

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАДОГА-ТУР»)

Туристическая компания ООО «Ладога-тур», что находится в городе Волхове Ленинградской области, целью деятельности имеет организацию продажи туристских услуг, авиа- и железнодорожных билетов, оформление виз.

Общая численность штата сотрудников фирмы 4 (из них два – менеджера по туризму, один директор и бухгалтер).

«Ладога-тур» предлагает широкий спектр услуг: пляжный отдых, экзотические туры, автобусные туры по Европе, лечение и оздоровление в России и за рубежом, туры для молодоженов, горнолыжные туры, а также оформление виз, бронирование авиа- и железнодорожных билетов, бронирование гостиниц, услуги трансфера.

Туристическая компания «Ладога-тур» успешно работает на туристском рынке 4 года (с мая 2008 года). За этот период ООО «Ладога-тур» завоевало репутацию надежной фирмы, помогло организовать отдых примерно 15000 клиентов, организовало около 200 экскурсионных программ в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Главным в политике туристической компании «Ладога-тур» является сотрудничество только с самыми надежными туроператорами, которые существуют на рынке уже не первый год и имеют хороших партнеров за границей, а именно: «TEZTOUR», «Верса», «Турэнергосервис», «Пегас-туристик», «Трансбизнеслайн», «Аэротрэвэл» и т.д.

Миссия туристической компании «Ладога-тур» сформулирована на основе ее стратегических целей: «Обеспечение комфортным отдыхом всех клиентов нашей компании в любой стране мира».

К основным (профильным) услугам ООО «Ладога-тур» относятся:

- выбор вида туризма и маршрута тура (места отдыха);
- уточнение количества дней тура;
- выбор категории отеля;
- организация питания;
- выбор трайлера (средства доставки туристов);
- организация культурной программы и экскурсионных программ;
- уточнение цены тура с учетом системы скидок.

Перечень видов отдыха и туров, предлагаемых турфирмой «Ладога-тур», разнообразен – это индивидуальный и семейный отдых; автобусные и авиатуры; пляжные, спортивные, оздоровительные, религиозные, экотуры и другие. Это говорит о специфическом социально-

оздоровительном характере туров, сочетающих в себе возможность развития личности, познания исторических и культурных ценностей, возможность занятия спортом, лечения и т.д.

Основными клиентами турфирмы «Ладога-тур» являются жители города в возрасте от 25 до 45 лет преимущественно женского пола (60%). При этом основным видом отдыха является семейный отдых.

Также туристическая фирма разрабатывает и предлагает индивидуальные туры, учитывая интересы, увлечения и пожелания клиента.

К одним из наиболее востребованных стран, куда чаще всего выезжают жители нашего города и Ленинградской области, пользуясь услугами туристической фирмы «Ладога-тур», относятся:

1. Турция – 25% за 2010 год и 32% за 2011 год;
2. Египет – 40% за 2010 год и 26% за 2011 год;
3. Таиланд – 23% за 2010 год и 29% за 2011 год;
4. Страны Европы - 9% за 2010 год и 11% за 2011 год.

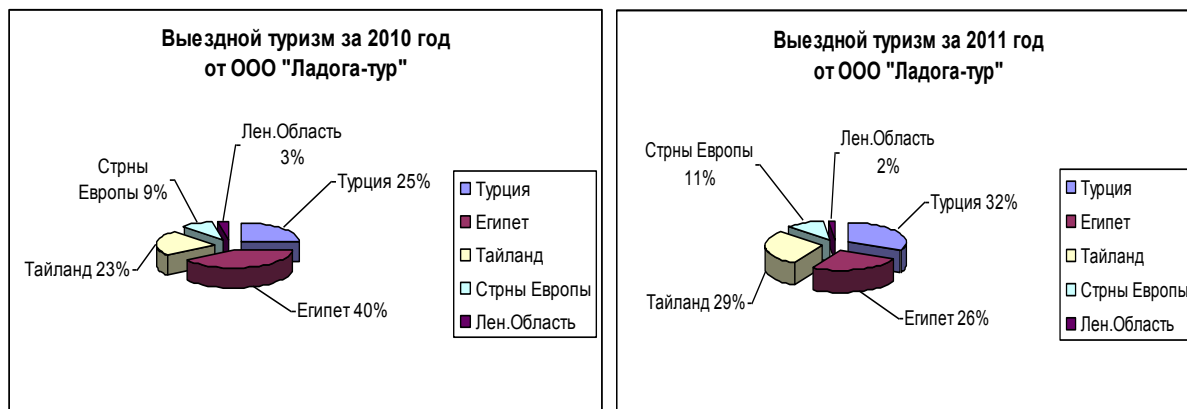


Рис.1 Популярность выездных туров, предлагаемых ООО «Ладога-тур», в сравнении за 2010-2011 годы

