](#footnote-11).

**Тур от компании Ванд Интернейшнл тур «Катание в Альпах»[[12]](#footnote-12)**

Дата заезда: 10.01 - 23.03.2009

Длительность: 8 д. / 7 н.,

Маршрут: Москва – Верона (Брешиа, Бергамо) – Москва (чартерный рейс)

Цена: DBL: 934 € (за человека)

Город/курорт: Валь-Гардена

Размещение

CHRISTEINERHOF (САНТА КРИСТИНА) 3\*.



Отель расположен в S. Cristina (на высоте 1428 м.), в 1 км от центра, в 50 м. от магазинов, баров и ресторанов, в 1,2 км. от лыжных трасс. В 3,5 км. (в Ortisei) находится бассейн и каток, в 100 м. от отеля – остановка автобуса.

В отеле

Ресторан, бар, холл, зал-гостиная, лифт, парковка, сад, прокат лыж и ботинок. Оздоровительный центр с сауной, гидромассажем, турецкой баней, солярием и массажем; грязевые и ароматические ванны, ванны из морских водорослей.

Питание: полупансион

Традиционная и интернациональная кухня. Завтрак и овощи – „шведский стол”. На выбор предлагаются 3 меню.

В номере

Все номера оборудованы ванной комнатой, телевизором, телефоном и балконом.

**В стоимость обслуживания входит**:

- проживание в выбранном отеле или апартаментах (7 ночей);

- питание в отеле - согласно заказу;

- групповой трансфер: аэропорт – отель – аэропорт;

- медицинский страховой полис;

- авиаперелет: Москва – Верона (Брешиа, Бергамо) – Москва (чартерный рейс).

**В стоимость обслуживания не входит:**

- консульский сбор 75 у.е.;

- страховка от невыезда: 10 €/нед/чел, 20 €/2 нед/чел является обязательной;

## 1.1.2.Описание по выбранным турам свойств и целей исходного турпродукта. Приоритетные потребности потребителей исходного продукта

На основе изучение исходных турпродуктов можно сделать выводы об их свойствах и целях. Так, предлагаемые турпродукты по направлению горнолыжного отдыха представляют обычно представляют собой программу, включающую следующие услуги перелёт – трансфер – размещений – базовые услуги. Такой набор услуг мало чем отличается от других видов отдыха, то есть он не отражает специфики горнолыжного тура. Таким образом, рассмотренные программы основаны на использовании туристами предложений самого горнолыжного курорта.

Предложенные туры удовлетворяют потребностям туристов в комфортном размещении, близости к трассам, возможности заняться разными видами спорта, доступным чартерным перелетом, безопасностью. Комфортное размещение представлено номерами, оборудованными ванной, TV, сейфом, феном. Отели расположены в пешеходной доступности до лыжных трасс. В каждом отеле имеются дополнительные спортивные услуги – фитнес-центр.

Вместе с тем туристы предъявляют не очень высокие требования к организации питания. Даже в отеле категории 5\* Alpenroyal Sporthotel Gourmet & Relax питание представлено шведским столом.

Детально изучая исходный турпродукт, выявляем следующие его свойства: наибольшим спросом пользуются туры с использованием чартерных перелётов, группового трансфера от аэропорта до отеля, отелей категории 3-4\* с полупансионом, близостью к лыжным трассам и возможностью заниматься спортом (фитнесс, тренажеры).

Свойства исходного турпродукта следующие:

А) Турпродукт позволяет отдохнуть в гостинице 3 звезды;

Б) Турпродукт позволяет туристам заниматься спортом

В) Дает представление о жизни альпийских деревень;

Г) У туристов есть свободное время, чтобы прогуляться по городу.

Цели исходного турпродукта – это

- Отдых в комфортабельной гостинице;

- с полупансионом

- возможность заниматься горнолыжным спортом

- и насыщенной развлекательной программой вечером.

## 1.1.3.Расценки на услуги, входящие в состав выбранных туров

В состав выбранных туров входят услуги авиаперелёта, трансфера и размещения в отеле 3 \* (Отель DES ALPES 3\* Double 2 ad – 120 НВ). При размещении в других отелях - Alpenroyal Sporthotel Gourmet & Relax 5\*, Maciaconi 4\* - более высокой категории производится доплата.

Ниже приведены цены в зависимости от **размещения**. Рассмотрен отель DES ALPES 3\* наиболее отвечает потребностям покупателей исходного турпродукта – небольшой частный отель с уютным интерьером, близко расположенный от трассы катания – 100 м. Более того, в 70 метрах от отеля находится автобусная остановка на другие трассы. Номера оборудованы ванной, телевизором, феном, сейфом.

Des Alpes \*\*\* (Selva di Val Gardena), HB

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Даты заезда | DBL | | SGL | | Extra bed | | Extra bed (2-5) | | Extra bed (6-13) | |
| 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. |
| 27.12.08 | 1462 | 2303 | 1637 | 2653 | 1385 | 2159 | 1077 | 1580 | 1231 | 1869 |
| 02.01 - 11.01.09 (9н.) | 1732 | | 1957 | | 1646 | | 1299 | | 1473 | |
| 03.01.09 | 1439 | 1994 | 1614 | 2344 | 1372 | 1873 | 1101 | 1385 | 1236 | 1629 |
| 10.01.09 | 1003 | 1586 | 1178 | 1936 | 949 | 1478 | 733 | 1046 | 841 | 1262 |
| 17.01.09 | 991 | 1609 | 1166 | 1952 | 938 | 1498 | 722 | 1053 | 830 | 1276 |
| 24.01.09 | 1026 | 1644 | 1194 | 1980 | 969 | 1530 | 739 | 1070 | 854 | 1300 |
| 31.01.09 | 1046 | 1736 | 1214 | 2072 | 989 | 1614 | 759 | 1126 | 874 | 1370 |
| 07.02.09 | 1108 | 1810 | 1276 | 2146 | 1044 | 1680 | 785 | 1158 | 915 | 1419 |
| 14.02.09 | 1110 | 1812 | 1278 | 2148 | 1045 | 1681 | 781 | 1154 | 913 | 1418 |
| 21.02.09 | 1110 | 1812 | 1278 | 2148 | 1045 | 1681 | 781 | 1154 | 913 | 1418 |
| 28.02.09 | 1150 | 1852 | 1318 | 2188 | 1085 | 1721 | 821 | 1194 | 953 | 1458 |
| 07.03.09 | 1120 | 1720 | 1288 | 2062 | 1055 | 1599 | 791 | 1113 | 923 | 1356 |

