

1. Слайд

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - РАЗВИТИЕ ПРОГРАММЫ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРОПЕРАТОРА «TUI»

Актуальность темы обусловлена тем, что с каждым годом российский туристский рынок становится всё более эффективным, формы сотрудничества туроператоров и поставщиков туристских услуг – всё более разнообразными, специфика обслуживания клиентов – более сложной и одновременно гибкой. В таких условиях необходимо постоянно развивать программы ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА.

2. Слайд

Цель работы - выявить специфику программ выездного туризма в Российской Федерации на примере деятельности туроператора «TUI».

3. Слайд

Предметом исследования является технология реализации программ выездного туризма в Российской Федерации на примере деятельности туроператора «TUI». Анализ специфики организации деятельности аутгоингового туроператора «TUI» позволил сделать следующие выводы.

TUI Travel PLC – это группа компаний, занимающая лидирующие позиции на мировом туристском рынке и имеющая 40-летний опыт работы.

В настоящее время группа работает более чем с 30 млн. туристов в 180 странах мира, предлагая своим клиентам разнообразные варианты отдыха.

Специфика деятельности компании:

- 20 направлений, более 600 тыс. клиентов.
- Развитие розничной сети собственных и франчайзинговых агентств
- Оборот компании более 500 млн. \$ в год.

Девиз TUI: «Всё ради Вашей улыбки»!

4. Слайд

Анализ конкурентных преимуществ туроператора позволил выявить наиболее сильные стороны в работе компании, среди них:

- Финансовая стабильность
- Пристальное внимание к сервису
- Гарантия возврата денег
- Узнаваемый бренд
- Лучшее соотношение цена/качество

5. Слайд

Анализ PR-поддержки бренда «TUI» показал, что основными залогом успеха в этом направлении является:

- Многолетнее сотрудничество с PR-агентством Comunica (Golin Harris International)
- Компания входит в тройку лидеров по количеству упоминаний в прессе
- Наблюдается Ежегодный рост упоминаний в прессе и Интернете
- Осуществляются Регулярные публикации в отраслевой прессе
- Насчитано более 1200 упоминаний в печатных и онлайн СМИ в год
- Практикуется постоянное участие в круглых столах, конференциях

## 6. Слайд

На основе анализа внешней и внутренней среды составлена SWOT-матрица, которая показывает сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. А также мероприятия, которые будут помогать реализовывать возможности и избегать угрозы.

Основными возможностями компании являются:

Возможности

1. Возможность потенциального расширения
2. Государственная политика по поддержке малого и среднего бизнеса
3. Техническое перевооружение

Среди угроз:

Угрозы

1. Новые законодательные акты
2. Ценовая конкуренция

## 7. Слайд

Одним из путей совершенствования деятельности компании является разработка мер совершенствования деятельности аутгоингового туроператора «TUI». Одним из перспективных направлений Расширение ассортиментной линейки предлагаемых направлений выездных туров компании «TUI» является освоение туров в Чехию.

Это направление обладает большим потенциалом, и возможностями. Так, прогнозируется:

- Вклад инвестиций в развитие агротуризма и массовое информирование потенциальных потребителей данного вида туризма
- При учете низких издержек на лечение и образование в Чехии и активном использовании рекламы – увеличение спроса иностранных туристов на медицинские и образовательные услуги страны
- Развитие делового туризма с помощью формирования особого имиджа конгрессных центров страны и проведения бизнес-акций мирового значения
- Создание и расширение предложений экологических, гастрономических, промышленных, событийных туров
- Создание условий для свободного перемещения граждан ЕС, в том числе с целью туризма и бизнеса, при присоединении Чехии к Шенгенской системе.

## 8. Слайд

При разработке туров по направлению Чехия следует учитывать Наиболее популярные туристские центры Чешской Республики, среди них:

- Популярная Прага
- Замок Карлштейн
- Чешский Крумлов
- Брно, столица Моравии
- Замок Чески Штернберг
- И др.

## 9. Слайд

Разработка проекта нового турпродукта по выездному направлению – Чешская Республика включает Проект программы индивидуального тура по Чехии «Горнолыжный отдых + Экскурсионная неделя».

В рамках тура Размещение возможно на 4 курортах на горе Крконош: в восточной части курорта – Пец под Снежкой и Младе Буки, а также в западной ее части – Шпидлеров Млын и Гаррахов.

Продолжительность: 15 дней/14 ночей (7дней/7 ночей на горнолыжном курорте + экскурсионный тур 8 дней/7 ночей).

Калькуляция тура позволила определить, что Прибыль туроператора составит порядка 227 евро.

#### 10. Слайд

Для продвижения тура рекомендуется использовать:

##### 1. Наружную рекламу и рекламу в интернете.

- В рамках продвижения планируется размещение Интернет-рекламы на туристских порталах «Турдом» и «Турпром»
- А также размещение наружной рекламы на главных магистралях города и на более оживленных улицах.

##### 2. Презентация для потенциальных клиентов (рекламны тур турагентов)

Кроме рекламы, для более эффективного старта продаж нового тура стоит провести презентацию для потенциальных клиентов (турагентов).

Ознакомительная поездка (рекламный, или информационный тур) – бесплатный или льготный тур, организуемый для сотрудников туристических агентств с целью ознакомления с определенными туристскими маршрутами и центрами.

По данному маршруту целесообразно провести рекламный тур не только с участием представителей турагентств, но и с приглашением журналистов и блогеров.

Описанные мероприятия помогут с продвижением нового туристического продукта.

#### 14. Слайд

В ходе подготовки презентации были реализованы следующие задачи:

1. Проанализированы основные направления в развитии выездного туризма в Российской Федерации;
2. Составлена общая характеристика деятельности аутгоингового туроператора «TUI»;
3. Оценен уровень конкурентоспособности туроператора «TUI» на основе SWOT-анализа деятельности компании;
4. Разработаны мероприятия по расширению ассортиментной линейки предлагаемых направлений выездных туров компании «TUI».

Цель работы - выявить специфику программ выездного туризма в Российской Федерации на примере деятельности туроператора «TUI» - достигнута!

Спасибо за внимание!