Исходя из данных, представленных на рис.1, видно, что особой популярностью среди клиентов ООО «Ладога-тур» отличаются пляжные туры в такие страны как Египет, Турция и Таиланд. При этом необходимо отметить, что в значительной мере на процесс выбора тура влияет политическая ситуация в регионе. Так, например, падение спроса на туры в Египет в 2011 году в сравнении с 2010 годом на 14% можно объяснить произошедшей в начале 2011 года в этой стране революцией. В свою очередь это падение обусловило рост спроса на туры в Турцию, Таиланд и страны Европы. Вместе с этим наблюдается снижение и без того низкой популярности туров по Ленинградской области. Данные факты свидетельствуют о том, что на процесс выбора тура влияет множество

факторов, а именно: цена тура (Египет и Турция отличаются самыми низкими ценами на пляжные туры); соотношение «цена тура-экзотичность страны» (Таиланд); безопасность и высокое качество сервиса (страны Европы); бренд тура и др. По всем выше перечисленным факторам Россия пока крайне редко может соперничать со странами-лидерами в организации внутреннего туризма.

Также на деятельность российских туристических организаций существенное влияние оказывают сезонные колебания спроса на туры и особенности календарного года.

В таблице 1 представлены основные показатели деятельности турфирмы «Ладога-тур» за май 2011 г.

Таблица 1. Основные показатели деятельности турфирмы «Ладога-тур» за май 2011года

Показатели	Ед. изм.	Период		
		01.05.2011г.- 10.05.2011г.	11.05.2011г.- 20.05.2011г.	21.05.2011г.- 31.05.2011г.
Количество проданных туров	шт.	25	20	32
Средняя стоимость тура	руб.	22000	19300	23800
Объем реализации основных услуг	руб.	550000	386000	761600
Объем реализации дополнительных услуг	руб.	15000	18000	22000
Численность работников	чел.	4	4	4

Проанализировав таблицу 1, можно увидеть, что во второй декаде мая по сравнению с первой декадой количество туров уменьшилось, а в третьей декаде – увеличилось. Высокий спрос на туры в первой декаде мая объясняется наличием в российском календаре двух праздничных дней (1 и 9 мая), в третьей декаде - окончанием учебного года у школьников. Данные факторы обусловили рост выручки от продаж путевок и дополнительных услуг в третьей декаде по сравнению с первой декадой мая соответственно на 211600 руб. (38,5%) и 7000 руб. (47%).

Помимо майских праздников можно выделить еще несколько периодов, в течение которых наблюдается рост спроса на различные туры:

- Два летних месяца июль и август, особенно август – самый большой пик.
- Осенние школьные каникулы и ноябрьские праздники.
- Новый год и зимние школьные каникулы.
- Праздник 8 марта.

С целью снижения степени влияния сезонности спроса на туристические услуги на конечный результат деятельности малой туристической организации «Ладога-тур» и общего повышения эффективности ее деятельности в конкурентной среде можно предложить следующие пути развития компании.

1. Стимулирование продаж посредством усовершенствования системы скидок, а именно:

– Предоставление скидок не только в новогодние и рождественские каникулы, но и в дни основных государственных праздников. С учетом того, что комиссия турфирмы составляет от 10 до 15% в зависимости от туроператора, с которым она работает, произведем расчет экономической эффективности предлагаемой системы скидок, взяв за основу данные первой декады мая таблицы 1 и средний размер комиссии 12,5%. Расчеты представлены в таблице 2.

Таблица 2. Расчет экономической эффективности предлагаемой системы скидок

Наименование скидки	Средняя стоимость тура с учетом скидки, руб.	Сумма дохода, руб.	Сумма комиссии, руб.	Прирост комиссии, руб.
2% стоимости тура на каждый тур, включающий праздничные дни	$22000 * 0,98 = 21560$	$21560 * 25 = 539000$	$539000 * 0,125 = 67375$	$67375 - 68750 = -1375$
5% стоимости тура, рассчитанного на 4 и более человек	$22000 * 2 * 0,95 = 41800$	$41800 * 5 = 209000$	$209000 * 0,125 = 26125$	$26125 - (22000 * 5 * 0,125) = 12375$
Итого:	$(21560 * 20 + 41800 * 5) / 25 = 25608$	$25608 * 25 = 640200$	$640200 * 0,125 = 80025$	$80025 - 68750 = 11275$

Предполагается, что скидка в 5% будет предоставляться клиенту на туры в праздничные дни за каждого 4-го дополнительно включенного в тур человека. Это означает, что если клиент заказывает тур на праздничные дни на трех человек, то менеджер может предоставить скидку в 5% на стоимость тура, если первый включит в тур 4-го человека. Данное предложение актуально для турфирмы «Ладога-тур» в том плане, что около 60% от всех проданных туров составляют семейные туры на несколько человек. По данным таблицы 2 из 25 проданных туров в первой декаде мая 2011 года предполагается, что каждый пятый клиент (максимально возможный вариант каждый второй клиент) будет пользоваться данным предложением. Следовательно, средняя стоимость тура возрастет, так как 5 из 25 туров будут дороже из-за большего количества человек, включенных в тур. В результате только за одну декаду месяца прирост комиссии может составить около 12375 руб. при тех же затратах. Скидка в 2% стоимости тура на праздничные дни позволит стимулировать спрос и формировать базу постоянных клиентов.