Des Alpes \*\*\* (Selva di Val Gardena), BB

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Даты заезда | DBL | | SGL | | Extra bed | | Extra bed (2-5) | | Extra bed (6-13) | |
| 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. | 7 н. | 14 н. |
| 27.12.08 | 1315 | 2012 | 1490 | 2362 | 1253 | 1897 | 1004 | 1434 | 1129 | 1666 |
| 03.01.09 | 1295 | 1716 | 1470 | 2060 | 1242 | 1622 | 1029 | 1246 | 1136 | 1434 |
| 10.01.09 | 869 | 1319 | 1038 | 1656 | 829 | 1238 | 666 | 913 | 747 | 1076 |
| 17.01.09 | 858 | 1336 | 1026 | 1672 | 818 | 1252 | 655 | 916 | 737 | 1084 |
| 24.01.09 | 886 | 1364 | 1054 | 1700 | 843 | 1278 | 669 | 930 | 756 | 1104 |
| 31.01.09 | 906 | 1456 | 1074 | 1792 | 863 | 1362 | 689 | 986 | 776 | 1174 |
| 07.02.09 | 968 | 1530 | 1136 | 1866 | 918 | 1428 | 715 | 1018 | 817 | 1223 |
| 14.02.09 | 970 | 1532 | 1138 | 1868 | 919 | 1429 | 711 | 1014 | 815 | 1222 |
| 21.02.09 | 970 | 1532 | 1138 | 1868 | 919 | 1429 | 711 | 1014 | 815 | 1222 |
| 28.02.09 | 1010 | 1572 | 1178 | 1908 | 959 | 1469 | 751 | 1054 | 855 | 1262 |
| 07.03.09 | 980 | 1446 | 1148 | 1782 | 929 | 1352 | 721 | 976 | 825 | 1164 |

Размещение в отеле на 7 дней стоит 120 € за двухместный номер в сутки (публичная цена) [[13]](#footnote-13).

**Стоимость авиперелёта** Москва – Верона (Брешиа, Бергамо) – Москва чартерным рейсом составляет 280 € (публичная цена)[[14]](#footnote-14).

Кроме размещения и транспорта дополнительно оплачиваются, но не входят в тур

* в **консульский сбор** 75 у.е.;
* **страховка от невыезда**: 10 €/нед/чел, 20 €/2 нед/чел (нетто) является обязательной.
* **Страховка от несчастного случая** - 15 €/нед/чел.

**В стоимость тура не входит**:

Обед в гостинице

Прокат лыжного инвентаря

Услуги спортивного инструктора.

## 1.1.4.Характеристики фокус-группы по исходному турпродукту

Условно выездные направления горнолыжного туризма можно разделить на три большие категории в зависимости от потребителей: вип-категория, средняя, эконом-категория.

В данной работе рассмотрен тур средней ценовой категории – качественный тур по доступной цене. Эти туры, как правило, организовываются на базе чартерного перелета в близлежащие страны: Болгарию, Словакия, Турцию, Италию. Цена вояжа –около EUR1 тыс. Турпакет включает в себя перелет, проживание в отеле достойного уровня и завтрак[[15]](#footnote-15).

Вместе с тем, тур обладает гибкостью т.к. предлагаются другие варианты размещения.

Покупатели таких туров - активные люди или семейные пары возрастом 25-45 лет, со спортивным сложением. Это могут быть пары без детей или детей в тур не берут. Уровень доходов средний: 30000-100000 рублей в месяц.

## 1.1.5. Уточнение потребностей потребителей и выявление недостатков исходного продукта на основе анализа мнений потребителей

Таким образом, современные потребителя горнолыжных туров, прежде всего, предъявляют следующие требования:

- чартерный перелёт (что делает тур доступнее);

- групповой трансфер;

- к размещению и комфорту: небольшие гостиницы поблизости о трасс катания, уютный интерьер, телевидение, наличие сауны/бани;

-спортивное оснащение - повышаются требования к оборудованию трасс и предоставлению спортивных услуг, дополнительные спортивно-оздоровительные услуги - фитнес-центры, велнесс.

-Кроме того туристы предъявляют требования к наличию сауны или бани и нуждаются в наличии проката инвентаря.

Недостатки:

Предлагаемые турпродукты, не информируют потребителей о возможностях курорта, о расстояниях от отеля до склонов, о необходимой физической подготовке и наличию условий для обучения (инструктора, в том числе детские, склоны для обучения).

Также туристы высказывают недовольство по поводу номеров и питания в гостинице. Туристы высказывают недовольство отсутствием экскурсий и транспортом.

Каждый недостаток в процентном соотношении показан на рисунке 1.

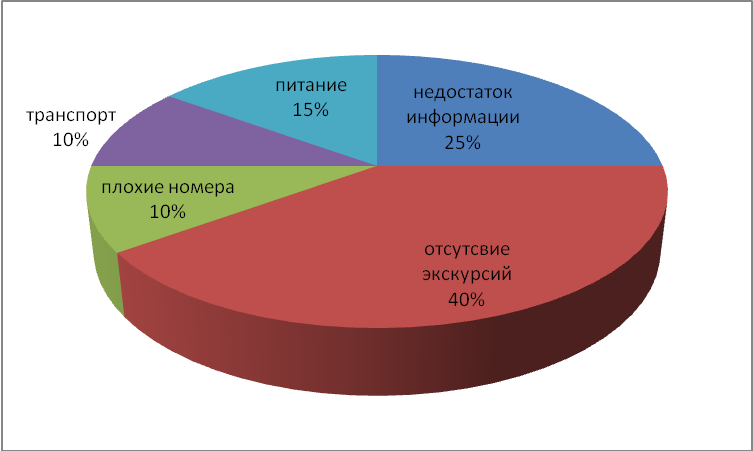


Рис. 1 Каждый недостаток в процентном соотношении

Отсутствует экскурсионное обслуживание[[16]](#footnote-16).

## 1.1.6.Критерии анализа исходного турпродукта

Для выявления общей цели исходного турпродукта выявляются свойства всего составляющего этот турпродукт набора услуг как единого целого:

1. При проектировании турпродукта туроператор должен сформулировать для себя конкретную общую цель, достижение которой удовлетворяет определенные приоритетные потребности туристов. Должны быть сформулированы и частные цели, максимально полно раскрывающие общую цель.

2. Все основные услуги, отбираемые в проектируемый турпродукт, должны соответствовать целям турпродукта, быть разнообразными и содержательными.

3. Все основные услуги, включаемые в турпродукт, должны быть примерно одного уровня качества, а цена турпродукта соответствовать выбранной ценовой категории

4. Турпродукт должен обладать целостностью

5. Турпродукт должен обладать сбалансированностью

6. Турпродукт должен быть безопасным для туристов

7. Турпродукт должен быть конкурентноспособным по соотношению цена / качество

8. Тупродукт должен обладать надежностью и стабильностью, то есть все поставщики услуг должны быть надежны, а качество их услуг - стабильно

9. Турпродукт должен обладать способностью к модификации.

10. Турпродукт должен быть простым как в плане оформления документов при его продаже, так и в плане получения туристом всех оплаченных услуг

11. Выбор оператором поставщиков услуг должен обеспечивать ему достаточную рентабельность данного турпродукта

Выбранные критерии позволят сравнить исходный турпрподукт с потребностями клиентов.

## 1.1.7. Анализ исходного продукта

Нет нумерации критериев анализа. Анализ должен быть произведен по каждому из вышеперечисленных пунктов. Переделайте!

1. Таким образом, исходный турпродукт направлен на достижение цели:

- предоставления комфортного размещения с национальным колоритом (небольшой отель, уютный интерьер, элементы местной кухни, сауна) с полупансионом;

- возможности простого использования услуг дестинации (пешеходная доступность развлечений и спорта – горнолыжный трасс, ресторанов, кафе, ночных клубов).

2. В туре предлагается небольшой частный уютный отель с полупансионом, расположенный в непосредственной близости от трасс катания, остановок автобуса, ресторанов, развлекательных центров. Данные услуги соответствуют целям тура.

3. Услуги, входящие в исходный турпродукт рассчитаны на среднюю ценовую категорию, что отражается в их качестве (отель 3\*, чартерный рейс, групповой трансфер).

4. Турпродукт обладает целостностью - все входящие услуги направлены на достижение цели, каждая отдельная услуга не представляет той ценности, которую даёт тур (все услуги)

5. Турпродукт обладает сбалансированностью - удобное распределение времени

6. Безопасность туристов обеспечивается предоставлением сертифицированных услуг размещения, надежного транспорта. Туристы застрахованы на случай невыезда и от несчастных случаев.

7. Турпродукт является конкурентоспособным по соотношению цена / качество, так как все услуги одной ценовой категории

8. Тупродукт является надёжным, так как используются услуги хорошо зарекомендовавших себя поставщиков. Взаимодействие с поставщиками происходит на законодательной основе,

9. Турпродукт можно модифицировать – изменить ценовой сегмент.

10. Турпродукт является простым: нет с ложностей с оформлением документов, все услуги просто использовать

11. Поставщики предоставляют скидки для туроператоров

## 1.1.8. Обобщение выявленных потребностей исходного продукта

Детально изучая исходный турпродукт, были выявлены следующие потребности туристов.

Наибольшим спросом пользуются небольшие средства размещения, расположенные в непосредственной близости от трасс катания, обладающие местным колоритом (комфорт, тепло – наличие камина, деревянная отделка помещений и т.п.);

Наиболее востребованные средства размещения предлагают также:

- фитнес-центрами

- рестораном;

- сауной или турецкой баней (хамам);

- номера оборудованы ванной, телевизором, феном, сейфом;

- имеют холл или просторную гостиную;

- удобный выход к склонам различной сложности;

- пешеходная доступность до основных заведений населённого пункта – ресторанов, ночных клубов, баров и т.п.

Туристы предпочитают выбирать средства размещения, в которых кроме описанных услуг предлагаются также: развлекательные заведения и программы для детей и взрослых, услуги инструктора и проката инвентаря.

Эти детальные свойства таких высоковостребованных средств размещения дают нам детальное представление о потребностях и предпочтениях потребителей исходного турпродукта. Такое представление об этих потребностях,- например, в части размещения - подскажет нам при создании своего турпродукта, что надо выбирать не любые средства размещения уровня 3\*- 4\*, а только те из них, которые обладают описанными выше свойствами.

К потребностям исходного турпродукта отнесены комфортное размещение возле трасс с возможностью заниматься спортом (лыжи, фитнес, инвентарь, инструктор) и развлечься (сауна/баня, ресторан).

## 1.1.9. Обобщение выявленных недостатков исходного продукта

Выявлены следующие недостатки:

- отсутствие экскурсионных программ;

- отсутствие информации о возможности заниматься лыжным спортом для начинающих.

- На основании мнения туристов, посещавших курорт и анализа исходного турпродукта, можно сделать вывод о необходимости насыщения туров, предложений дополнительных и обязательных услуг. Туристы предъявляют требования к организации досуга и развлечений[[17]](#footnote-17).

- Таким образом, предложения не отличаются разнообразием, кроме выбора отеля[[18]](#footnote-18). Среди представленных программ отсутствует предложение дополнительных услуг, таких как экскурсионная программа.

## 1.2.Изучение и анализ ресурсов дестинации

Характерная черта горнолыжных курортов Италии - объединение нескольких зон катания в одну большую горнолыжную зону с помощью единой системы подъемников. Это очень удобно для туристов, но часто совершенно сбивает с толку - где проходят границы между курортами, не знает уже никто - так "плотно" обустроены склоны и так легок переход с великолепных снежных полей одного, на не менее прекрасные склоны другого. Наиболее престижные курорты страны сосредоточены в Доломитовых Альпах. Горная страна Доломити Супер-Ски с курортами Валь Гардена, Валь ди Фасса, Альта Бадиа, Арабба, Кортина д`Ампеццо, Кронплац, Альта Пустерия, Валь ди Фьемме, Сан Мартино ди Кастроцца, Валле Изарко, Тре Валли и Чиветта - это 1180 км. трасс и 464 подъемника. К западу от Тренто расположена зона Доломити ди Брента - Мадонна ди Кампильо, Пинзоло, Валь ди Соле, Пассо Тонале и Монте Бондоне - 260 км трасс и 103 подъемника (Приложение 2)[[19]](#footnote-19).

### 1.2.1.Обоснование выбора дестинации

Для разработки нового тура был выбран курорт Валь-Гардена, расположенный в Доломитовых Альпах.

Валь-Гардена – место удивительно красивое как в зимнее, так и в летнее время. Помимо необычайной живописности, туристов сюда привлекает разнообразие и высокое качество трасс, очарование уютных старинных городков и прекрасный сервис.

Валь-Гардена – долина в центре Доломитовых Альп в 40 км от Больцано, в 290 км от аэропорта Венеции, 165 км от аэропорта Вероны и 129 км от аэропорта Инсбрука. Область катания объединяет три городка: Сельва, Санта-Кристина и Ортизеи. Сезон катания длится здесь с декабря по апрель.

Более того город имеет историческую ценность. Поселения в долине имеют 700-летнюю историю. Очень красив замок-крепость Castel Gardena/Fischburg (17 век) в Санта-Кристине. В местном краеведческом музее можно познакомиться с историей долины, с искусством резьбы по дереву, которое здесь процветало с давних времен. Своеобразным символом этого ремесла служит деревянная фигура римского легионера, установленная в центре Ортизеи в начале XX в. и ставшая визитной карточкой этого курорта. Неподалеку расположен живописный замок XVII века Фишбург, построенный в стиле эпохи Ренессанса.

В 1970 году здесь прошел Чемпионат мира по горнолыжному спорту. С тех пор курорт обрел популярность.