- Включение одной бесплатной экскурсии в качестве благодарности за приобретенный тур при покупке дорогого тура стоимостью свыше 40000 руб.
- Предоставление скидок на детей.
- Чествование каждого 100, 1000, 10000 клиента. (Например, предоставление подарочных сертификатов сети магазинов «Улыбка Радуги» номиналом 300 рублей).

2. Расширение ассортимента услуг, а именно поиск и использование возможностей для организации уникальных (индивидуальных) туров посредством заключения договоров с экскурсоводами, договоров с транспортными компаниями.

3. Диверсификация видов деятельности предполагает:

- Использование турбо-солярия, который имеется в наличии у турфирмы. Турбо-солярий можно использовать как систему бонусов при заказе очень дорогого тура, а именно предоставление нескольких часов в солярии.
- Разработку новых туристических маршрутов, т.е. сочетание деятельности турагентства и туроператора, что является весьма актуальным для турфирмы, поскольку акцент деятельности компании направлен на продажу туров по «избитым» и «изъезженным» маршрутам, таким как Египет и Турция. В первые годы компания «Ладога-тур» сможет только продавать идеи новых маршрутов другим туроператорам, поскольку для того, чтобы стать туроператором, необходимо оформить финансовую гарантию, т.е. купить полис страхования ответственности (по некоторым источникам его стоимость составляет 5 млн. руб.) и войти в Единый федеральный реестр туроператоров.

4. Рекламная деятельность:

- Создание сайта турфирмы. На сайте существующие и потенциальные клиенты могут ознакомиться с интересующей информацией по странам, с которыми работает фирма, а также ознакомиться с отзывами клиентов.

Стоимость разработки хорошего сайта без предварительного бронирования туров составляет в среднем 10-17 тыс. рублей. В статью расходов на создание сайта также включается хостинг - это способ размещения сайта в сети Интернет. Стоимость хостинга составляет в среднем 600-2000 рублей.

Наличие сайта турфирмы позволит постоянным и потенциальным клиентам в любое время суток получать предварительную информацию об

услугах компании, что будет способствовать формированию потребности у клиентов в услугах фирмы уже на ранней стадии планирования поездки.

– Сотрудничество с салоном красоты г. Волхова предполагает раздачу клиентам салона рекламных листовок турфирмы. При обращении клиента салона в турфирму и покупки им тура ему предоставляется подарочный сертификат салона.

Расчет затрат и эффективности рекламных листовок:

Для печати рекламных листовок о турфирме предполагается использовать офсетную печать. Основными преимуществами офсетной печати, обуславливающих выбор в ее пользу, являются: расширение полиграфических характеристик, возможность использования металлизированных красок и листового офсета разных формата и плотности, низкая стоимость и возможность гибкого ценообразования при увеличении тиражей, высокая скорость изготовления печатной продукции.

Для изготовления листовок предполагается использовать гляцевую бумагу формата А6 и массой 170 г/м² и полноцветную двустороннюю печать.

Стоимость таких рекламных листовок при офсетной печати составит 2662 рубля за 5000 штук (на год). По оценкам ряда специалистов эффективность использования такого вида рекламы составляет 10-15%, то есть каждый 10-15 клиент салона красоты г. Волхова будет обращаться за услугами в туристическую фирму «Ладога-тур». Используя данные таблицы 1, можно рассчитать предварительную эффективность от использования рекламных листовок за 1 месяц. Так, например, увеличение продаж на 12,5% (среднее значение от 10-15%) приведет к росту дохода на 212000 рублей (суммарный объем реализации услуг за месяц*0,125) и, соответственно, комиссии на 26500 рублей.

5. Организация для сотрудников фирмы информационных (рекламных) туров, посетив которые, они могут дать туристу полную информацию о местности, в которую он едет, подробнее описать отель, номерной фонд и прочее, так как в каталогах и наглядных материалах сложно найти всю интересующую и достоверную информацию. Когда турист знает, что менеджер побывал в интересующих туриста местностях, может сравнить и проанализировать отель либо курортную зону, он увереннее и быстрее принимает решение о покупке тура.

Таким образом, все предложенные пути повышения эффективности деятельности турфирмы «Ладога-тур» включают мероприятия, направленные в первую очередь на стимулирование спроса на туристические услуги компании, завоевание дополнительной ниши на рынке туристических услуг города Волхова, повышение финансовой устойчивости компании и в перспективе ее развитие от турагентства до туроператора.

Литература

1. Устав Общества с ограниченной ответственностью «Ладога-тур». – 13.05.2008 г. – п. 1.4. – С.2.
2. Биржаков М.Б., Кузнецов Ю.В. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации // Туристские фирмы. - 2008. - № 12. – с. 5-9.