### 1.2.2.Описание объектов и услуг дестинации, соответствующих выявленным потребностям фокус-группы и не включенных в исходных продукт

Туристы, прежде всего, выражают потребность в подробном описании условий катания и предложение дополнительных услуг.

Дополнительные услуги можно предложить через организацию экскурсионной программы. Для экскурсии в долине имеется краеведческий музей и в качестве основной достопримечательности – замок XVII века Фишбург. Кроме того, удобное автобусное сообщение от отеля не требует значительных затрат на организацию экскурсии.

Также возможна организации экскурсии в местный краеведческий музей.

Курорт обладает базой для обучения катанию. Общая протяженность горнолыжных трасс – 175 км, из них синие составляют 35%, красные – 55%, черные – 10%. Зону катания обслуживает 81 подъемник.

Для беговых лыж проложено 60 км трасс. Для сноубордистов есть два фан-парка с халф-пайпами. В каждом городке курорта работают горнолыжные школы. Есть детские горнолыжные школы и горнолыжные детские сады. Многие детские клубы предлагают специальную программу. Verdebello (Ортизеи): летняя программа для детей от 4 лет и старше (прогулки, экскурсии, рыбалка, плавание, барбекю, занятия в кружках ручного труда). Кроме того курорт предлагает услуги проката спортивного инвентаря.

Mickey Mountain Club (Сельва) - для детей от 4 до 12 лет. Программа: строительство хижины в лесу, поиск сокровищ, барбекю, рыбалка, экскурсии на ферму, спортивные игры.

Санная трасса длиной 7 км есть в Ортизеи. Несколько санных трасс находятся рядом с Альпе ди Сиуси.

В зимнее время помимо катания на лыжах здесь популярны катание на коньках, плавание в бассейне, прогулки на снегоступах, скалолазание. В Сельве, Санта-Кристине и Ортизи можно найти развлечение. Здесь открыты многочисленные бары, дискотеки.

Santa Cristina - около 25 отелей, 26 ресторанов, кафе, баров, магазины, детский лыжный сад, детские подъемники и территория для катания, каток, фитнесс - центр, школа параглайдинга, пешеходные маршруты, беговые лыжи.

Кроме того, долина привлекает гостей не только спортивными развлечениями, но и музыкальными фестивалями, концертами классической музыки и другими развлекательными мероприятиями[[20]](#footnote-20).

Возможности обслуживания туристов после катания на лыжах в регионе безграничны. Во всех городках – Волькенштайн, Санта Кристина, Сант Ульрих - для гостей всегда открыты двери магазинов, ресторанов, баров, ночных клубов и дискотек, музеев и выставочных залов.

В Валь Гардене устраиваются лыжные походы с проводником, сафари по снегу, походы на лыжах и снегоступах, скалолазание, катание в санях, праглайдинг. Кроме этого в каждом городке есть бассейны, фитнес-центры, солярии, сауны, катки с искусственным и естественным льдом, теннисные корты, сквош.

### 1.2.3. Расценки на выявленные в дестинации услуги

Стоимость общественного транспорта

Скибуссы в Валь Гардене платные (в отличие от Валь Ди Фасы, например). Стоит 6 евро на 7 дней. Проездные можно купить у себя в отеле. В первый раз нужно прокомпостировать проездной в автобусе – преставится дата и время.

Скибусы ходят отлично, никаких нареканий. В меру часто, и до 18.00.

Если нужно добраться вечером в другой поселок, можно сесть на городской автобус. Так, маршрут Сельва - Санта-Кристина стоит 1.25 евро.

Ночью ходят ночные автобусы между поселками, раз в час, по расписанию (имеется отеле).

Такси стоят на парковках с надписями Taxi. В «часы пик» такси обнаружить не всегда удается. Тогда можно зайти в любой отель и попросить вызвать такси. Иногда сам заказ стоит денег (10 центов за вызов такси из отеля 4 звезды).

Из Санта-Кристины до Сельвы такси днем стоит 15 евро на двоих.

Скибусы курсируют только между поселками одной зоны катания. В другие долины на них не добраться. Такси представляют собой микроавтобусы с багажником для лыж сзади[[21]](#footnote-21).

SKI-PASS – пропуск на подъемник

*Стоимость подъемников Lift Pass*

Взрослый 1 день: € 31

Взрослый 6 дней: € 158

Детский 1 день: € 22

Детский 6 дней: € 111

Lift Pass действителен на всех подъемниках Dolomiti Superski.

Стоимость абонемента на подъемники Валь Гардена на 6 дней для взрослого в низкий сезон (с 09.01.05 по 29.01.05 и с 13.03.05 по 10.04.05) составит 154 евро, для ребенка – 108 евро. В высокий сезон (с 24.12.04 по 08.01.05 и с 30.01.05 по 12.03.05) – 175 и 123 евро соответственно.

Абонемент «Доломити супер ски» на 6 дней для взрослого в низкий сезон (с 09.01. 05 по 29.01. 05 и с 13.03. 05 по 10.04. 05) - 167 евро, ребенку в 117 евро, в высокий сезон (с 24.12. 04 по 08.01. 05 и с 30.01. 05 по 12.03. 05) – 190 евро, для ребенка – 133 евро.

Лыжные походы с проводником –

сафари по снегу – 35 евро/час

походы на лыжах и снегоступах – 120 евро с человека

скалолазание – 15 евро /час

Новый спортивный комплекс «Mar Dolomit» в Ортизеи: открытый и закрытый бассейны, детский бассейн с горками, несколько видов саун, ресторан; бассейн - 8€, сауна - 16€/сеанс или 65€/5 сеансов.

***Scuola di Sci & Snowboard S. Cristina*** - лучшая и самая крупная школа в Санта Кристине. Имеет 3 офиса, в которых можно забронировать занятия и взять напрокат лыжи и сноуборд. Центральные офисы находится в самом центре курорта Centro Iman и на площади Piazza Dosses. Инструкторы говорят на английском и немецком языках. Есть инструкторы, говорящие на базовом русском языке.

Групповые занятия для взрослых и детей начинаются по воскресеньям. Для профессионалов организуются серьезные лыжные туры по сложным увлекательным трассам.

Для детей 4 вида детских курсов, с соревнованиями, премиями и лотереей по окончании курса.

Индивидуальные занятия: 30-35 евро/час.

Стоимость групповых занятий (1,5 ч. в неделю, 5 дней):

* 120 евро
* с прокатом оборудования – 170 евро.

Серьезные курсы для детей по 3 часа каждый день, с соревнованиями и призами по окончании курса:

* 210 евро
* 270евро с прокатом оборудования.

Групповое обучение катанию для взрослых 3 часа в день/ 5 дней:

* 187 евро
* 275 евро с прокатом оборудования

Детский сад при лыжной школе принимает детей от 18 месяцев под опеку опытного персонала. Работает с 09:00 до 16:30.

Стоимость: полдня с обедом 29 евро, целый день с обедом 42 евро, 5 дней с обедом – 190 евро[[22]](#footnote-22).

Вход в краеведческий музей свободный, осмотр замка происходит снаружи, что также бесплатно.

# Глава 2. Проектирование турпродукта

## 2.1.Свойства и цели нового турпродукта

Основной задачей деятельности туроператора является создание тура, подкрепленного соответствующей программой обслуживания[[23]](#footnote-23). Целью нового турпродукта является предоставление качественных услуг отдыха на горнолыжном курорте Валь Гардена (Италия). Цель создания такого продукта для фирмы - увеличение устойчивости фирмы за счет диверсификации деятельности.

Новый турпродукт обладает следующим свойствами:

- Обоснованность - предоставление всех услуг обусловлено целью путешествия и условиями, основанными на потребностях туриста;

- достоверность информации - соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;

- эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны, соотношение цена/качество;

- целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворять туристскую потребность;

- ясность - потребление продукта, его направленность понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;

- простота в эксплуатации – доступность всех услуг;

- гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала;

- полезность - способность служить достижению одной или нескольких целей (отдых и познание - качественное сбалансированное питание, уютную обстановку и т.п.).

Основным туристским продуктомв нашей практической деятельности является комплексное обслуживание, т. е. стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете».

## 2.2. Компоненты исходного турпродукта, соответствующие свойствам и целям нового турпродукта

Исходный турпродукт обладает рядов важным конкурентных преимуществ, которые использованы при проектировании нового тура. В исходном турпродукте используется такой вариант размещения, как отдых в апартаментах разного уровня. Апартаменты - это места размещения, которые имеют кухню, где можно готовить еду, и одну или несколько комнат. Курорты Альп на 80% состоят из резиденций с апартаментами. Этот вид размещения имеет огромное количество преимуществ.

Во-первых, отдых в апартаментах очень экономичен, поскольку турист не платит за обслуживание.

Во-вторых, в апартаментах очень удобно отдыхать семьям с детьми и большим компаниям, особенно если это многокомнатные номера или шале, которые имеют большую общую гостиную и несколько отдельных спален.

В-третьих, туристы не привязаны к расписанию питания. Можно в любой момент пойти в ближайшее кафе или приготовить еду самостоятельно. Кроме того, возможность готовить самому очень важна для туристов с детьми, которые часто не - ведь ребятишки часто просто отказываются есть в ресторане непривычную для них пищу».

Отель расположен в непосредственной близости от трасс катания, поэтому туристы могут без проблем воспользоваться услугой.

Другим свойством, которое использовано при проектировании нового тура, является чартерный авиперелёт и групповой трансфер, что позволяет сократить расходы.

Также туристам предоставляется экскурсия в Замок и краеведческий музей, что позволит ознакомиться с историей долины и местной жизнью.

## 2.3. Ресурсы дестинации, соответствующие свойствам и целям нового турпродукта и не входящие в исходный продукт

Санта-Кристина(1466 м) - небольшой городок в центре долины Валь Гардена с милыми домиками и хорошими отелями. Население города: 1,7 тыс. человек (93% ладины, 2% итальянцы, 5% немцы). На горе над поселком среди огромных елей стоит красивый замок-крепость Castel Gardena/Fischburg, мимо которого проходит одна из спускающихся в город трасс. Здесь ежегодно проводятся этапы Кубка мира. Этот курорт подойдет для семейных пар или для компаний лыжников, с различным опытом катания.

Замок может быть использован для экскурсионной программы, причём его близость и доступность позволяют использовать общественный транспорт и услуги гида-экскурсовода.

## 2.4. Новый турпродукт: выбор продолжительности и частоты тура, численности группы, состава и программы конкретного тура. Обоснование сделанного выбора

В настоящей работе представлен новый тур «Снежная Италия». Тур рассчитан на 8дней /7 ночей. Тур для туристов средней физической подготовки. Существуют ограничения для людей, плохо переносящих низкое давление в горах.

Программа обслуживания - это набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура[[24]](#footnote-24).

Маршрут тура Москва – Верона - Валь-Гардена – Верона - Москва

Программа тура «Снежная Италия» (8 дней/7 ночей)

1 день:

09:30 – 12:30 – Прибытие в аэропорт Вероны и трансфер в долину Валь-Гардена, размещение в отеле DES ALPES 3\*

13:00 – 14:00 – обед

14:30 – 19:00 – свободное время

2 день:

09:00 – 10:00 – Завтрак

10:00 – 11:00 – Встреча с гидом, инструктаж по технике безопасности в горах, полезная информация по инфраструктуре долины,

11:00 – 13:00 обзорная экскурсия в замок Санта-Кристина, краеведческий музей

13:30 – 14:30 –обед

15:00 – 16:30 – свободное время.

19:00 – ужин

3 день-7 день :

09:00 – 10:00 – завтрак в гостинице

С 10:00 –свободное время

6 день:

09:00 – 10:00 – завтрак в гостинице.

10:00 – 11:00 – сдача номеров и выезд из гостиницы.

11:30 – 13:30 – Завтрак. Трансфер в аэропорт Вероны. Вылет Москву.

Программа тура «Снежная Италия» по линии горнолыжного туризма рассчитана на 8 дней/7 ночей и позволяет туристам восстановить силы в экологический чистых условиях Альп, заняться зимними видами спорта (горные лыжи, сноуборд и др.), проникнуться жизнью и историей горных поселений. Туристы прилетают в Верону (экскурсионное сопровождение гида), переезжают в Санта-Кристину.

От аэропорта до отеля и обратно туристы доставляются на автобусе по договору с транспортной компанией «Betrans»[[25]](#footnote-25).

Туристы проживают в Валь-Гардене в Apathotel Des Alpes 3\*в номерах категории «стандарт». Отель расположен в непосредственной близости от горнолыжного района, инфраструктуры магазинов. Отель Des Alpes замечательно подходит для активного отдыха всей семьей.

В отеле: В распоряжении клиентов двух-, четырех- и шестиместные номера, замечательно меблированные в истинно Тирольском стиле.

В номере: телефон, спутниковое телевидение, сейф, фен. Содержание домашних животных возможно по предварительному согласованию.

К услугам: большой холл, ресторан-пиццерия (с возможностью забирать еду с собой на природу).

Спорт и развлечения: турецкая баня, игровая комната (бильярд, настольный теннис, автоматы), прачечная, парковка, гараж, прокат лыж и горнолыжного оборудования, ночная дискотека[[26]](#footnote-26).

Обед и ужин проходит в ресторане отеля. В стоимость программы входит: проживание 5 ночей в двухместном номере «стандарт» с полным пансионом; транспортное обслуживание (трансферы); посещение музея и замка, экскурсионное обслуживание.

Дополнительно оплачивается: общественные транспорт на экскурсии (до 20 евро), входные билеты в развлекательные центры; прокат инвентаря, баня и фитнес-центр.

Таким образом, предлагается тур на группу 20 человек, что позволит уменьшить издержки за счёт эффекта масштаба. Программа тура предоставляет свободное время туристам на катание на лыжах, сноубордах и т.д. Во второй день пребывания на курорте туристы осуществляют пешехолдную экскурсию в замок-крепость Фишбург (Castel Gardena/Fischburg), построенный в 17-ом веке и краеведческий музей. Кроме инструктирования туристов, гид-экскурсовод рассказывает о местных традициях, истории долины, особенностях культуры и поведения.

Туриста оформляют страховку от несчастного случая и дополнительную страховку от невыезда (обязательно, не входит в стоимость тура).

## 2.5. Описание тематики и содержание экскурсионных программ

Экскурсионная программа включает посещение замок-крепость Фишбург (Castel Gardena/Fischburg) и краеведческого музея, а также пешеходная экскурсия по видовым точкам долины с гидом-экскурсоводом.

Краеведческий музей предлагает экспозицию из 4000 экспонатов, знакомящих посетителей с историей долины от 5000 тыс. лет назад и до наших дней. Экспозиция выстроена в хронологическим порядке.

Валь-Гардена — это старые австрийские земли, вошедшие в состав итальянского государства после первой мировой войны. Поэтому здесь сочетаются австрийский колорит и итальянский темперамент. Названия улиц, городков до сих пор пишутся на двух языках, а коренные жители говорят на своеобразном диалекте, который трудно понять даже тем, кто знает итальянский и немецкий.

На горе над поселком среди огромных елей стоит красивый замок-крепость Фишбург (Castel Gardena/Fischburg), мимо которого проходит одна из спускающихся в город трасс[[27]](#footnote-27).

Валь-Гардена — это старые австрийские земли, вошедшие в состав итальянского государства после первой мировой войны. Поэтому здесь сочетаются австрийский колорит и итальянский темперамент. Названия улиц, городков до сих пор пишутся на двух языках, а коренные жители говорят на своеобразном диалекте, который трудно понять даже тем, кто знает итальянский и немецкий.

## 2.6. Экономика спроектированного турпродукта

### 2.6.1. Расчет себестоимости и цены тура

Калькуляция состоит из нескольких статей и оформляется в виде представленного ниже документа (табл. 1) [[28]](#footnote-28).

Таблица 1

Калькуляция программы тура (8 дней/7 ночей) на группу 20 человек

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование калькуляционных статей | Показатели | | |
|  | в % | в стоимостном выражении (руб.) | |
|  | | на группу | на 1 человека |
| 1. Транспорт  2. Проживание  3. Питание  4. Экскурсионное обслуживание |  | 195000  283500  7200 | 9750  14175  360 |
| Итого прямых затрат |  | 484500 | 24225 |
| 5. Косвенные расходы | 15 | 72675 | 3633,75 |
| Полная себестоимость |  | 557175 | 27858,75 |
| НДС | 18 | 100291,5 | 5014,575 |
| Прибыль | 20 |  | 5571,75 |
| Стоимость обслуживания |  | 768901,5 | 38445,075 |

Калькуляционная статья «Транспортные расходы» включает стоимость: проезд до страны пребывания (авиа перелет), перевозки туристов от аэропорта прилета до гостиницы или иного места проживания, транспортных расходов на экскурсионное обслуживание при автобусных экскурсиях и т. д. В калькуляцию включаются те расходы, которые входят в обязательную программу тура. Все калькуляционные статьи подсчитаны с учетом скидки от контрагентов 25%.

В калькуляционную статью «Транспортные расходы» программы тура «Снежная Италия»» на группу 20 человек входит:

- Авиаперелёт Москва - Верона 189 000 рублей = 20 человек × 9450 рублей[[29]](#footnote-29) (9450 рублей на человека).

- трансфер от аэропорта до отеля Apathotel Des Alpes 3\* 6 000 рублей (300 рублей на человека).

Итого транспортных расходов: 195000 рублей (9750 рублей на человека).

Калькуляционная статья «Расходы на проживание» рассчитывается исходя из стоимости номера, которая зависит от класса гостиницы, расселения, сезона заезда, количества человек в группе и предоставляемых групповых скидок, количества суток проживания.

В калькуляционную статью «Расходы на проживание» программы тура «Солнечная Испания» на группу 20 человек входит:

- проживание в стандартном двухместном номере с полным пансионом в Apathotel Des Alpes 3\*, стоимость которого за время пребывания (1 сутки) составляет 283500 рублей = 2025 рублей × 20 человек × 7 дней (14175 рублей в сутки на человека);

Итого расход на проживание: 283500 рублей (14175 рублей на человека).

Калькуляционная статья «Расходы на питание» рассчитывается в зависимости от вида туризма. Как правило, стоимость питания включается в стоимость проживания.

В калькуляционную статью «Расходы на питание» программы тура «Снежная Италия» на группу 20 человек завтрак входит в стоимость проживания, питание осуществляется туристами самостоятельно.

Калькуляционная статья «Расходы на экскурсионное обслуживание» включает только те расходы по экскурсионному обслуживанию, которые входят в обязательную программу тура.

В калькуляционную статью «Расходы на экскурсионное обслуживание» программы тура «Снежная Италия» на группу 20 человек входит экскурсия в замок и краеведческий музей:

- оплата услуг экскурсовода, которая составляет 6 000 рублей (300 рублей на человека);

- вход в краеведческий музей – свободный, замок – осуществляется внешний осмотр.

Экскурсия осуществляется на общественном транспорте, оплата - проездные в скибусах.

Итого расход на экскурсионное обслуживание: 6000 рублей (300 рублей на человека).

Таким образом, прямые затраты программы тура «Снежная Италия» на группу 20 человек составили 484500 рублей = 195000 рублей + 283500 рублей + 6000 рублей (24225 рублей на человека).

К сумме прямых затрат прибавляем косвенные расходы туристского предприятия в размере 15 % от суммы прямых затрат, которые составляют 72675 рублей (3633,75 рублей на человека). Полная себестоимость равна сумме прямых и косвенных расходов и составляет 557175рублей = 484500 рублей + 72675 рублей (27858,75рублей на человека). К полной себестоимости прибавляем НДС (18%), который составляет 100291,5 рублей (рублей на человека) и прибыль в размере 20 %, которая составляет 111435 рублей (5571,75 рублей на человека).

Продажная цена рассчитывается как сумма прямых затрат, косвенных расходов, НДС и прибыли и составляет 768901,5 рублей = 484500 рублей + 72675 рублей + 100291,5 рублей + 111435рублей.

Стоимость (цену) одной путевки получаем делением продажной цены на группу 20 человек: 38445,075 рублей на человека = 768901,5 рублей / 20 человек.

### 2.6.2. Определение точки самоокупаемости турпродукта

Однако просто произвести калькуляцию туристской программы недостаточно, необходимо установить насколько она будет прибыльной. Составить такой прогноз позволяет график безубыточности, с помощью которого можно определить, какое количество туров необходимо реализовать, чтобы не потерпеть убыток. Но следует отметить, что анализ безубыточности не может эффективно применяться в случаях резких и частых колебаний продажных цен и затрат производства.

В прямоугольной системе координат строится график зависимости себестоимости (затрат и дохода) от количества реализованного турпродукта. По вертикали откладываются данные о себестоимости и доходе, по горизонтали количество единиц турпродукта.

В точке критического объема производства (точке безубыточности) нет прибыли, но нет и убытка.

С права от нее находится область прибыли. Для каждого значения количества единиц услуг чистая прибыль определяется как разность между величинами маржинального дохода и постоянных расходов.

С лева от критической точки находится область убытков, которая образуется в результате повышения величины постоянных расходов над величиной маржинального дохода.

Маржинальный доход представляет собой разность между выручкой от реализации и переменными затратами, или сумму постоянных затрат и прибыли от реализации. Эта величина является важной информацией для управления предприятиями она показывает «вклад» турпродукта в покрытие постоянных затрат и тем самым в том же объеме – в прибыль предприятия.

Уменьшая предельную прибыль на величину общехозяйственных затрат, мы получаем прибыль от реализации.

На рисунке 1 составлен график безубыточности программы тура «Снежная Италия».

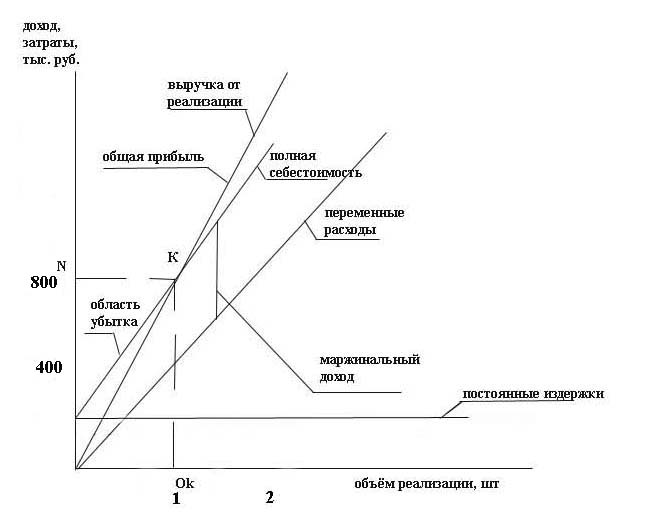


Рис. 1 График безубыточности программы тура «Снежная Италия»

N – порог рентабельности (1089473,684 руб.);

Qk – пороговый объем реализации (1,41 шт.);

К – точка критического объема производства (точка безубыточности).

Используем формулу для нахождения критического объёма продаж:

*Qkr*=  [[30]](#footnote-30)

где *Qkr* – критический объем продаж;

*d* – маржинальный доход;

*Zconst* – постоянные затраты.

Имеем: *Qkr =* 300 000 / (768901,5– 557175) = 1,41

Зная критический уровень продаж, можно определить пороговую выручку (ПВ):

ПВ= *Qkr* \* *N*,

Где *N*- выручка от реализации.

ПВ=1,05 \* 768901,5= 1089473,684 рубля.

Таким образом, для безубыточной деятельности фирмы при реализации турпродукта «Снежная Италия», необходимо, чтобы объем реализации превысил 2 тура, а порог рентабельности, или доход фирмы, 1089474 рублей.

Отсюда можно сделать выводы по третьей главе. Проектирование туров предполагает учёт нормативным требований и рекомендаций по обслуживанию туристов. На основе изученного материала разработан авторский тур «Солнечная Испания» по линии рекреационного туризма. Математическое и графическое обоснования свидетельствуют о рентабельности предложенного тура. При пересчёте на евро, стоимость тура составила **858 €.**

### 2.6.3. Сопоставление нового и одного из исходных туров по качественным и ценовым показателям

Новый тур имеет важное конкурентное преимущество в предлагаемой экскурсии, которая входит в стоимость тура.

Новый тур удовлетворяет потребности туристов, выявленные на основе исходного турпродукта. Кроме того, новый тур спроектирован с учетом недостатков исходного турпродукта.

Другим критерием конкурентоспособности турпродукта является цена, что особенно актуально при оценке соответствия услуг и стоимость. Более того, цена является сдерживающим фактором при покупке тура в условиях финансового кризиса.

Стоимость нового тура составила 858 €, что выше чем предлагает Pac Group[[31]](#footnote-31), но ниже предложений ItaliaTour[[32]](#footnote-32). Таким образом, можно говорить о конкурентоспособности нового тура.

# Заключение

На сегодняшний день специалисты турбизнеса сходятся во мнении, что горнолыжный отдых становится с каждым годом все популярнее, расширяясь не только количественно, но и качественно. В последние годы наблюдается устойчивый рост объемов продаж на горнолыжные курорты.

На основании тенденций увеличения продаж горнолыжного отдыха турфирма «Арте́мис Тревел» разработала новый турпродукт. Более того, новый турпродукт должен способствовать сглаживанию отрицательных эффектов сезонности, что вызвано работой на направлении средиземноморских курортов, которые привлекают, прежде всего, пляжным отдыхом.

Анализ имеющегося турпродукта показал однообразие программ, включающих базовые услуги транспорта и размещений. На основании этого в новом туре была включена обязательная экскурсия.

В данной работ рассмотрен тур средней ценовой категории – качественный тур по доступной цене. Тур рассчитан на быстрорастущий сегмент для среднего класса. Посещаемый курорт – Валь-Гардена, обладает качественной инфраструктурой катания и сервисом, что позволяет предоставить качественные услуги туристам. С другой стороны выбрано размещение по доступным ценам, что делает этот тур более приемлемым, особенно в условиях финансового кризиса.

Тур состоит из услуг авиаперелёта, размещения, трансфера, экскурсии.

Стоимость нового тура составила 858 €,. что выше чем предлагает Pac Group, но ниже предложений ItaliaTour, что является доказательством конкурентоспособности нового тура.

# Список использованных источников

1. Федеральный закон Российской Федерации от 5 февраля 2007 года № 12 – ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»»
2. ГОСТ Р 50690-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования»
3. География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю. Александровой. — 2-е изд., исп. и доп. - М.:КНОРУС, 2009. — 567с.
4. Козырева Т.В. Учёт издержек в туризме М.: Финансы и статистика, 2007
5. Солдухина О.И., Гаранина Е.Н. , Здоров А.Б., Локтев А.А., Соболева Е.А., Козырева Т.В., Козырев В.М., Ополченов И.И. «Финансы и бухгалтерский учет в туризме». Изд. «Финансы и статистика», Москва 2003 – с.67
6. http://www.lizhnik.ru/tours\_516.html
7. Спрос на зимние туры http://www.tourizm-world.ru/topicbox/9.html
8. http://www.pac.ru/component/option,com\_tour/tour,255094/
9. <http://www.italytour.ru/index.htm>
10. http://www.goitaly.ru/ski/?file=resort&id=31
11. <http://www.espagna.ru/tra/tra3>
12. <http://www.tophotels.ru/main/hotel/al24508/>
13. http://www.samaraintour.ru/pg2283.html
14. Отзывы об отдыхе в Валь-Гардене <http://www.ski.ru/static/286/2_29433.html>
15. В Валь Гардене запланированы гонки по горным лыжам <http://turi100.net/news/?news_id=2836>
16. Отзывы об отелях Валь- Гардены <http://www.laitalia.ru/comments/resort-6.html>
17. <http://www.italy-2009.ru/102/t2083-italy-tur.htm>
18. http://www.italya.ru/valigarden.shtml

# Приложения

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

**Обязанности сотрудников компании:**

**Стратег компании (тур. оператора) – Жигалкова Екатерина**  
 1.Анализ исходного турпродукта и дестинации

2.Изучение и анализ исходного турпродукта и фокус-группы

Ориентирование на производство разнообразных благ и удовлетворение интересов потребителей. Исследование рынка. Разработка бизнес-плана. Предлагает наиболее выгодное вложение денег.

**Специалист по проектированию** – **Силка Ксения**

1. Проектирование турпродукта.
2. Проектирование нового турпродукта.

**Бизнес-аналитик – Певчева Елизавета**

1. Изучение и анализ тур. ресурсов выбранной дестинации нового турпродукта.
2. изучение целей и свойств исходного турпродукта, недостатков, потребностей и т.д.

Уполномоченный по урегулированию незапланированных конфликтных ситуаций и устранению каких-либо разногласий, связанных с интересами и услугами, оказанными клиентам.

**Финансовый стратег (аналитик) – Арустамова Луиза**

Специалист по сбору обработке, упорядочение информации в экономических процессах и явлениях

1. Расчет экономических показателей нового турпродукта

Приложение 2

План-график работы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| этап | Задание | Срок | Ответственный |
| подготовительный | Анализ рынка существующих предложений по горнолыжному отдыху в Италии | 1.02 | Жигалкова Екатерина |
| Выбор дестинации, анализ предлагаемых услуг | 2.02 | Жигалкова Екатерина, Певчева Елизавета |
| Общее собрание, обсуждение результатов 2.02 | | | |
| Проектирование и сведение услуг поставщиков | Взаимодействие с поставщиками:  - выбор и заключение договора с авиаперевозчиком  - выбор и заключение договора с авиаперевозчиком с отелем  - выбор и заключение договора с авиаперевозчиком с гидом-экскурсоводом | 3.02-  12.02 | Силка Ксения  Арустамова Луиза |
| Разработка экскурсионной программы | 10.02 – 15.02 | Жигалкова Екатерина, Певчева Елизавета |
| Написание программы тура | 10.02-15.02 | Певчева Елизавета |
| Общее собрание, обсуждение результатов 15.02 | | | |
| Окончание Приложения 2 | | | |
| этап | Задание | Срок | Ответственный |
| обоснование | Экономические расчёты тура | 16.02-18.02 | Силка Ксения  Арустамова Луиза |

Приложение 2

Карта района



1. http://www.aero-travel.ru/?s=resttypes&resttype=6 [↑](#footnote-ref-1)
2. Спрос на зимние туры http://www.tourizm-world.ru/topicbox/9.html [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.r52.ru/index.phtml?rid=20&fid=245&sid=29&nid=29910 [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.pac.ru/component/option,com\_tour/tour,255094/ [↑](#footnote-ref-4)
5. http://www.italytour.ru/index.htm [↑](#footnote-ref-5)
6. http://www.ski.ru/static/286/2\_29433.html [↑](#footnote-ref-6)
7. http://www.samaraintour.ru/pg2283.html [↑](#footnote-ref-7)
8. http://www.italytour.ru/tours\_23786.htm [↑](#footnote-ref-8)
9. http://www.italy-team.ru/hotels\_\_727.html [↑](#footnote-ref-9)
10. http://tas-putnik.com.ua/country/109/hotel/679 [↑](#footnote-ref-10)
11. http://www.samaraintour.ru/pg2266.html [↑](#footnote-ref-11)
12. http://vand.ru/c/countries/h/14470/ [↑](#footnote-ref-12)
13. http://www.lizhnik.ru/tours\_516.html [↑](#footnote-ref-13)
14. http://fortuna-gt.ru/strana\_open.php?id=5 [↑](#footnote-ref-14)
15. http://www.lizhnik.ru/tours\_516.html [↑](#footnote-ref-15)
16. http://countries.turistua.com/ru/italiya/val-gardena-opinions.htm [↑](#footnote-ref-16)
17. Отзывы туристов http://www.laitalia.ru/hotels/hotel-14.html [↑](#footnote-ref-17)
18. http://tas-putnik.com.ua/country/109/hotel/679 [↑](#footnote-ref-18)
19. http://www.italytour.ru/mounting.htm [↑](#footnote-ref-19)
20. http://www.nicetravel.com.ua/Countries/Country/Cities/City/?CityID=176 [↑](#footnote-ref-20)
21. http://www.ski.ru/static/286/2\_29433.html [↑](#footnote-ref-21)
22. http://www.danko.ru/countries/italy/hotels/val\_gardena/ [↑](#footnote-ref-22)
23. http://www.italytour.ru [↑](#footnote-ref-23)
24. Козырева Т.В. Учёт издержек в туризме М.: Финансы и статистика, 2007 [↑](#footnote-ref-24)
25. http://www.ati.com.ua/view\_client\_list\_12\_0\_19\_0\_0\_0.html [↑](#footnote-ref-25)
26. http://www.tophotels.ru/main/hotel/al24508/ [↑](#footnote-ref-26)
27. http://www.goitaly.ru/ski/?file=resort&id=31 [↑](#footnote-ref-27)
28. Козырева Т.В. Учёт издержек в туризме М.: Финансы и статистика, 2007 [↑](#footnote-ref-28)
29. http://www.espagna.ru/tra/tra3 [↑](#footnote-ref-29)
30. Солдухина О.И., Гаранина Е.Н. , Здоров А.Б., Локтев А.А., Соболева Е.А., Козырева Т.В., Козырев В.М., Ополченов И.И. «Финансы и бухгалтерский учет в туризме». Изд. «Финансы и статистика», Москва 2003 – с.67 [↑](#footnote-ref-30)
31. http://www.pac.ru/component/option,com\_tour/tour,255094/ [↑](#footnote-ref-31)
32. http://www.italytour.ru/index.htm [↑](#footnote-ref-32)